

bierNews

WAS SIE SCHON IMMER ÜBER BIER WISSEN SOLLTEN !

Biernation Österreich

Bier – das Nationalgetränk

von Dr. David Pfarhofer / market

Ein Blick auf den Bierkonsum der Österreicherinnen und Österreicher zeigt die

Zweite löscht ihren Durst zumindest einmal monatlich damit! Allerdings ist die Frequenz des Biergenusses bei den Herren nach wie vor deut-

nach Weizenbier, knapp jeder vierte nach einem Radler.

Auch beim Besuch bei Freunden gehört der Gerstensaft zu

Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit
der österreichischen Brauwirtschaft
1030 Wien, Zaunergasse 1-3
getraenke@dielebensmittel.at
www.bierserver.at

AUS DEM INHALT

Bier – das Nationalgetränk
Über wesentliche Ergebnisse einer repräsentativen market-Studie zum Image von Bier und anderen Getränken berichten wir von Seite 1 bis 3.

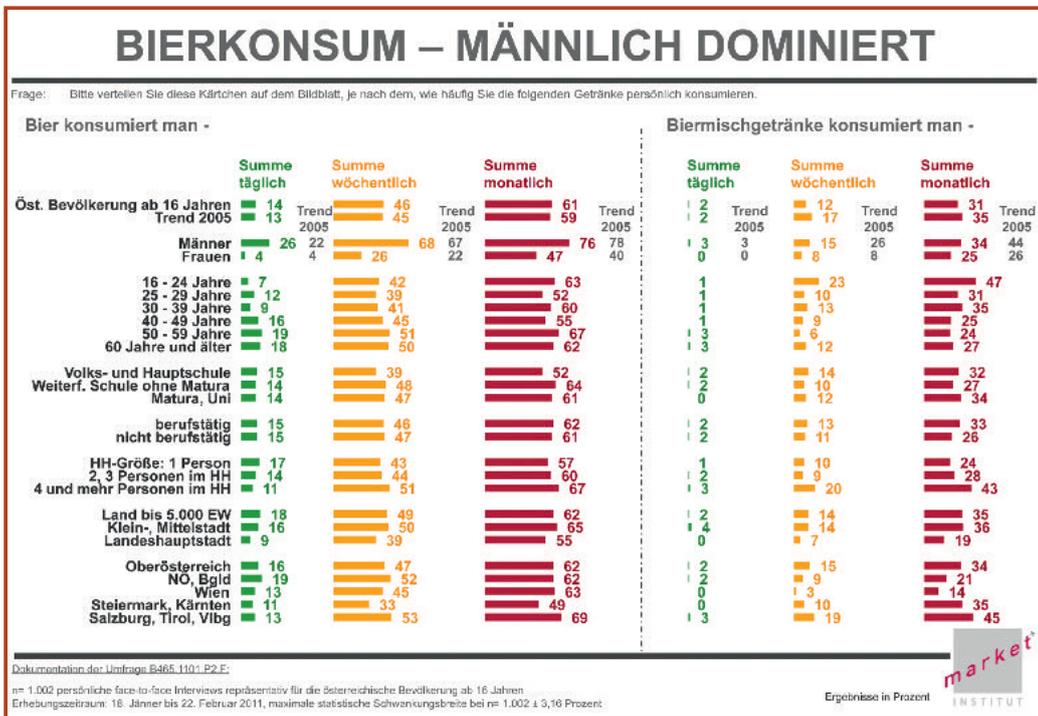
Über die gesellschaftlich essenzielle Unterstützung von **Europas Brauern** durch regionales Sponsoring lesen Sie auf Seite 4.

30.09. Österreich feiert Brausilvester!
Österreichs Bierbrauer lassen am 30. September die Kronenkorken knallen. Seite 5

Malz und Totschlag - Auf Seite 6 passieren Kleine Morde unter Bierfreunden

Bier ist ein ehrliches Getränk
bierNews im Gespräch mit dem neuen Leiter der Codex-Unterkommission Bier, **Dr. Michael Gartner** Seite 7

Neuigkeiten und Termine
rund ums Bier auf Seite 8



hohe Beliebtheit von Bier: 46 Prozent der österreichischen Bevölkerung greifen zumindest einmal pro Woche zu diesem Getränk, knapp zwei Drittel erfrischen sich zumindest einmal monatlich damit. Auch der Blick auf den Langzeitvergleich (rückreichend bis 1997) bestätigt die konstant hohe Beliebtheit des Biers in Österreich. Wobei Bier längst kein reines Männergetränk mehr ist - der monatliche Bier-Konsum zeigt bei den Damen einen tendenziellen Anstieg: knapp jede

lich höher als bei den Damen. Im Klartext: Während zwei Drittel der Männer zumindest einmal pro Woche zu einem Bier greifen, ist dies bei den Damen nur jede Vierte. Der Gerstensaft wird sowohl gerne im Gasthaus konsumiert als auch zuhause: Vier von zehn Biertrinkern gönnen sich ein Glas Bier im Gasthaus, ebenso viele in den eigenen vier Wänden. Jeder fünfte Biertrinker verlangt im Gasthaus

den Klassikern und wird von jedem Dritten dort konsumiert. 37 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher sind der Meinung, Bier wäre weiter am Vormarsch, vor allem die Unter-30-Jährigen sind zu 44 Prozent überzeugt: „Bier hat in letzter Zeit an Beliebtheit gewonnen“! Umgekehrt vermuten nur wenige, Bier habe rückläufige Bedeutung, im Jahr 1997 war man da noch deutlich skeptischer!

