



## Editorial

Sehr geehrte BiergeniesserInnen

Am 30. September wurde der Brausilvester gefeiert und tags darauf das neue Braujahr eingeläutet. Diese bierige Zeitrechnung geht auf den Umstand zurück, dass vor der Einführung der Kälteanlagen Ende des 19. Jahrhunderts untergäriges Bier vielerorts nur in der kalten Jahreszeit gebraut werden konnte. Somit bedeutete der Beginn des neuen Braujahres jeweils die Wiederaufnahme des Brauens der beliebten untergärigen Biere.

Das Braujahr 2018/19 zeigte für die Schweizer Brauwirtschaft wiederum ein erfreuliches Ergebnis. So verzeichnete die Inlandproduktion ein Wachstum von 2,3 Prozent und die Bierimporte gingen um 3,5 Prozent zurück, was ein Gesamtwachstum des Schweizer Biermarktes um 1,0 Prozent bedeutet. Neben dem schönen Wetter im letzten Braujahr hat sicherlich auch der stetige Imagewandel des Bieres zu diesem positiven Resultat beigetragen.

Die positive Grundstimmung gilt es zu nutzen – auch im Nachwuchsbereich. Der SBV hat sich darum die Förderung der Bierbrauer-Ausbildung als strategisches Ziel gesteckt. Einerseits werden genügend Ausbildungsplätze verfügbar gemacht, andererseits wird die Ausbildung vermehrt und breiter beworben.

Mehr zu diesen und weiteren Themen erfahren Sie in der aktuellen Ausgabe des Bier & Wir Newsletters.

Eine bierige Lektüre wünscht Ihnen

**Marcel Kreber**  
Direktor Schweizer Brauerei-Verband

## Braujahr 2018/19: Schweizer Biermarkt wächst 1,0 Prozent

**Der schweizerische Gesamtbiermarkt im Braujahr 2018/19 (1. Oktober 2018 bis 30. September 2019) verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 1,0 Prozent. Der gesamte Bierausstoss steigerte sich von 4'695'475 Hektoliter auf 4'740'092 Hektoliter. Der Inlandausstoss hat dabei erneut zugelegt (+2,3 Prozent). Die Bierimporte haben im Berichtszeitraum wiederum an Terrain eingebüsst und weisen ein Minus von 3,5 Prozent auf. Neben günstigen Wetterbedingungen im Berichtsjahr ist das Wachstum auch auf einen Imagewandel des Bieres zurückzuführen. Die Lernendenförderung und das Sicherstellen der hohen Qualität der Biere sind neben der Imagepflege sowie Interessenvertretung die strategischen Ziele des Schweizer Brauerei-Verbandes (SBV).**

### Statistische Übersicht

Der gesamte Biermarkt Schweiz verzeichnete im Braujahr 2018/2019 (1. Oktober 2018 bis 30. September 2019) ein Wachstum von 1,0 Prozent auf 4'740'092 Hektoliter Bier (= 474'009'200 Liter). Das Resultat ist geprägt durch eine Zunahme des Inlandausstosses aller Schweizer Brauereien um 2,3 Prozent auf 3'686'184 hl (Vorjahr: 3'603'485 hl), was einem Gesamtmarktanteil von 77,8 Prozent (Vorjahr: 76,7 Prozent) entspricht. Die Bierimporte verzeichneten ein Minus von 3,5 Prozent auf 1'053'908 hl Bier (Vorjahr: 1'091'990 hl) und weisen dementsprechend einen Anteil von 22,2 Prozent am Gesamtmarkt auf (Vorjahr: 23,3 Prozent).

Der Pro-Kopf-Konsum dürfte nach ersten vorläufigen Berechnungen wie im Vorjahr bei 55 Litern liegen. Zugelegt hat der Absatz der alkoholfreien Biere der SBV-Mitglieder: Im Braujahr 2018/19 wurden 7,4 Prozent mehr Biere ohne Alkohol getrunken als im Vorjahr.

### Schönes Wetter ist wichtiger Treiber

Schönes und warmes Wetter wirkt sich positiv auf den Bierabsatz aus. Ein Vergleich der monatlichen Bierabsatzzahlen mit den entsprechenden Wetterverlaufsdaten belegt diese Aussage. Im Freien sitzen und den lauen Sommerabend mit einem frischen Bier geniessen – was will man mehr. 2019 blickt die Schweiz auf den drittheissesten Sommer seit Messbeginn zurück. Wesentlich heisser zeigte sich nur der Hitzesommer 2003.

