# KGB-Newsletter 14 / 29. Juli ’03

## Inhalt:

Editorial: Was die Internationalisierung bedeutet;
was die Tiroler Tageszeitung über Gastro-Entwicklungen denkt;
wie man durch Biertrinken Asylsuchende fördert

Termine der Kampagne für Gutes Bier

Bierwelt-News, zusammengestellt von Conrad Seidl

Aus unserer Korrespondenzmappe

**********

Liebe Bierfreunde,

jetzt also auch die Römerquelle.

Coca Cola hat die bekannte österreichische Mineralwassermarke mit Quelle und allem drum und dran aufgeschlürft – hat irgendwer protestiert? Irgendwer darauf hingewiesen, dass man das „amerikanische“ Wasser aus der burgenländischen Ortschaft Edelsthal „nicht mehr trinken“ könne, weil es doch jetzt den Ausländern gehöre?

Nein, wäre doch auch ziemlicher Unsinn.

Beim Bier ist das offenbar ein bisschen anders; oder es fällt der Unsinn zumindest nicht so auf. Denn zu erklären, dass ein wahrer Patriot kein Bier trinken könnte, das letztlich von einem Unternehmen mit Sitz in den Niederlanden gebraut wird, das halten ernsthafte Österreicher für eine ernsthaft haltbare Aussage.

Das mag mit der emotionalen Bindung des Biertrinkers an die „Heimat des Bieres“ zu tun haben – obwohl man sich fragt, ob die sachliche Bindung eines Mineralwassers an seine Quelle einem vernunftbegabten Menschen nicht eher einleuchten sollte.

Aber die emotionale Heimat der Marke ist nur ein Teil dessen, was wir an einem Bier wahrnehmen. Wichtiger sollte eigentlich sein, wie es schmeckt – wer immer die Gewinne des Brauprozesses einstreift (oder die Verluste abdeckt).

Und da kommt die Größe irgendwie mit hinein: Auch ein sehr großer Brauereikonzern kann nur in begrenztem Maß Biervielfalt bieten – die kommt von den kleinen Brauereien. Wir haben es kürzlich beim Bierfestival des Falstaff-Verlags erlebt: Dort hat sich neben dem Angebot der BrauUnion das Bier der kleinen Emmerberg-Brauerei recht gut gemacht. Und die „Limited Edition“ aus der Schremser Brauerei hat uns besonders beeindruckt, weil sie eben anders als erwartet schmeckt.

Also: Nichts gegen Biere aus großen Brauereien, so lange sie interessant schmecken – uninteressante Biere lässt der bewusste Konsument ja ohnehin stehen. Aber alle Sympathien

für die kleinen Brauereien, die sich mit Alternativen zu den Großen um die Bierkultur verdient machen. Herzliches Prost

Conrad Seidl und Jochen Zuckermann

PS: In der *Tiroler Tageszeitung* vom 18. Juli haben wir einen sehr konsumentenfreundlichen Kommentar über die negativen Entwicklungen in der Gastronomie gefunden. Frank Staud kommt zu dem Schluß: „Klar ist aber auch, dass die Preispolitik der Gastronomie ein Hauptgrund für die steigende Pleitezahl ist. Vor allem mit der Umstellung auf den Euro wurde der Wirtshausbesuch für viele Konsumenten zum Luxus. Aus 10 Schilling wurde ein Euro und mancherorts, wie in Italien, sogar mehr. Wer seine Familie am Sonntag zu einem Einkehrschwung einlädt und etwa Kaffee und Kuchen bzw. eine Saure Wurst und ein Getränk spendiert, ist für vier Leute zwischen 20 und 30 Euro los. Angesichts solcher Preise brauchen sich die Wirte nicht zu wundern, dass die Umsätze um bis zu 20 Prozent zurückgehen. Sich dabei nur auf die Wirtschaftsflaute auszureden, ist zu billig."

PPS: Seit einigen Wochen haben einige Wiener Bierlokale eine Aktion laufen, dass mit jedem Bier ein Beitrag von zehn Cent an die Hilfsprojekte von Ute Bock gehen. Hintergrund: Täglich werden in Österreich Asylwerber auf die Strasse gestellt. Ute Bock kümmert sich seit Jahren um diese Menschen. Neuerdings wird sie auch von KGB-Mitglied Sebastian Zimmel unterstützt. Zimmel promotet in Österreich die Zigarren der Marke Bock y Ca (http://www.cigar-zimmel.at/) und spendet nun einen Teil des Bock-Umsatzes an Frau Bock. Und hier findet man die Lokale, wo man Bier zum Wohle der asylsuchenden Immigranten trinken kann: http://www.fraubock.at/lokale.html

# Termine der Kampagne für Gutes Bier

* KGB MÄRZENBIER-VERKOSTUNG

**Freitag 29. August 2003: um 19.00 Uhr**
**im Artmayr**
**Gymnasiumstrasse 8, 1190 Wien**
**Telefon +43 (1) 479 00 45**

Zu dieser Verkostung – geleitet von Manfred Weghuber – sind Anmeldungen unbedingt notwendig; und zwar direkt bei Manfred.