Bier bleibt ein erfrischendes, sympathisches Männergetränk und gewinnt bei Entspannung und Wohlbefinden

Nach wie vor sind sich die Österreicherinnen und Österreicher mehrheitlich einig: Bier ist ein Männergetränk und passt exzellent in Gesellschaft! 40 Prozent sprechen zudem dem Bier große Sorten- und Geschmacksvielfalt zu, jeder kann also ein Bier nach seinem Geschmack finden. Die Vorstellung, dass Bier der schlanken Linie schade, ist weiter stark rückläufig: während 1997 noch 74 Prozent der Österreicher das Bier als

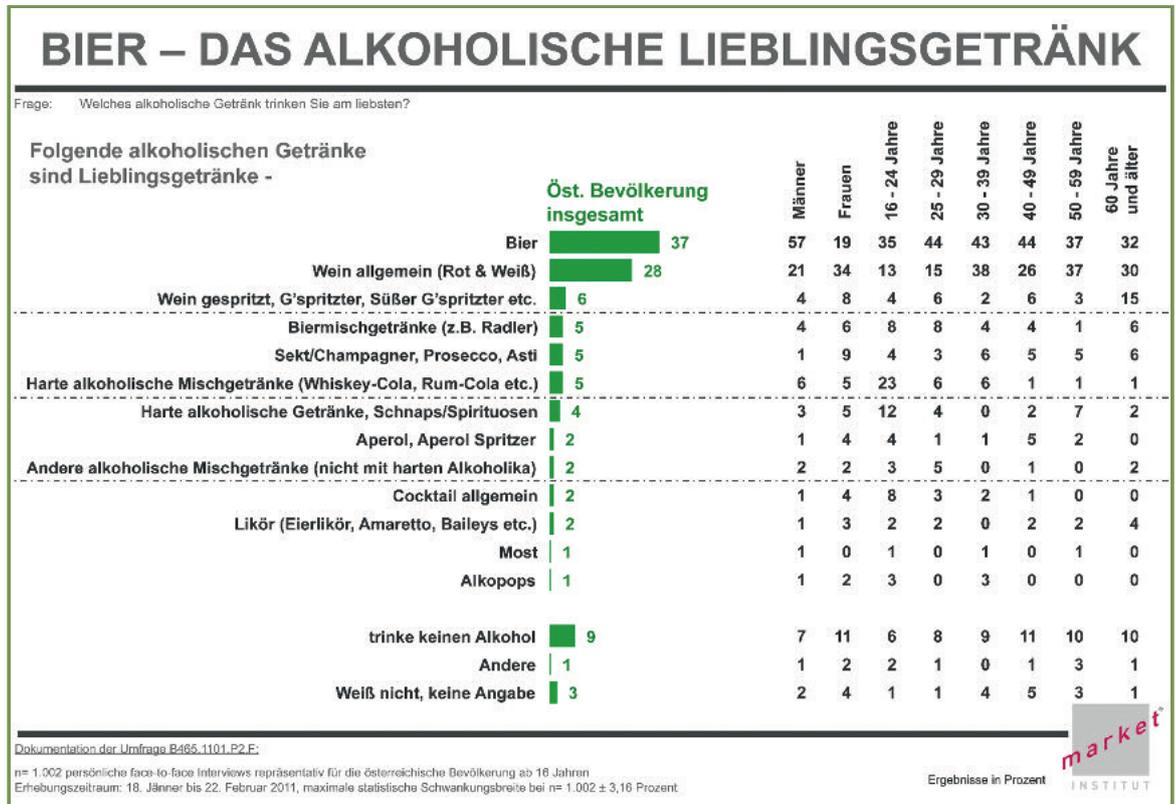
Dickmacher verdächtigten, tun dies inzwischen nur noch 47 Prozent – übrigens häufiger Männer als Frauen! Von allen

alkoholischen Getränken gilt der Gerstensaft als das gesündeste; chemische Zusätze vermuten nur verschwindend we-

nige Österreicherinnen und Österreicher im Bier; in dieser Hinsicht hat Bier gegenüber allen alkoholischen Getränken die Nase vorn – übrigens wird auch in den nicht-alkoholischen Getränken – außer in Wasser oder Most – mehr „Chemie“ vermutet als in Bier!

Beim Spiel mit Begriffen passen aus dem Blickwinkel der österreichischen Bevölkerung die Begriffe Männlichkeit, Tradition und Genuss sowie Heimat für Bier am besten. Ein klares Plus ist bei den Begriffen Entspannung, Wohlbefinden und Kraft spürbar, das Bier gewinnt also an Breite.

