

Portrait der Bier Sommelieren

Ruth Oeschger, Schwanden GL

Zusammen mit ihrem Mann leitet sie seit bald 30 Jahren in der vierten Generation die Brauerei Adler im Glarnerland. Sie ist hauptsächlich für den Getränkemarkt zuständig und verkauft dort mit viel Freude und Leidenschaft diverse Biersorten. Die Brauerei besteht schon seit 1828. Das Bier habe eine grosse lokale Bedeutung im Glarnerland und ist für viele Glarner „Heimat“. Besonders das naturtrübe Zwickelbier mit dem „chüschtigen“, milden Geschmack sei geeignet für Frauen, die ein gutes Bier lieben. Sie selber geniesst am liebsten eine feine, kühle Panix Perle, das Spezialbier. Sie trinke gerne eher ein Bier mit einer gewissen Bitterkeit. Es ist einfach in der Schweiz nicht so üblich, wie zum Beispiel in Deutschland, dass Frauen im Restaurant ein Bier bestellen. Öfters hört man, Bier sei den Frauen zu bitter. Sie ist überzeugt, dass man mit einer guten Empfehlung für ein schönes Spezialbier den Frauen das Bier schmackhaft machen könnte. Man sollte im Restaurant den Frauen öfters ein Bier anstatt ein Cüpli empfehlen. Das Bier sollte salonfähig werden und auch in angenehmen kleineren Mengen (Herrgöttli, ev. sogar im Cüpliglas) angeboten werden. Frauen sollen auf die vielen verschiedenen Biersorten aufmerksam gemacht und davon überzeugt werden, dass es nicht nur das 08/15 Bier gibt, sondern eine riesengrosse Vielfalt von Biersorten in allen Geschmacksrichtungen angeboten wird.

Diana Fry, Neerach ZH

Die Marketingberaterin ist Bierliebhaberin und sieht sich als Botschafterin des guten Bieres. In der Schweiz werden viele gute Biere gebraut, die leider viel zu wenig bekannt seien. Das möchte Diana Fry gerne ändern. Seit April führt sie jeweils am Freitagabend eine Brauerei-Bar in der Nähe von Zürich. BierliebhaberInnen treffen sich im Sudhaus, um Bier zu geniessen und sich über Bier zu unterhalten. Nebst dem Barbetrieb bietet sie Braukurse, Brauereiführungen und Bier-Degustationen an. Diana Fry empfiehlt den Frauen, neugierig zu sein und neue Bierstile zu probieren. Jeder Geschmack ist verschieden und es gibt weder "Männerbiere" noch „Frauenbiere". Bei ihr persönlich ist es eher situationsabhängig und ganz unterschiedlich, welches ihr Lieblingsbier ist. Zum Apéro kann es ein Pils sein, zum feinen Essen ein Amber oder ein Stout und nach einer Wanderung ein eiskaltes Lager. Sie ist überzeugt, dass viele Frauen gerne Bier trinken würden, aber es gehört sich irgendwie nicht und ist nicht so chic wie ein Cüpli. Darum hilft sie gerne mit, dies zu verändern. Man müsse

wegkommen vom Image "Bier ist was für Männer und macht einen Bierbauch". Wichtig sei auch, ansprechendere Verpackungen bzw. Etiketten zu designen oder Herrgöttli als kleinste Glaseinheit anzubieten.

Simone Stutz, Appenzell (angehende Sommelière)

Simone Stutz arbeitet seit Juni 2011 im Besucherzentrum "Brauquöll Appenzell" der Brauerei Locher AG, wo sie Kunden bezüglich Bier und Whisky berätet und natürlich auch bei individuellen Fragen zum Thema Bier Red und Antwort steht. Sie hat ihre Leidenschaft für Schweizer Bier schon früh entdeckt, war schon immer mehr Biergeniesserin als Weinliebhaberin. Sie möchte sich für die Förderung einer vielfältigen Bierkultur in der Schweiz einsetzen. Für sie steht nicht unbedingt im Vordergrund, dass Frauen mehr Bier trinken, sondern dass sie grundsätzlich wieder einen Bezug dazu aufbauen, der positiv geprägt ist. Mit entsprechenden Anlässen (Beer & Dine, Lady's Beer Night etc.), die auf die weiblichen Bedürfnisse abgestimmt sind und die verschiedenen Aspekte von Bier beleuchten - insbesondere die Vielseitigkeit von Bier - könnte man Bier für die Frau wieder interessanter machen. Sie persönlich legt sich nicht gerne auf ein bestimmtes Bier fest. Je nach Anlass (Feierabendbier, als Essensbegleiter etc.), Umfeld (Klima) und persönlicher Stimmung, stimme sie gerne das entsprechende Bier darauf ab. Grundsätzlich tendiere sie aber zu dunklen, gehaltvolleren Bieren. Ihrer Meinung nach haben die Frauen einfach das Bier für sich noch nicht so entdeckt. Einerseits deswegen, da es lange Zeit als "Arbeitergetränk" galt, andererseits aber auch deswegen, weil es zu wenig für Frauen beworben wird beziehungsweise für andere Getränke mehr und "femininer" geworben wird.