KGB-Newsletter 10 / 17. Jänner '03

Inhalt:

Editorial: Bierkultur ist Vielfalt

Termine der Kampagne für Gutes Bier

Bierwelt-News, zusammengestellt von Conrad Seidl

KGBier-Shoppingtipps

Humor

****

Liebe Bierfreunde,

unser erster Stammtisch im Jahr 2003 war ein besonders nettes Treffen – unser Vorstandsmitglied Sepp Stastny hat uns die kleine Brauanlage gezeigt, auf der er gelegentlich Bierspezialitäten für den Schwarzen Raben braut. Und wir haben gerne gekostet! Außerdem konnten wir wieder eine Reihe neuer Mitglieder begrüßen. Darunter den ehemaligen Landtagsabgeordneten Ministerialrat Rüdiger Stix. Er ist ein Bierfreund mit großer Kampagnenerfahrung – und wir freuen uns, wenn er sein Know-How in den Dienst unserer Sache stellt.

Zwei andere unserer Mitglieder haben sich bereit erklärt, die lange Zeit bis zum nächsten Stammtisch im Februar (21.2.2003 – Ort wird noch bekannt gegeben) mit einem Spezialitäten-Tasting zu überbrücken: Hubert Loidolt und Peter Berger werden bei diesem Event am 24. Februar 2003 um 19 Uhr beim Czaak ein paar besondere Vintage-Biere mitbringen. Es sind nur einzelne Flaschen vorhanden, daher gibt es wirklich immer nur kleine Proben, aber es lohnt sicher, zu kommen.

Drei Bitten: Die Teilnehmerzahl ist mit 12 beschränkt, es können nur KGB-Mitglieder (die den Beitrag für 2003 bezahlt haben) teilnehmen – und es ist unbedingt notwendig, sich bei Peter Berger anzumelden!

Warum wir so ein Event für einen kleinen Kreis von Mitgliedern machen? Das Motto haben wir uns diesmal aus dem neuesten Newsletter „Beerbreak" von Realbeer.com ausgeborgt. Wir lesen da unter dem Titel „SPREADING THE GOSPEL OF GOOD BEER" folgende interessante Argumentation:

„There are practical reasons to work on converting your friends into craft beer drinkers. First, the more customers there are for specialty beer the better the chance you'll find it more places. Second, you won't have to drink alone."

Es gibt also ein profundes Eigeninteresse, das jeder Bierfreund haben sollte, andere auf besondere Biere hinzuweisen – weitere finden sich (Copyright 2003 by Real Beer Media) auf der Website, wo auch die aktuelle Beerbreak-Ausgabe in voller Länge nachzulesen ist: http://www.realbeer.com/library/beerbreak

Zu unserem Vereinsziel, das Verständnis für die Vielfalt der Bierkultur zu fördern, ist diese Vintage-Verkostung ein kleiner, feiner Baustein. Mehrere weitere werden in den nächsten Wochen und Monaten folgen.

So wollen wir versuchen, die Mitglieder der Kampagne auf gute Quellen für den Bezug interessanter Biere hinzuweisen. Diese Initiative geht von Manfred Weghuber aus. Er schreibt:

„Österreich ist ein Land mit großer Biervielfalt. Leider sind viele Biere nur auf einem regional sehr eingeschränkten Markt erhältlich. Dies gilt gleichermaßen für die Gastronomie wie für den Einzelhandel. Zeigt der Gastwirt meist noch recht deutlich und werbewirksam, welches Bier er im Ausschank hat, so lässt der Einzelhandel nicht so leicht erkennen, dass sich hinter seinen Portalen so manch entdeckenswertes für den Bierliebhaber zu finden gibt. Diesem Umstand wünschen wir Abhilfe verschaffen zu können, indem wir Geschäfte und Supermärkte vorstellen und bekannt machen möchten, die für den Bierkonsumenten und –liebhaber besonderes bieten."

Mehr zu dieser Initiative weiter unten. Oder demnächst auf unserer Website www.kgbier.at. Dort gibt es auch die E-Mailadressen von Politkern aller Parteien. Erinnern Sie diese Politiker daran, dass Bier das beliebteste Getränk der Österreicher ist! Und dass die Kampagne für Gutes Bier erwartet, dass die Politik dafür sorgt, dass unsere Auswahl an gutem, preiswerten Bier nicht eingeschränkt wird. Klicken Sie einfach einen Politiker oder eine Politikerin an und schreiben Sie los!