Beim Wein zeigt sich in einigen Punkten ein

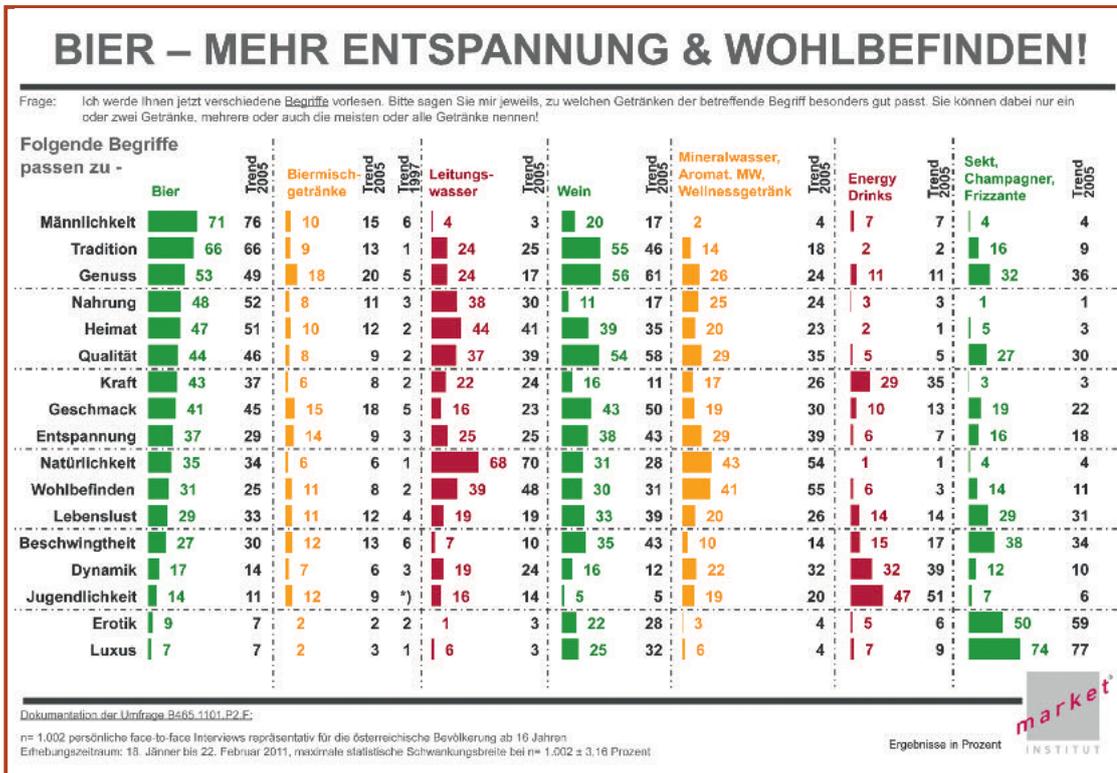


GETRÄNKE IM IMAGEVERGLEICH

Frage: Ich werde Ihnen jetzt verschiedene Aussagen vorlesen. Bitte legen Sie jeweils die Karten heraus, zu welchen Getränken die betreffende Aussage besonders gut passt. Sie können dabei nur ein oder zwei Getränke, mehrere oder auch die meisten oder alle Getränke nennen!

Es passt besonders zu -	Bier		Biermischgetränke		Weizen-, Weißbier		Leichtbier		alkoholfreies Bier		Wein		Most	
	Trend 2005	Trend 1997	Trend 2005	Trend 1997	Trend 2005	Trend 1997	Trend 2005	Trend 1997	Trend 2005	Trend 1997	Trend 2005	Trend 1997	Trend 2005	Trend 1997
eher für Männer	73	75	16	25	43	9	14	9	12	4	21	20	17	24
passt gut in Gesellschaft	58	60	22	29	20	14	16	13	15	6	64	73	9	16
macht dick	47	61	18	29	23	7	16	7	14	5	12	14	8	10
enthält nur natürliche Rohstoffe	45	46	8	6	23	10	11	8	11	2	28	32	28	41
gibt es viele Sorten, Geschmacksrichtungen	40	*)	16	*)	10	5	*)	5	*)	*)	34	*)	7	*)
durstlöschend, erfrischend	39	38	32	37	14	14	19	16	20	6	6	6	16	23
sympathisch	38	36	14	16	7	5	6	5	6	3	30	37	7	14
passt immer und überall	34	38	13	21	*)	5	13	6	14	*)	24	29	2	6
ist gesund	25	25	5	4	1	6	6	6	8	3	22	24	12	20
eher für ältere Menschen geeignet	23	20	11	12	3	16	22	20	22	9	37	39	27	32
hat eine anregende Wirkung	22	25	9	10	3	4	5	3	3	0	25	33	7	12
preiswertes Getränk	20	20	8	8	2	3	5	2	5	1	8	9	12	23
eher bei jüngeren Menschen beliebt	17	18	16	16	15	3	4	3	3	2	4	5	1	2
eher für besondere Anlässe geeignet	14	13	2	4	1	2	4	3	3	1	40	53	4	4
für anspruchsvolle Menschen	14	12	2	3	2	3	5	3	4	2	42	49	3	3
gesundheitsschädlich	10	14	6	8	4	6	7	5	6	1	9	11	7	8
eher für Frauen	5	4	17	20	8	15	15	12	15	6	25	33	3	3
enthält chemische Zusätze	5	10	11	20	11	7	15	7	14	10	6	10	3	6

Dokumentation der Umfrage B=65.1101.P2.E:
n= 1.002 persönliche face-to-face Interviews repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren
Erhebungszeitraum: 18. Jänner bis 22. Februar 2011, maximale statistische Schwankungsbreite bei n= 1.002 ± 3,16 Prozent



Bier – das liebste alkoholische Getränk Österreichs

Das liebste alkoholische Getränk der Österreicherinnen und Österreicher ist eindeutig das Bier – knapp 40 Prozent der österreichischen Bevölkerung votieren für dieses Getränk, das in jeder Altersgruppe etwa gleich viele Fans aufweist. Auf Platz 2 reiht sich der Wein, der von einem Viertel der Bevölkerung gewählt wird – alle anderen alkoholischen Getränke werden kaum genannt.

Bier steht für Inhaltsstoffe, Durstlöcher und Geschmack

leichter Rückgang: So wird Wein zwar weiterhin zugestanden, gut in Gesellschaft zu passen – knapp zwei Drittel sind dieser Ansicht – im Trend lässt

