

Die Hopfen-Krise

Die für die Bierproduktion unverzichtbare Kletterpflanze leidet unter extremen Wetterbedingungen, 2022 brach die weltweite Ernte ein. Hat dies auch Folgen für die Brauereien in der Region?

Von Anja Bieler-Barth

SIEGEN. Die Regeln sind klar und ein verbrieftes Qualitätsversprechen: Laut deutschem Reinheitsgebot gehören allein Hopfen, (Gersten-)Malz, Hefe und Wasser ins Bier. Ohne Hopfen wäre beim Pils Hopfen und Malz verloren. Droht der Brauzunft ein Engpass bei besagtem Spross aus der Familie der Hanfgewächse?

Die weltweite Hopfenernte brach im vergangenen Jahr im Vergleich zu 2021 um 19 Prozent ein. Das ist der stärkste Rückgang seit Ende des Zweiten Weltkriegs, teilt der weltgrößte Hopfenhändler Barth-Haas aus Nürnberg mit. Die Produktion der für den bitteren Geschmack entscheidenden Alphasäure sei, so schreibt die Deutsche Presseagentur (dpa) weiterhin, sogar um fast ein Viertel abgesackt.

Anlass für den Ernteeinbruch: extreme Wetterbedingungen. Insbesondere die deutschen Hopfenbauern traf es demzufolge 2022 hart: Gewitter zerstörten in der Hallertau, dem mit Abstand größten deutschen Anbaugelände in Bayern, Teile der Ernte. Zudem litten die Pflanzen unter der Trockenheit und Hitze.

Hat dies nun Auswirkungen auf die Brauereien? Oder auf den Geschmack oder den Preis für ein „Rähmchen“ oder Frischgezapftes? Nein, sagt Peter Lemm, Sprecher der Krombacher Brauerei. Das Nord-siegerländer Unternehmen bezieht seinen Hopfen zwar aus der Hallertau.

„Da wir grundsätzlich aber auch den Einkauf unserer Rohstoffe langfristig planen, sind wir gut mit Hopfen versorgt und haben keine Engpässe. Durch unsere in der Regel langfristig angelegte Einkaufsstrategie und die entsprechende Haltbarkeit von Hopfen in Form von Pellets oder Extrakt können wir die gleichbleibend hohe Qualität unserer Produkte sicherstellen.“

Neben der Geschmackskomponente, so erklärt Lemm die Bedeutung der Kletter-



Bayern ist Hopfenland: Gewitter zerstörten in der Hallertau, dem mit Abstand größten deutschen Anbaugelände, Teile der Ernte. Foto: dpa

pflanze, „bewirken die Bitterstoffe im Hopfen eine natürliche Haltbarkeit und eine schön kompakte, feste und stabile Schaumkrone für unser Bier“.

Generell bewegen sich die allgemeinen Kosten für die Bierproduktion nach wie auf einem sehr hohen Niveau. Für das laufende Jahr sei aber keine weitere Preiserhöhung geplant.

Gleiches gilt für „Hachenburger“. Auch die Westerwälder Brauerei gibt Entwarnung, obwohl sich schon jetzt abzeichne, dass die 2023er-Ernte vermutlich ähnlich schlecht ausfallen werde:

Die Hachenburger schließen sehr langfristige Verträge mit ihre Lieferanten aus der Hallertau und aus Spalt ab – „oftmals für zehn Jahre im Voraus“, sagt der geschäftsführende Gesellschafter Jens Geimer: „Das ist besonders wichtig, weil wir zu 100 Prozent mit Aromahopfen brauen.“

Das ist weltweit sehr ungewöhnlich. Wir machen langfristige Verträge, damit sich die Landwirte auf unsere Aufträge verlassen können und weiterhin diesen wertvollen Hopfen anbauen. Die Landwirte brauchen Planungssicherheit, da Hopfenfelder in der Regel 25 bis 30 Jahre genutzt werden.“ Hachenburger ist auch an einer Hopfengenossenschaft beteiligt.

