

# Der grosse Weissbiergraben

Röstigraben war gestern. Das Weindorf von Bundesrat und Winzer Guy Parmelin bestellt mehr Gerstensaft als jede andere Schweizer Gemeinde

Barnaby Skinner (Text) und Marco Meyer (Illustration)

Zürich Die Rebberge gehören zur Gemeinde Bursins VD wie die Alpen zur Schweiz. Jeder im Dorf hat irgendwie mit dem Weinbau zu tun. Der berühmteste Bürger ist Bundesrat Guy Parmelin. Auch er ein Winzer. Umso überraschender sind die Analyseergebnisse der Einkäufe von Le-Shop-Kunden. Der zu Migros gehörende Onlineladen ist der grösste Bierhändler im Internet. Le Shop erreicht in Bursins 69 Prozent der Haushalte. In keiner anderen Gemeinde ist die Durchdringung grösser. Von diesen Kunden bestellten über ein Drittel Bier. Ausgerechnet im Winzerdorf liessen sich die Winzer pro Haushalt 22 Liter Gerstensaft vor die Haustüre liefern. So viel wie nirgendwo sonst in der Schweiz.

Der Onlineladen hat für die SonntagsZeitung 700 000 Bierbestellungen von 100 000 Kunden zwischen Januar und Dezember 2015 analysiert. Im Vergleich zum gesamten Biermarkt ist der Onlineverkauf klein. Der Totalbetrag, der in der Schweiz letztes Jahr für Bier im Detailhandel zusammenkam, betrug gemäss Marktforschungsunternehmen Nielsen circa 400 Millionen Franken. Davon erwirtschaftete Le Shop rund 3 Millionen Franken. Doch der Onlinebiermarkt wächst. Im Vorjahresvergleich verzeichnete Le Shop einen Zuwachs von 8,7 Prozent.

Die kleine Gemeinde Bursins im Weingürtel der Romandie mit

ihrem hohen Onlinebierverkauf ist also keineswegs ein Einzelfall. Sie steht vielmehr an der Spitze eines Trends: Bier ist immer mehr im Onlineverkauf gefragt. Während der Pro-Kopf-Konsum beim Bier seit Jahren bei rund 56 Litern pro Person liegt, ist derjenige des Weins seit 2004 von 40 auf 35 Liter gefallen.

Gleichzeitig explodiert die Zahl der Brauereien. Allein seit Jahresbeginn wurden 57 neue bei der Eidgenössischen Zollverwaltung registriert. Wer mehr als vier Hek-

**Die Geschichte digital aufbereitet**  
dok.sonntagszeitung.ch

toliter braut, ist biersteuerpflichtig. Der Zoll führt deshalb genau Buch. Entwickelt sich die Braumanie so weiter, hat die Schweiz bis Ende 2016 über 800 Brauereien. Im Vergleich zur Jahrtausendwende eine Verzehnfachung. Damals waren 81 registriert.

Die meisten dieser Neugründungen entfallen auf Deutschschweizer Kantone: Die Brauerei Laubrau in Fällanden ZH zum Beispiel oder die Brauerei Suufudi aus Mühleberg BE. Doch neuerdings tauchen neue Brauereien auch in der Romandie auf. Die beiden aktuellsten Meldungen bei der Zollverwaltung sind die Brasserie La Diabliesse aus Les Diablerets VD und die Brasserie Artisanale des Molettes aus Vaulruz FR. Bei-

de experimentieren mit besonders malzigen Biergeschmücken.

«Wir erleben einen Boom», sagt Marcel Kreber, Direktor des Schweizer Brauerei-Verbandes. «Die Zahl der Brauereien mit professionellen Strukturen, die den Anspruch haben, vom Bierbrauen leben zu können, liegt aber weiterhin bei rund 50 Firmen.» Sie würden 99 Prozent des Biers herstellen, die übrigen 600 Brauereien den Rest.