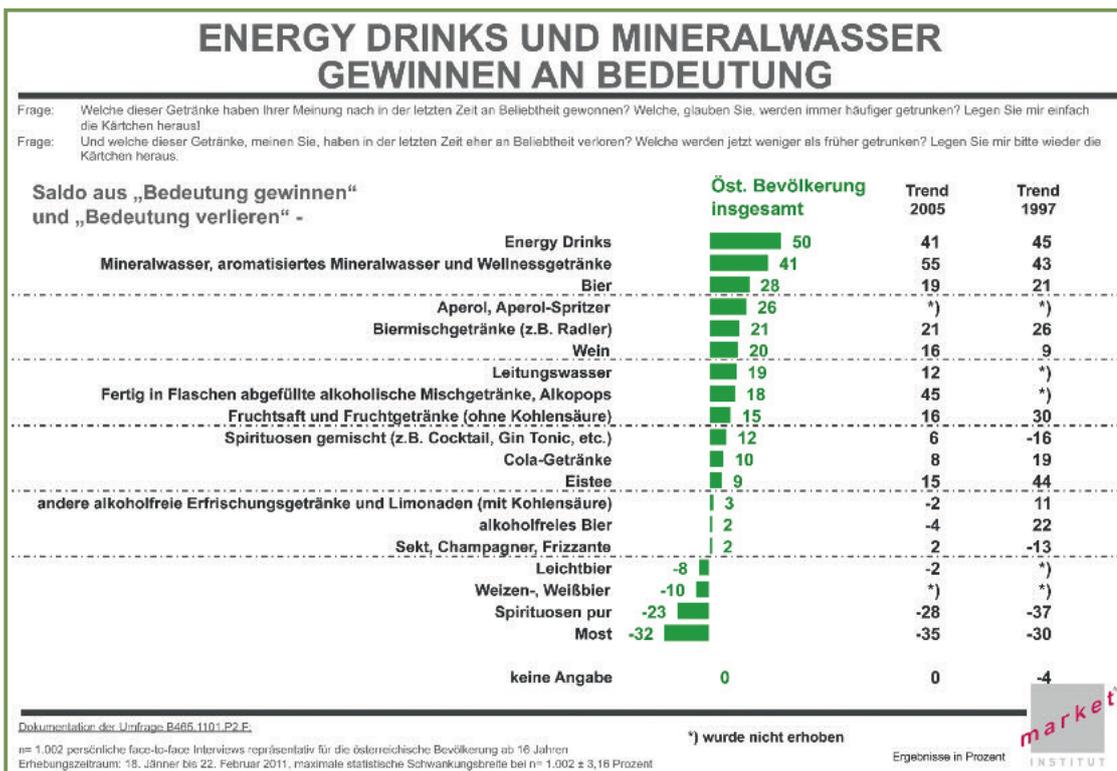
sich aber in diesem Bereich ein Rückgang feststellen. Wenn gleich Wein noch immer für Tradition, Genuss und Qualität steht, hat er seit 2005 et-

was an Image bezüglich Exklusivität und Sympathie eingebüßt und man assoziiert Wein auch seltener mit Lebenslust und Beschwingtheit als 2005.

Hopfen, Malz und Wasser – dies fällt spontan am schnellsten ein, wenn man über Bier nachdenkt, gefolgt von Assoziationen wie Durstlöcher, erfrischend und guter Geschmack. Der gute Geschmack ist neben der Funktion als erfrischender Durstlöcher nach wie vor das schlagendste Argument, das für Bier spricht. Kritik wird kaum laut – wenn man etwas auszusetzen hat, so ist das am ehesten der Kaloriengehalt bzw. trifft das Bier bei einigen Jüngeren nicht ganz deren Geschmack.

Generell probiert man verschiedene Biersorten vor allem in der Jugend aus; sobald man „sein“ Bier

➔ Fortsetzung Seite 6



Essenzielle Unterstützung der Gesellschaft

Regionales Sponsoring durch Europas Brauer

The Brewers of Europe, der Dachverband der europäischen Brauwirtschaft veröffentlicht erstmals in einem umfangreichen Bericht die zahlreichen Aktivitäten der europäischen Brauereien in den Bereichen Kunst, Kultur, Sport und Wissenschaft. Durch diese Unterstützung leisten die Brauereien einen wichtigen Beitrag zu Wohlbefinden, Kultur, Freizeit und Wissen der EU-Bürger.

Der rund 100 Seiten starke Bericht wurde vor dem Sommer präsentiert und steht auch auf www.thebrewersofeurope.org zum Download bereit.

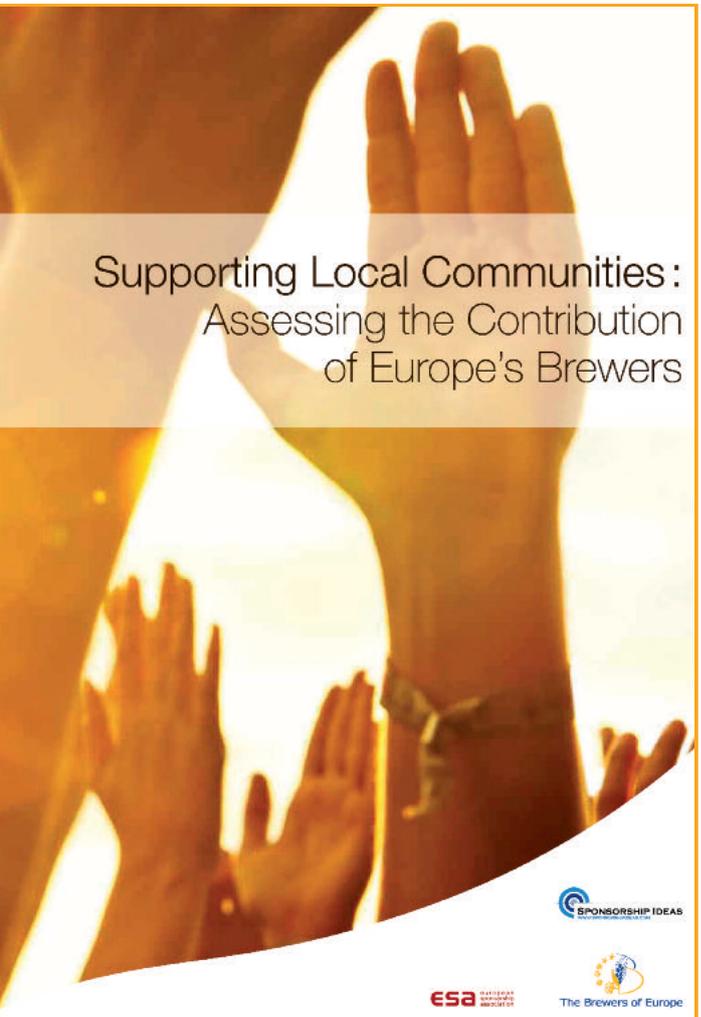
Tausende öffentliche Veranstaltungen in ganz Europa hängen weitgehend von Sponsorleistungen der Brauer ab, ihr Stattfinden wäre ohne die Sponsorleistungen der Brauwirtschaft in der Höhe von insgesamt etwa einer Milliarde Euro gefährdet.