### Brauerei Altes Tramdepot und Liechtensteiner Brauhaus neue SBV-Mitglieder

Die Altes Tramdepot Brauerei Restaurant AG aus Bern und die Liechtensteiner Brauhaus AG wurden im Berichtsjahr als neue Mitglieder im SBV willkommen geheissen. Dr. Markus Zemp, SBV-Präsident, freut sich

über die neuen Mitglieder, denn als Ausbildungsbetriebe für angehende Bierbrauer arbeiteten sie ohnehin schon seit mehreren Jahren sehr eng mit dem SBV zusammen. "Die Mitgliedschaften sind somit die erfreuliche Fortsetzung unserer erfolgreichen Zusammenarbeit."

### Bierbrauer-Ausbildung als strategisches Ziel

Der SBV hat sich die Förderung der Bierbrauer-Ausbildung als strategisches Ziel auf die Fahne geschrieben. Zurzeit absolvieren schweizweit nur 35 Jugendliche die dreijährige Ausbildung zur/m Lebensmitteltechnologin/en Schwerpunkt Bier (Bierbrauer/in). Insgesamt sind 25 Brauereien in der Schweiz als Lehrbetriebe zugelassen. Eine kleine Zahl, wenn man bedenkt, dass per Ende Oktober 2019 1'115 biersteuerpflichtige Brauereien bei der Eidgenössischen Zollverwaltung registriert waren.

Dieses Verhältnis zeigt anschaulich eine der Problematiken, welche sich im Ausbildungsbereich stellt: Für die Lernendenausbildung muss eine Brauerei über eine Infrastruktur verfügen, welche die Ausbildung von A bis Z im Betrieb gewährleisten kann. Dies ist nur in professionell und somit hauptberuflich geführten Brauereien der Fall. Es ist daher die Aufgabe des SBV, einerseits auf den Bierbrauerberuf aufmerksam zu machen und interessierte Jugendliche anzusprechen sowie andererseits genügend Ausbildungsplätze anzubieten.

Eine zukunftsgerichtete Initiative haben die Brauerei Feldschlösschen und Coop im Frühling 2019 lanciert. Um die Lehre zum Lebensmitteltechnologin Schwerpunkt Bier bekannter und attraktiver zu machen, haben sich die beiden Unternehmen zusammengetan und CHF 70'000.- dem SBV gespendet. Die Summe entspricht den Einnahmen

## SCHWEIZER BRAUEREI-VERBAND

Der SBV wurde am 19. April 1877 gegründet und ist die Branchenorganisation der Schweizer Brauwirtschaft. Die SBV-Mitgliedsbrauereien decken über 95 Prozent der inländischen Bierproduktion ab und brauen mehr als 300 Qualitätsbiere. Die schweizerische Brauwirtschaft erzielt einen Umsatz von über einer Milliarde Franken. Rund 50'000 Arbeitsplätze sind direkt und indirekt mit ihr verbunden.

## BIERSTILE



### Amber:

Amber hat sich in der Schweiz als Bierstil etabliert. Die Bezeichnung bezieht sich auf die Bernsteinfarbe des Bieres. Eine leicht süsse Malznote dominiert beim Amber vor einer reinen Hopfenbittere. Im Geruch und Geschmack zeigt sich ein leichter Brot- oder Biskuitcharakter.

## FIND US ON...

Der Schweizer Brauerei-Verband ist auf verschiedenen Social Media-Kanälen aktiv und versorgt Bier-Fans mit Neuigkeiten, Fakten und Bier-Relevantem. Es würde uns freuen, wenn Sie uns "followen", "liken", "retweeten" usw.



@info\_bier



@schweizerbiere



@schweizerbier

aus dem Verkauf von Feldschlösschen Kristallweizenbier, das von vier Lernenden der Rheinfelder Brauerei entwickelt und gebraut wurde und in grösseren Coop-Filialen in den Verkauf kam. Wie Feldschlösschen verzichtet auch Coop auf den Gewinn. Mit der Spende wird u. a. in die Errichtung einer Lernwerkstatt investiert, um den angehenden Bierbauern eine praxisorientiertere Lehrzeit zu bieten.

### Imagewandel des Bieres

Das Bier hat in den letzten 10 Jahren einen regelrechten Imagewandel erfahren. Wurde Bier früher eher als Männer- oder Arbeitergetränk abgetan, wird heute die schweizerische Biervielfalt und die grosse Brauerei-Landschaft von immer mehr Biergeniesserinnen und Biergeniessern geschätzt.

Es werden Brauseminare besucht, Brauereien erkundet, Bierwanderungen absolviert und verschiedenste Biere degustiert. Dass der Bierabsatz in der Schweiz nun zum zweiten Mal hintereinander wächst, ist somit eine logische Folge.