Was sich verändert, sei die Breite des Angebots und der Gaumen der Biertrinker, so Kreber. «Ein sorgfältig gebrautes Bier ist heute mit dem guten Jahrgang eines Weins zu vergleichen.» Das hätten auch die grossen Brauereien erkannt. Feldschlösschen, das dem dänischen Carlsberg-Konzern gehört, braut in der Brauerei Valaisanne im Wallis mittlerweile erfolgreich ein Weizenbier und ein hopfenbetontes Pale Ale.

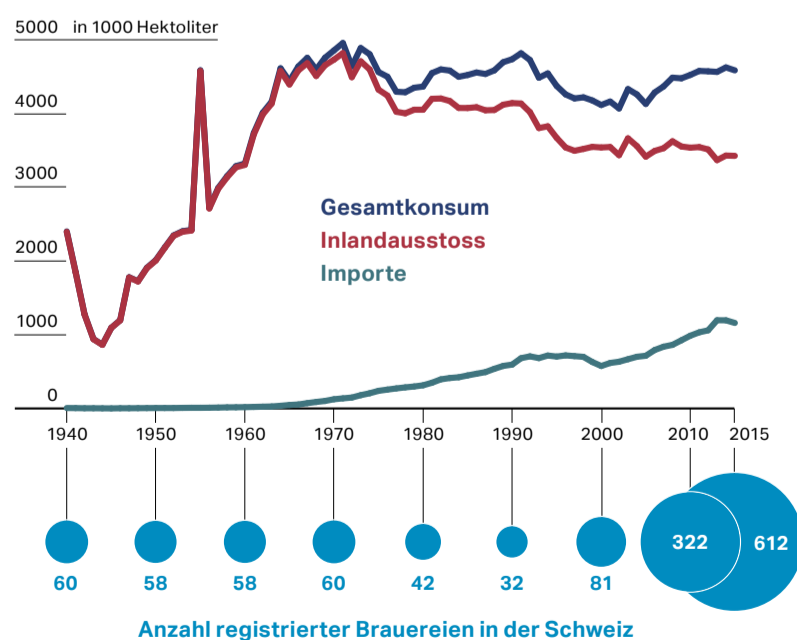
Dass Feldschlösschen und Co. reagiert haben, zeigt, wie ernst sie die neue Konkurrenz nehmen. Wie gefragt die Spezialitätenbiere sind, belegt die Le-Shop-Analyse. Klassisches Lagerbier, helles Feldschlösschen oder Eichhof zum Beispiel, hat im Gesamtmarkt noch immer Anteile von 90 Prozent, die Spezialitätenbiere 10 Prozent. Doch im Internet – dort, wo der Markt am schnellsten wächst – ist es genau umgekehrt. Nur noch 27 Prozent der 700 000 Bestellungen sind Lagerbiere. Der Rest sind Spezialitäten oder alkoholfreie Biere.

Besonders beliebt sind Weissbiere. Jedes zehnte Bier, das in der



Die Anzahl der Brauereien in der Schweiz explodiert – online finden Biertrinker ein Riesenangebot

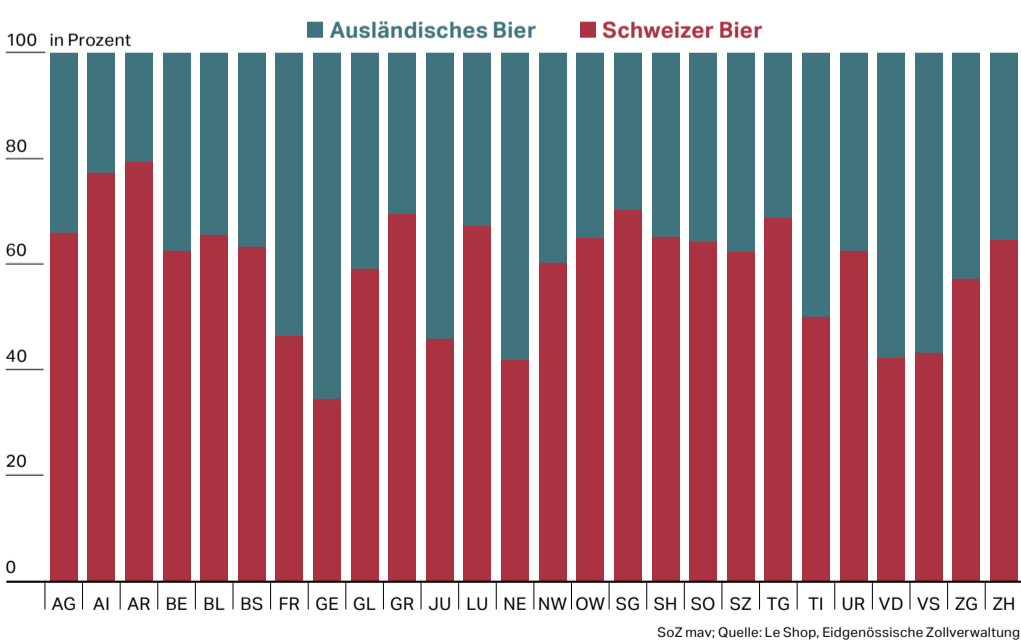
Die Entwicklung des Bier-Konsums, der Inland-Produktion und der Importe von 1940 bis 2015