Während große Sportevents im Mittelpunkt der öffentlichen Wahrnehmung stehen, finden etwa 62 Prozent der von den Brauern unterstützten Veranstaltungen auf lokaler und regionaler Ebene statt, stellt die von Sponsorship Ideas durchgeführte Studie – die erste dieser Art – fest. Insgesamt wurden über 8.000 von lokalen Brauereien unterstützte Veranstaltungen gezählt; weniger als 12 Prozent entfallen auf die „großen“ Sportver-

anstaltungen. „Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten mit entsprechenden Sparmaßnahmen in den öffentlichen Budgets, benötigen Veranstaltungen mehr denn je die Unterstützung durch die Privatwirtschaft, einschließlich der Brauwirtschaft. Letztere hat in Europa seit Jahrhunderten eine bedeutende gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Rolle gespielt“, so Pierre-Olivier Bergeron, Generalsekretär der Brewers of Europe, der Dachorganisation von Europas 3.300 Brauereien.

Unterstützt wird eine große Palette an Aktivitäten aus verschiedensten Bereichen einschließlich Kunst und Kultur, Innovation, Wissenschaft und natürlich Sport.

Für viele vielleicht überraschend, zeigt der Bericht, dass die Brauwirtschaft insbesondere zahlreiche kleinere Projekte mit jeweils relativ geringen Geldbeträgen unterstützt. Wenn man die wenigen besonders großen Sponsoringvereinbarungen beiseite lässt, liegt der durchschnittliche Sponsorbetrag bei nur Euro 8.544, wobei 36 Prozent auf lokale Aktivitäten und 48 Prozent auf regionale Aktivitäten entfallen. In einer Umfrage wurde erhoben, dass nur 11 Prozent der Öffentlichkeit der



Meinung sind, dass es einfach wäre, einen Ersatz für die Brauereien als Sponsor zu finden.

Der Bericht mit dem Titel „Supporting Local Communities: Assessing the Contribution of Europe's Brewers“ zeigt anhand konkreter Fallstudien die Unterstützung der Gesellschaft durch die Brauereien auf, und gibt auch die Sichtweise von Veranstaltern, Brauern und der Öffentlichkeit wider. Berücksichtigt werden auch Effekte, die über das

klassische Sponsoring hinausgehen. So meint der irische EU-Parlamentarier Sean Kelly: „Wir dürfen den kulturellen, touristischen Wert, ja den Wert als Kulturerbe der Brauereien und des Biergenusses für ganz Europa nicht vergessen. Ein großer Anteil der Brauereien sind Mittelstandsbetriebe, die qualitativ hochwertige Nischenprodukte herstellen, und als touristische Anziehungspunkte zur wirtschaftlichen Entwicklung einzelner Regionen beitragen können.“

Bierbrauer lassen am 30. September die Kronenkorken knallen

30.09. Österreich feiert Brausilvester!

Den traditionellen Abschluss eines Braujahres bildet der Brausilvester am 30. September. Österreichs Bierbranche holt nun dieses traditionelle Bierfest mit neuer, zeitgemäßer Inszenierung ins 21. Jahrhundert - und begeht ab sofort jedes Jahr Brausilvester.

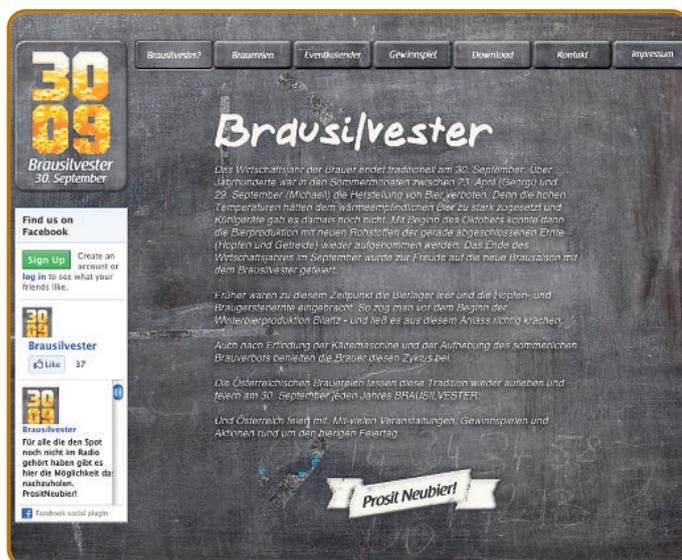
Der Verband der Brauereien Österreichs rückt den Festtag heuer im Rahmen einer Kampagne mit Gewinnspiel in den Mittelpunkt, zahlreiche Mitgliedsbrauereien und Gastronomiepartner feiern Brausilvester mit Veranstaltungen österreichweit.

Brausilvester: Ein Feiertag mit langer Tradition

Die Abweichung des Braujahres vom normalen Kalenderjahr hat ihren Ursprung bereits im Mittelalter. Da es damals keine künstliche Kühlung gab,

zeit zwischen Michaeli (29. September) und Georgi (23. April) gebraut werden.

Zudem fahren die Landwirte im September die Rohstoffe für die neue Brausaison ein - frisches Braugetreide und Hopfen. Der 30. September hält sich daher bei vielen Brauereien bis heute als Bilanzstichtag. Trotz der Entwicklung moderner Kühlgeräte und der Aufhebung des sommerlichen Brauverbots behalten die Brauer also diesen Zyklus bei. „Auch die österreichischen Bierkonsumenten schätzen die bierigen Jahreszeiten und die Vielfalt an unterschiedlichen Sorten während des gesamten Braujahres. Ich freue mich, dass wir die österreichische Biertradition nun auch mit dem Brausilvester hochleben lassen und ganz Österreich die Gelegenheit hat, den Höhepunkt des Braujahres



durfte das wärmeempfindliche Bier nur in der kalten Jahres-

zeit mit uns zu feiern. Besonders gespannt bin ich, welche guten

Vorsätze die Bierfreunde für das neue Braujahr haben“, so Sigi Menz, Obmann des Verbandes der Brauereien Österreichs.