Gleichzeitig habe man immer für mindestens ein Jahr Aromahopfen auf Lager,

um solche natürlichen Schwankungen zu überbrücken. Weniger Alphasäure bedeute, dass einfach mehr Hopfen benötigt werde. Geimer: „Hopfen ist theoretisch einige Jahre lang haltbar, wenn er kühl und vor allen Dingen dunkel gelagert wird. In unserer Erlebnis-Brauerei haben wir dafür unseren eigenen Aromahopfen-Tresor. Da wir ausschließlich mit Naturhopfen arbeiten, nutzen wir normal keinen, der älter als drei Jahre ist.“

Sprichwort-Kunde

Der Wunsch „Hopfen und Malz – Gott erhalt’s“ rührt daher, dass vor Inkrafttreten des Reinheitsgebots 1516 nicht selten abenteuerliche Zutaten ins Bier gemischt wurden: von Tollkirsche über Stechapfel bis hin zu Wurzeln, Ruß oder Pech. Das diente der Optik und der berausenden

Wirkung. Das konnte aber auch zu Unwohlsein oder zum Tode führen. Schmeckte ein Bier und war bekömmlich, wurde es mitunter als „Tat Gottes“ gepriesen. Wenn redensartlich Hopfen und Malz verloren sind, dann ist eine Situation aussichtslos.

BIS AUF WEITERES

Schnorrer wider Willen



Von Jonathan Josten
Lokalredaktion Siegen

Letztes war ich an einer Autobahn-Raststätte. Dort stand an der Kasse ein Sparschwein. Eine Welle des Mitleids überkam mich. Ich überlegte kurz, den Raststätten-Mitarbeitern ein Geldgeschenk für ihre Kaffeekasse zu machen – und ließ es dann doch. Ich brauche mein hart verdientes Geld für die Kaffeekasse auf meiner eigenen Arbeit.

Denn wir armen Journalisten sind noch ärmer dran, als die Raststätten-Mitarbeiter: Uns gibt niemand Geld für die Kaffeekasse. Aber Kaffee muss da sein, das gehört irgendwie zum Journalisten-Dasein dazu. Nun ist es so, dass wir einen Senseo-Automaten haben. Ich bin nicht unbedingt Fan von dieser Art von Kaffee, aber besser als gar nichts.

Jedenfalls müssen immer genügend Kaffeepads da sein. Das ist recht locker geregelt, jeder bringt mal welche mit. Aber wie das mit lockeren Regeln so ist: Es sind die stressigsten.

Natürlich will man nicht als Schnorrer gelten. Wenn ich also denke, ich bin mal wieder dran, dann sage ich laut, dass ich neue Pads hole. In meiner Abzeitschrift wurde ich bei der Umfrage „Größter Schnorrer“ Erster. Alles ein großes Missverständnis.

Heute wieder: das vorletzte Kaffeepad. Ich habe lange keine geholt. Also sage ich: „Ich hole dann mal Kaffeepads.“

Darauf meine Kollegin, die sozusagen inoffiziell die Schirmherrin der Maschine ist: „Weißt du, wie oft ich schon Kaffeepads geholt habe, und noch nie habe ich was gesagt!“ Gut, offenbar ist das auch nicht der beste Weg, zu beweisen, dass ich kein Schnorrer bin. Knifflig.

Die Maschine muss gereinigt werden, wenn der Kaffee in das Schälchen unter dem Aufsatz läuft. Ich gehe also los, trage das Schälchen zum Waschbecken in das Büro nebenan, kleckere dabei den ganzen Boden voll, kippe das eklige uralte Kaffeewasser aus, reinige den Boden, fülle sogar das Wasser nach. Ich sage nichts.

Keiner bemerkt es. Ich teile also auf diesem Wege mit: Das nächste Mal ist jemand anderes mit Reinigen dran!

j.josten@siegerer-zeitung.de



Hopfen ist theoretisch einige Jahre lang haltbar, wenn er kühl und vor allen Dingen dunkel gelagert wird.

