

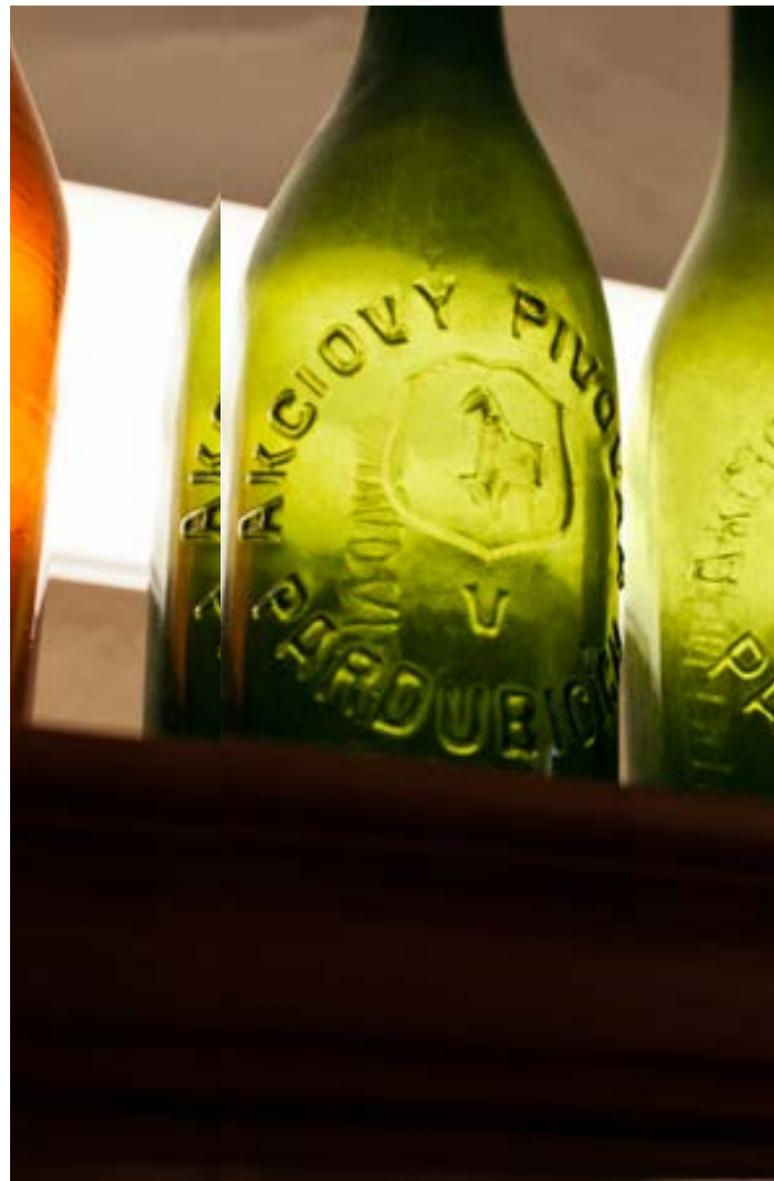
Alles im Fluss: Einst gab es hier nur drei Zapfhähne, heute sind es schon acht. Dieser Wandel in der kleinen Trambahn-Bar von Jirka Stehlíček hatte großen Einfluss auf das ganze Land

Prost Wahlzeit!

Nirgends hat Bier eine solche Bedeutung wie in Tschechien. Doch die 1000 Jahre alte Tradition litt lange Zeit unter Vereinheitlichung. Jetzt kämpfen Brauer und Wirte für alte Werte und schaffen so eine neue Vielfalt



Wachgeküsst: Fast 140 Jahre lang ruhte die Klosterbrauerei Břevnov, bis sie 2011 wieder eröffnet wurde. Die Ausstattung ist neu (unten), so auch der Bottich, in dem Braumeister Martin Vávra gerade die Maische untersucht (links). Alte Utensilien wie die Flasche rechts werden nur noch ausgestellt



Nutznieser der neuen Vielfalt: eine bierselige Runde in der Studentenkneipe Hany Bany

Genuss für alle Sinne: Petr Janik, einer der Neubegründer der Traditionsbrauerei im Kloster Břevnov, testet eine Lieferung Malz

TEXT: Janek Schmidt
FOTOS: Edward Beierle

Es ist nur ein leises Rascheln, kaum wahrzunehmen inmitten der großen Halle, doch für Petr Janik ist es ein Genuss in den Ohren und in der Seele, so sehr hat er sich nach diesem Geräusch gesehnt. Also hebt der Bierliebhaber den weißen Sack auf seiner Schulter ein wenig höher und lässt das restliche Malz in den Maischbottich rieseln. „Es fühlt sich gut an, hier endlich zu brauen“, sagt der 57-Jährige feierlich und weiß, dass mit diesem Satz auch so mancher Kreislauf in seinem Heimatland von vorn beginnt.