* STAMMTISCH DER KAMPAGNE FÜR GUTES BIER

**4. September 2003, um 19.00 Uhr**
**im Siebensternbräu**
**Siebensterngasse 19, 1070 Wien**

http://www.7stern.at/

Beim Stammtisch sind alle Bierfreunde herzlich willkommen – natürlich freuen wir uns, wenn jemand bei dieser Gelegenheit Mitglied wird. Wie immer gilt, dass Konsumationen am Stammtisch selber bezahlt werden müssen. Und dass unter den Mitgliedern bierige Goodies verlost werden.

* WEITERE VORGEMERKTE TERMINE:

**13. September 2003:** KGB-Bierausflug in Niederösterreich – Auskünfte dazu bitte bei unserer Vorsitzenden Britta Dolenc ab Ende August

**17. Oktober 2003:** KGB-Stammtisch im Bierochs

**14. November 2003, um 19:00 Uhr**: KGB-Stammtisch in der Gösser Bierklinik

**Freitag 12. Dezember 2003, um 19:00 Uhr:** KGB-Stammtisch

**********

* BIERREISEN:

**US-Beer-Experience:** Roland Demleitner vom Bundesverband Mittelständischer Privatbrauereien veranstaltet vom 27. September bis 11. Oktober eine Marketing-Studienreise nach Philadelphia, New York, Boston, Las Vegas, San Francisco, Chico, Milwaukee, New Glarus und Chicago – gemeinsam mit DER Reisebüro GmbH & Co. OHG, Neumarkt 12 , 65549 Limburg , Tel.: +49 6431 9332-0 , Fax: +49 6431 22633
http://www.abseits.de/weblog/2003_06_01_archiv.html#95913878

Bei dieser Reise wirkt Bierpapst Conrad Seidl an der fachlichen Umsetzung mit. Auskünfte dazu daher auch bei ihm: Bierpapst@gmx.net

# Was sich in der Bierwelt sonst noch tut:

## * KULMBACHER WÄCHST GEGEN DEN TREND

**Kulmbach** – Nach einem Bericht des *Südkurier* hat die Kulmbacher Gruppe ihren Bierausstoß im ersten Halbjahr um vier Prozent auf 1,006 Millionen Hektoliter gesteigert – und das dem Markttrend zum Trotz, der derzeit in Deutschland Großbrauereien mit hohem Anteil an Einweggebinde durch das Zwangspfand „bestraft". In der Gruppe, zu der auch die Sternquell in Plauen, die Braustolz in Chemnitz und die Bad Brambacher Mineralquellen gehören, stieg der Umsatz per 30. Juni um 11,2 Prozent auf 102,7 Millionen Euro. Der Konzern-Jahresüberschuss erhöhte sich den Angaben zu Folge im ersten Halbjahr 2002 um 1,3 auf 2,1 Millionen Euro. (cs 28. 7. 2003)
http://www.skol.de/nachrichten/dpa/ecoline/rubriken/konsumgueter/388,547346.html?fCMS=c216402857716798cca4551d78ef21ac
http://www.kulmbacher.de/

## * BIERMÖSL-BLOSN GEGEN WARSTEINER

**München –** Jeder Biertrinker hat Biertypen die er mehr schätzt und solche, die er weniger schätzt. Ich für meinen Teil zähle das deutsche Warsteiner eindeutig zu den letzteren, meine Sympathie liegt eher bei den bayrischen Weissen. Als in Ostösterreich beheimatet kommt diese Antipathie kaum zum tragen, beschränken sich meine Kontakte mit der grossen Marke doch auf Links-liegen-lassen im Supermarkt und gelegentlich nicht zu vermeidende Zwangsbeglückung in Lufthansaflügen. Dennoch amüsiert mich der Bierstreit zwischen dem bayrisch kaberettistischen Gesangstrio Biermösl Blosn und der deutschen Grossbrauerei. Worum es geht? Lesen Sie weiter:

Während in Österreich primär Medien und Konsumentenvertreter mit starkem Konnex zu mittelständischen Brauereien gegen die Einheitsbiergefahr samt Verdrängungswettbewerb, symbolisiert durch die Heineken-Übernahme der BBAG ins Feld zogen, ist in Bayern Bierkultur offensichtlich tiefer verwurzelt. Dies offensichtlich auch bei Kulturschaffenden und so störten sich die Mitglieder der Kultband 'Biermösl Blosn' nach eigenen Aussagen daran, dass 'Warsteiner einen Verdrängungswettbewerb gegen kleine Brauereien' führe.