Jens Geimer
Hachenburger Brauerei

Wortspielhölle versus Größenwahn

„In Siegen alles verlieren?“ – mit diesem gut abgehangenen Slogan wirbt der Hamburger Verkehrsband für das 49-Euro-Ticket. Den Seitenhieb lässt das Stadtmarketing-Team aus der Krönchenstadt Siegen nicht auf sich sitzen. So sieht der Konter aus.

Von Julia Wildemann

SIEGEN. Pünktlich zum Start des 49-Euro-Tickets Anfang Mai ging der Hamburger Verkehrsband mit einer provokanten Werbekampagne in die Offensive. Slogans wie „In der Eifel den Turm suchen?“, „In Babelsberg einen Filmriss haben?“ oder „In Wolfsburg ein Schafsfell tragen?“ sind seitdem auf großformatigen Werbeflächen im Stadtgebiet zu lesen. Die Antwort auf die Fragen folgt wenige Zeilen später: „Kannste machen. Oder bleib einfach hier.“ Die Botschaft ist klar formuliert. Wer in der schönsten Stadt der Welt lebt, muss sein Glück nicht in der Ferne suchen.

„Der hvv verfolgt mit dieser Kampagne nicht das Ziel, andere Städte, Regionen oder Bundesländer zu diskreditieren“, erklärt Pressesprecher Rainer Vohl. „Die verschiedenen Motive leben von einem Augenzwinkern, viele positive Rückmeldungen aus der ganzen Republik bestätigen uns, dass dies grundsätzlich funktioniert und ankommt.“ Auch die Krönchenstadt bekommt mit der Unterstützung der Kreativagentur KNSK ihr Fett weg. „In Siegen alles verlieren?“ – man griff tief in die Marketing-Trickkiste und fand dort dieses Paradebeispiel eines Wortwitzes. Das Team des Stadtmarketing Siegen war wenig begeistert von der Formulierung. „Siegen,



Hamburger Provokation und Siegener Gegenschlag – gesehen in der Hansestadt.

Foto: Stadtmarketing Siegen



Der Agentur war bestimmt nicht bewusst, wie tief die Wunde der Siegener ist, in die sie mit dem Slogan Salz gestreut haben“, mutmaßt Stadtmarketing-Leiterin Katja Teixeira. „Es ist natürlich mehr als unglücklich, dass der Slogan auf das Hanjo-Seißler-Narrativ einzahlt. Denn das kann wirklich niemand mehr hören.“ 1996 titelte der Journalist im Magazin der Süddeutschen Zeitung mit folgender Verunglimpfung: Was ist schlimmer als verlieren? Siegen!

Katja Teixeira
Leiterin Stadtmarketing

Noch heute wabert der vermeintliche Witz durch die Straßen zwischen Kölner Tor und Krönchen. Den Seitenhieb wollte man nicht auf sich sitzen lassen. „Schnell war klar, dass wir auf die Kampagne reagieren“, so Teixeira. Musste nur noch das „Wie“ geklärt werden. „Der Verlieren-Vergleich ist unsere Achillesferse. Deshalb haben wir überlegt, wo der wunde Punkt der Hamburger liegt.“

Die Wahl fiel auf die Dauerbaustelle Elbphilharmonie. 800 Millionen Euro flossen in das (inzwischen eröffnete) Prestigeprojekt. Gesagt, getan. Seit wenigen Tagen prangt die Antwort auf die Kampagne in Sichtweite der hvv-Zentrale am Steindamm in Hamburg. „Liebe Hamburger*innen! Sorgen um das liebe Geld? Bei uns verliert ihr nur euer Herz. Kommt doch mal vorbei! Auch ohne dicken Geldbeutel – z.B. mit dem 49-Euro-Ticket. Das gibt's beim HVV ;) Eure Siege[ne]r*innen“ – die Ansage in Plakatform sitzt.