Nirgends spielt Bier eine so zentrale Rolle wie in Tschechien. Pro Jahr trinken die Menschen dort im Schnitt 145 Liter und damit mehr als irgendwo sonst. Die Deutschen kommen laut Europäischem Brauereiverband nur auf 107 Liter pro Kopf und landen damit knapp hinter Österreich auf Platz drei dieser Rangliste. Doch auch in Tschechien gibt es ein Auf und Ab in der

Welt des Bieres – umso bedeutender ist die Entwicklung, die gerade im Gang ist.

Wohl kaum ein Ort zeigt diese Evolution so gut wie das Kloster Břevnov, in dem Janik gerade Malz in den Maischbottich kippt. Vor mehr als 1000 Jahren wurde der Konvent gegründet. Bald stellten die Benediktinermönche ihr eigenes Bier her, und so entstand im Kloster die erste Brauerei Prags. „Leider wurde diese Tradition im 19. Jahrhundert unterbrochen“, erzählt Janik, während er einen Temperaturregler auf 72 Grad stellt, um die Maische im Kupferkessel zu erhitzen. Damals wandelte die industrielle Revolution die Welt der Biere. Viele veraltete Brauereien konn-

ten nicht mit dem neuen Lagerbier konkurrieren, das billiger, leichter haltbar und für die industrielle Herstellung besser geeignet war. Innerhalb weniger Jahrzehnte schloss jede zweite Produktionsstätte im Land, darunter auch die Klosterbrauerei, die in einen Dornröschenschlaf fiel.

Der Verfall erreichte eine neue Stufe, als 100 Jahre später mit dem Zusammenbruch des Sozialismus 1989 die nächste Revolution einsetzte. Internationale Investoren wie der englische Braukonzern Sab Miller kauften tschechische Traditionsmarken, etwa Pilsner Urquell. Erneut wurden unrentable Betriebe geschlossen. Laut dem Tschechischen Brauerei- und Mälzereiver-

band schrumpfte die Zahl der Brauereien um ein weiteres Drittel, sodass es zur Jahrtausendwende nur noch 51 gab.

Viele Bierfans klagten über diese Entwicklung – und einer besonders laut: Max Bahnsen. Der 42-Jährige nennt sich Bierphilosoph, und zu seinem Lieblingsthema schreibt er Bücher, einen Blog sowie eine Kolumne für die Zeitung „Prague Post“. „Einige Konzerne haben unsere Bierwelt sprichwörtlich verwässert“, kritisiert er. Dennoch ist er voller Hoffnung: „Gerade erleben wir die dritte Bierrevolution, und jetzt kommt endlich die Vielfalt zurück.“

Denn der Ärger über die großen Unternehmen veranlasste bald die ersten Tschechen, die Freiheiten des Kapitalismus zu nutzen und kleine Brauereien zu gründen. Petr Janik arbeitete zu der Zeit im Prager Institut für Brauerei und Mälzerei, einer der ältesten Bierforschungsstätten der Welt. Er erkannte die neue Gründungswelle und verließ das Institut zusammen mit drei Kollegen, um eine Firma zu gründen: Pivo Praha, auf Deutsch „Prager Bier“.

Gemeinsam halfen sie Bierliebhabern, Brauereien aufzubauen. Doch insgeheim träumten sie von ihren eigenen Kesseln an einem ehrwürdigen Ort. Als ein Studienfreund ihnen den Abt des Klosters Břevnov vorstellte, konnten sie den Mönch für ihren Traum gewinnen: 2011 durften sie die

schlummernde Brauerei wachküssen. Heute stehen dort die alten Brau-Utensilien nur noch als Relikte, denn Janik und seine Freunde wollten eine moderne Ausstattung. Also investierten sie eine Million Euro in Umbau und neue Anlagen. Dem entsprechend behutsam behandelt Janik die Geräte jetzt, wenn er den Maischbottich öffnet und prüft, ob die Stärke der Maische bereits in Malzzucker umgewandelt ist. Wenn das der Fall ist, trennt er im Läuterbottich die festen Bestandteile ab, bringt den Rest in der Sudpfanne zum Kochen und kippt den Hopfen hinzu. Damit hat er die Würze, die Basis für jedes Bier.

