Edler Hopfen

Gastronomie Fruchtig, würzig, mit Karamell- oder Fliedernote: Bier wird vom Durstlöscher zum Gourmetgetränk, Kleinbrauer erfinden neue Sorten.

Wochenlang hatte Thomas Wachno, 37, auf diesen Augenblick gewartet, fast andächtig stand er nun, nach der Zeit der Gärung und Reifung, neben den Bottichen. So viel Aufmerksamkeit für ein Bier kann man übertrieben finden, aber Wachno ist ein Meisterbrauer, der das erste Glas eines neuen Biers stets behutsam abfüllt. Ein Schluck, ein Selbstlob: „Das ist ein Volltreffer."

Ein neues Craft Beer war geboren, ein Bier, „das anders schmeckte als all die anderen, die ich kannte", sagt Wachno; ziemlich würzig, sehr hopfenbetont und mit einer zugleich fruchtigen wie bitteren Note.

„Craft" ist der englische Begriff für Handwerk, ein Craft Beer wird nicht von der Industrie, sondern eben handwerklich, in kleinen Mengen hergestellt. Der Clou: Wachno hatte, wie bei solchen Bieren üblich, nach dem traditionellen Brauvorgang eine weitere Menge Hopfen hinzugegeben. Diesmal gepresstes Pulver der Sorte Monroe – auf diesen Namen taufte er das neue Bier dann auch.

Wachno ist ein glücklicher Handwerker. Sein Tagwerk vollbringt er in der Häffner-Brauerei im baden-württembergischen Bad Rappenau mit Pils, Export, Dunklem und Weizen für die Gasthöfe und Getränkeläden im Kraichgau. Dann experimentiert er mit neuen Hopfensorten im kleinen Kessel; mal mit vier, mal mit einer.

Wachno war vor sechs Jahren ein Pionier der inzwischen stark wachsenden Craft-Bewegung, sein Bier steht unter dem Markennamen „Hopfenstopfer" in Läden in Hamburg und Berlin. 2013 füllte Wachno gut 40 000 Craft-Flaschen ab, voriges Jahr waren es dreimal so viele. „Wir verkaufen ohne jede Werbung in ganz Deutschland", sagt er, „es gibt nur Flüsterpropaganda via Facebook und Twitter."

Das alkoholische Lieblingsgetränk der Deutschen ist nicht mehr nur Durstlöscher in Kneipen oder Begleiter von Knabbergebäck beim sonntäglichen „Tatort". Seine Edelversion, das Craft Beer, ist zum Zeichen kultivierten Konsums geworden. Weit über hundert Sorten gibt es, die meisten sind India Pale Ales, fruchtige, hopfenstarke Biere mit einem Alkoholgehalt um sechs Prozent.

In Fachmagazinen und an den Tresen streiten Biertrinker über die Frage, wie weit die neuen Biere abweichen dürfen von der Vorstellung, die die Deutschen vom Biergeschmack haben. Kann ein helles Lambic schmecken, wenn es doch, nach belgischer Art, mit Kirschen gebraut wird? Ein dunkles Stout gar, mit gemahlenen Kaffeebohnen hergestellt?

Der Craft-Beer-Boom ist aus den USA nach Deutschland übergeschwappt. Junge Bierliebhaber, die gegen den Einheitsgeschmack der amerikanischen Branchenriesen aufbegehrten, hatten kleine, unabhängige Brauereien gegründet. 1985 waren es ein paar Dutzend, heute sind es knapp 3000; der Marktanteil beträgt rund acht Prozent.

Kunden in Craft-Beer-Geschäft in Hamburg: Mehr als 300 Biere

Seit Jahren wächst die Szene auch in Deutschland (SPIEGEL 48/2012), doch nicht einmal der Bierbrauerbund erfasst die Zahl der alternativen Kleinbrauereien. Eine Schätzung wagt der Berliner Bierexperte Peter Eichhorn: Mehr als hundert Marken gebe es heute, sagt der Autor des Fachblatts „Mixology", ständig kämen neue dazu, 2014 sei die Zahl „geradezu explodiert".

Auch die deutschen Craft-Beer-Produzenten grenzen sich von den Marktführern ab. Mit Verachtung sprechen sie von sogenannten TV-Bieren, industriell produzierten Marken, für die im Fernsehen geworben wird. 10 bis 15 Euro kostet eine Kiste mit 24 Flaschen zu einem drittel Liter nur, das sind kaum mehr als 40 bis 60 Cent für eine Buddel Bier. Das feine, mit großem Aufwand produzierte Craft Beer ist in der Regel viermal so teuer, manchmal kostet es deutlich mehr.

Landauf, landab brauen Existenzgründer neue Biersorten, Zentren der Bewegung sind Hamburg und Berlin. An der Elbe stehen die Sudkessel der Kehrwieder Kreativbrauerei, von Blockbräu, Buddelship und Brewcifer. An der Spree gärt Craft Beer unter anderem in der Vagabund Brauerei, bei Heidenpeters, Hops & Barley, im Brewbaker und in der Bierfabrik sowie bei BRLO.