Auch vor dem Hauptbahnhof wurde die Liebeserklärung an die Stadt Siegen platziert. Unter dem Foto der „Elphi“ findet man ein Schnappschuss des Oberen Schlosses und einen Hinweis auf die 800-jährige Stadtgeschichte, die 2024 groß gefeiert werden soll. „Wir müssen uns nicht verstecken. Ein bisschen Spaß muss einfach sein“, bringt es Teixeira auf den Punkt.

IMPRESSUM

Verlag: Siegener Zeitung, Vorländer & Rothmalers GmbH & Co. KG, 57069 Siegen, Handelsregister-Nr.: HR A 4747, 57072 Siegen, Obergraben 39, Tel. 02 71/59 40-0, Telefax: 02 71/59 40 - 3 18 und 3 84 (Anzeigen), 02 71/59 40 - 2 39 (Redaktion), Internet: http://www.siegerer-zeitung.de, E-Mail: Anzeigen@siegerer-zeitung.de und Redaktion@siegerer-zeitung.de, Lokales: Lokalredaktion@siegerer-zeitung.de, Außenstellen: 57319 Bad Berleburg, Poststraße 4, Tel. 0 27 51/93 68-0 (Zentrale), 0 27 51/93 68 - 15 (Anzeigen), Telefax 0 27 51/93 68 - 20, Druck: Vorländer GmbH & Co. KG, Buch- und Offsetdruckerei · Verlag · Werbeagentur, 57069 Siegen, Tel. 02 71/59 40 - 0, Verleger: Wolfgang Rothmalers (Hj), Chefredakteur: Markus Vogt; Stellvertreter und Chef vom Dienst: Joachim Völkel; Mitglied der Chefredaktion: Christian Hoffmann; Newsdesk/Online: Thorsten Keller; Sport: Uwe Bauscher; Lokales (Siegen-Wittgenstein / Altenkirchen / Olpe): Tim Plachner, Stellvertreter: Dr. Andreas Goebel und Martin Völkel; Kultur und Heimatland: Dr. Gunhild Müller-Zimmermann, Sonderthemen: Michael Wetter; – Weitere Redakteure: Anja Bieler-Barth, Daniel Montanus, Jan Schäfer, Holger Weber; – Verantwortlich für den Anzeigenteil: Christoph Kalteich.

Die Siegener Zeitung wird in gedruckter und digitaler Form vertrieben und ist aus Datenbanken abrufbar. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Zeitung oder der in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen, insbesondere durch Vervielfältigungen oder Verbreitung, ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar, soweit sich aus dem Urheberrecht nichts anderes ergibt. Besonders ist eine Einspeicherung oder Verbreitung von Zeitungsinhalten in Datenbanksystemen, zum Beispiel als elektronischer Pressespiegel oder Archiv, ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Die Zeitung erscheint an allen Werktagen. Bezugspreis: einschließlich Botenlohn monatlich 39,90 €, für Studenten 25,00 €, durch die Post 45,90 € einschließlich aller Postgebühren. Einzelpreis Mo. – Fr. 2,30 €, Wochenende 2,70 €. In allen Beträgen sind 7 % MwSt. enthalten. Exemplare im Postbezug enthalten keine Werbebeilagen. – Kündigungen des Botenabonnements müssen vier Wochen vor Monatsende, Kündigungen des Postabonnements sechs Wochen vor Quartalsende schriftlich beim Verlag vorliegen. Zeitlich begrenzte Unterbrechungen können jederzeit vorgenommen werden. – Beilage „Prisma“ wöchentlich freitags. Zurzeit ist Anzeigenpreisliste Nr. 64 gültig. – Bei Nichterscheinen oder Nichtauslieferung der Zeitung infolge höherer Gewalt (Betriebsstörungen, Streik usw.) besteht kein Anspruch auf Entschädigung. Gerichtsstand Siegen. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Bilder wird keine Gewähr übernommen.