Also bezogen die subversiven Barden Ihre Meinung zu Warsteiner in einen Liedtext mit ein. 'Zur Frage g'hört a Antwort, zur Gülle a Urin. Und zu einem Warsteiner, da g'hört ein Aspirin' dichtete man flugs im aktuellen Hit 'Das Wasser ghört zum Waschen' (CD: 'Wellcome to Bavaria'.Und brachte damit die Konzernzentrale bei Warsteiner prompt zum Kochen. Während so manch einer in dem Lied nicht mit unbekratztem Image wegkommt erwies man einzig in Nordrhein-Westfalen als ausreichend humorlos genug, hier schriftlich und unter

Androhung rechtlicher Konsequenzen forderte man die Bayern auf, diese Textzeile zu streichen.

In der Tradition des durchaus hinterhältigen Humors von Karl Valentin oder Gerhard Polt reagierten die Bayern prompt und liessen verlautbaren, 'Gerne kommen wie Ihrer dringlichen Bitte um Änderung dieser Strophe nach'. Nach dieser Warnung ergänzte man den Liedtext um eine neue Zeile, wie die Presse berichtet: 'Zur Trinkwasserversorgung g'hört Wasserschutz, zur Büchs'n g'hört Blei. Und des Warsteiner Bier g'hört in an Castor-Behälter 'nei' Warsteiner reagierte darauf mit einer Klage.

Somit findet sich nun auf der Webseit der Biermösl Blosn eine dritte Variante des nunmehr eindeutig objektivierten und abgeschwächten Textes die da lautet 'Wer freiwillig so a Warsteiner sauft und hat Schädelweh hinterher, mit dem ham mia koa Mitleid, dem ghört einfach net mehr !'

Bleibt abzuwarten, ob die Norddeutschen Brauer damit leben können, schliesslich lässt diese Variante dem Willen des Konsumenten freien Lauf. Der ist auch Warsteiner wichtig, quittierte Warsteiner-Sprecher Miachael Walewski die Vorwürfe des Verdrängungswettbewerbs mit der Aussage: 'Letztendlich entscheidet der Konsument.' Für alle, die sich selber in Zusammenhang mit Bier mit dem schönen neudeutschen Wort 'Prosumer' (englisches Kunstwort aus Professional und Consumer' bezeichenen sicher ein Hinweis darauf, den Kauf von CDs der Biermösl Blosn ernsthaft in Erwägung zu ziehen....
(kjz, 28. 06. 2003 )
http://www.biermoesl-blosn.de/
http://www.warsteiner.de/de/homepage/index_home.asp
http://www.life-style.at/

* WARSTEINER WILL UNABHÄNGIG BLEIBEN

**Warstein** – Und noch eine Nachricht aus Warstein: Albert Cramer und Dr. Gustavo Möller-Hergt haben nach einem Bericht der *Westfälischen Rundschau* auf der Halbjahres-Pressekonferenz des Hauses Cramer versichert: Die Warsteiner Brauerei wird niemals verkauft. Sollte es keinen Erbe aus dem Hause Cramer mehr geben, geht die Brauerei in den Besitz der inzwischen schon gegründeten "Warsteiner Stiftung" über. Bei der Vorstellung des Halbjahresergebnisses für 2003 vermeldete die Cramer-Gruppe zwar einen Rückgang des Gesamtumsatzes um 6,8 Prozent auf nunmehr 235,5 Mio. Euro (der Bierausstoß in Deutschland sank um 14 Prozent), die Rentabilität im Unternehmen stieg dennoch um einen zweistelligen Prozentbetrag an. Damit sieht man sich im Haus Cramer mit der Umstellung von "Klasse (Premium-Bier) statt Masse" und der erfolgten Anhebung des Preisniveaus bestätigt. Für Albert Cramer ist das Messen am Hektliter-Umsatz ohnehin Gift.. "Langfristig wird eine Marke dadurch gefährdet." Warsteiner will sich für die Zukunft als "europäisches Premium-Bier" am Markt einen Namen machen.
(cs, 25.07.2003)
http://www.westfaelische-rundschau.de/wr/wr.staedtenews.volltext.php?id=732965&zulieferer=wr&kategorie=LOK&rubrik=Stadt&region=Warstein

