

BRAUEREIEN

Béier wéi fréier



Finden Sie den Unterschied: Nur das Verfallsdatum unterscheidet das einstige Redinger Okultbier von jenem, das Simon im März neu lancierte. Die Wiltzer Brauerei setzt auf Luxemburger Spezialbiere.

(Foto: Renée Wagener)

Um gegenüber der in- und ausländischen Konkurrenz zu bestehen, setzen Luxemburger Brauereien zusehends auf Spezialbiere. Eine Nischenpolitik, die für mehr Vielfalt im Biersortiment sorgt.

Früher war alles besser: Es gab zum Beispiel in Luxemburg 45 Biersorten. Doch das ist lange her. Schon seit dem Ende des 19. Jahrhunderts setzte auf dem Biermarkt ein massiver Konzentrationsprozess ein. Um 1900 waren gerade noch zwölf Brauereien übriggeblieben. Einen weiteren Schub gab es ab den Fünfzigerjahren: Clausen, Henri Funck und viele andere wurden von den Großen aufgekauft. Die Übriggebliebenen teilten sich den Markt auf: Mittels Konvention handelten die Mousel, Diekirch, Bofferding, Simon und Battin Marktanteile aus. Doch als die belgische Firma Interbrew Mousel-Diekirch aufkaufte, brach die Bierbastion zusammen. Interbrew denunzierte die Konkurrenten bei der Brüsseler Kommission, und 2001 waren Strafgelder wegen schwerer Vergehen gegen die Wettbewerbsfreiheit fällig.

Seither mussten sich die Luxemburger Brauereien neue Strategien überlegen, um gegen die harte Konkurrenz anderer europäischer Biere zu bestehen. Eine davon ist die Eroberung neuer Märkte: Das versucht Bofferding in Lothringen und in der belgischen Provinz Luxembourg. Eine andere ist die Diversifizierung. So setzt Mousel-Diekirch auf eine bestimmte Zielgruppe und versucht seit Anfang 2006 mit dem alkoholverminderten "Surf", bei Jugendlichen zu punkten. Vor allem im Bereich der Spezialbiere und der Kleinbrauereien aber tut sich was. Bislang machen ausländische Biere über ein Drittel des Luxemburger Marktes aus, davon sind ein Großteil belgische Spezialbiere wie Leffe oder Hoegaarden. Nun versuchen auch Luxemburger Brauereien, dieses Marktsegment zu erobern.

Während die Béierhaascht in Bascharage eher ein lokaler Akteur bleibt, war es vor allem die 1995 lancierte Okult-Brauerei in Redange, die mit Blanche, Blonde und Rousse ihr Glück versuchte. Zwar mit Erfolg bei den Verbrau-

cherInnen, aber ohne genügend Kapital und wirtschaftliches Know How. 2005 meldete die Kooperative Konkurs an.

Alternativstrategie

Ende der Spezialbiere? Keineswegs. Mittlerweile tut sich die Brasserie de Wiltz, die traditionell ihr Simon-Bier braut, mit der Produktion von Spezialbieren hervor. Bereits 1998 lancierte sie ihr Dinkelbier, letztes Jahr wurde sie alleinige Aktionärin der Ourdaller Brauerei auf Cornelyshaff, der unter anderem das Buchweizenbier "Wëllen Ourdaller" und das Weizenbier "Wäissen Ourdaller" produziert. Nun setzte die Öslinger Brauerei noch eins drauf. Obwohl Bofferding kurzzeitig mit der Mikrobrauerei geliebäugelt hatte, kaufte am Ende Simon die Rechte für die Okult-Blanche - und braut diese nun auf Cornelyshaff. Logo, Glas- und Flaschenform wurden beibehalten, und auch am Originalrezept hat sich nichts geändert. Eher hat sich die Qualität, die in der Redinger Brauerei schwankend war, stabilisiert. Manche Bierfans bemängeln allerdings den recht säuerlichen Geschmack.

