

NZZ

Montag, 24. Dezember 2012 · Nr. 300

---

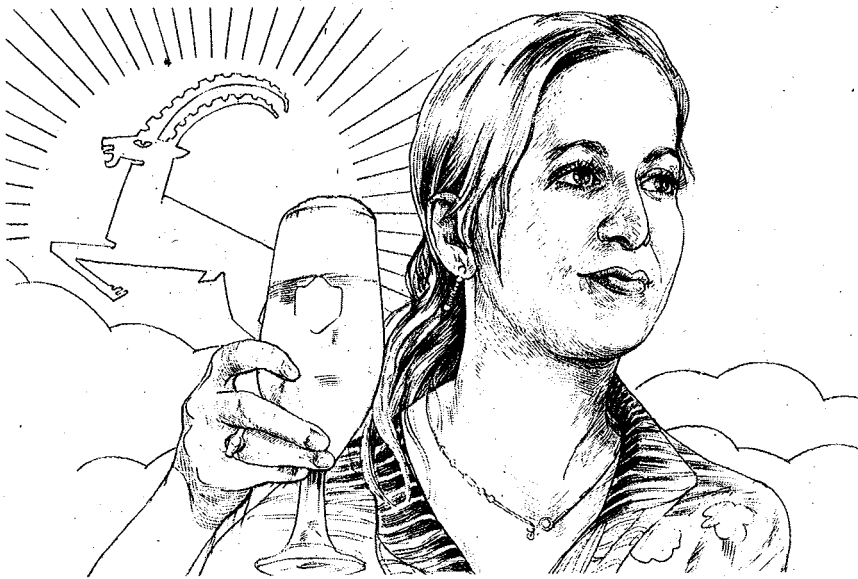


ILLUSTRATION CHRISTOPH FISCHER

# «Diva» aus Rebstein

## Die Brauerin Claudia Graf über Frauen und deren Bierkonsum

*Mue.* Die Hoffnung stirbt bekanntlich zuletzt. Das wird sich Arnold Graf gedacht haben, als er nach vielen Jahren an der Spitze der in Rebstein domizilierten Brauerei Sonnenbräu nach einer Nachfolgerin Ausschau hielt. Zwei seiner drei Töchter hatten sich bereits für Pflegeberufe entschieden, blieb noch die 27-jährige Claudia als künftige Geschäftsführerin übrig. Und der fiel die Entscheidung nicht schwer, die 1891 von Eduard Graf gegründete Brauerei in fünfter Generation fortzuführen. Durch diverse Praktika bei Schweizer Brauereien sowie die Ausbildung zur Braumeisterin und Getränke-Betriebswirtin an der Brau-Akademie Doemens in Deutschland hatte sie genügend Erfahrungen gesammelt. Seit April dieses Jahres leitet sie die Geschichte der im Rheintal gelegenen Brauerei mit einem jährlichen Ausstoss von 32 000 hl Bier.

### Mit viel Herzblut dabei

Sie habe die Entscheidung nie bereut, auch wenn sie nicht wie viele Gleichaltrige an den Wochenenden durch die Diskotheken ziehen könne, sagt Graf. Der Beruf fordert sie. Die junge Frau ist in der Region prominent, ihre Präsenz auf zahlreichen Veranstaltungen schätzen die Kunden. Um etwas Abstand zu gewinnen, versucht sie möglichst einmal im Monat das Wochenende an einem Ort zu verbringen, an dem man sie nicht kennt. Irland mit dem leckeren Guinness und den Pubs hat es ihr besonders angetan.

Wenn sie über ihre Brauerei spricht, ist viel Herzblut dabei. Das Unternehmen habe ihr schon immer viel bedeutet, denn sie sei mit der Brauerei aufgewachsen. Es hätte ihr im Herzen weh getan, wenn das Familienunternehmen in seiner bisherigen Form nicht weitergeführt worden wäre, sagt Graf.