### Vom Schweizer Bier-Sommelier zum Vize-Weltmeister

Es erstaunt daher nicht, dass sich die Ausbildung zum Schweizer Bier-Sommelier, welche von GastroSuisse in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Brauerei-Verband angeboten wird, ungebrochen einer grossen Nachfrage erfreut. Seit 2011 wurden über 450 Schweizer Bier-Sommeliers ausgebildet, welche ihre Rolle als Bier-Botschafter/innen aktiv wahrnehmen.

Alle zwei Jahre führt der Schweizer Brauerei-Verband die Schweizermeisterschaft der Bier-Sommeliers durch. Ziel ist es, den/die Schweizermeister/in küren und zugleich die Nationalmannschaft für die Weltmeisterschaft der Bier-Sommeliers zu nominieren.

Am 27. September 2019 fand in Rimini (IT) die Weltmeisterschaft der Bier-Sommeliers statt. 78 Teilnehmer aus 19 Nationen kämpften um den Weltmeistertitel. Der Schweizer Patrick Thomi schaffte es bis ins Finale und wurde schliesslich Vize-Weltmeister der Bier-Sommeliers. Freude herrscht!

### Swiss Beer Award 2019

Am 19. September 2019 fand die Prämierungsveranstaltung des Swiss Beer Award in Bern statt. Der Swiss Beer Award hat zum Ziel, die schweizerische Braulandschaft mit ihrer immensen Biervielfalt und Qualität der breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen.

Vom Lagerbier über das holzfassgereifte Starkbier bis zum Imperial Stout wurden insgesamt 389 Biere von 71 Brauereien in den Wettbewerb geschickt. In Zusammenarbeit mit der Labor Veritas AG und der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

(ZHAW) sowie ausgewiesenen Bier-Sommeliers und -Sensorikern wurden die Biere nach strengen Beurteilungskriterien labortekhnisch untersucht und sensorisch beurteilt.

Maximal die besten 30 Prozent der bewerteten Biere wurden ausgezeichnet: Es wurden schlussendlich 117 Biere in 31 verschiedenen Kategorien durch die hochkarätige Fachjury prämiert.

### Trinkgenuss, Qualität und freiwillige Transparenz

Das Bier ist der Stolz jeder Bierbrauerin und jedes Bierbauers. Ob Gross- oder Kleinst-Brauerei, ihnen gemeinsam ist, dass sie ein hervorragendes Bier mit höchstem Trinkgenuss brauen wollen. Klar ist aber auch, dass die Anforderungen, welche der Gesetzgeber an die Bierbrauer stellt, immer strenger werden. Dies stellt für die Brauereien als Lebensmittelbetriebe bisweilen eine grosse Herausforderung dar. So ist beispielsweise jeder Lebensmittelbetrieb zur Anwendung eines Systems der Gefahrenanalyse und der kritischen Kontrollpunkte (Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP-System) verpflichtet. Was heisst das nun genau für die Brauerei, deren Verantwortliche, für die Brauerei-Infrastruktur, die Arbeitsabläufe und Sicherheitsaspekte bei der Bierherstellung?

Die Technische Kommission des SBV hat sich der Thematik angenommen und eine Empfehlung der Guten Verfahrenspraxis (GVP) für Brauereien ausgearbeitet. Diese ist unter [www.bier.swiss](http://www.bier.swiss) kostenlos abrufbar. Dieses Arbeitspapier soll eine Umsetzungshilfe für alle Schweizer Brauereien sein, um die gesetzlichen Anforderungen möglichst gut erfüllen zu können. Indirekt wird dadurch auch die hohe Qualität der Schweizer Biere gefördert und somit auch den Ansprüchen der Konsumentin und des Konsumenten Rechnung getragen.

Genau in diese Richtung zielt auch die Initiative der SBV-Brauereien nach freiwilliger Transparenz: Gemäss Gesetz besteht für Produzenten alkoholhaltiger Getränke über 1,2 Volumenprozent Alkohol keine Verpflichtung, die Zutaten oder die Nährwerte zu deklarieren. Die SBV-Mitglieder haben aus Eigeninitiative entschieden, diese Informationen den Konsumentinnen und Konsumenten zur Verfügung zu stellen. Sie werden die bierigen Zutaten auf den Etiketten aufführen. Neu wird auch der Brennwert (Kilokalorien und Kilojoule) in kcal/kJ pro Deziliter (100 ml) Bier ausgewiesen. Beim Letzteren ist es den Brauereien freigestellt diese Information auf der Etikette oder "off-label", also zum Beispiel auf einer entsprechenden Webseite zu veröffentlichen.