Berlins wohl ungewöhnlichste Brauer arbeiten in einem Keller im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg. Das Spent Brewers Collective („Kein Bier für Nazis") sucht Helfer, nimmt aber nicht jeden. Als „Grundvoraussetzungen" wird von Bewerbern neben Führerschein und Zuverlässigkeit „'ne linksradikale Einstellung" verlangt. Denn: „Wir haben nicht die Zeit und den Nerv, noch mal von vorn zu diskutieren, weshalb der Staat, der Kapitalismus scheiße ist."

Im Hamburger Schanzenviertel, in ehemaligen Hallen des Schlachthofs, bietet der Craft Beer Store eine Auswahl von mehr als 300 Handwerksbieren aus aller Welt samt fachkundiger Beratung. Nebenan residiert die Ratsherrn-Brauerei mit dem Brauereigasthaus Altes Mädchen.

Dort führt Sophia Wenzel durch die Welt der alternativen Biere. Die 26-Jährige wurde im vergangenen November zur besten deutschen Bier-Sommelière ernannt, sie kann mehr als 60 Sorten voneinander unterscheiden. „Die TV-Biere folgen einem einfachen Schönheitsideal: Sie müssen klar sein", sagt sie. „Für uns sind die Craft-Biere mit ihren Trübstoffen einfach weitaus interessanter." Sie hält kurz inne. „Weitaus!"

Im ersten Glas: ein Ratsherrn-Bier namens Zwickel, eine Art Einstieg in die Craft-Biere, nah am herkömmlichen Pils.

Es folgt: ein Lager. „Zitrusfrüchte, Apfel, Birne, und lila Flieder in der Nase, riechen Sie das?" Nun ja, ein bisschen.

Dann: ein Rotbier, rötlich und mit beigem Schaum. „Eine Spur karamellig, schmecken Sie das?" Hm. Wenzel spricht von einer „hohen Drinkability" und liefert die Übersetzung nach: „Es geht leicht runter."

FOTOS: JOHANNES ARLT / DER SPIEGEL

Bier-Sommelière Wenzel, verschiedene Biersorten für Degustation: „Hohe Drinkability“

Das nächste: ein Pale Ale. „Kalt gehopft, mit amerikanischem Hopfen, achten Sie auf die Bitternote am Schluss, das ist eine Fresse voll Hopfen“, mahnt Wenzel. Dann ein Weizenbier. Bananennote, cremig und etwas klebrig. Passe gut zu Ofengulasch, Gemüselasagne und Stulle mit Frischkäse, sagt Wenzel.

Schließlich: ein Imperial Stout. Eine fiese Attacke auf die Geschmacksknospen eines ungeschulten Biertrinkers. Es riecht nach Pfirsich und getrockneten Cranberrys und, ja, auch nach Schokolade. Schokolade im Bier? „Achten Sie auf die Süße ganz hinten im Gaumen, bittere Kirsche ist das“, sagt Wenzel. „Für mich ist das Stout ein flüssiges Mon Chéri. Klar, kein Easy-going-Bier, nichts zum Durstlöschen. Etwas für eine nachdenkliche Zeit am Kamin.“

Der Gasthof hat sogar einen Kamin. Das Mon-Chéri-Bier schmeckt schrecklich, fix nachspülen mit etwas Vernünftigem. Wenzel spendet Trost: „Geschmack entwickelt sich.“

In Berlin nahmen im vorigen Jahr rund 600 Menschen an Seminaren der Beer Academy teil. Sylvia Kopp, eine gelernte Bier-Sommelière, schult dort auf Deutsch und Englisch den Geschmack von Bierliebhabern und Profis aus Handel und Gastronomie. Die Chefin der Akademie lehrt über Rohstoffe, Bierstile und Brauprozesse; wer möchte, kann in einem Wochenendseminar zum Preis von 395 Euro ein Zertifikat erwerben. Das erhält jedoch nur, wer unter anderem bei einer Blindverkostung fünf Bierstile unterscheiden kann.

Die Traditionalisten des Deutschen Brauer-Bunds beobachten die aufstrebenden Branchenneulinge mit Wohlwollen. Sie sprechen vom „Beginn einer neuen und spannenden Entwicklung“. Die Craft-Welle werde dazu beitragen, „neue Konsumentenkreise zu erschließen“.

Dass sich etwas tut auf dem Biermarkt, ist den Branchenriesen nicht verborgen geblieben. Der Erfolg der Kleinen zeigt sich an der Reaktion der Großen: Sie möchten teilhaben. Bitburger schloss sich mit dem Label Craftwerk Brewing der Bewegung an, Maisel ist mit Maisel & Friends dabei, und die Radeberger Gruppe, ein Tochterunternehmen von Oetker, verkauft Craft-Biere unter dem Etikett Braufactum.

Locker geben sich die kleinen Bierbrauer, locker möchten auch die großen sein. Cool soll offensichtlich klingen, was auf den Etiketten von Craft-Beer-Flaschen der Münchner Traditionsbrauerei Paulaner steht: „Weibersud“, „Bockiger Bazi“ und „Münchner Revoluzzer“. Carsten Holm

Video-Reportage:
In der Craft-Brauerei

spiegel.de/sp112015bier
oder in der App DER SPIEGEL