* ANHEUSER BUSCH MIT WENIGER BIER UND MEHR GEWINN

**St.Louis/Berlin** - Der weltgrösste Brauerei-Konzern hat im zweiten Quartal 2003 den Gewinn deutlich gesteigert und die Analystenerwartungen getroffen, berichtet das *WirtschaftsBlatt*. Dass der Gewinn auf Preiserhöhungen beruhe, sei nicht Besorgnis erregend, da die Absatzschwäche vor allem auf schlechtes Wetter zurückzuführen gewesen sei, zitierte das Blatt Mark Swartzberg, Analyst bei Legg Masson. "Wenn es schwieriger wird, ziehen die Preise an", sagte Swartzberg. Das Nachrichtenmagazin *Focus* hatte zuletzt berichtet, Anheuser-Busch plane noch in diesem Jahr den Einstieg in Deutschlands größte Brauerei Holsten. Holsten hatte zuvor mitgeteilt, im Zuge der weltweiten Konsolidierungswelle in der Bierbranche auf internationale Partnersuche zu gehen. Voerst, so heißt es, wolle Holsten Zukäufe von 200 bis 300 Millionen Euro im eigenen Lande tätigen, um so auf den Marktanteil auf 20% zu verdoppeln - 2002 waren es rund 10%. Damit wiederum würde Holsten auch für internationale Partner interessanter werden. Zuletzt hatten die Ergebnisse wie bei allen anderen deutschen Brauern durch die Einführung des Dosenpfandes samt katastrophaler Abwicklung deutlich gelitten.

Berichte tschechischer Medien, der US-Konzern wolle sich auch an der tschechischen Brauerei Budweiser beteiligen, sind bislang ohne Bestätigung geblieben. Noch hallt in unseren Ohren der weltweite Kampf um die Marke 'Budweiser' zwischen der Brauerei Budvar und dem US-Giganten Anheuser-Busch nach. Nun sieht es aus als könnten die immer noch 40 laufenden Gerichts- und Markenstreitigkeiten auf aussergerichtlichem Wege gelöst werden - oder zu deutlich schwereren Gefechten führen. Mit der noch staatlichen tschechischen Budejovicky Budvar streitet sich Anheuser-Busch über die Rechte an dem Markennamen Budweiser.

Wie die Prager Zeitung *Mlada Fronta Dnes* berichtet plant das tschechische Finanzministerium einen Verkauf des Traditionsunternehmens bis spätestens Ende 2004. Dieser Verkauf könnte eine wesentlich Entlastung für den auch in Hinblick auf den EU-Beitritt schwierigen Staatshaushalt der tschechischen Republik dbringen. Während der Buchwert bei 'nur' 3,5 Milliarden Kronen (rund EUR 100 Millionen) liegt, schätzen Kenner der Szene den Gesamtwert inklusive der 380 Schutzmarken in über 100 Ländern wesentlich höher. 30 Milliarden Kronen (etwa EUR 1 Milliarde) soll die Transaktion bringen.

Einige heisse Kandidaten für diese Bierehe werden bereits kolportiert, die auch potent genug für eine Übernahme erscheinen. Neben Heineken, die seit dem BBAG-Kauf zwei kleinere Brauereien in Tschechien mit rund 5% Marktanteil besitzen, wird auch Interbrew und Scottish & Newcastle reges Interesse nachgesagt.

Der wohl brisanteste Interessent ist jedoch just Anheuser-Busch, die sich mit der Übernahme der Markenrechte den Namen weltweit sichern könnten und gleichzeitig die kostenintensiven Rechtsstreitigkeiten los wären. Nicht alle finden aber Geschmack an Bud und Bud Light. So soll Finanzminister Fencl gar ein Gesetz vorbereiten, das eine 'wilde Privatisierung' Budvars

verbieten würde. Auch der altgediente Direktor der Brauerei, Jiri Bocek, sieht im US-Riesen eher einen Liquidator als einen strategischen Investor.

Österreichische Bierliebhaber sollten jedenfalls nicht die Hoffnung aufgeben, dass man in Zukunft im Schweizerhaus auch weiterhin ein echtes Bier aus Budvar im Krügel hat und kein Bud Light. Bei allem Markenbewusstsein würde auch ein Riese wie Anheuser kaum das lukrative Geschäft mit der renommierten tschechischen Marke aufgeben. (kjz/cs 24. 7. 2003)
http://www.wirtschaftsblatt.at/cgi-bin/page.pl?id=244536&tid=2&cid=1

* CHINAS BIERMARKT WÄCHST UNGEBREMST

**London/Peking** – Chinas Biermarkt ist inzwischen der größte der Welt – aber er dürfte noch kräftig weiter wachsen, berichtet der Branchendienst Canadean. Demnach wuchs der Markt allein im Vorjahr um sechs Prozent – vor allem in städtischen Zentren; auf dem Land lebende Chinesen trinken um etwa 40 Prozent weniger Bier. (cs 22. 7. 2003)
http://www.foodanddrinkeurope.com/marketreport/report.asp?id=2304