Kampagne: Gute Vorsätze für das neue (Brau-)Jahr

Die Kampagne des Brauereiverbandes holt heuer die guten Vorsätze der Österreicherinnen und Österreicher vor den Vorhang. Denn wie bei jedem Start in ein neues Jahr dürfen jene auch beim Brausilvester nicht fehlen. Die besten davon sind als Radiospots ab 12. September österreichweit

zu hören. Auf der neu eingerichteten Website www.brausilvester.at können bis 10. Oktober die eigenen Vorsätze zu Brausilvester eingereicht werden. Unter den 50 einfallsreichsten Postings werden von einer Jury zehn Bierparties im Lieblingslokal im Wert von je 500,- Euro verlost. Und für alle, die feiern wollen, sind online im Eventkalender Veranstaltungen im Rahmen des Brausilvesters zu finden. Gastronomen und Brauereien sind eingeladen, ihre Veranstaltungen auf www.brausilvester.at zu promoten.

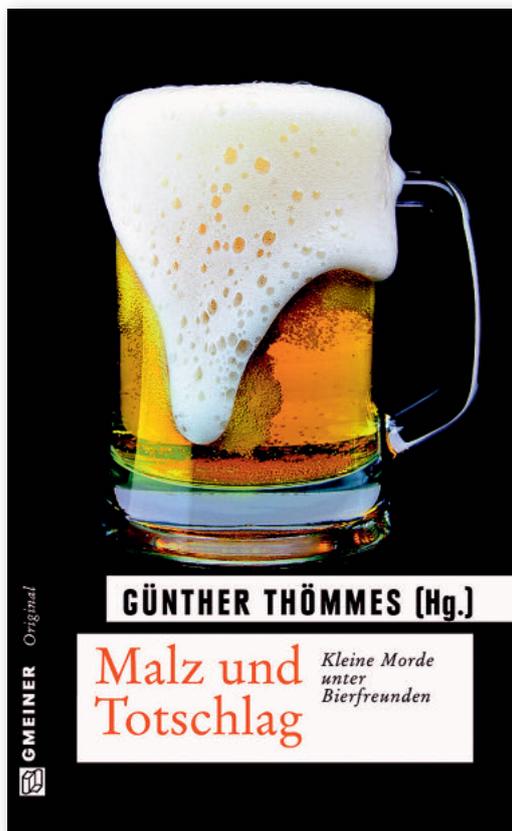
In diesem Sinne:
Prosit Neubier!

Kleine Morde unter Bierfreunden

Malz und Totschlag

Bier, ein Getränk, das allerhand Stoff für spannende Geschichten bietet - das weiß Günther Thömmes, Mitautor und Herausgeber der vorliegenden Anthologie, schon lange. Dass auch Bier und Krimis wunderbar zusammenpassen, beweist dieser Band, in der bekannte Krimiautoren aus Deutschland und Österreich prickelnd-spannende Krimis rund um das Thema Bier präsentieren.

Nach einem launigen Vormord des Bierpapstes Conrad Seidl startet Eva Almstädt mit der „Bier-Entjungferung“ eine tödliche Bierwette. Hildegunde Artmeiers Protagonistin ist nicht sicher, ob man mit „Bierbraten für den Märchenprinzen“ den richtigen Schwiegersohn bekommt. Christoph Badertscher zündet ein „Feuerwerk“, bei dem eine Hochzeitsfeier gründlich schief geht. Bei Hermann Bauer finden zwei Freunde durch die Marke „Labatt Blue“ heraus, dass sie doch nicht so gut befreundet sind, wie sie dachten. Raoul Biltgen entführt in „Gaudeamus Igitur“ in eine furchtbare, bierige, ländliche Idylle.



Marcus Imbsweiler berichtet über einen todbringenden „Bockbieranstich“. Kurt Lehmkuhls Brauer erfährt mit seiner eigenen Brauerei „Genuss und Verdruss“ zu Genüge. Julian Letsche unternimmt „Eine mörderische Bierreise“ nach Salzburg und Tschechien. Ger-

hard Loibelsberger lässt seinen Ermittler Nebycha beim „Bierboykott“ im Wien des Jahres 1911 ermitteln. Nora Miedler zeigt tödliche Einblicke in die Wahl der Bierkönigin „Miss Mömsel“. Bei Mona Misko nehmen zwei Damen den Namen des Bieres „Kyritzer Mord und Totschlag“ allzu wörtlich. Sabine Naber taucht mit „Einer

hat immer den Schwarzen Peter“ in die Abgründe der Gastronomie ein. Claudia Puhlfürst liefert eine spannende, unterhaltsame Reportage über den sächsischen Bier-Contest: „Am Anfang war das Bier“. Claudia Rossbacher feiert einen tödlichen „Feierabend“.

Claudia Schmid glaubt in „Ein Pfiff, bitte!“, anhand der Bierbestellung einen Mörder zu erkennen. Vor Harald Schneiders legendärem Kommissar Palzki ist nicht mal Salzburg sicher: „Piefkes Rache – Kommissar Palzki ermittelt in Österreich“. Für Susanne Schubarsky gehört zu einer Entführung - wenn schon kein Sex - dann wenigstens Bier: „Jacqueline und Kevin, geile Unterwäsche und gutes Bier, ein Mord, kein Sex“. Bei Franziska Steinhauer können Sie mehr über gruselige Rezepte mit „Biertunke“ erfahren, als Ihnen lieb sein wird. Günther Thömmes' „Oktoberfest“ spielt in einer wenig bierigen, freudlosen Zukunft. Biersommelier Sepp Wejwar liefert mit „So eine Art Erlösung“ ein beachtliches Krimidebüt ab. Und Günther Zäuner fragt sich zum Abschluss, was eine Bierpreiserhöhung um „200 Prozent“ bei den Biertrinkern Wiens auslösen würde.