„Für den zweiten Schritt stellen wir in unserem Labor fünf eigene Hefesorten her“, erklärt Janik. Eine davon gibt er hinzu, sobald die Würze durch Wärmetauscher auf sechs Grad Celsius gekühlt wurde und in die Gärtanks geflossen ist. Dort steigen bereits Blasen auf, da die Hefepilze den Zucker der Würze in Alkohol vergären. Das dauert bis zu drei Wochen, dann ist das sogenannte Jungbier fertig.

„Zum Schluss müssen wir dieses Bier noch lagern“, sagt Janik, „hoffentlich bald im alten Klosterkeller.“ Dafür hat er bereits sechs Whiskyfässer mit je 300 Litern Volumen in Schottland bestellt. „Aber wir haben Angst vor den Archäologen“, fügt er halb im Scherz hinzu. Denn der —>

Die Bierfans haben ihr Schicksal selbst in die Hand genommen und seit dem Jahr 2000 insgesamt 190 neue Brauereien gegründet



Frisch von der Quelle: gerade abgefüllte Flaschen in der Klosterbrauerei Břevnov. Kunden können dort auch persönlich ihre Bierkästen kaufen



In die Bar U Tří Růží („Zu den drei Rosen“) haben die Betreiber eine eigene Brauerei eingebaut. Dort arbeiten Braumeister-Assistent Ondřej Malátek (l.) und Barkeeper Lukáš Tichý

Keller wird gerade erst restauriert, und dabei könnten Relikte aus dem 11. Jahrhundert auftauchen, die den Ausbau verzögern.

Während Janik so in der Vergangenheit gräbt, verwandelt er bereits die Gegenwart. Mit seinen sechs verschiedenen Sorten und den 300 000 Litern Bier, die er jährlich herstellt, vergrößert er die zuletzt vermischte Vielfalt. Da es ihm andere gleichgetan haben, sind seit dem Jahr 2000 insgesamt 190 Mikrobrauereien im Land entstanden, 30 davon im vergangenen Jahr.

Doch hilft diese Vielfalt nur, wenn sich für das neue Bier auch Verkäufer finden. Dafür brauchen Janik und seine Mitstreiter Hilfe von anderen: den Barkepern. Denn die Tschechen haben neben ihrem großen Bierdurst noch eine zweite Besonderheit: Knapp die Hälfte des Biers trinken sie in Bars oder Restaurants; die Deutschen konsumieren dort nur jedes fünfte Bier. Damit kommt Kneipen eine Bedeutung zu, die sich auch in einem tschechischen Sprichwort widerspiegelt: „Der Braumeister braut das Bier, aber gemacht wird es in der Bar.“

Tatsächlich ereignet sich dort der zweite Teil der Revolution, denn viele Kneipen verwandeln sich. Einige wie das 2012 eröffnete U Tří Růží haben eine eigene Mikrobrauerei hinter den Tresen und in den Keller gebaut. Die gesamte Anlage habe 700 000 Euro gekostet, sagt dort der Bar-

Ein Wirt treibt die Revolution auf die Spitze: In seiner Kneipe gibt es 48 Zapfhähne

keeper Lukáš Tichý. „Aber selbst gemacht ist das Bier für uns dreimal billiger als aus einer anderen Brauerei“, erklärt er, „und vor allem wissen die Leute, dass sie hier ein lokales Produkt bekommen.“

Die größte Vielfalt aber gibt es nicht in diesen Braukneipen, die meist nur eigenes Bier verkaufen. Dafür muss man in eine neue Art von Schenke gehen: in die „Bar des vierten Hahns“ – ein Konzept, das auf den Pionier Jirka Stehlíček zurückgeht. Zu ihm gelangt man mit der Trambahn Nummer 11. An ihrer Endstation steht ein altes Häuschen, in dem sich einst Trambahnfahrer zwischen ihren Diensten ausruhten. Stehlíček, der schon immer eigenwillige Ideen hatte, gefiel diese unscheinbare Baracke, und als sie stillgelegt wurde, verwandelte er sie 1997 in eine Bar namens První Pivní Tramway.