* PIESTINGER VERSUCHT QUALITÄTSSTRATEGIE

**St.Pölten** - Die Übernahme der Brau AG durch den holländischen Biergiganten Heineken ließ bei den heimischen Klein- und Hausbrauern Überlegungen über einen Zusammenschluss in einem eigenen Verband keimen. „Also, ich kann mir nicht vorstellen, wie so etwas funktionieren soll. Da sind die Strukturen und Interessen der einzelnen Brauereien viel zu unterschiedlich," meint Frank Schmitt, der Chef der Piestinger Brauerei, gegenüber dem *NÖ Wirtschaftspressedienst.*
Sein Brauer-Kollege Peter Riedmüller von der eine Autostunde entfernten Hainfelder Brauerei Ausstoß rund 13.500 Hektoliter jährlich - wollte sich dazu überhaupt nicht äußern. „Das ist kein Thema für die Öffentlichkeit," stellte er auf Anfrage kurz angebunden fest. Schmitts modern ausgestattete Brauerei im Piestingtal wappnet sich gegen die zunehmend aggressive Preispolitik auf dem Biermarkt mit drei Strategien: „Qualität, Flexibilität und Regionalität sind unsere Stärken. Unser Fassbier ist ein bis zwei Wochen jung, wenn es zum Kunden kommt. Das schmeckt man." Die Nähe zum Kunden der Auslieferungsradius beträgt rund 50 Kilometer ab Brauerei erlaube hohe Flexibilität. Im abgelaufenen Jahr brauten die 17 Piestinger-Mitarbeiter rund 20.000 Hektoliter Gerstensaft. (chevy 18. 7. 2003)
http://www.piestinger.at

* WETTBEWERBSHÜTER GEBEN HEINEKEN GRÜNES LICHT

**Amsterdam** - Die europäischen Wettbewerbsbehörden haben der am 2. Mai bekannt gegebenen Übernahme des österreichischen Marktführers BrauUnion und des mitteleuropäischen Großbraueres BBAG durch Heineken zugestimmt: "Die Kombination von BBAG und Heineken gibt keinen Anlass für wettbewerbsrechtliche Bedenken, da beide nur minimale Überlappungen ihrer geschäftlichen Aktivitäten im europäischen Biermarkt haben." Nach den EU-Behörden müssen nun noch nationale Behörden in einigen Ländern, wo BBAG und Heineken aktiv waren, zustimmen, aber dies gilt nur noch als Formalität. Für Österreich

argumentiert die EU-Kommission, der Biermarkt sei nach wie vor stark zersplittert. Es gebe weiterhin eine große Anzahl von Konkurrenten am Markt.
Bis Juli 2004 sollen sämtliche Brauaktivitäten von BBAG und Heineken in Zentraleuropa unter dem Dach der "BrauUnion" zusammengeführt werden. Die BrauUnion steigt damit zum größten Bierkonzern in Zentral- und Osteuropa auf.
Heineken hat angekündigt, den Aktien-Streubesitz an der BBAG zu einem Kurs von 124 Euro und BrauUnion zu einem Kurs von 127,27 Euro aufzukaufen. Das entspricht Kursgewinnen von 34 beziehungsweise 45 Prozent gegenüber dem Schlusskurs vom 30. April 2003.Heineken zahlt für die Totalübernahme des österreichischen Bierkonzerns insgesamt 1,9 Milliarden Euro. (cs 18. 7. 2003)
http://www.heinekeninternational.com/redirect.do?url=4792|133|4793

## * SCHWEIZ WILL STRENGERE BIER-DEKLARATION

**Bern** - Ab dem Mai 2005 soll auf Bierflaschen und Bierdosen in der Schweiz eine vollständige Deklaration der Zutaten verpflichtend werden. Das hat das Bundesamt für Gesundheit (BAG) verfügt. Im Bulletin des Amtes heißt es: "In der Europäischen Union bestehen für die Etikettierung von Getränken mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent zurzeit keine gemeinschaftlichen Vorschriften. Einzelne Mitgliedstaaten schreiben die Angabe eines Verzeichnisses der Zutaten zu Bier allerdings ausdrücklich vor (z. B. Deutschland, § 6 Abs. 6 Ziff. 2 der deutschen Lebensmittelkennzeichnungsverordnung). Im Zusammenhang mit den allgemeinen Bestrebungen, die Konsumentinnen und Konsumenten durch eine offene und vollständige Lebensmitteldeklaration zu informieren und bei einer allfällig vorhandenen individuellen Gesundheitsgefährdung durch einzelne Zutaten von Lebens- und Genussmitteln in ihrem selbstverantwortlichen Handeln zu unterstützen, kann diese bisher tolerierte Kennzeichnungspraxis heute nicht mehr als zeitgemäss erachtet werden." Ein Grossteil der Schweizer Brauer verzichtete laut Baseler Zeitung bisher auf eine Kennzeichnung der Inhaltsstoffe. (cs, 16. 7. 2003)
http://www.bag.admin.ch/dienste/publika/bulletin/d/BU29_03%20d.pdf

http://www.baz.ch/news/index.cfm?ObjectID=805C226A-93A5-495B-9F1861B674040C44&Key=Vermischtes&KeyID=6BF9B4A6-7C45-4B8B-AAC0F6F27F40F7A6

