

## Viel Arbeit, ein Bier zu etablieren

**Bier** Wer ein eigenes Bier auf den Markt bringen will, hat gute Chancen - wenn die Qualität stimmt

Die kleinen Bierbrauereien in der Obersee-Region florieren - immer mehr Kunden wollen ein Bier aus «ihrer» Gegend trinken. Doch wer Erfolg haben will, muss gezielt anders sein als die Grossen.

**Matthias Mehl**



Grossverteiler wie Coop und Manor setzen in der Region ebenfalls auf lokales Bier - der Kunde schätze dies. (Manuela Matt)

Er habe damals mit ganz viel Idealismus angefangen, sein eigenes Bier zu brauen. Heute, zehn Jahre später, habe er sich diesen Idealismus immer noch bewahrt. «Sonst würde ich wohl auch nicht als selbständiger Braumeister arbeiten», sagt Stephen Hart und lacht. Denn ein Zuckerschlecken sei das Bierbrauen wirklich nicht, sondern anstrengende Arbeit.

Und Arbeit hat Stephen Hart, Geschäftsführer der Bier Factory in Rapperswil-Jona, derzeit genug. «Wir kleinen Anbieter merken deutlich, dass immer mehr Biertrinker etwas anderes, etwas Echtes aus ihrer Region wollen», sagt er. Und er kommt diesem Wunsch gerne nach. Hart verkauft im Jahr etwa 200 Hektoliter Bier - der Renner in seinem Sortiment ist Rappigold. Auch im Manor Rapperswil stehen seine Biere seit zweieinhalb Jahren in den Regalen. Denn der Grossverteiler merkt ebenfalls, dass lokales Bier bei den Kunden gut ankommt.

Stephen Hart ist nicht der einzige Kleinanbieter, der davon profitiert: In der ganzen Schweiz sind derzeit so viele kleine und mittelgrosse Brauereien im Betrieb wie seit 90 Jahren nicht mehr. Etwa 300 Biersteuer zahlende Brauereien gibt es. «Und die meisten davon können sich gut in ihrer Nische behaupten», sagt Ralf Schröder, Geschäftsführer der IG unabhängiger Klein- und Mittelbrauereien. Die Kleinen legten zu, obschon der Bierkonsum in der Schweiz insgesamt rückläufig ist (siehe Kasten). Das gilt nicht nur für etablierte Unternehmen wie die Bier Factory, sondern auch für die «Neuen» im Biermarkt. Einer davon ist Philipp Uehlinger. Zusammen mit einem Geschäftspartner steht er hinter dem Pfauenbier. Dieses wurde

vor fast genau einem Jahr am Drachenbootrennen in Rapperswil erstmals öffentlich ausgeschenkt. Seither hat sich viel getan.

### **Partner gefunden**

«Wir arbeiten heute mit vielen Restaurants und Beizen zusammen, die unser Bier in ihren Stuben ausschenken», sagt Philipp Uehlinger. Seit Juli führen auch die lokalen Coop-Filialen sein Pfauenbier.

Das Finden von Vertriebspartnern sei aber eine der ganz schwierigen Aufgaben im Brauereigeschäft, bilanziert Uehlinger. Besonders, wenn man noch keinen Namen hat. Er ist aber mit dem ersten Jahr zufrieden, wichtige Meilensteine wurden erreicht. Mittlerweile werden um die 200 Hektoliter Pfauenbier im Jahr verkauft.

Ein ganz grosses Ziel steht für Uehlinger aber noch aus: die Eröffnung einer eigenen Brauerei in Rapperswil-Jona. Denn bisher wird sein «Bier für Rapperswil» noch in der RosengartenBrauerei in Einsiedeln gebraut. «Sobald wir als Firma genug etabliert sind, nehmen wir das Projekt Brauerei in Rapperswil in Angriff», sagt Uehlinger. Bis dahin nutze man die gute Partnerschaft mit Einsiedeln. Auch dort zeigt sich: Die Lokalprodukte ziehen an - mittlerweile verkaufe man auch sehr viel in Ausserschwyz.

### **Konzept: anders sein**

In einem Punkt sind sich die Kleinbrauer einig: Bier verkauft sich nicht nur wegen des Standortvorteils. «Wer nur darauf setzt, schafft es kaum», sagt Stephen Hart. Qualität und auch Andersartigkeit seien entscheidend. Er selber biete daher bewusst Biersorten an, die sich vom Gros abheben, wie zum Beispiel das dunkle «Blackbier». Ein Konzept, das sich auch in Einsiedeln bewährt hat. Dort wurde erstmals in der Schweiz Bier mit Mais gebraut. Ein Produkt, das auch andere Kleinanbieter übernommen haben.