Malz und Totschlag

330 Seiten. Erschienen Juli 2011 im Gmeiner Verlag. ISBN 978-3-8392-1187-8

Bier – das Nationalgetränk / Fortsetzung

➤ **Fortsetzung von Seite 3**

gefunden hat, experimentiert man mehrheitlich nicht mehr allzuviel herum und bleibt lieber bei bekannten Bieren. Das letzte Experiment liegt bei einem Drittel der Biertrinker schon mehr als ein Jahr zurück.

Geschmackswelten – große Unterschiede zwischen Männern und Frauen!

Die Geschmäcker zeigen sich in einigen Punkten sehr verschieden. Einig ist man sich darüber, dass Bier schwach bitter sein sollte, ebenso klar und süffig.

Unentschieden ist man beim Kohlensäure- und Alkoholgehalt, wobei Frauen zu weniger Kohlensäure und Männer zu mehr Alkohol tendieren. Frauen trinken ihr Bier auch lieber malzig süß, männliches Bier sollte eher bitter trocken sein. Auch beim intensiven Geschmack zeigen sich

die Geschlechter gegensätzlich: Männer mögen es intensiver, Frauen lieber leichter. Auch zeigt sich, dass Personen zwischen 16 und 24 Jahren malzig süß und schwach bitter bevorzugen und zudem auch einen höheren Alkoholgehalt favorisieren als der Durchschnitt der Bevölkerung. ➤

Codex-Unterkommission Bier hat vielfältige Aufgaben

Bier ist ein ehrliches Getränk

Zum neuen Leiter der Codex-Unterkommission Bier wurde kürzlich Dr. Michael Gartner, Geschäftsführer der LVA GmbH, bestellt.

Österreich ist ein glückliches Land: Die Luft ist klar, die Berge sind sauber, das Wasser rein, das Bier kühl und exzellent – kein Wunder, dass wir von diesem Traditionsgetränk 106 Liter pro Jahr und Kopf genießen. Schließlich können wir aus über 1.000 verschiedenen Bieren von 172 heimischen Herstellern aussuchen, die rund 8,3 Mio. Hektoliter für begeisterte Genießer erzeugen. Da ist es eigentlich klar, wie wichtig die Qualität eines so begehrten Lebensmittels ist. Und ein wichtiger Bestandteil der Sicherung dieser Qualität ist das Österreichische Lebensmittelbuch, der Codex Alimentarius Austriacus. Anders als das vielfach zitierte „deutsche Reinheitsgebot“ kennt das die Bierherstellung betreffende Kapitel B13 des österreichischen Lebensmittelcodex keine Ausnahmen. Österreich verbietet jegliche chemische Konservierungsmittel im Bier und lässt keine künstlichen Zusätze zur Geschmacksverbesserung zu. „Daher sehe ich es als schöne und verantwortungsvolle Aufgabe, die nächsten fünf Jahre ehrenamtlich für das Kapitel Bier

zu arbeiten. Der Codex ist als Dokumentation der allgemeinen Verkehrsauffassung und als Richtschnur für die Qualität von Lebensmitteln von großer Bedeutung. Herausforderungen dabei sind sicher die zahlreichen Innovationen – Stichwort Radler.“ Das Österreichische Lebensmittelbuch, der „Codex Alimentarius Austriacus“, ist für viele andere Länder Vorbild.

Michael Gartner hat Bier bereits während seines Studiums der Lebensmittel- und Biotechnologie an der Universität für Bodenkultur in Wien ins Herz geschlossen: „Damals habe ich den Bezug meines Studiums zum Leben besonders genossen: Neben theoretischen und praktischen Kenntnissen ist die persönliche Erfahrung, ein gut und frisch gezapftes Bier zu genießen, einfach eine große Freude! Und ein Genuss ist es für mich auch heute noch, obwohl wir in der täglichen Arbeit in der LVA auch immer wieder mit Detailfragen und -problemen zu tun haben.“ Denn seit der Übernahme des Geschäftsbetriebes des Österreichischen Getränkeinstitutes ÖGI in die LVA GmbH vor rund einem Jahr sind die Probenzahlen im Getränkebereich angewachsen. Gerade im dynamischen Getränkemarkt gibt es immer wieder Neuentwicklungen und Produktinnovationen, die intensive Arbeit für Produktentwickler und Qualitätssicherer, aber auch die Analytiker und Gutachter der LVA bedeuten. „Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Full-Service-Anbieter und umfassender Part-



Dr. Michael Gartner, geboren am 18. 10.1965, ist neuer Vorsitzender der Codex-Unterkommission Bier und Geschäftsführer der LVA GmbH, die als führendes privates Kompetenzzentrum für Lebensmittelsicherheit in Österreich ihren Kunden umfassende Dienstleistungen anbietet: Chemische Analytik, Mikro- und Molekularbiologie, Sensorik sowie umfassende §73-Gutachterkompetenz im Bereich Lebensmittel; Inspektionen, Zertifizierungen und Audits; Vermittlung von Wissen und Top-Know-how an die Fachöffentlichkeit mit internationalen Spitzenvortragenden; Technologie-Netzwerk-Partner in Gremien vom Codex bis zur EU-Generaldirektion Forschung; Unternehmensberatung; speziell zu Risiko- und Krisenkommunikation. Er ist selbst begeisterter Weinbauer in Klosterneuburg, weiß aber als studierter Lebensmittel- und Biotechnologe „ein gut gezapftes Bier besonders zu schätzen.“