## * STIEGL JUBELT ÜBER ZUWÄCHSE

**Salzburg** – Die Salzburger Stiegl-Brauerei verkaufte die Salzburger bis Ende Juni rund 5 Millionen 0,5l-Flaschen Stiegl-Bier mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Vor allem der Juni bescherte Stiegl ein Rekordergebnis. „Im heißesten Juni aller Zeiten konnten wir allein mit unserer Hauptsorte Stiegl-Goldbräu ein Umsatzplus von über 27 Prozent erzielen. Das ist eine erneute Bestätigung, dass unser Stiegl im Trend liegt und Bier auch bei hohen Temperaturen gerne getrunken wird“, freut sich Stiegl-Eigentümer Heinrich Dieter Kiener. Neben dem Zugpferd Stiegl-Goldbräu punktete die größte österreichische Privatbrauerei vor allem mit ihrem naturtrüben Stiegl-Zwickl und dem kalorienarmen Gaudi-Radler (110 Kcal pro 0,5 Liter). Erfreulich entwickelte sich auch das erst im Mai 2003 auf den Markt gebrachte „Stiegl-Spezial“ in der Bügelverschlussflasche. . (cs, 16. 7. 2003)

* BRAUER-PRÄSIDENT AUSGEZEICHNET

**Graz** - Das „Große Goldene Ehrenzeichen des Landes Steiermark“ wurde dem Präsidenten des Verbands der Brauereien, Johann Sulzberger am 8. Juli von Frau Landeshauptmann Waltraud Klasnic verliehen. Frau Landeshauptmann Waltraud Klasnic würdigt damit das herausragende Engagement, das Herr Johann Sulzberger jahrelang in der Funktion als Vorstandsmitglied der BrauUnion um das Land Steiermark geleistet hat. „Leistungen, die für die Region und deren Menschen unverzichtbar waren und sind,“ heißt es in der Pressemitteilung. Dazu muss man wissen: Die BrauUnion hat in den neunziger Jahren den steirischen Brauereikonzern Steirerbrau übernommen und sämtliche Führungsstrukturen aus der Steiermark nach Linz verlagert. (cs, 15. 7. 2003)
www.brauunion.at
http://www.landeshauptmann.steiermark.at/cms/beitrag/10046467/257059/DE/

* DEUTSCHLAND ERWÄGT NEUE STEUER AUF BIER, ABER AUCH AUF WEIN UND SEKT

**Berlin** - Deutsche Konsumenten von Bier, Wein, Sekt und anderen alkoholischen Getränken sollen mit einer Sonderabgabe zahlen müssen – zumindest wenn es nach den Gesundheitsministern der deutschen Bundesländer geht. Die Bundesregierung hingegen hat andere Pläne. Bei ihrer Konferenz Anfang Juli in Chemnitz hätten die Gesundheitsminister als eine Maßnahme zur Suchtbekämpfung eine "Verbesserung der Finanzierungsmöglichkeiten im Präventions- und Hilfebereich auch durch zweckgebundene zusätzliche Abgaben auf Alkohol- und Tabakerzeugnisse" beschlossen, berichtete die *Bild am Sonntag*. Auch der Geschäftsführer der Hauptstelle gegen Suchtgefahren, Rolf Hüllinghorst, plädierte dafür. Ein Sprecher des Bundesministeriums sagte am Sonntag: "Das ist nicht unser Programm." Wenn die Länder solche Zusatzabgaben einführen wollten, müsse ein entsprechender Antrag im Bundesrat gestellt werden. Vor der Sommerpause sei ein solcher Antrag nicht in die Länderkammer eingebracht worden, sagte der Sprecher. Er verwies auf den von der Bundesregierung vorgelegten Aktionsplan Drogen und Sucht. Darin werde klar hervorgehoben, "dass wir die Prävention stärken wollen, auch in Bezug auf Alkohol". Eine Zusatzabgabe gehöre aber nicht dazu. Bei einer Verteuerung von Alkohol um einen halben Cent pro Milliliter würde die 0,5-Liter-Flasche Bier mit 4,8 Prozent Alkoholgehalt um 12 Cent, eine 0,75-Liter-Flasche Sekt mit 11 Prozent Alkohol um 41 Cent teurer.. (cs, 13. 7. 2003)
http://www.n24.de/nachrichten/inland/index.php?a2003071314415086404