Und abschließend noch einmal die Erinnerung, den wirklich bescheidenen Mitgliedsbeitrag von derzeit 24 Euro im Jahr (das ist pro Monat weniger als man üblicherweise für ein kleines Bier zahlt!) pünktlich zu überweisen. (Wer diesen Newsletter bezieht und noch nicht Mitglied der Kampagne ist, kann natürlich auch online beitreten: www.kgbier.at)

Zur Erinnerung hier noch einmal die Kontonummer 0175 587 4301 - das ist ein CA-Bank-Austria-Konto und hat die Bankleitzahl 11000, Kontowortlaut ist "Kampagne für Gutes Bier" und der Mitgliedsbeitrag für ordentliche Mitglieder beträgt € 24 im Jahr.

Es erleichtert die Vereinsarbeit sehr, wenn alle Mitglieder bald einzahlen und der Kassier Sepp Stastny nicht wieder einigen „nachlaufen" muss. Danke.

Herzliches Prost

Conrad Seidl und Jochen Zuckermann

PS: Die „Prüftabelle für Biertrinker", die wir ganz am Schluss des Newsletters abdrucken, ist natürlich nicht ernst zu nehmen. Demnächst kommt eine viel ernster gemeinte, für echte Bierliebhaber...

Termine der Kampagne für Gutes Bier:

* VINTAGE-BIERVERKOSTUNG BEIM CZAAK

24. Jänner 2003, um 19.00 Uhr c.t.
– beim **Czaak,**
Postgasse 15,
A- 1010 Wien
http://www.best-of-austria.com/beisl/czaak/

Kein Stammtisch, sondern eine Verkostung von Vintage-Bieren aus den Sammlungen von Peter Berger, Hubert Loidolt und Conrad Seidl.

Was sind Vintage-Biere? Vintage-Biere sind sehr starke Biere, die (anders als das übliche Pils oder Märzen) ein hohes Alterungspotential aufweisen und daher erst nach mehreren Jahren genossen werden; oft Jahre nach dem „Best before date".

Peter Berger und Hubert Loidolt werden dazu einiges aus ihrer persönlichen Erfahrung erzählen. Es handelt sich um außergewöhnlich teure Biere – ein Fläschchen vom Samuel Adams Triple Bock, das Peter Berger mitbringt, hat schon im Einkauf US-$ 20 gekostet. Wir werden daher pro Person um einen Verkostungsbeitrag von 10 Euro bitten.

Es handelt sich um eine geschlossene Verkostungsrunde (ausschließlich KGB-Mitglieder, die schon den Mitgliedsbeitrag 2002 bezahlt haben) und es ist unbedingt notwendig, sich anzumelden – und zwar bei Peter Berger.

Wie immer gilt, dass sonstige Konsumationen selber bezahlt werden müssen.

****

* TERMINVORMERKUNG: NÄCHSTER STAMMTISCH AM 21. FEBRUAR

(voraussichtlich im Bieradies, 1010 Wien, Judenplatz)

Was sich in der Bierwelt sonst noch tut:

* ASAHIS FÜHRUNG AUF JAPANISCHEM BIERMARKT BRÖCKELT

Tokio – Asahi Breweries, mit 26.623.980 Hektolitern Marktführer in Japan, musste zum ersten mal in elf Jahren einen Rückgang seines Marktanteils in Japan bekannt geben - 38.4 gegenüber 38.7 im Jahr 2001. Beim Zweitplatzierten Kirin stieg der Marktanteil dagegen von 35,8 auf 36,2 Prozent. Beide Großkonzerne leiden unter einem insgesamt um 2,6 Prozent schrumpfenden Biermarkt, doch die Traditionsmarke Kirin (die von 1952 bis 2000 das meistverkaufte Bier Japans hatte) hat den Rückgang offenbar besser verkraftet. Noch härter hat es Sapporo Breweries getroffen, deren Marktanteil von 15 auf 14.1 Prozent gefallen ist. Der viertgrößte Brauereikonzern Suntory dagegen konnte von 9,7 auf 10,5 Prozent zulegen. Asahi hat seinen langjährigen Erfolg der Marke „Asahi Super Dry“ zu verdanken, einem stilbildenen Bier, das besonders gut zu wenig gesalzenen Speisen wie etwa Sushi passt.

