

Slow Bier 2005 vom 29. April bis 1. Mai

Überschäumende Tage in Oberfranken

Im oberfränkischen Helmbrechts und Münchberg findet die erste Geschmacks-Erlebnis-Messe rund ums Bier statt. Ein Vorschau von Harald Scholl

Vom 29. April bis zum 1. Mai bricht für Slow Food eine neue Zeitrechnung an. Das Bier wird endlich auf eine Stufe mit anderen Lebensmitteln gestellt. In den oberfränkischen Gemeinden Helmbrechts und Münchberg wird die erste Produkt bezogene Messe unter dem *Slow*-Banner in Deutschland ihre Pforten öffnen. Analog zur "*Slow Fish*" oder der "*Cheese*" will das Convivium Oberfranken eine zweijährliche Messe mit **dem** deutschen Produkt ausrichten. Natürlich kann die erste Slow Bier nur in Oberfranken stattfinden. Mit 257 Braustätten hat die Region die größte Dichte weltweit. Jede vierte deutsche Brauerei liegt in Oberfranken.

Regionale Biere aus Franken und Bayern werden den Schwerpunkt bilden. Darüber hinaus werden Brauer aus ganz Europa ihr Bier vorstellen. Vor allem der Blick nach Tschechien, ins Heimatland des Pils, verspricht spannende Entdeckungen. Auch belgische und italienische Kleinbrauereien haben sich angemeldet. Biere von großen und kleinen Brauereien werden gleichberechtigt in der "Bierothek" ausgeschenkt. Der Besucher kann unterschiedliche Brautechniken im direkten Vergleich verkosten. Die Messe will die ganze Bandbreite präsentieren, Bier in einen kulturellen Kontext stellen und zeigen, dass es mehr sein kann als ein massenkompatibler Durstlöcher.

Drei Tage lang werden Münchberg und Helmbrechts zum europäischen Bierzentrum. "Bier und mehr. Geschmack, Genuss, Erlebnis!" Das Slow Food-Convivium Oberfranken hat eigens einen Förderverein gegründet, der diese erste deutsche Slow-Messe veranstaltet.

Bier ist eines der traditionellsten und ältesten Lebensmittel. Rund um die Welt gehört es neben Autos und Konsumgütern zu den typischen Dingen, die mit *made in germany* verbunden werden. Aber das einstige Vorzeigeprodukt hat es beim Verbraucher zunehmend schwerer. Brauereiensterben und Marktkonzentration kennzeichnen die Lage. Immer weniger Braustätten produzieren immer mehr Bier, das immer ähnlicher schmeckt. Das Wort von der *Bierkultur* droht zu einer Floskel der Marketingabteilungen zu werden. Und obwohl Bier in ständig neue Werbestrategien eingebunden und mittels Beimischungen auf trendig und lifestyle getunt ist: Der Bierkonsum in Deutschland geht zurück. In den letzten zehn Jahren sank der Pro-Kopf Verbrauch von 132,7 Liter im Jahre 1994 auf 113,9 in 2003.

Verantwortlich dafür sind nach Meinung der Marketingstrategen sich ändernde Verbraucherinteressen, eine "Mediterranisierung" des Geschmacks, zu niedrige Promillegrenzen und, und, und. Da helfen auch die finanzstärksten Marketingkampagnen nichts. Auch ein auf hip getrimmtes Kulturgut kann bei gleichzeitiger Reduzierung der Qualität und Identität auf Dauer nicht überleben. Auf die Idee, dass der Konsument einfach keinen Bock auf immer gleiche 08/15-Biere hat, kommen die Wenigsten. Einen Königsweg aus der Krise gibt es sicher nicht. Aber Möglichkeiten, mit Ideen, Tradition und Handwerk einen Platz im Markt zu finden und gleichzeitig kulturelles Erbe lebendig zu halten. Ein Beispiel dafür ist die "Kulmbacher Kommunbräu".

*Das Bier sucht den Kunden
oder der Kunde sucht das Bier*

Nicht mehr und nicht weniger als die klassenlose Gesellschaft hatten einst die Gründerväter der genossenschaftlich organisierten Kulmbacher Kommunbräu

im Auge. Das Wirtshaus als Ursprung gesellschaftlicher Veränderung. So beschreibt der Vorstand der Genossenschaft, Hans-Jürgen Päsler, das Projekt. Um ein revolutionäres Ansinnen in die Tat umzusetzen, braucht es, auch im eher roten Teil Bayerns, in Franken, erst mal ein gutes Bier. Um diese Grundvoraussetzung zu schaffen, ging man Anfang der 90er Jahre so kompromisslos ans Werk wie wahre Revolutionäre mit 440 Genossenschaftern. In Kulmbach, der heimlichen Hauptstadt des Bieres.

Im Mittelpunkt steht ein funktionierendes Wirtshaus mit einmaligem Bier. Und genau hier, beim Bier, macht Braumeister Alex Matthes keine Kompromisse. Er ist in der dritten Generation Brauer. Und macht wie seine Vorfahren ein bekömmliches, traditionelles Bier, das einen ganz eigenen Geschmack hat. Das der Kunde suchen muss und nicht umgekehrt. Denn ein Bier, das seinen Kunden suchen muss, braucht soviel Werbung, dass an der Bierqualität gespart wird. In der Kommunbräu werden ein helles und ein bernsteinfarbenes Bier gebraut, dazu kommt alle vier Wochen ein "Monatsbier". Im Jahresschnitt sind 15 verschiedene Biere im Ausschank. Alle Bierrezepte hat Matthes entweder von seinen Vorfahren oder aus seiner eigenen Rezeptsammlung. Um den Unterschied zum industriellen Bier deutlich zu machen, nur zwei Punkte: In der Kommunbräu wird ausschließlich teuerster Aromahopfen verwendet. In der Großbrauerei reift das gebraute Bier in der Regel zwei bis drei Wochen, in der Kommunbräu sechs bis sieben Wochen. Ergebnis ist ein individuelles charaktervolles Getränk, das von Kunden gesucht wird. Das funktioniert: Wirtshaus und Brauerei arbeiten kostendeckend. Auf der Slow Bier wird die Kommunbräu vertreten sein.

Bier und mehr! Geschmack, Genuss, Erlebnis

Eine dreitägige Veranstaltung braucht natürlich mehr als gutes Bier. Die Slow Bier wird das Brauerei-Handwerk in den Mittelpunkt stellen, aber auch die Verbindung zu anderen Produkten aufzeigen. Zentraler Anlaufpunkt ist die Bierothek. Hier werden bis zu 50 verschiedene Biere für den Besucher schmeckbar. Von malzaromatisch über hefeblumig bis feinwürzig. Auf dem Marktplatz und in den Geschmacks-Workshops werden Wechselwirkungen zwischen Bier und Essen deutlich: Bier und Käse, Bier und Brot, Fisch, Wurst, Senf, Schokolade. Zur Praxis gehört auch etwas Theorie: Wie rein ist deutsches Bier? Ist die Formel I, das Reinheitsgebot von 1516, tatsächlich Garant für Qualität? Neben den Vorträgen ist ein umfangreiches Rahmenprogramm in Vorbereitung inklusive kulinarischer Spaziergänge durch Helmbrechts und Münchberg mit Besichtigung der Felsenkeller. Dazu ein Geschmacksparcours für Kinder, Betriebsführungen und vieles andere. Gemeinsam mit den Convivien kümmern sich die Organisatoren auch um Unterkunft.

Aktuelle Informationen: www.slowbier.de.