ner der Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft zu sein. Das erfordert ständigen Wandel und dynamische Anpassung an die Entwicklungen.“ Lebensmittelsicherheit ist ein hoher Wert, weil jede VerbraucherIn beim täglichen Konsum von Lebensmitteln darauf vertrauen können muss, dass in der gesamten Kette vorher jeder Teilnehmer seinen Beitrag dazu geleistet hat. „Bier ist ein sensibles und ehrliches Getränk. Da muss von Beginn an alles stimmen: Qualität der Rohstoffe, Hygiene und das Wissen der Braumeister. Aber um diese hohe Qualität bis ins frisch gezapfte Glas halten zu können, sind noch viele Anstrengungen nötig, die der Verbraucher speziell in der Gastronomie oft nicht direkt wahrnimmt: Reinigung und Wartung der Schankanlagen, richtige Lagerung und Kühlung sowie viele weitere Bausteine der Qualität. Diese umfassenden Leistungen müssen sich auch im Preis wiederfinden – eine Flasche Bier zuhause zu genießen stellt aus Sicht der Lebensmittelsicherheit weniger Anforderungen an das gesamte System und ist daher auch billiger.“

Zu Hause in Klosterneuburg hat Michael Gartner einen Weingarten, den er in seiner seltenen Freizeit selbst betreut. Auch eigenen Wein keltert er. „Die Arbeit im Weinberg ist anstrengend, aber ein guter Ausgleich. Denn im Keller ist dann der Unterschied zum gewohnten Laborumfeld schon nicht mehr so groß – umso entspannender ist für mich dann am Abend ein kühles Bier als Belohnung für die Arbeit!“

Das war los!

EBC-Kongress

Der 33. Kongress der European Brewery Convention (EBC) fand diesjährig Ende Mai im schottischen Glasgow statt. Knapp 630 Teilnehmer waren aus 36 Ländern in den Norden Großbritanniens gereist.



EBC-Präsident Christian von der Heide

Schwerpunkthema der Tagung waren vor allem Brau-Rohstoffe, selten gab es derart zahlreiche und qualitativ hochwertige Einsendungen zu den Themen „Hopfen“, „Prozesstechnologie“ sowie „Umwelt und Nachhaltigkeit“. Der nächste Kongress findet Ende Mai 2013 in Luxemburg statt. ➔

Alter Vize ist neuer Weltmeister

Die 2. Bier-Sommelier-Weltmeisterschaft ist geschlagen. In einem spannenden Finale hat sich der Vizeweltmeister des Vorjahres, Sebastian Priller, gegen fünf Mitbewerber aus Österreich, Deutschland, Italien und der Schweiz durchgesetzt, und ist nun Weltmeister der Sommeliers für Bier.

50 Biersommeliers (44 Herren, 6 Damen) aus aller Welt (Österreich: 13, Brasilien: 5, Deutschland: 23, Italien: 4,

Schweiz: 4 und Tschechien: 1) kämpften im April in Anif bei Salzburg um den begehrten Titel des Biersommelier-Weltmeisters.

Weltweit gibt es derzeit ca. 500 diplomierte Biersommeliers - darunter etwa zehn Prozent Frauen bzw. Biersommelières. Auch bei den Teilnehmern der zweiten Weltmeisterschaft spiegelte sich diese Quote



wider, auch wenn im Finale die Herren wieder unter sich waren. Die sechs Finalisten in der Reihenfolge ihres Auftritts: Jan Cerny (Schweiz), Sebastian Priller (Deutschland), Hermann Schnirli (Deutschland), Matthias Gassner (Österreich), Fabio Nalini (Italien) und Markus Berberich (Deutschland).

Sebastian Priller, der bis dahin amtierende Vizeweltmeister der Biersommeliers, überzeugte und wurde zum Weltmeister gekürt, neuer Vize ist Fabio Nalini. ➔

Neuer Obmann im Verband der Brauereien Österreichs

An der Spitze des Verbandes der Brauereien Österreichs

kam es Anfang Juni zu einem Wechsel im Präsidium. Der bisherige Obmann-Stellvertreter Mag. Sigi Menz ist der neue Obmann der heimischen Brauer. Sigi Menz ist



Brau Bevale 2011
 9. bis 11. November 2011
 Messezentrum Nürnberg
www.brau-bevale.de

Alles für den Gast / Herbst
Internationale Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie
 5. bis 9. November 2011
 Messezentrum Salzburg
www.gastmesse.at

„Beer Serves Europe“
 22. November 2011; Brüssel
 Veranstaltung der Brewers of Europe mit José Manuel Barroso, Präsident der Europäischen Kommission

lich des Deutschen Brauertages 2011 in Berlin für drei Jahre neu bestimmt.

Dr. Ing. Hans-Georg Eils, Geschäftsführer Technik und Logistik der Karlsberg Brauerei GmbH wurde einstimmig für drei Jahre zum Präsident gewählt. Er folgt Wolfgang Burgard, Vorstand der Holsten-Brauerei AG, der das Amt turnus- und satzungsgemäß nach dreijähriger Amtszeit niederlegte.

Friedrich Düll ist neuer Präsident des Bayerischen Brauerbundes. Die Delegiertenversammlung des traditionsreichen Verbandes wählte den 48-jährigen Unterfranken zum Nachfolger von Michael Weiß, der 10 Jahre an der Spitze der Landes- und Interessenvertretung der bayerischen Brauwirtschaft stand. ➔

Vorsitzender des Vorstandes der Ottakringer Getränke AG und seit 27 Jahren im Unternehmen. Menz sieht sich als Anwalt der österreichischen Bierbranche: „Schwerpunkte werden sein: Biervielfalt, Bierqualität sowie wirtschaftspolitische Vertretung der österreichischen Brauereien.“

Der bisherige Obmann DI Dr. Markus Liebl ist weiterhin als Obmann-Stellvertreter und als ein Vertreter der österreichischen Brauereien im Europäischen Brauereiverband tätig. ➔

Neuwahlen im Deutschen und Bayerischen Brauer-Bund

Die Führungsgremien der Branchenvertretung der deutschen Brauer wurden anläss-