In den letzten Jahren sind – vor allem aus steuerlichen Gründen, aber auch neuen Konsumtrends in der rapide alternden japanischen Gesellschaft folgend – neue Leichtbiere („Happoshu“) auf den Markt gekommen, wobei sich Asahi an seine Ein-Marken-Strategie gehalten hat und nur seine im Februar 2001 eingeführte Marke „Honnama“ etabliert hat. Diese ist mit Tiefseewasser und Extrakten aus unvermälzter Gerste gebraut, was ihr zwar eine Alleinstellung gibt, aber offenbar nicht ausreichend für das Halten des hohen Marktanteils ist.

Ob sich der Leichtbiermarkt weiter entwickeln wird, ist allerdings auch insgesamt fraglich – die Regierung hat bereits für Mai 2003 eine Steuererhöhung für die mit niedrigerem Malzanteil gebrauten Happoshu-Biere angekündigt. (cs 17. 1. 2003)
http://www.asahibeer.co.jp/english/companye/happo.html

* WEITERE ZUSAMMENSCHLÜSSE AM BIERMARKT ERWARTET

London/Washington - Canadean, ein Unternehmen, das sich auf die Erhebung von Marktdaten der Getränkebranche spezialisiert, geht davon aus, dass es in der Braubranche noch weitere Zusammenschlüsse geben wird. Noch hätten die zehn führenden Brauereigruppen gemeinsam weniger als 50 Prozent des Biermarktes. Der größte Bierbrauer ist Anheuser-Busch mit knapp 12 Prozent des Weltbierausstoßes.

Der Herausgeber des Branchendienstes "Beer Marketer's Insight", Eric Shepard, gibt an, dass der Marktanteil von Anheuser-Busch in den USA im Jahr 2002 bei 48,9 Prozent liegt gegenüber 48,5 Prozent im Jahr davor. Die Zuwächse sind vor allem auf Erfolge von Bud Light zurückzuführen. Miller (mit der stärksten Marke Miller Lite) fiel in den USA von 22,7 Prozent im Jahr 1994 über 19,6 Prozent (2001) auf 19,0 Prozent Marktanteil zurück.

In den USA ist der Bierausstoß im Vorjahr um ein bis eineinhalb Prozent gestiegen, jener von Miller aber um zwei bis drei Prozent gefallen.

Miller ist bereits im Jahr 2001 weltweit vom sechsten auf den siebenten Platz gerutscht, nach der Fusion mit South African Breweries zu SAB-Miller ist es aber das zweitgrößte Brauunternehmen der Welt geworden. Die Restruktuierung bedeutet zunächst Sparmaßnahmen und Arbeitsplatz-Verluste: In der Nähe von Seattle wurde Anfang Jänner ziemlich überraschend die Schließung der historischen Tumwater Brewery bekannt gegeben, womit eine 107 Jahre alte Brautradition beendet wird. Die lokale Miller-Marke "Olympia" soll ab Juli in einer anderen Miller-Braustätte gebraut werden. Die Brauerei wurde 1896 vom deutschen Einwanderer Leopold Schmidt gegründet, blieb bis 1982 in Familienbesitz und ging dann an Pabst und schließlich 1999 an Miller.

Die SAB-Miller-Fusion bedeutet übrigens auch, dass Plzensky Prazdroj (Pilsner Urquell) einen neuen Chef bekommt: Tony van Kralingen, der seit dem Jahr 2000 für SAB die tschechische Edel-Marke gemanagt hat, wird Chef des SAB-Biergeschäfts in Südafrika, nachdem der bisherige Verantwortliche für das südafrikanische Inlandsgeschäft, Norman Adami, den Chefsessel bei Miller in Milwaukee übernimmt. Wer van Kralingen nachfolgt, ist noch offen. (cs, 15. 1. 2003)

* NEUNZIGJÄHRIGER FEIERT, 65 JAHRE STAMMGAST IN EINEM PUB ZU SEIN

London – Er heißt Joe Guest und ist Stammgast: Seit 65 Jahren kommt der inzwischen 90jährige mehr oder weniger regelmäßig in das Pub „The Railway“ in Ellesmere, Shropshire, berichtet *The Shropshire Star.* Seine Trinkgewohnheiten hätten sich aber geändert: Zwar kommt er immer noch jeden Freitagabend, um Freunde zu treffen, er überlässt aber seinen Platz an der Bar im Verlauf des Abends den jüngeren, lauteren Trinkern, schreibt die Zeitung. Auch die Bierpreise hätten sich massiv geändert: Seinerzeit hätte ein Pint einen Shilling gekostet, den Gegenwert von fünf Pence nach heutigem Geld. Inzwischen sind es etwa zwei Pfund. (cs. 15. 1. 2003)
http://www.shropshirestar.com/news/january03/15th/joe.asp