Die zwei globalen Bierkonzerne Carlsberg und Heineken dominieren den hiesigen Biermarkt: Carlsberg kommt mit den Traditionsmarken Feldschlösschen, Cardinal und Warsteck auf einen Anteil von 42 Prozent. Heineken erreicht mit Ittinger, Calanda und Eichhof 20 Prozent. **Den Rest teilen sich unabhängige Brauereien auf.** Zu den erfolgreichsten Schweizer Bierbrauern gehört das Familienunternehmen Brauerei Locher AG aus Appenzell Innerrhoden. Die Firma kommt auf

circa 5 Prozent des Marktes und hat früh auf Spezialitätenbiere gesetzt: Seit 2007 braut sie das dunkle Bier Schwarzer Kristall. «Vollmundig, Röstaromen (Kaffee), leicht melassig. Passt gut zu Lammsteaks», steht auf der Website. Oder das Zitronen-Panache: **«Passt gut zu fruchtigen Desserts.»** Die Zunahme verschiedener Biersorten und der Spezialitätenbiere geht Hand in Hand mit einer Veränderung der gesellschaftlichen Bedeutung von Bier. Bis in die Neunzigerjahre war es ein

Anteil der ausländischen und der Schweizer Biere nach Kanton, die 100 000 Online-Kunden im Jahr 2015 bei Le Shop einkauften



Büezer-Getränk. **Die grossen Brauereien wie Feldschlösschen besaßen Verträge mit den Baufirmen**, um in der Znünpause die Baustellen zu versorgen. Mitte Neunziger wurden diese Verträge aufgelöst. Das ist auch der Grund, weshalb der Pro-Kopf-Bierkonsum in den Neunzigerjahren innert Kürze von 70 Liter auf 60 Liter zusammensackte. Rauchverbot und Beizensterben haben gleichzeitig dazu geführt, dass immer mehr Schweizer ihr Bier zu Hause trinken. Noch im Jahr

2007 wurde mit 55 Prozent die Mehrheit der Biere am Stammtisch gekippt. Im Jahr 2015 fiel das Verhältnis mit 60 Prozent zugunsten des Detailhandels aus. **Diese Entwicklung hängt mit der fließenden Arbeitszeit zusammen.** Die Generation, die zeitgleich Feierabend hat und zusammen ein Bier genießt, stirbt aus. Heute gehen Biertrinker ins Internet, wo sie auf ein viel grösseres Bierangebot treffen. Und, wie die Auswertung von Le Shop zeigt, auch nutzen.

SoZ mav; Quelle: Le Shop, Eidgenössische Zollverwaltung



Auswertung von 700 000 Bestellungen von 100 000 Onlinekunden bei Le Shop im Jahr 2015

**Bierliebhaber im Weinland** Die Romands bestellen dreimal mehr Weizenbier als die Deutschschweizer.

**Dosenbier-Liebhaber ZH** Je städtischer, desto beliebter. Dosen werden im Kanton Zürich dreimal öfter gekauft als in Innerrhoden.