Die Eigenständigkeit ihres Unternehmens ist ihr heilig, und sie will sie wahren. Die Geschichte vieler ehemaliger Konkurrenten von Sonnenbräu wird ihr als mahnendes Beispiel dienen. Vor Jahren hatte es im Rheintal 34 Brauereien gegeben, inzwischen existiert mit Sonnenbräu nur noch eine. Einige der einst florierenden Schweizer Brauunternehmen sind in den vergangenen Jahren aufgekauft worden. Um nicht das gleiche Schicksal erfahren zu müssen, hält Graf Ausschau nach neuen Geschäftsfeldern, getreu dem Motto: Wer rastet, der rostet.

Ein Dorn im Auge ist ihr, dass es in der Schweiz nur wenige Frauen gibt, die Bier trinken. Sie selbst bestelle bei Apéros immer ein Bier, bei Fahrten im In- und Ausland probiere sie die lokalen Bierspezialitäten. Damit nimmt sie unter den Schweizerinnen eine Sonderstellung ein. Nach Graf's Worten trinken gerade einmal 14% der Schweizer Frauen Bier. Es liege ein grosses Potenzial brach, fügt die Brauerin an. Durch die

Hintertür will sie nun die Frauen auf den Geschmack bringen.

Seit etwas mehr als einem Jahr hat Sonnenbräu einen Moscato-Bier-Cocktail mit dem Namen «Diva» im Angebot. Das in Aludosen mit einem trendigen Aufdruck abgefüllte Getränk enthält neben Wein auch Bier und habe einen «feinen Geschmack nach Apfel und Pfirsich», so preist Sonnenbräu das Mischgetränk an. Eigentlich wurden 20 000 Flaschen «Diva» allein für die 120-Jahr-Feier der Brauerei gebraut. Doch das Angebot sei innerhalb von drei Wochen ausverkauft gewesen, sagt Graf. Aufgrund der grossen Nachfrage ist seit August 2011 der Cocktail dauerhaft im Sortiment. Der Weg ist zumindest für Graf vorgezeichnet. Sie wolle mit dem Mischgetränk den Frauen Bier näherbringen. Vielleicht stiegen einige eines Tages auf Panaché um, bevor sie ihre Liebe zum reinen Bier entdeckten, lautet ihr Kalkül.

Angesprochen auf mögliche Akzeptanzprobleme von Frauen in der männerlastigen Bierbranche, antwortet sie mit einer Anekdote aus ihren ersten Tagen als neue Geschäftsführerin. Einige der 45 Angestellten hätten sich mit Anliegen an sie gewandt, von denen sie gewusst hätten, dass sie damit bei ihrem Vater nicht durchgedrungen wären. Sie bissen jedoch auch bei der neuen Chefin auf Granit. Graf lässt sich nicht irritieren und pflegt einen anderen Führungsstil als ihr Vater. Wenn etwas einmal nicht nach ihrer Zufriedenheit laufe, spreche sie die Punkte direkt an und überlege sich Konsequenzen, ohne gleich an Entlassungen zu denken, fügt sie mit einem Schmunzeln hinzu. Das Personal müsse eine klare Linie erkennen, lautet einer der Grundsätze ihres Führungsstils.

### Pflege der Kommunikation

Ein Anliegen ist der Geschäftsführerin auch die Kommunikation innerhalb des Unternehmens. Seit ihrem Amtsantritt gibt es einmal im Monat einen Stammtisch für die Mitarbeiter, die während des Anlasses nicht nur einen Imbiss und natürlich Bier serviert bekommen, sondern auch über neue Entwicklungen in der Brauerei informiert werden. Jene, die an der Veranstaltung nicht teilnehmen könnten, würden schriftlich über den Verlauf und Neuigkeiten informiert, sagt Graf. Sie wolle mit den Treffen den familiären Charakter ihres Betriebs betonen und Sensorien für mögliche Missstände innerhalb des Unternehmens entwickeln.

Der Beruf füllt die Jungchefin aus. Zum Büroalltag kommt derzeit zweimal in der Woche ein Abendkurs in Herisau hinzu, um sich in Marketing, Recht und Personalführung fortzubilden. Deshalb fehle ihr die Zeit für Sport, doch mit guter Ernährung halte sie sich fit. Das Klischee vom Brauer mit Bierbauch erfüllt sie jedenfalls nicht.