* POLIZEI STÜRMT ILLEGALE BRAUEREI

Jeddah - Saudiarabische Polizisten haben eine illegale Brauerei im Al-Aziziya-Viertel von Jeddah ausgehoben. In einer Villa haben Gastarbeiter aus dem Jemen, Eriträa und Äthiopien heimlich Bier hergestellt, was unter dem fundamentalistischen saudischen Regime streng verboten ist. Aufgeflogen ist die Brauerei, weil den Polizisten ein Auto aufgefallen ist, dessen Kofferraum offenbar besonders schwer beladen war. In der Villa wurden mehr als 60 Faß Bier und 3,384 Flaschen Schnaps sichergestellt, berichtet ArabNews. (cs, 13. 1. 2003)
http://www.arabnews.com/Article.asp?ID=21936

* BRAUER SEHEN MEHRWEG ALS ZEICHEN DER BIERKULTUR

Wien - Johann Sulzberger, Obmann des Verbandes der Brauereien Österreichs, sieht "unsere ganze Bierkultur" auf Mehrweggebinden basieren. Nach seinen Angaben werden "84 Prozent des österreichischen Bieres in Mehrweggebinden konsumiert".

Sulzberger verwies anlässlich eines Besuchs des Präsidenten der Europäischen Brauervereinigung CBMC, Piero Perron, auf die "Freiwillige Selbstverpflichtung" des

Handels und der Getränkeindustrie zur Erhaltung der Mehrwegsysteme: "Die österreichische Brauindustrie hat zudem Mitte der 90er-Jahre auf ein neues System von Mehrweg-Glasflaschen umgestellt. Diese Investitionen von mehreren 100 Millionen - damals noch - Schilling waren eine klare Deklaration für Mehrweg." Das in Deutschland eingeführte Zwangspfand auf Einweggebinde hält Sulzberger als Regelungsmechanismus für völlig ungeeignet. "Das Beispiel Schweden beweist: Trotz Einwegpfand trinkt man 65 Prozent des Bieres aus der Dose."

Seit dem 1. Jänner 2003 gilt in Deutschland für Bier, Mineralwasser und kohlensäurehaltige Erfrischungsgetränke in Dosen und Einwegflaschen je nach Verpackungsgröße ein Pfand von 25 oder 50 Cent. Dies gilt nur für bestimmte Getränke, weil die vorgeschriebene Mehrwegquote unterschritten wird (basierend auf einer Verordnung von 1991). Nachdem in Deutschland ein Pfand auf Einweggebinde eingeführt wurde, wird auch in Österreich dieses Thema von Landespolitikern wieder andiskutiert. Wiens Umweltstadträtin Isabella Kossina hat gleich am 3. Jänner das Einwegpfand für Österreich gefordert.

In Deutschland dagegen werden die Probleme mit der Regelung immer deutlicher: Daher will der Grüne Umweltminister Jürgen Trittin noch in diesem Monat mit den deutschen Bundesländern über eine einheitliche Pfandpflicht für Dosen und Einwegflaschen beraten. Derzeit müssen die Verpackungen nur dort zurückgenommen werden, wo sie gekauft wurden. Bis Oktober soll landesweit ein einheitliches Rücknahmesystem gefunden werden. Problem: Die Kennzeichnung der Verpackungen muss gleichzeitig fälschungssicher und billig sein und es muss sowohl bei der händischen wie bei der automatisierten Rücknahme erkennbar sein. (cs, 11. 1. 2003)
http://bier.oesterreich.com/

* TRAPPISTEN KÄMPFEN GEGEN FRANZÖSISCHE BIERSTEUER

Brüssel/Paris – Die belgischen Trappistenklöster - bekannt für ihre starken Biere - protestieren gegen den neuesten französischen Protektionismus: Unter dem Vorwand, den Alkoholismus bekämpfen zu wollen, wurden die Biersteuern für Starkbiere (ab 8,5 Volumsprozent) in Frankreich stark erhöht. Die ursprünglich nur für Dosenbier geplante Steuer würde nun auch die starken Flaschenbiere der Trappisten betreffen, berichtet BBC.