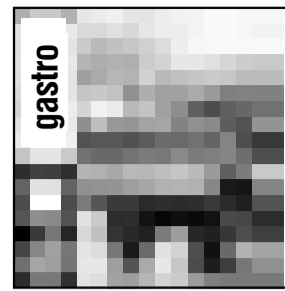
Mit dem Okultbier hält Simon zugleich das einzige Luxemburger Biobier. Schon zu Redinger Zeiten war allerdings bekannt, wie schwierig es ist, verschiedene Bierinhaltsstoffe auf Biobasis zu beziehen. Doch Betty Fontaine, die seit 2003 das Simon-Unternehmen führt, stellt klar: "Sowohl für die Brauinstallationen als auch die Zutaten aus biologischer Herkunft haben wir seit Januar ein Zertifikat." Der Bioweizen kommt aus Luxemburg, Biohopfen, Malz und Gewürze werden in Deutschland eingekauft. In der Stadt Luxemburg hat das Restaurant Speltz die Exklusivität für das Okult-Bier, das dort vom Fass gezapft wird. Auch das Speltz ist als Restaurant bio-zertifiziert. "Wir fanden, dass das eine sinnvolle Synergie sei."

Man könnte bemängeln, dass gerade die Blanche zur Neuvermarktung ausgewählt wurde, während Blonde und Rousse bislang keine Auferstehung feiern. Strategisch erklärt sich diese Wahl wohl mit der Tatsache, dass außer der Okult keine Blanche in Luxemburg produziert wird. Trotzdem: Mit der Neulancierung von Okult scheint der Brauerei ein Coup gelungen zu sein: "Es ist ganz klar ein Erfolg," sagt die Simon-Chefin. Wir konnten die Notorietät, die Okult schon beim Publikum hatte, voll nutzen." Auch der Vertrieb, früher die Achillesferse bei der Vermarktung des Okultbieres, ist jetzt weniger problematisch, weil Simon seine eigenen Vertriebsstrukturen nutzen kann.

Mit ihrer neuen Strategie hat die Simon-Brauerei nicht nur Sportsgeist gezeigt. Sie hat auch ihr Image eines altbackenen und wenig dynamischen Betriebes aufpoliert. Das war auch nötig: Außer im Norden hat Simon gegen die zwei Großen Bofferding-Battin und Mousel-Diekirch schwer zu kämpfen. Betty Fontaine erklärt: "Um sich als kleine Brauerei behaupten zu können, muss man sich irgendwie von den Großen unterscheiden. Wir machen das mit spezielleren Produkten." Sie ist optimistisch, dass diese Rechnung aufgeht: "Es gibt einen Markt für Spezialbiere. Das normale Bier ist immer standardisierter. Die Leute suchen nach originelleren oder traditionelleren Bieren. Wir können hier eine Alternative bieten." Dass es bereits belgische Spezialbiere gibt, entmutigt sie nicht: "Wieso nach Belgien suchen gehen, wenn man hier in Luxemburg dasselbe bekommt? Wir müssen daran arbeiten, uns bekannt zu machen. Aber der Luxemburger hält an seinen Luxemburger Produkten fest."

Tatsächlich scheinen Slogans à la "Béier wie fréier", alte Brauereiwagen als Promomasche oder auch die urige Aufmachung eines "Ourdaller" gegenüber einem "Surf"-Bier durchaus Bestand zu haben. Und wenn Bofferding versucht, mit seinem "Battin Extra" Terrain zu besetzen, wird das neue Bier vor mittelalterlicher Schlossdeko (mit Ritterrüstung!) präsentiert. Ein Zeichen für die besondere Verbindung zwischen Bier und Identitätsbedürfnis? Oder nur eine Reaktion auf die massive Standardisierung eines Produktes, das eigentlich ähnlich wie Wein Vielfalt und Variationsmöglichkeiten zu seinen Eigenschaften zählt? Auf jeden Fall findet Luxemburg so paradoxerweise zu einem breiteren Angebot an Bieren zurück - auch wenn sie nur noch aus einigen wenigen Unternehmen stammen. Ob der neue Trend nur eine Modewelle ist, oder ob die Spezialbiere gegen die Luxemburger Klassiker und die ausländischen Markennamen Bestand haben, das wäre eine Bierwette wert.