Nach Revolution schaut es dort nicht gerade aus. Viele Wände sind zugekleistert mit Bierdeckeln, Wimpeln und anderem Krimskrams. Auch Stehlíček wirkt trotz seines wuchtigen Körpers und seiner lan-

gen, schwarzen Haare eher wie ein gutmütiger Bär, der hinter dem Tresen den Geschichten seiner Stammgäste lauscht.

Doch dann beginnt er zu erzählen, voller Inbrunst und Liebe zu Bars. „Auf einer Reise durch Tschechien war ich vor zehn Jahren in dieser schönen Braukneipe in Strakonice.“ Kurz danach sei ein Geschäftsmann gekommen und habe dem Barbesitzer 30 000 Euro geboten, wenn dieser seine Hausbrauerei schließen und nur noch Pilsner Urquell verkaufen würde. „Damit war die Brauerei am Ende“, erzählt Stehlíček, „und mir tat das im Herzen weh.“

Gegen diese Übermacht der Großen nahm er den Kampf auf und veränderte dafür seine Bar mit den üblichen drei Zapfhähnen. Denn aus denen flossen nur die Biere der Marktführer: Pilsner Urquell, Gambrinus und Primátor. Stehlíček installierte nun aber einen vierten Zapfhahn mit weniger bekannten Bieren.

„Der vierte Hahn war ein großer Erfolg“, schwärmt Stehlíček. Die Nachfrage nach dem alternativen Bier wuchs so stark, dass er weitere Hähne hinzufügte und inzwischen acht hat. Wenn eines der angeschlossenen Fässer leer wird, läutet er eine Trambahn-Klingel hinter dem Tresen und greift zum Mikrofon: „Ich habe eine gute und eine schlechte Nachricht“, ertönt seine Stimme durch die Bar. „Wir haben gerade



Am Anfang war der Wirt: Jirka Stehlíček schmerzte das Herz, als er sah, wie kleine Brauereien schließen mussten. Also installierte er in seiner Trambahn-Kneipe (l. und r.) einen vierten Zapfhahn für unbekannte Sorten – und startete so einen Trend

den letzten Tropfen Matuška aufgebraucht, aber dafür zapfen wir eine neue Rarität an: Brew Dog aus Schottland.“

Aus der Trambahn-Bar schwappte die Revolte des vierten Hahns über Prag und andere Städte. Stehlíček bemerkte das, als er auf Einkaufstour durch Mikrobrauereien von anderen Wirten hörte, die sein Konzept nachgeahmt hatten und ebenfalls ausgefallenes Bier für ihren vierten Hahn suchten. Also schloss er sich mit ihnen zusammen, und 2010 gründeten sie die Alliance P.I.V. – es ist die Abkürzung für „Bund der Intelligenten Bierhähne“.

Dieser Bund ist inzwischen auf zehn Barbesitzer angewachsen. Gemeinsam wol-

len sie erreichen, dass Bier in seiner Qualität geschätzt wird. Dafür hängen sie Karten an ihre Tresen, die wie Weinetikette das gezapfte Bier vorstellen – mit Sorte, Zutaten, Braumeister, Alkoholgehalt, Bittereinheit, Stammwürze sowie dem Bierfarbton, gemessen in einer speziellen Skala.

Auch in diesem Revolutionskomitee gibt es einen Robespierre – einen, der den Kampf auf die Spitze treibt: Jan Charvát, seit 2006 Wirt der mehrstöckigen Kneipe Zlý Časy und mit seiner Statur leicht als Freund des geselligen Trinkens auszumachen. Anfangs verkaufte er nur Bier von Staropramen, der zweitgrößten Brauerei des Landes. „Aber dann hat mir die Eintö-

nigkeit nicht mehr gefallen“, erzählt er, „also habe ich auch einen Zapfhahn für unbekannte Biere installiert und alle großen Marken aus dem Sortiment genommen.“

Das Konzept funktionierte, und er steigerte die Zahl der Hähne immer weiter. Alle drei Wochen geht er nun auf Tour, um bei Brauereien neue Sorten zu kaufen. Inzwischen hat er 48 Hähne in seiner Bar, und damit gibt selbst er sich zufrieden. „Für jede Stunde des Tages zwei verschiedene Biere, das sollte reichen.“

—
—> Info Bier ab Seite 84