Wie im traditionellen Weinland Frankreich üblich, wurden nur die diskriminierenden Biersteuern, nicht aber die Weinsteuern erhöht - was den Trappistenmönchen die Möglichkeit gibt, die EU wegen der unfairen Handelspraktiken anzurufen. "Wenn jemand schnell betrunken werden will, dann wird er doch eher billigen Wein saufen als eine Bierspezialität genießen," zitiert BBC den Sprecher der Trappisten-Brauereien Henroz Phillippe. Die kleinen Brauereien mit ihren starken Bieren seien durch die französische Besteuerung besonders benachteiligt, weil sie ihre traditionellen Biere nicht einfach verwässern könnten wie die Konzerne. (cs, 10. 1. 2003)
http://www.guepe.com/biere/trappistes.php?lang=fr

* ANHEUSER BUSCH VERFOLGT JETZT AUCH MICRO-BRAUER

Concord – Nach seinen in mehreren europäischen Staaten erfolgreichen Klagen gegen die staatliche tschechische Budweiser Budvar-Brauerei hat der US-Biergigant seine Anwälte nun auf eine Kleinstbrauerei in New Hampshire gehetzt. Wie *The Union Leader* in seiner Ausgabe vom 5. Jänner 2003 berichtet, hat die Caught-On-Bleu Inc. ein „Billy Budd Classic American Ale" – in Erinnerung an Herman Melvilles 1885 bis 1891 geschriebenes Werk „Billy Budd, Sailor" – auf den Markt gebracht. Klingt zu ähnlich wie die von Anheuser Busch geschützte Marke „Bud", meinte der Marktführer und klagte. Die beiden Besitzer der Kleinbrauerei (die ihr Bier gar nicht selbst, sondern im Lohnbrauverfahren herstellen), Lisamarie S. Bertrand und Bernice Keeney, schlagen zurück: Sie werfen dem Bierkonzern vor, dass sie Kleinbrauereien konsequent in ihren Vertriebsmöglichkeiten einschränken wollen.
(cs. 5. 01. 2003)
http://www.theunionleader.com/articles_show.html?article=17106
http://www.shsu.edu/~eng_wpf/authors/Melville/Billy-Budd.html

* VÖCKLABRUCKER BUCHHANDLUNG HAT BIERIGSTES SCHAUFENSTER

Vöcklabruck – „Die Buchhandlung" (der Laden heißt einfach so) von Michael Neudorfer in Vöcklabruck (Tel. 07672/26400 oder e-mail: michael.neudorfer@ooe.net) zeichnet sich durch besondere Kreativität der Schaufenstergestaltung aus: Bei einem im Vorjahr veranstalteten Wettbewerb des Norka-Verlags wurde das unter Mithilfe des Zipfer Braumeister s Ernst Forster gestaltete Schaufenster als das „bierigste" unter mehr als sechs Dutzend Einreichungen aus Deutschland und Österreich bewertet. Michael Neudorfer gewann auf diese Weise einen von der Zwettler Brauerei gestifteten Preis, ein Wochenend-Bierseminar mit Conrad Seidl im Hotel Schwarzalm. Weitere Preise hatten die Jever Brauerei und die Frankenheim-Brauerei gestiftet – ein Regiestuhl von Jever ging an die Buchhandlung Heyn in Klagenfurt, ein Fässchen Frankenheim Alt wird in der Buchhandlung A. Riepenhausen in Hall geleert werden. (cs, 5. 1. 2003)
http://www.norka.at/norkashop/pd1335440103.htm
http://www.schwarzalm.at/erleben/bierseminar.htm

KGBier Shoppingtipps

Österreich ist ein Land mit großer Biervielfalt. Leider sind viele Biere nur auf einem regional sehr eingeschränkten Markt erhältlich. Dies gilt gleichermaßen für die Gastronomie wie für den Einzelhandel. Zeigt der Gastwirt meist noch recht deutlich und werbewirksam, welches Bier er im Ausschank hat, so lässt der Einzelhandel nicht so leicht erkennen, dass sich hinter seinen Portalen so manch entdeckenswertes für den Bierliebhaber zu finden gibt.

Diesem Umstand wünschen wir Abhilfe verschaffen zu können, indem wir Geschäfte und Supermärkte vorstellen und bekannt machen möchten, die für den Bierkonsumenten und –liebhaber besonderes bieten.

