

Olympioniken haben in drei Tagen die ganze Lieferung Appenzeller Bier getrunken - zur Freude von Firmenchef Karl Locher "Der Sonntag", 5.8.2012

Der Gesamtmarkt schrumpft, doch Appenzeller Bier wächst jährlich über 5 Prozent und könnte bald die Nummer 1 der eigenständigen Brauer werden.

VON YVES DEMUTH
UND BENJAMIN WEINMANN

Herr Locher, ist 2012 ein gutes Bier-Jahr?

Karl Locher: Für uns war es bisher ein gutes Jahr. Trotz des schlechten Wetters in diesem Sommer konnten wir den Umsatz erneut um 5 bis 6 Prozent steigern, so wie schon im Vorjahr. Mit neu lancierten Produkten wie dem Brandlöcher-Bier konnten wir das schlechte Wetter kompensieren.

Der Bierkonsum pro Kopf ist gesunken und stagniert nun bei 58 Litern pro Jahr. Worauf führen Sie das zurück?

Zur Zeit, als ich noch in der Brauerei-Auslieferung gearbeitet habe, nahm ich zum Znüni ein Bier und einen Cervelat. Nach dem Abladen von zwei, drei Tonnen Material war der Alkohol ausgeschwitzt. Bei der heutigen Büroarbeit könnte ich das nicht mehr tun. Die Arbeitswelt hat sich verändert. Körperliche Arbeit wurde durch maschinelle Arbeit verdrängt, die sich nicht mit Bierkonsum verträgt.

Sie wachsen in einem stagnierenden Markt. Folglich gewinnen Sie Marktanteile.

Wir haben in diesem Braujahr rund 150 000 Hektoliter produziert. Das sind 50 Prozent mehr als 2009. Unser Marktanteil beträgt etwa 3 Prozent.

Schützengarten aus St. Gallen, die grösste unabhängige Schweizer Brauerei, produzierte im letzten Braujahr 163 000 Hektoliter. Wenn Sie so weiterwachsen, sind Sie in zwei Jahren die Nummer 1.

Die Hektoliterzahl ist für uns keine wichtige Richtgrösse. Wir wollen ein gesundes Wachstum haben und dieses selbst finanzieren. Natürlich schauen wir, wo wir wachsen und was gut läuft. Aber die Rentabilität muss stimmen.

Derzeit investieren Sie rund 30 Millionen Franken in eine neue Brau- und Abfüllanlage am Rand von Appenzell. Wie stark können Sie das Brauvolumen dadurch steigern?

Die Anlage ist auf eine Kapazität von 180 000 Hektolitern ausgerichtet und soll 2015 in Betrieb gehen. Wir bauen

aber nicht, um den Ausstoss zu erhöhen, sondern weil die alten Gebäude zu klein geworden sind. Als ich etwa die heutige Füllmaschine 1998 gekauft hatte, lag der Ausstoss noch bei 18 000 Hektolitern.

Sie legen Wert auf Traditionen. Sollte die Migros an ihrer Tradition festhalten und kein Bier verkaufen?

Ich fände es falsch, wenn die Migros Alkohol verkaufen würde. Es ist in Ordnung, wenn es Detailhändler gibt, die keinen Alkohol anbieten. Weil der Staat den Bürgern beim Alkoholkonsum immer mehr Verantwortung wegnimmt, können immer weniger Personen verantwortungsvoll damit umgehen. Deshalb ist es gut, wenn Alkohol nicht überall erhältlich ist.

Sind die Discounter Aldi und Lidl noch immer kein Thema für Sie?

Wir werden immer wieder angefragt. Aber uns fehlen momentan schlicht die Kapazitäten, um einen weiteren Grosskunden zu beliefern. Mit unserer neuen Brauerei-Anlage könnten sie aber irgendwann ein Thema werden.

Früher hatten Sie grössere Bedenken aus Imagegründen.

Jeder schmeisst früher oder später mal Prinzipien über Bord. Je älter man wird, desto mehr weiss man, dass man nie nie sagen sollte. Frau Merkel sagte auch, die

Eurobonds werde es vor ihrem Tod nicht geben, und jetzt gibt es sie trotzdem. Ich möchte deshalb nicht sagen, dass ich erst sterben muss, bevor es Quöllfrisch im Lidl gibt (lacht).

Und wie läuft es im Ausland?

Russland und Singapur laufen gut. Vor zwei, drei Jahren mussten in England viele Pubs schliessen. Aber jetzt bestellen auch die Briten wieder mehr Bier. Wir sind zudem die einzigen Lieferanten von Swiss Olympic. Wir liefern Quöllfrisch ins Swiss House im Olympiadorf. Aber die Schweizer Olympioniken haben innert dreier Tage schon die ganze Liefermenge ausgetrunken, rund 18

Hektoliter. Das ist schon alles weg. Wir haben deshalb schon zwei Mal nachgeliefert. Momentan sind etwa 700 Fass unterwegs.

Das Quöllfrisch ist aber offensichtlich kein Medaillenbringer.

Offensichtlich nicht (lacht). Aber Spitzenkoch Anton Mosimann sagte uns, er habe noch nie so gutes Bier gehabt.

Spüren Sie den starken Franken nicht?

Nein, wir liefern einfach weiterhin zum alten Kurs von 1.42. Wir konnten die Auslandpreise nicht erhöhen. Wir können es uns nicht leisten, dass wir aus den Regalen fliegen, sonst sind all die Anstrengungen für nichts gewesen.

Sie sind erst 52 Jahre alt. Trotzdem: Machen Sie sich manchmal Gedanken über Ihre Nachfolge?

Das ist schwierig, mein Sohn ist erst acht Jahre alt, meine Tochter fünf. Da müssen wir noch etwas warten.

Sind sie schon auf den Quöllfrischgeschmack gekommen?

Sie durften schon den Schaum trinken.

Erhalten Sie oft Übernahmeangebote?

Das gibt es immer wieder. Auch solche, die sich an der Firma beteiligen wollen. In Zeiten, in denen alles etwas unsicher ist, wirken Lebensmittel vielleicht etwas stabiler als andere Anlagen. Aber ich gebe allen die gleich kurze Antwort. Nein.

■ ERFOLGSBRAUER AUS DEM APPENZELL

Karl Locher (52) führt die Brauerei Locher in Appenzell zusammen mit seinem Cousin Raphael. Sein Quöllfrisch ist das einzige Bier einer unabhängigen Brauerei, **das in der ganzen Schweiz erhältlich ist**. Locher hat dank zahlreichen Innovationen und Spezialbieren seinen Bierabsatz **in den letzten 15 Jahren verzehnfacht** – und das ohne Werbung. Die Zahl der Mitarbeiter stieg innerhalb von drei Jahren von 60 auf 100. Sein Whisky «Säntis Malt» wurde von Guru Jim Murray zudem **zum besten Whisky Kontinentaleuropas** gekürt.