* DIE BESTEN BIERGÄRTEN IN MÜNCHEN UND UMGEBUNG

**München** - Die Münchner *Abendzeitung* hat ihre Leser im Mai und Juni die besten Biergärten der Stadt und ihrer Umgebung wählen lassen. Unter Aufsicht von Gerhard Merk,

der selber für einen kompetenten Biergartenführer und eine Biergeschichte Münchens verantwortlich zeichnet, kam folgendes Ranking heraus: Bester Biergarten der Stadt ist der Franziskaner Biergarten in Trudering vor dem Paulaner am Nockherberg und dem Hofbräu-Keller am Wiener Platz. Beliebtester Land-Biergarten ist das Liebhards Bräustüberl in Aying, ein Ausschank der gleichnamigen Brauerei. Auf der Website der AZ ist das Ergebnis erstaunlicherweise nicht zu finden, wohl aber Beschreibungen der wichtigsten Biergärten – ideal für die Planung eines München-Trips bevor das Oktoberfest alle Aufmerksamkeit auf sich zieht. (cs 6. 7. 2003)
http://www.abendzeitung.de/services/2003/biergarten/index.php3

* BIER-BIBLIOTHEK IN HAMMELBURG

**Berlin** - Wer sich in Hammelburg über das Brauen von Bier informieren möchte, hat gut Lachen. Denn die Hammelburger Stadtbibliothek wartet mit einer neuen Abteilung "Bierothek" auf. Darin steht eine stattliche Anzahl von Fachbüchern zum Thema Bier und Hausbrauen. Das berichtet das Hausbrauer-Netzwerk Hobbybrauer.de.

Stifter der Sammlung ist der Hammelburger Hobbybrauer Michael Mihm. Zum Abschluss der Ausstellung "Bier und Buch" hat er die Bücher an die Leiterin der Stadtbibliothek übergeben. Wer sich in Hammelburg jetzt selbst als Brauer versuchen möchte, kann sich in der "Bierothek" ausführlich informieren. Aber auch aus ganz Deutschland können Freunde des köstlichen Getränks an dieser Bibliotheks-Innovation teilhaben - mit Hilfe des Fernleihsystems der Bibliotheken. Die aktuellste Liste der zur Verfügung stehenden Titel und weitere Informationen findet sich unter www.hausgebraut.de unter "Service" -> "Bier trifft...".. (cs 4. 7. 2003)
http://www.hobbybrauer.de/modules.php?name=News&file=article&sid=367

* DAB IN SCHWIERIGKEITEN

**Dortmund** - Die Sorgen um den Fortbestand der DAB-Brauerei in Dortmund wachsen weiter, berichtet das *Handelsblatt*. Wegen der starken Einweg-Lastigkeit der Marke sei der Absatz dramatisch zurückgegangen. Ursache für den rückläufigen Bierkonsum sind laut *Handelsblatt* das Dosenpfand und die politische Entscheidung über Einwegsysteme. Die Radeberger Gruppe und vor allem die DAB seien davon überproportional betroffen. Der deutsche Gesamtmarkt hat einen Einweganteil von 20 %, die Radeberger Gruppe einen Einweganteil von 30 %, die DAB einen Anteil von 55 %. Die Einwegmengen der Gruppe gingen nach Unternehmensangaben im Vergleich zum Vorjahr bisher um 70 % zurück, die Mehrwegmengen steigen parallel dazu um lediglich 25 %. Nun soll die Dortmunder Brauerei DAB als erste Tochtergesellschaft der Radeberger Gruppe eine Schrumpfkur erfahren, um den Standort zu retten.
Seit ihrer Gründung im Jahre 1867 hat sich die Dortmunder Actien-Brauerei zu einer der bedeutendsten deutschen Brauereien entwickelt. Sie ist Mitglied der Radeberger-Gruppe, Frankfurt, über die innerhalb der Oetker-Gruppe der Geschäftsbereich Bier und alkoholfreie Getränke organisiert ist. (cs 4. 7. 2003)
http://www.handelsblatt.com/hbiwwwangebot/fn/relhbi/sfn/buildhbi/cn/GoArt!200012,200038,641730/SH/0/depot/0/
http://www.dab.de/

# Aus unserer Postmappe:

## * VOM RICHTIGEN ANSTOSSEN MIT BIER

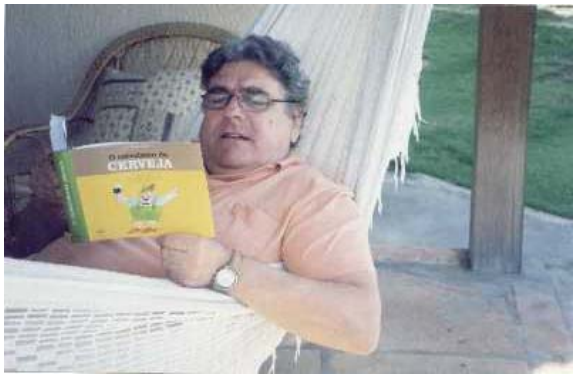
Werner Tschernoussow (jesse@jesseweb.de) fragte: „Ich bin schon seit geraumer Zeit auf der Suche nach der Herkunft der Tradition, das Bier nach dem Anstoßen noch einmal auf dem Tisch abzusetzen bevor man trinkt. Können Sie mir darauf eine Antwort geben?“

Conrad Seidl antwortete dazu: „Ich habe dieses Thema immer wieder mit meinen Seminarteilnehmern diskutiert, aber ganz geklärt erscheint es mir nicht.