Renée Wagener



Bier und Geschichte

(rw) - Wer sich für die Geschichte des Luxemburger Biers interessiert, kann sich in den nächsten Tagen per Radio noch mehr informieren.

In der Sendung "Industriegeschicht" auf 100komma7, in der Martine Reuter historische Rückblicke zu Luxemburger und internationaler Produktgeschichte liefert, kommt nächste Woche das Weizengebräu zu Ehren. Berichtet wird über kleine Bierproduzenten in der Hauptstadt, im Minett und im Ösling, die es heute nicht mehr gibt, und über die Gebäude und andere Elemente, die an diese Zeit erinnern. Zur Sprache kommen aber auch die Bierproduktion und das Produkt Bier.

Industriegeschicht, 14.06.07 um 9h05 auf 100komma7. Rediffusion um 19h30.

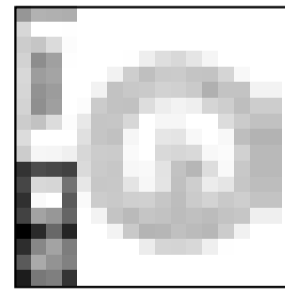


Bier und Genuss

(rw) - Seit März dieses Jahres hat das Restaurant Speltz im Stadtzentrum einen Teil seines Lokals auf Brasseriebetrieb umgestellt. Neben der gehobenen Küche,

die man bislang im Traditionshaus gewöhnt war, findet man also nun auch einfachere Speisen auf der Karte. Hervorzuheben ist, dass neben dem Biobier Okult, das hier exklusiv vom Fass zu haben ist (siehe nebenstehender Artikel), verschiedene Biogerichte angeboten werden - darunter auch Vegetarisches. Wir bestellten ein Pfeffersteak, eine Hühnchen-Piccata und eine vegetarische Lasagna. Resultat: gutes Essen zu einem korrekten Preis. Wenn auch ohne die gastronomische Finesse, die in der "ersten Klasse" geboten wird, wird hier eine anspruchsvollere und nicht zu schwere Brasserieküche serviert. Lediglich das Dessert, ein Schokoladen-Millefeuille mit Fruchtsorbet, hätte etwas "schokoladiger" ausfallen können. Am Rande zu vermerken: Den Wein von ausgezeichneter Qualität kann man auch pro Glas bestellen.

Restaurant Speltz, 8, rue Chimay, Ecke rue Louginy. Tel. 47 49 50. Sonntags und montags geschlossen. www.restaurantspeltz.lu



Genuss und Wissenschaft

(rw) "Rêves d'Italie, Italias de rêve", so heißt ein Kolloquium, das vom 8. bis 10 Juni an der Uni Luxemburg, im Düdelinger Stadthaus und in

den "Laminoirs" in Düdelingen stattfindet. Von den zahlreichen Vorträgen zur italienischen Immigration in der Großregion (die meistens auf Italienisch mit französischer Übersetzung stattfinden) handeln auch zwei über Migration und Gastronomie: "Reconstruire le pays avec les produits du terroir" von Laurier Turgeon (Québec) und "Migrations et cuisines" von Marcel Lorenzini. Daneben gibt es auch ein interessantes kulturelles Abendprogramm mit kulinarischen Highlights.

Rêves d'Italie, Italias de rêve: imaginaires et réalités autour de la présence italienne au Luxembourg et dans la Grande Région. www.italianistica.lu, www.convivium.lu