

European Beer Consumers Union (EBCU)

VERBRAUCHER KÄMPFEN FÜR BIERKULTUR | Die Menschen lieben es, Bier zu trinken. Und manche gehen bei ihrer Leidenschaft noch etwas weiter. Aufgrund dieser Leidenschaft sind sie bereit, für ihre örtliche Bierkultur zu kämpfen und diese zu fördern. Sie sind weder Brauer noch Gastwirte, obwohl auch hier viele das Anliegen unterstützen. Es sind Verbraucher, die kein finanzielles Ziel verfolgen. Auf europäischer Ebene sind die Verbraucher in der European Beer Consumers Union organisiert. Die EBCU ist ein Zusammenschluss aus dreizehn unabhängigen, nationalen Biergenießer-Organisationen aus ganz Europa.

BIER IST DAS EINZIGE NAHRUNGSMITTEL mit einer eigenen Konsumentenorganisation auf europäischer Ebene. Es gibt keinen „Rat der Schokoladenliebhaber“ und keine „Vereinigung der Whisky-Schnüffler“. Daraus kann man lernen: Bier ist mit Leidenschaft verbunden. Bier ist ein natürliches und gesundes Getränk. Und Bier bringt die Menschen zusammen, auf der ganzen Welt.

Trotzdem wird die Europäische Bierkultur unterschätzt. Gerade die Entscheidungsträger neigen dazu, die Schönheit der Bierkultur zu vergessen. Die öffentliche Debatte in Europa wird von einer dreifachen Bedrohung der Bierkultur, durch Vernachlässigung, kurzfristige finanzielle



Autor: Henri Reuchlin, Vorsitzender EBCU, European Beer Consumers Union, St. Albans, England

Planung und der einseitigen Fokussierung auf unverantwortliches Trinkverhalten, bestimmt. Die EBCU, eine nicht nur politisch absolut unabhängige Verbraucherorganisation, kann eine zentrale Rolle bei der Verteidigung der Bierkultur spielen, indem sie betont, dass die Mehrheit der Verbraucher ihr Bier in moderaten Mengen genießt, und es ihnen deshalb ermöglicht werden sollte, Bier in einer angemessenen Auswahl und zu einem vernünftigen Preis zu erstehen.

Die EBCU bezeichnet sich selbst gerne als Stimme der europäischen Biertrinker. Und bei einer Mitgliederzahl von gut 170 000 Biertrinkern aus ganz Europa hat sie auch das Recht dazu. Die Mitglieder der EBCU kommen aus ganz Europa, von Finnland bis Italien und von Irland bis Polen. Einige der nationalen Organisationen sind klein und eher informell, andere, wie CAMRA aus dem Vereinigten Königreich oder Danske Ølentusiaster aus Dänemark, haben tausende Mitglieder. In anderen Ländern wiederum gibt es bis jetzt keine etablierte Plattform für den Biertrinker. Das ist beispielsweise in einem traditionellen Bierland wie Deutschland der Fall, aber auch in anderen Ländern wie Spanien oder Rumänien. Die meisten der Mitgliederorganisationen der EBCU wurden gegründet, um das Verschwinden der traditionellen Bierkultur zu bekämpfen. Biertrinker, die kaum über den Geschmack eines Bieres nachdenken, bevor

sie es hinunterschlucken, sind eher nicht organisiert.

Die EBCU ging im Mai 1990 in Brügge aus drei Gründerorganisationen hervor, die Belgien, die Niederlande und Großbritannien repräsentierten. Seitdem haben sich ihnen gleichgesinnte Verbrauchergruppen aus Österreich, der Tschechischen Republik, Dänemark, Finnland, Irland, Italien, Norwegen, Polen, Schweden und der Schweiz angeschlossen.

Der EBCU können sich alle offenen, nationalen Organisationen von Bierliebhabern anschließen, die unabhängig von Brauereien und anderen Kapitalinteressen in Verbindung mit Bier sind. Und sie sollten die folgenden Ziele und Vorhaben der EBCU unterstützen:

- Erhalt der Europäischen Bierkultur;
- Förderung von traditionellen Bierstilen;
- Unterstützung traditioneller Brauereien;
- Repräsentation von Bierkonsumenten auf europäischer Ebene.

