

Dose am Boden, Ballon in der Luft

Biermarkt Die Coronakrise hat auch die Seeländer Brauerei Aarebier empfindlich getroffen. Doch während Mitbewerber Verarbeitungsschritte auslagern, hat das Bargener KMU investiert.

Tobias Graden

Man möge doch, hiess es während des Lockdowns auf der Website von Aarebier, den Vorratskeller nicht ganz mit Teigwaren und WC-Papier zustellen, sondern solle noch eine Ecke frei lassen für die eine oder andere Flasche Bier: Auf halbwegs humorvolle Weise ist also die Bargener Brauerei mit der Coronakrise umgegangen, aber lustig ist diese für sie nach wie vor nicht. «Der Lockdown war auch für uns ein Schock», sagt Geschäftsführer Cesare Gallina, «plötzlich fielen die Absatzkanäle Gastronomie und Events komplett weg.» In den Monaten März und April ging der Umsatz im Vergleich zu den Vorjahresmonaten um 45 Prozent zurück. Der Verkauf im Detailhandel zog erst nach ein paar Wochen etwas an, vermochte den Rückgang aber nicht zu kompensieren.

Braderie: minus 20 Prozent

Auch jetzt ist das normale Niveau noch längst nicht erreicht. In den Monaten Juni und Juli fehlten bis zu 22 Prozent, im August immer noch etwa 18 Prozent. Das liegt einerseits am Wegfall von Grosserevents: Von der Monatsproduktion von 50 000 Litern Bier verbraucht im Juli jeweils alleine die Bieler Braderie 10 000 – entfällt wie in diesem Coronajahr das Marktfest, fehlen also 20 Prozent. Andererseits ist in der Gastronomie nach wie vor nicht gleich viel los wie vor der Krise, zumal Bier vor allem dort getrunken wird, wo das nahe Beisammensein zum Erlebnis gehört.

Doch Cesare Gallina ist nicht einer, der jammert, obwohl Corona Einfluss auf den Geburtstag der Brauerei hat. Diese ist nämlich am 26. August vor 14 Jahren gestartet. Das angedachte Fest mit Livemusik wurde auf eine normale Öffnung der Braustube reduziert. Gallina: «Wenn alle Mitarbeiter am Fest sind und wegen eines Covid-19-Falls zur Quarantäne gezwungen wären, müsste ich die Brauerei für zwei Wochen schliessen.»

Abgefedert hat die Brauerei, deren bis zu zehn Angestellte sich 700 Stellenprozente teilen, die Krise bislang mit dem Verzicht auf die in der Sommersaison sonst beigezogenen tempo-

Geschäftsführer Cesare Gallina mit dem neuen Aarebier-Ballon.

ZVG



rären Mitarbeitenden. Ein Antrag auf Kurzarbeit wurde bewilligt, der Bezug derselben bislang aber nicht nötig, weil einzelne Teilzeitangestellte von sich aus die Arbeitszeit zwischenzeitlich reduziert haben.

Dosenabfüllung vor Ort

Aarebier hat gleichwohl auch in den letzten Monaten investiert. Einerseits in ein neues Gebinde: Den Klassiker «Kellerfrisch» gibt es jetzt auch in der Aludose. Der Grund: Teilten sich 2006 die Bereiche Fassbier, Mehrwegflaschen, Einwegflaschen und Dosen den Markt noch zu je einem Viertel auf, so ist in den letzten

Jahren der Anteil der Dose auf zuletzt 37 Prozent gestiegen. «Es ist also ein Muss», so Gallina, «sich Gedanken zu machen, ob man auf diesen Zug aufspringt.» Er entschied sich dafür.

Doch das Dosengeschäft von Aarebier unterscheidet sich von den Mitbewerbern entscheidend: Es wird in der Brauerei selber abgefüllt. Praktisch alle kleineren Brauereien in der Schweiz füllen ihr Produkt nämlich in der Anlage der Brauerei Falken in Schaffhausen ab. Deren Bier wird also mit Lastwagen teils hunderte Kilometer hin und zurück transportiert und im Abfüllprozess zweimal pasteurisiert.

Das schlage sich einerseits im Geschmack nieder, sagt Gallina, andererseits passe es nicht zur Philosophie von Aarebier: «Wir haben bewusst einen kleinen Distributionsradius, liefern praktisch alles selber aus und decken unseren Energiebedarf zu 65 Prozent mit der eigenen Photovoltaik-Anlage. Wir wollen unser Bier nicht zum Abfüllen durch die ganze Schweiz zu fahren.»

Und so kommt nun regelmässig ein Dienstleister mit einer Abfüll-Anlage im Lieferwagen vorbei und füllt das Bier direkt ab Tank in die Dosen ab, obwohl die Marge für die Brauerei dadurch geringer ist. Sollte der Dosenanteil zunehmen, will Gallina in eine eigene Abfüll-Anlage investieren. Diese Haltung ist insoweit bemerkenswert, als dass erst kürzlich die deutlich grössere Brauerei Egger in Worb bekanntgab, die Flaschenabfüllung künftig nicht mehr selber vorzunehmen, sondern diese an die Brauerei Locher in Appenzell auszulagern. Auch dies käme für Gallina nicht in Frage.

Ballon wird mit Bier bezahlt

Das zweite Investitionsprojekt in diesem Jahr wird man künftig am Himmel sehen: Aarebier hat sich einen neuen Heissluftballon geleistet. Dieser ist doppelt so gross wie der bisherige (siehe Infobox) und kann zwölf Passagiere mitnehmen. Das Heissluftvolumen des Ballons beträgt 8,5 Millionen Liter – diese Zahl ist höher als das gesamte Volumen Bier, das die Brauerei in ihrer Existenz bislang produziert hat. 120 000 Franken kostet der Ballon, wiederum kommt ein spezielles Finanzierungsmodell zum Tragen: Aarebier stottert das Geld während zehn Jahren in Naturalien ab. Betrieben wird der Ballon nämlich durch die Take-Off Balloon AG von Christoph Meyer. Er hat den Kaufpreis vorfinanziert und erhält nun während zehn Jahren Bierlieferungen, die er im eigenen Rampenverkauf und durch den Vertrieb an eigene Kunden absetzt. Vertraglich vereinbart ist, dass der Ballon für eine bestimmte Dauer im Marktgebiet von Aarebier zu sehen ist, denn für diese ist er eine grosse Werbefläche – die grösste ihrer Art in der Schweiz.

Der Ballon

- Die Hülle benötigt **2360 Quadratmeter Stoff**.
- Ihr Volumen beträgt **8500 Kubikmeter**, also 8,5 Millionen Liter. Zum Vergleich: Die Brauerei Aarebier hat in 14 Jahren 7000 Kubikmeter Bier produziert.
- **9 Kilometer Faden** wurde vernäht.
- Es dauerte **40 Tage**, um den Stoff mit Logo und Bierflaschen zu bedrucken.
- Dabei durchliefen **1600 Laufmeter Stoff** den Drucker.
- Hersteller ist Ultramagic in Barcelona. *tg*