**Biobierkäufer GE** Unter den Genfer Bierkäufern gibt es dreizehnmal mehr Biobierkäufer als unter den Obwaldnern.

**Connaisseurs von belgischen Bieren NE** Beinahe jede 15. Bestellung im Kanton Neuenburg betraf hochprozentiges, belgisches Bier.

**Die Heimat verbundenen AR und AI** Nur jedes 4. bestellte Bier der Inner- und Ausserrhoder wurde im Ausland gebraut. Hintergrund ist wohl die grosse Präsenz der Lokalbrauerei Locher.

**Die Enthaltssamen UR und OW** Die Urner und Obwaldner trinken dreimal mehr alkoholfreies Bier als die Bündner. Wohl ebenfalls auf das erfolgreiche Lokalbier Eichhof zurückzuführen.

Waadt online verkauft wurde, war ein Weizenbier. Ähnlich gierig nach dem süsslich-obergärigen Geschmack sind die Genfer, die Walliser, die Freiburger und die Jurasier. Hochgerechnet heisst das: Auf drei Weizenbiere, die die Romands bei Le Shop bestellen, kommt in der Deutschschweiz nur eines. Bei Le Shop spricht man intern nicht mehr vom Röstigraben, sondern vom Weizenbiergraben.

**Die Romands bestellen mehr aromatische Biere**

Verbandsdirektor Kreber zeigt sich überrascht über die Beliebtheit des Weizenbiers im Welschland. «Historisch gesehen ist die Deutschschweiz von der Bierkultur aus Deutschland geprägt», sagt er. Weil Weizenbier beim nördlichen Nachbarn seit Jahrhunderten eine grosse Rolle spielte, hätte er erwartet, dass sich das auch bei den Online-Einkäufen niederschlägt.

Nicht nur auf Weissbier sprechen die Romands an. Auch aromatische Biere mit Himbeer- oder Mirabellengeschmack trinken sie lieber als die Deutschschweizer. Besonders die Neuenburger lieben gemäss Le Shop solche Geschmäcke. Oder die dunkelblonden belgischen Biere. Überhaupt stehen die Le-Shop-Bierkäufer in der Romandie auf ausländischen Gerstensaft. In Genf werden drei von fünf Bieren, die online verkauft werden, im Ausland gebraut. Die heimatverbundendsten Biertrinker sind im Appenzell zu finden.

«Vielleicht wirbt Le Shop im Onlineladen für bestimmte Biere, für andere hingegen weniger», sagt Kreber zur Begründung. Das könnte selbst bei 700 000 berücksichtigten Bestellungen zu Verzerrungen führen. Tatsächlich werden im Sortiment mit 59 Schweizer und 149 ausländischen Bieren diejenigen, die neu im Sortiment aufgenommen wurden, prominenter gelistet. Allerdings sind das meist Schweizer Produkte.

Eine Erklärung für die Lust auf Abwechslung in der Romandie liefert Kreber trotzdem. «Ich spekuliere hier», sagt er. Doch auf dem internationalen Biermarkt könne man schon lange beobachten, wie viel breiter das Bierangebot werde. Bier erhalte in der Gesellschaft einen neuen Stellenwert. Kreber selber hat zu Hause im Keller dreissig Sorten. Ein Gerstensaft für jede Stimmung. Wie das beim Wein auch der Fall sei.

Gerade weil die Romands aus einer Wein geprägten Tradition stammten, seien sie wohl offener gegenüber neuen Bier-Geschmäcken und der Deutschschweiz etwas voraus, sagt Kreber. Er rechnet damit, dass die Spezialitätenbiere weiterhin im Gesamtmarkt, also auch in der Deutschschweiz, wachsen werden. Das heisst: Bis 2020 trinkt einer von fünf Schweizern kein klassisches Lagerbier mehr, sondern ein Embuscade, Bière ambrée der Brauerei La Nébulouse bei Lausanne oder ein Sierrvoise, Bière artisanale ambrée aus dem Wallis.

Anzeige



# Kultur oder Konsum?



**ERST ESSEN  
dann entscheiden**

**VON UNS.  
VON HIER.**



Für ein gutes Bauchgefühl.

**MIGROS**  
Restaurant

**MIGROS**  
Take Away

Angebot regional unterschiedlich.