In diesem Sinne möchte ich alle Vereinsmitglieder einladen, sich aktiv am Vereinsleben zu beteiligen. Wer wann und wo auch immer – sei es im Inland oder Ausland – ein Geschäft, einen Markt oder andere Konsumeinrichtungen entdeckt hat, die es wert sind, an dieser Stelle erwähnt zu werden, möchte es hier kundtun. Info@kgbier.at freut sich auf jede Menge Mails.

Den ersten Beitrag möchte ich leisten, indem ich eine Interspar-Filiale in Linz vorstellen möchte:

Interspar, Industriezeile, 4020 Linz

In der Nähe des Hafens und nahe der A7 gelegen, lässt dieser Supermarkt das Herz des Biertrinkers höher schlagen. Das Angebot an internationalen Bieren ist ja bekannt bemerkenswert und nahezu in allen Filialen identisch. Näher eingehen möchte ich jedoch auf die Auswahl an Oberösterreichischen Bieren, die mich den Weihnachtseinkaufsstress am 23.11.2002 rasch vergessen ließen. Denn neben den österreichweit vertrieben Marken und dem im Linzer Raum omnipräsenten Grieskirchner (Pils, Bock) blendet ein breites Spektrum oberösterreichischer Biere die durstige Seele. Die Schloss Eggenberg Brauerei war hier mit ihrem Pils, Premium Lager, Medium und dem wundervollen Urbock genauso vertreten wie die Braucommune Freistadt mit ihrem Ratsherrentrunk und dem Bock in der 0,3l Flasche. Die Baumgartner Brauerei bot Märzen, Stiftungsbier und Baunti 1609 Lager – welches sich im Raum Schärding als Partygetränk sehr großer Beliebtheit erfreut - feil, und die Brauerei Uttendorf war vertreten mit Pils, Falstaff und Bock. Um alle Regale und Kisten zu sichten benötigte ich rund 20 Minuten. Eine lohnende Freizeitbeschäftigung.

Hier bleibt fürwahr keine durstige Kehle trocken und dem Reisenden sie ein Tankstopp in der Industriezeile ans Herz gelegt. Ein schöneres Souvenir wie eine regionale Bierspezialität lässt sich für den Biertrinker wohl kaum finden. (mkw)

Prüftabelle für BIERTRINKER

SYMPTOM	URSACHE	AKTION
Nasse und kalte Füße	Glas im falschen Winkel gehalten	Drehe das Glas so, daß dessen Öffnung nach oben zeigt.
Nasse, aber warme Füße	Unsachgemäße Blasensteuerung	Stehst Du neben einem Hund ist alles klar, sonst geh mal aufs Klo ...
Bier unüblich schal und geschmacklos	Leeres Glas	Sag jemandem, er solle Dir ein Bier bezahlen
Gegenüberliegende Wand weist Neonröhren auf	Auf den Rücken gefallen	Ziehe Dich an der Bar hoch
Zigarettenstummel im Mund	Aufs Gesicht gefallen	s.o.
Geschmackloses Bier, nasses Hemd	Mund nicht geöffnet oder Glas an falscher Gesichtspartie angesetzt	Geh zur Toilette und übe am Spiegel
Sicht unklar bzw. verwischt	Du schaust durch den Glasboden	Frage jemanden, ob er Dir ein Bier kauft
Boden bewegt sich	Du wirst rausgetragen	Frage, ob sie Dich zur nächsten Bar bringen könnten
Bier ist kristallklar	Wasser! Jemand will Dich verarschen	Hau ihn !
Hand schmerzt, Nase schmerzt, Gedanken ungewöhnlich klar	Du warst in eine Schlägerei verwickelt	Entschuldige Dich bei jedem, den Du getroffen haben könntest
Jeder schaut zu Dir hoch und lacht Dich an	Du tanzt auf dem Tisch	Laß Dich auf jemanden runterfallen und schaue ihn verliebt an
Dein Gesang klingt schräg	Bier zu schwach	Mehr Bier, bis sich Deine Stimme verbessert
Keine Erinnerung an den Liedtext	Bier ist in Ordnung	Spiele Luftgitarre!
Du erkennst niemanden: weder Personen noch Räumlichkeit	Du bist in der falschen Party	Schau mal nach, ob sie Bier haben
Raum unüblich dunkel	Bar geschlossen	Laß Dir Deine Adresse vom Barkeeper bestätigen
Taxi bekommt plötzlich eine interessante Farbe und Textur	Bierkonsum überstieg persönliches Limit	Mund zuhalten!