Die Organisation der EBCU besteht ausschließlich aus ehrenamtlichen Mitarbeitern. Zweimal im Jahr treffen sich je zwei Delegierte jeder Mitgliedsorganisation zur Vollversammlung in einer Bierstadt, organisiert von einem der Mitglieder. Ein Vorstand aus fünf Mitgliedern wird jährlich gewählt, um das Tagesgeschäft zu leiten. Die Vollversammlung bietet eine willkommene Plattform für die Organisationen, um sich über bewährte Verfahren und Erfahrungen





Jan Lichota, Brewers of Europe, Henri Reuchlin, EBCU, und Wim van der Camp stoßen auf das neue EBCU-Manifest an

auszutauschen. Außerdem können europäische Entwicklungen diskutiert und Aktivitäten der verschiedenen Organisationen und der EBCU koordiniert werden.

EBCU-Programm

Im Hinblick auf die Wahlen im Europäischen Parlament kommenden Mai hat die EBCU im September ihr neues Programm auf den Weg gebracht. Das erste Exemplar wurde dem Mitglied des Europäischen Parlaments Wim van der Camp (EPP) und Jan Lichota, Brewers of Europe, präsentiert.

Das EBCU-Programm konzentriert sich auf drei für jeden Biertrinker in Europa sehr wichtige Punkte:

- Vielfalt von Bier: Die Verbraucher sollen eine ausreichend große Auswahl an Bieren aus verschiedenen Brauereien und Bierstilen haben;
- Information über Bier: Die Verbraucher sollen das Recht dazu haben zu wissen was in den Bieren enthalten ist, wer sie hergestellt hat und wo sie produziert wurden;
- Bierpreis: Die Bierpreise sollten sich in einem vernünftigen Rahmen bewegen und nicht überzogen besteuert werden.

Vielfalt

Kulturelle Vielfalt und Authentizität ist das, was Europa zu einem so besonderen Ort zum Leben macht. Das ist der Grund, warum Menschen aus anderen Ländern uns besuchen. Kulturelle Vielfalt und Geschichte, das spiegelt gut wider, was Bier bedeuten kann. Die Vielfalt der Bierstile und der Bierkultur in Europa ist einfach großartig. Nehmen wir nur Finnland mit dem Sahti. Es

ist ein traditionelles Getränk, das nur in einigen kleinen Regionen des Landes gebraut wird. Traditionsgemäß wird es aus einem hölzernen Gemeinschaftsbecher mit zwei Henkeln um ihn herumzureichen getrunken. Es sieht ein wenig aus wie rosafarbene Milch und schmeckt leicht nach Banane. Aber auch baltische Porter aus Polen, Real Ale aus England oder tschechische Lager-Biere sollten nicht außer Acht gelassen werden, um nur ein paar traditionelle Bierstile zu nennen.

Auch in Ländern wie Italien oder Spanien, in denen Bier weniger traditionell verwurzelt ist, boomt Bier. In diesen Ländern dreht sich alles um Geschmack und Innovation, unabhängig von vermeintlicher Tradition. Italien trumpft mit hunderten

von kleinen und sehr spannenden Brauereien auf.

Bier ist wieder angesagt. In den meisten europäischen Ländern stieg die Zahl der kleinen und mittleren Brauereien an. Sie erneuern und stärken unsere europäische Bierkultur. Sie verbessern die lokale Wirtschaft und bieten dem Kunden eine immer weiter steigende Vielfalt an Wahlmöglichkeiten. Wir werden Zeuge einer Wiederbelebung und eines neu entdeckten Interesses an Bier in allen Facetten. Bier war schon zu Beginn der Zivilisation Teil der europäischen Kultur. Mehr und mehr Verbraucher entdecken dieses Erbe für sich und sind bereit, neue Gebiete zu betreten. Dieses Jahrhundert könnte wieder zu einem Jahrhundert des Bieres werden. Es herrscht Vielfalt im Biergeschmack, bei der Größe der Brauereien (von der kleinen Ein-Mann-Brauerei bis zur global agierenden Firma) und bei der Trinkkultur. Von einer „Staminee“ in einer kleinen Stadt in Belgien über die Pinxtobars im Baskenland und die modische Bierbar in Dänemark bis zu den viktorianischen Pubs in England – Trinkkultur ist sehr unterschiedlich, wird aber verbunden durch die Liebe zum Bier und all seiner Vielfalt.

Insgesamt schrumpft der Biermarkt in Europa. Nur ein Sektor befindet sich im Wachstum: die kleinen und mittleren Brauereien. Sie bringen Innovation und Unternehmergeist mit, ob sie nun erst vor kurzem gegründet oder von Generation zu Generation weitergegeben worden sind. Die europäische Gesetzgebung muss die Rahmenbedingungen schaffen, in denen diese Brauereien nachhaltiges Wachstum zeigen können, und nicht nur für die gr-

MITGLIEDSORGANISATIONEN DER EBCU		
Land	Mitglied	Website
Österreich	BierIG	www.bierig.org
Belgien	Zyθος	www.zyθος.be
Tschechische Republik	Sdruzeni Pratel Piva	www.pratelpiva.cz
Dänemark	Danske Ølentusiaster	www.ale.dk
Finnland	Olutliitto	www.olutliitto.fi
Irland	BEQIR	www.beoir.org
Italien	Unionbirrai	www.unionbirrai.com
Niederlande	PINT	www.pint.nl
Norwegen	NOROL	www.nor-ale.org
Polen	Bractwo Piwne	www.bractwopiwne.pl
Schweden	Svenska Ölförändamand	www.svenskaolforamandet.se
Schweiz	Association des Buveurs d'Orges	www.abo-ch.org
United Kingdom	CAMRA (Campaign for Real Ale)	www.camra.org.uk

berer Konzerne da sein. Eine gesunde Bierkultur beinhaltet beides, große und kleine Brauereien, die jeweils verschiedene Geschmäcker bedienen.

In vielen Städten und Regionen wird Bier auch zu einem großen Besuchermagneten. In den vergangenen Jahren war die Heineken Experience in Amsterdam die zweitmeist besuchte Touristenattraktion, gleich nach dem Rijksmuseum. In Dublin zieht der Guinness Hopstore die Besuchermassen an. Touristen würden Pilsen passieren, ohne davon Notiz zu nehmen, wenn es die Brauerei nicht gäbe. Brüssel in Belgien oder Bamberg in Deutschland nennen sich, neben manch anderen, stolz selbst „Hauptstädte des Bieres“. Das hat große touristische Anziehungskraft. Zum zweiten Mal hintereinander fand dieses Jahr im Sommer eine spezielle Bier-Kreuzfahrt statt: Ein Kreuzfahrtschiff fährt von Rom nach Barcelona und zurück, vollgepackt mit Spezialitätenbieren, Brauern und Bierliebhabern. Beide Städte wurden vorher nicht besonders mit Bier in Verbindung gebracht

■ Gesundheit

Eine der Bedrohungen für die Bierkultur ist die einseitige Betrachtung der negativen Aspekte des Bierkonsums. Da Bier für viele ein ganz normales Getränk ist, verwundert es umso mehr, dass die öffentliche Debatte oft von den gesundheitlichen Folgen bei übermäßigem Konsum dominiert wird. Gesundheitsbehörden tendieren dazu, sich im Namen des Konsumenten auf die negativen Folgen des übermäßigen Genusses zu konzentrieren. Sie sehen die negativen Auswirkungen jeden Tag, haben aber deshalb ein verzerrtes Bild der Realität. Seien wir ehrlich: Der Großteil der Menschen genießt Bier maßvoll. Tatsächlich hat das sogar die Europäische Kommission klar gestellt. Schon 2006 wurde eingeräumt: „85 Prozent der erwachsenen Bürger konsumieren Alkohol die meiste Zeit in moderaten Mengen und verantwortungsbewusst.“

Hinsichtlich der Ernährung ist Bier nicht unbedingt notwendig, trotzdem kann Bier zu einem gesunden Lebensstil passen. Und es kann von großem Nutzen für die geistige und soziale Gesundheit sein: Ob nun jemand ein Bier nach der Arbeit genießt oder auf einer Party eine Runde für seine Freunde ausgibt – Bier bringt die Menschen zusammen. Bier ist ein elementarer Bestandteil des sozialen Gefüges. Es ist ein soziales Schmiermittel. Also lasst



Die Menschen lieben es, Bier zu trinken

uns das Bier in Ehren halten, sowie die, die es herstellen und die, die es trinken.

Bier ist für den Genuss gemacht. Wir müssen zusammenarbeiten um unverantwortliches Trinkverhalten zu bekämpfen, aber das sollte nicht die Debatte um Bier und Bierkultur dominieren. Die, die ihr Bier maßvoll genießen, sollten nicht wegen einer kleinen Minderheit bestraft werden, die das nicht tut. Es kann nicht genug betont werden: Bier ist Teil unseres kulturellen Miteinanders. Die Zukunft der europäischen Bierkultur hängt von dem Ansehen ab, das ihr von Meinungsführern und Gesetzgebern entgegengebracht wird.

■ Distribution

Für kleine Brauereien ist die Distribution des Bieres der schwierigste Teil der Wertschöpfungskette von der Brauerei zum Konsumenten. Gebundene Gaststätten oder Pubketten haben manchmal nur eingeschränkt die Möglichkeit, die örtlichen Bierquellen zu nutzen, zuungunsten der Auswahl des Konsumenten. Die meisten Konsumenten aber probieren ein neues Bier zuerst im Restaurant. Ein gut ausgebildeter Wirt kann seinen Gästen den Geschmack, die Herkunft und die besonderen Eigenschaften eines neuen Bieres erklären. Ein gesunder Gastronomiesektor ist ausschlaggebend für eine gesunde und vielfältige Bierkultur.

Die Marktmacht und die schiere Größe der Supermarktketten und deren stark optimierte Handels- und Verwaltungssysteme machen es für kleine Brauereien fast unmöglich, gelistet zu werden. Das schränkt

die Auswahl für den Verbraucher noch weiter ein.

■ Information über Bier

Die Verbraucher sollten das Recht haben zu wissen, was sich in der Flasche befindet, wer das Bier gebraut hat und wo es gebraut wurde. Was ist schließlich intimer als die Nahrung, die wir schlucken, um uns zu ernähren? Jedes Etikett sollte die Zutaten und die Herkunft des Bieres zeigen, so dass der Verbraucher eine fundierte Entscheidung darüber treffen kann, welches Bier er trinkt. Um übermäßigen Verwaltungsaufwand zu vermeiden, sollte mit den Kennzeichnungspflichten maßvoll umgegangen werden, eben genauso, wie man Bier trinkt. Weitere Informationen können über alternative Wege, wie zum Beispiel das Internet, zugänglich gemacht werden. Die Mitgliedsorganisationen des EBCU spielen eine wichtige Rolle bei der Bewerbung von Bier als lokales Getränk der Wahl mit niedrigem Alkoholgehalt.

Es gibt viele Bierfestivals in ganz Europa. Die meisten Festivals, die von Verbraucherorganisationen veranstaltet werden, sind eher nicht-kommerziell orientiert und sollten unterstützt werden. Die britische Organisation CAMRA begrüßt 55 000 Menschen auf dem größten Bierfestival in England, das von über 1000 Freiwilligen organisiert wird. Wieder einmal zeigt sich so die Eigenschaft des Bieres, Menschen zusammenzubringen. In anderen Ländern werden ähnliche Festivals organisiert. Informationen dazu gibt es auf www.ebcu.org

■ Kosten

Anscheinend denken die Steuerbehörden manchmal, der europäische Biertrinker sei aus Gold. Als ob man immer mehr und mehr Geld von ihm abkratzen könnte. Manchmal verdächtigt die EBCU die Anteilseigner der großen Brauereikonzerne genau der gleichen Tagträume. Der Preis eines Pints sollte akzeptabel sein. Das heißt, die EBCU lehnt die übermäßigen Biersteuern ab, die in vielen europäischen Ländern gang und gäbe sind.

Tatsächlich sollte Bier als Europas alkoholisches Getränk der Wahl beworben werden, da es wenig Alkohol enthält und seine Herstellung gut ausgearbeitet ist. Warum sollte der Biertrinker zusätzliche Steuern in Form einer Verbrauchssteuer zahlen,

wohingegen ein Freund von Energiedrinks oder Kakao das nicht muss? Am Gesundheitsaspekt kann es sicher nicht liegen. Die EBCU ist sehr glücklich darüber, dass Großbritannien und Dänemark entschieden haben, ihre Verbrauchssteuer bei Bier zu senken. Diesem Beispiel sollte man folgen. Und es wäre perfekt, wenn die geringe Verbrauchssteuer in Europa auf null gesenkt würde, wie es bei Wein schon der Fall ist.

■ Fazit

Europa hat eine florierende Bierkultur. Tatsächlich ist die Bierkultur so besonders, dass nicht nur Produzenten und Handel, sondern auch Konsumenten sich zusammengeschlossen haben, um diese zu verteidigen und zu fördern. Das ist einzigartig. Kein anderes Nahrungsmittel hat seine eigene Ver-

braucherorganisation auf europäischem Level. Leider ist das aber auch notwendig. Unsere Bierkultur wird gefährdet durch Vernachlässigung, kurzfristige finanzielle Belastungen (entweder von den Steuerbehörden oder den Anteilseignern der Brauereien) und einer einseitigen Bewertung des übermäßigen Konsums. Die europäischen Politiker scheinen zu vergessen, dass Bier ein Getränk mit niedrigem Alkoholgehalt für die Allgemeinheit ist, das von der großen Mehrheit maßvoll getrunken wird. Dennoch ist Bier robust, denn Bier ist Teil des sozialen Gefüges, in der Vergangenheit und Gegenwart. Und das wird auch so bleiben, wenn Politiker und Brauer

- die einzigartige Vielfalt unterstützen;
- den Kunden informieren;
- Bier bezahlbar belassen.