- Die nächstliegende Erklärung ist eine rein praktische: Wenn man mit Bier anstößt, schwappt leicht etwas über, man riskiert also, dass außen am Bierkrug herunterlaufende Tropfen in den Bart oder auf die Krawatte geraten - durch einmaliges Absetzen kann man dafür sorgen, dass diese Bierreste auf der Tischplatte oder dem Bierdeckel bleiben.
- Ein anderer Erklärungsansatz hat damit zu tun, dass man unbedingt versuchen sollte, mit allen am Tisch anzustoßen, auch wenn sie unerreichbar weit sitzen - um niemand zu beleidigen. Stößt man mit den Erreichbaren an und dann mit dem Tisch, so hat man mit dem ganzen Tisch angestoßen. (So um 1980 habe ich bei einem Besuch in Ostberlin erlebt, dass Gäste kurz an dem auf dem Tisch stehenden Aschenbecher "angestoßen" haben - man hat mir erklärt, dies bedeute, man könne so nicht vergessen, mit jemand am Tisch sitzenden anzustoßen, weil dieses Ritual eben eine Ersatzhandlung darstelle.)
- Ein wieder anderer Erklärungsansatz nimmt das Umgekehrte an: Wenn man mit allen am Tisch sitzenden angestoßen hat, könnte ohne dass es dem einzelnen Tischgenossen bewusst gewesen sein musste, ein nach den damaligen zünftischen Wertvorstellungen "Unehrlicher" (etwa ein Scharfrichter, Abdecker oder auch ein Jude) dabei gewesen sein. Mit einem Unehrlichen durfte man aber als anständiger Bürger im Mittelalter oder der frühen Neuzeit eigentlich nicht trinken; man hätte damit die eigene Ehre und den Ausschluss aus der eigenen Zunft riskiert. Wenn man also den Krug absetzte, bevor man daraus trank, so konnte man damit möglicherweise ein "irrtümliches" Anstoßen mit einem Unehrlichen rückgängig machen.“

Gibt es weitere/bessere Erklärungen?

## * BIERIGE MISSIONSTÄTIGKEIT IN BRASILIEN



Wie berichtet, ist Conrad Seidls Bier Katechismus kürzlich auch in Brasilien in portugiesischer Sprache erschienenen. Der Auslands-Steirer Reinhard Lackinger (im Bild bei der Lektüre der brasilianischen Ausgabe), der mit seiner Frau Maria Alice in Porto da Barra das „Bistrô PortoSol“ (Rua César Zama, 4, Porto da Barra – Barra, Telefone: (055) 71 264-7339) betreibt, hat schon öfters über das

mangelnde Bierverständnis seiner Gäste geklagt. Nun wirbt er fleißig für den Katechismus und eine Weiterentwicklung der brasilianischen Bierkultur. Er schreibt:

„Oi Conrad,

wirf bitte einen Blick auf die fotos "inverno 2003" auf der homepage des Bistros www.reg.combr.net/bistro.htm .Vergangenen Samstag sprach ich auch in einer hiesigen Radiostation über den Kathechismus, erzählte vom Buchautoren und wo man in Salvador den Catecismo kaufen kann.

Saúde

Reinhard“

Danke Reinhard! Es wäre schön, wenn sich die Idee vom kundigen Biertrinken auch in Südamerika noch weiter verbreiten würde – Österreich leistet hier sicher einen Beitrag zur bierigen Entwicklungshilfe.

## GRATULATIONEN AN JOHN HICKENLOOPER

Wie berichtet hat der amerikanische Brewpub-Pionier John Hickenlooper die Bürgermeisterwahlen in Denver, der Hauptstadt von Colorado, gewonnen. Nun trudeln die Gratulationen aus Braustädten ein – zum Beispiel aus Wieselburg:

„From: Gudrun Lasselsberger g.lasselsberger@wieselburg.at
To: Hickenlooper@HickenlooperforMayor.com
Date: Tuesday, July 15, 2003, 9:47:48 AM

Subject: Congratulations

===8<==========Original message text==========

On behalf of the city of Wieselburg - home of Austria?s second largest

brewery - I extend my congratulations to you on winning the June 3 election.

Sincerely,

Günther Leichtfried, Mayor of Wieselburg, Lower Austria

===8<==========End of original message text==========“

UND NOCH EIN ERSCHRECKENES BILD,
das uns Gottfried Seitz geschickt hat – ein Beweis, dass die Gleichberechtigung noch nicht vollkommen ist: