



„Die Reise zum neuen Geschmack“

Rund 5.000 verschiedene Biere werden in Deutschland gebraut. Klassische Biere wie Pils, Weizen, Alt oder Kölsch haben eine teils jahrhundertealte Geschichte. Im Laufe der Zeit entstand dabei eine Perfektion, die zur Norm herangereift ist. In diesem Stadium sind die Früchte großer Anstrengungen sprichwörtlich zu genießen. Die Pflege der überlieferten Traditionen erfordert großes Know-How und viel Leidenschaft. Deren mögliche Entfaltung benötigt Inspiration und Pioniergeist. Dr. Marc Rauschmann ist ein Pionier. Schon seit Jugendtagen ist er von der Idee inspiriert, das Kulturgut Bier nicht nur zu bewahren, sondern es weiter zu entwickeln. Der Vielfalt natürlicher, aromatischer Rohstoffe im Bier Ausdruck zu verleihen, ist sein Verständnis von Braukunst. Welche neuen Bierstile lassen sich also neben den bekannten Klassikern erfinden? Wie würde ein Weizenbier mit mehr Hopfen schmecken? Wie schmeckt ein Bier, das in Holzfässern gelagert wurde?

Als sich diese Fragen aufdrängen, ist Rauschmann in der Wunschposition eines deutschen Brauers. Er ist Leiter der Produktentwicklung und Qualitätssicherung der Radeberger Gruppe. Seine Vision, ein besonderes Bier außerhalb der bestehenden Regeln zu brauen, bestimmt dennoch sein Handeln. In seinem Kollegen Thorsten Schreiber, heute ebenfalls in der Geschäftsführung von Braufactum, trifft er auf einen Gleichgesinnten: Schreiber teilt den Traum von neuen Brauverfahren, neuen Zutaten und neuer Vielfalt für die deutsche Bierlandschaft. Wenn Ideale und Ziele zusammenfinden, eint der Gedanke, Neuland zu entdecken.

Rauschmann und Schreiber erhalten von der Radeberger Gruppe Freiraum zum Experimentieren, entwerfen Konzepte und ein erstes Geschäftsmodell. 2010 begeben sie sich auf eine Reise „zum neuen Geschmack“ und treffen die anerkanntesten Craft Bier Brauer in den USA, in Großbritannien, Japan, Belgien und Italien. Dort gehen die Braumeister neue Wege, die Craft Bier Bewegung hat sich bereits etabliert. Sie lernen leidenschaftliche Virtuosen ihres Faches kennen, die sich mit Authentizität, Hingabe und fachlicher Kunst den handgebrauten und vielseitigen Bierspezialitäten widmen.

Zurück in Deutschland nimmt die Vision Gestalt an: Im Mai 2010 wird „Die Internationale Brau-Manufacture GmbH“ gegründet und der Grundstein für die Marke Braufactum gelegt. Voller Enthusiasmus und erfüllt von ihren Reiseeindrücken experimentieren, brauen und vervollkommen die Pioniere neue Craft Biere. Sie bündeln Kreationen von Traditionalisten und Querdenkern, von alten und wiederentdeckten, zum Teil neu interpretierten geheimen Rezepturen, die das Verständnis von Bier revolutionieren. Weitab vom Alltäglichen werden die Biere von Braufactum durch spezielle Reifeverfahren, natürliche Zutaten, reichlich Zeit und Virtuosität zu überraschenden Geschmackserlebnissen. Handverlesene und teils seltene Ingredienzien wie der Hallertauer Hopfen „Saphir“ und innovative oder wiederbelebte Herstellungsverfahren wie die Reifung im Holzfass, die Kalthopfung oder die Flaschengärung schaffen facettenreiche und ausdrucksstarke Charaktere. Durch die in Deutschland bisher einmalige Braufactum Kühlkette werden die Bierkreationen konstant gekühlt, der individuelle, aromatische Charakter der Craft Biere bleibt erhalten.



braufactum.de



Colonia

Biergattung:
Craft Bier

Stammwürze in %:
12,5

Alkoholgehalt in %:
5,5

Bierart:
Obergärig

Charakteristika:

Mit COLONIA lässt Braufactum die Tradition der Rheinischen Bitterbiere wieder aufleben. Mit einer hohen Hopfengabe im Sudhaus, aber auch in den Lagertanks, wurde sowohl die höhere Bitternote als auch das ganz besondere Hopfenaroma erzeugt. Zur Hopfung wird ausschließlich die seltene Hallertauer Hopfensorte „Saphir“ verwendet.

Sazit:
Ein hopfenbetontes Bier mit einer feinen Hopfenaromatik nach Ananas und Limette

Speisempfehlung:
Forelle mit frischen Kräutern und Zitrone; Salate; Spargel



Progusta

Biergattung:
Craft Bier

Stammwürze in %:
16,5

Alkoholgehalt in %:
6,8

Bierart:
India Pale Ale, obergärig

Charakteristika:

Der Bierstil INDIA PALE ALE (IPA) wurde Anfang des 18. Jahrhunderts speziell für die britischen Kolonien entwickelt. Den langen Seeweg nach Indien überstand das Bier dank seiner eingebrauten hohen Stammwürze und einer zusätzlichen Menge an Hopfen. Heute steht das IPA - wie kein anderer Bierstil für die Craft Bier Szene. Durch die Kalthopfung und den amerikanischen Aromahopfen „Citra“ hat unser PROGUSTA einen intensiven zitrusfruchtigen Geschmack.

Sazit:
Ein völlig neues Geschmackserlebnis für Bierfreunde, das jeden sofort durch seine Komplexität von fruchtigen Noten nach Orange, Holunderblüten und Aprikose begeistert.

Speisempfehlung:
Gegrilltes Fleisch oder gegrillter Fisch, Rindercarpaccio oder -tatar, Tunfischsashimi



Darkon

Biergattung:
Craft Bier

Stammwürze in %:
13,5

Alkoholgehalt in %:
5,4

Bierart:
Schwarzbier, untergärig

Charakteristika:

DARKON wird wie nach alter Rezeptur, mit ausschließlich dunklen Malzen gebraut. Karamellmalze und Röstmalze verleihen diesem Schwarzbier Aromen von Bitterschokolade und Toffee.

Sazit:
Ein kräftiges Schwarzbier, dem man die Verwendung der dunklen Malz nicht nur ansieht sondern bei dem man die vielfältigen Röstnoten auch schmecken kann.

Speisempfehlung:
Gebratenes Fleisch; Schinkenbrotzeit; Schokoladendesserts



Clan

Biergattung:
Craft Bier

Stammwürze in %:
17,5

Alkoholgehalt in %:
6,4

Bierart:
Scotch Ale, obergärig

Charakteristika:

Scotch Ale ist ein dunkles, ursprünglich aus Schottland stammendes Ale, für dessen Herstellung nur hochgelöste Malze verwendet werden. CLAN wird mit einem speziellen Maischeverfahren gebraut, das ein leicht süßliches Aroma erzeugt. Es wird ausschließlich mit dem englischen Aromahopfen Fuggle gebraut

Sazit:
Ein malzig, karamelliges Bier mit einem Duft nach getrockneten Mangos und einem lang anhaltenden Nachgeschmack.

Speisempfehlung:
Würzige Fleischgerichte wie Gulasch oder Chili con Carne. Geschmorrte Ochsenbacke; Wildgerichte

Craft-Biere

Philosophie und Persönlichkeit inside
Ein Gespräch mit Dr. Marc Rauschmann, BraufactuM

Er gilt als Pionier einer neuen Biergeneration: Dr. Marc Rauschmann, Geschäftsführer „Die Internationale Brau-Manufacturen GmbH“ und „Vater“ der Marke BraufactuM. Im Mai 2010 stand der Businessplan für die damals neue und erste deutsche Craft-Bier-Marke – im September ging BraufactuM mit neun eigenen Sorten im Rahmen eines 33 Biere umfassenden Portfolios an den Markt. Und setzte damit neue Maßstäbe.

Herr Dr. Rauschmann, was ist eigentlich ein Craft-Bier?

Dr. Marc Rauschmann: Kurz gesagt: Ein Bier mit einer Philosophie. In einem Craft-Bier steckt die Philosophie des Braumeisters – gewissermaßen seine Persönlichkeit. Dabei geht es um Vielfalt und außergewöhnliche Rezepturen, und darum, über den Tellerrand hinauszuschauen. Dieser Austausch zwischen den Braumeistern über die Ländergrenzen hinweg ist sehr, sehr wichtig. Daran anknüpfend werden alte Rezepte mit neuen Ideen verknüpft, man inspiriert sich gegenseitig.

Was zeichnet ein Craft-Bier aus?

Dr. Marc Rauschmann: Die Besonderheit seiner Aromen, sein individueller Geschmack. Darüber hinaus seine ausgezeichnete Qualität, denn es werden nur beste Zutaten verwendet. Und nicht zuletzt: seine Sensibilität. Craft-Biere werden mit besonderen Hopfensorten und einem höheren Hopfenanteil gebraut, enthalten also mehr Bitterstoffe als „normale“ Biere; das erfordert eine besondere Sorgfalt. Transport und Lagerung sind von großer Bedeutung und die Kühlung spielt eine besondere Rolle. Wichtige Aromen gehen verloren, wenn die Kühlung nicht von der Brauerei bis zum Kunden gewährleistet ist.

Wie können Sie das sicherstellen?

Dr. Marc Rauschmann: Normalerweise geben die Brauereien – wie viele Hersteller – die Hoheit über ihr Produkt bei der Abgabe an der Laderampe ab. Wir

nicht: Wir gewährleisten eine Kühlkette bis an den Point of Sale, indem wir grundsätzlich gekühlte Produkte abgeben, diese nachts und im Sommer unter Beigabe von Kühlpads und Isolierfolie versenden und im Rahmen eines Shop-in-Shop-Systems an jedem Verkaufspunkt über eigene Kühlschränke verfügen, in denen unsere Produkte optimal lagern – bis der Käufer zugreift. Erst hier geben wir die Hoheit über unser Produkt ab.

Wo finden die Verbraucher ihre Craft-Biere?

Dr. Marc Rauschmann: Wir müssen und wollen überall dort sein, wo der Konsument seinen täglichen Einkauf erledigt. Im Supermarkt, im Feinkosthandel, aber auch im Getränke-Abholmarkt. Und überall dort finden Sie uns auch: Aktuell sind wir in über 320 Lebensmittel-, Getränke- und Spezialitätenmärkten bundesweit vertreten.

Wir benutzen ganz selbstverständlich das Wort „Craft-Bier“. Was heißt es eigentlich? Und: Gibt es eine deutsche Entsprechung?

Dr. Marc Rauschmann: Das amerikanische Wort „craft“ bedeutet „Handwerk“. Das können wir so nicht einfach übersetzen. Denn handwerklich werden in Deutschland viele Biere gebraut. Wir haben eine große Zahl kleiner, handwerklicher Brauereien, die die deutsche Bierkultur hervorragend pflegen – aber eben keine Craft-Biere brauen. Craft-Bier hat neben der Tradition auch immer eine sehr innovative Seite. Es werden Stile anderer Länder gebraut und selber neue Stile entwickelt. Das Craft-Bier ist ein persönlich profiliertes Produkt. Seine Authentizität ist eng mit der des Braumeisters verknüpft. Für die „Persönlichkeit“ eines Weines steht der Winzer mit seinem Namen und seiner eigenen Persönlichkeit. Beim Bier dagegen denken wir an Edelstahl. Dabei geht es auch hier um „Persönlichkeit“ – nämlich um die des Braumeisters; das Bier verkörpert seine Authentizität.



Das ist ein weniger rationales als emotionales Thema!

Dr. Marc Rauschmann: Ja, ganz genau. Emotionalität und Kommunikation. Es gibt einen sehr engen Austausch mit den Kunden. Dabei spielen die sozialen Medien eine enorm wichtige Rolle: In den sozialen Netzwerken verschwimmen die Zielgruppen. Fachjournalist und Endverbraucher kommentieren und informieren auf Augenhöhe. Es entsteht ein permanenter Dialog. Diesen Austausch mit zu gestalten, Impulse zu geben, Feedback zu bekommen, zu lesen und zu spüren, wie die Kunden die Produkte aufnehmen, sie einschätzen und beurteilen – das ist extrem wichtig. In diesem Zusammenhang ist auch die Blogger-Szene von immenser Bedeutung: deshalb lade ich zum Beispiel Blogger und andere sogenannte Beer Geeks zwei Tage zur Hopfenernte mit Fachthemen und Austausch in die Hallertau ein.

Es ist Ihnen also sehr wichtig, gut informierte Kunden zu haben?

Dr. Marc Rauschmann: Konsumenten verfügen generell über immer mehr Wissen. Und wir informieren sie gerne: Über jedes unserer Produkte haben wir einen eineinhalbminütigen Film gedreht. An den BraufactuM-Kühlschränken finden die Kunden QR-Codes, über die sie jedes dieser Videos zum jeweiligen Produkt direkt auf ihr Handy holen können.

Wie gehen die Märkte mit Ihren Produkten um? Werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter besonders geschult?

Dr. Marc Rauschmann: Sie begegnen uns mit einer großen Offenheit und Begeisterung. Die meisten haben richtig Spaß daran, für sie eröffnet sich eine neue Welt. Und sie transportieren das auch.

Wie beschreiben Sie Ihre Zielgruppe?

Dr. Marc Rauschmann: Es gab anfangs keine großflächige Marktforschung. Aber Studien aus Amerika zeigen, wo der etablierte Markt hingehet. In der Tendenz ist der Craft-Bier-Konsument 25 bis 45 Jahre alt, also jünger als der durchschnittliche Haupt-Bier-Konsument in Deutschland. Obwohl natürlich mehr Männer als Frauen auch Craft-Biere trinken, ist der Frauenanteil doch erheblich höher als bei den „normalen“ Biere. Und das gilt nicht nur für die Fruchtbiere. Frauen sind per se neugieriger, sie sind offener und unglaublich begeisterungsfähig für neue Entdeckungen.

Also sind Frauen eine wichtige Zielgruppe?

Dr. Marc Rauschmann: Frauen, ja, und alle Leute, die grundsätzlich experimentierfreudig und offen für Neues sind. Wer Neues entdecken will und teilhaben möchte an dieser Welt, gehört zu unserer Zielgruppe. Das ist schon heute eine ganze Szene, eine Kultur: Man trifft sich, um Craft-Bier zu trinken, ähnlich wie zu einem Weinabend; das ist eine Community innerhalb der Ess- und Trinkkultur. Und natürlich gehört auch der Connaisseur zu unserer Zielgruppe: der Genießer, der Kenner kulinarischer Genüsse. Das sind Menschen, die gerne kochen, gerne essen und trinken, die sich mit hochwertigem Essen beschäftigen; sie trinken oft Wein – oder jetzt eben auch ein gehobenes Bier.

Apropos Wein: Wer im Restaurant ein Gericht auswählt, erhält dazu die entsprechende Weinempfehlung. Sie entwickeln Speiseempfehlungen zu unterschiedlichen Craft-Bier-Stilen?

Dr. Marc Rauschmann: Dabei schauen wir nicht nur, welches Bier könnte zu welchem Gericht passen oder umgekehrt. Wir gehen weiter und überlegen, wie Gerichte so abgestimmt werden können, dass sie sich

mit den Bieren ergänzen. Zusammen ergeben sie im Idealfall ein komplett neues Geschmackserlebnis. Dabei kann man natürlich schlicht kombinieren: Ein Rauchweizen zum Barbecue oder Schinken zum Beispiel. Spannend wird es dann dort, wo man sich zunächst fragt: Kann das gelingen? Beispielsweise, wenn man ein sehr feines Gericht mit einem besonders bitteren Bier kombiniert. Schließlich darf das Bier das Essen nicht erschlagen; andererseits kann ein scharfes Chili durchaus ein kräftiges Bier vertragen – da begegnen sich beide sozusagen auf Augenhöhe. Und wussten Sie, dass hopfenbetonte Biere perfekt zu Käse sind? Perfekter sogar als Wein, weil die Kohlensäure die Aromen viel besser trägt und sie damit intensiver erlebbar macht. So vielfältig wie das Thema Käse selbst ist auch das Bier dazu.

Craft-Biere werden auch in besonderen Gläsern serviert. Warum?

Dr. Marc Rauschmann: Aromen kann man nur riechen, nicht schmecken. Wenn man ins Glas nicht hineinriechen kann, bleibt als Aroma nur das, was über den Mund in den nasalen Raum gelangt. Deshalb empfehlen wir ein ehrliches Glas: Da nimmt man die Aromen wahr – übrigens auch dann, wenn doch mal etwas oxidiert ist. Generell gilt natürlich: Glas und Bier müssen zusammen passen. Unser Glas ist letztendlich vom Burgunder-Glas abgeleitet. Es ist weniger drin, man kann hineinriechen und die Mündung lässt den Genießer in kleineren Schlucken trinken.

Auch die Flaschen weichen vom deutschen Standard-Maß ab. Warum?

Dr. Marc Rauschmann: Hier haben wir uns den amerikanischen Einheiten angeglichen. Unsere kleineren Flaschen fassen 355 ml, die größeren 650 ml oder 750 ml. Es gibt auch wenige 330 ml- und 500 ml-Flaschen. Aber wir weichen ja nicht nur im Volumen ab. Unsere Flaschen fallen auf, sie sind ästhetisch schön geformt und passen stilistisch zu einem gehobenen Produkt.

Neben Handel und Endverbraucher ist die Gastronomie ihr wichtigster Kunde. Sind Ihre Produkte dort – in der Gastronomie – angekommen?

Dr. Marc Rauschmann: Ja und nein. In allen Ballungszentren – Berlin, München, Hamburg, im Ruhrgebiet und im Rhein-Main-Gebiet – ist das Thema sehr präsent. Eigentlich überall dort, wo Kreativität und Offenheit in besonderer Weise gelebt werden. Wir haben festgestellt: Wir sind dort erfolgreich, wo die Gastronomie das Thema nutzt, um neue Kunden anzusprechen, wo die Gastronomen selbst neue Themen, neue Ideen, neue Akzente setzen möchten. Das ganze Paket muss stimmen, alle müssen dahinter stehen – dann funktioniert es besonders gut.

Sie sind bei Null gestartet – mit einem großen Vorschuss an Vertrauen und Risikobereitschaft Ihrer „Mutter“ Radeberger. Wie konnten Sie sie für dieses Abenteuer gewinnen?

Dr. Marc Rauschmann: Wir konnten zwei Dinge deutlich machen: Erstens, dass die Craft-Biere ausgehend von den USA in allen relevanten Ländern (Japan, Frankreich, Schweden, Italien) ein Erfolg wurden; zweitens, dass das Konzept auch in anderen Kategorien funktionierte: beim Wein schon lange, aber eben auch bei Kaffee und Schokolade.

Haben Sie ein Lieblingsbier?

Dr. Marc Rauschmann: Die India Pale Ales sind meine Leidenschaft. Besonders bevorzuge ich ein Progusta – ein edel-gehopftes Bitterbier, das Anfang des 18. Jahrhunderts entstanden ist und für den langen Transport nach Indien mit einer besonders hohen Stammwürze eingebracht und viel Hopfen versetzt wurde. Ich könnte Ihnen viel darüber erzählen...



Foto: © BraufactuM

Gericht zum Bier

Hähnchen-Tandoori mit Apfel-Curry-Chutney und grünem Reis – passt ideal zu BraufactuM Progusta

Hähnchen-Tandoori (10 Personen)

10 Hähnchenkeulen, 400 g Joghurt, 1 gestrichenen EL Curry Anapurma, 1 gestrichenen EL Tandoori Marsala, Saft einer Limette, 1 TL Salz

1. Joghurt in eine Schüssel geben und mit Curry, Tandoori Marsala, Limettensaft und Salz vermengen
2. Hähnchenkeulen im Gelenk halbieren und den hinteren Knochen auslösen
3. Hähnchenteile mehrmals einschneiden
4. Hähnchenteile in die Joghurtmarinade legen und 30 Min ziehen lassen
5. Nun die Hähnchenteile auf den Grill legen und bei geschlossenem Deckel (200°C)
6. ca. 15-20 min garen
7. Nach 10 min nochmals mit der restlichen Marinade bestreichen

Apfel-Curry-Chutney

5 Äpfel, 20g Ingwer, 1 EL Curry, 200 g Zucker, 200 ml Apfelessig, 200 ml Apfelsaft

1. Apfel schälen, vierteln, Kerngehäuse entfernen und in kleine Stücke schneiden
2. Zwiebeln schälen und ebenfalls in kleine Würfel schneiden
3. Ingwer schälen, reiben und hinzufügen
4. Mit Curry und Zucker bestäuben
5. Mit Apfelsaft und Essig ablöschen und einkochen lassen bis es sämig wird wie Apfelmus
6. Pürieren, auskühlen lassen



Grüner Reis

500 g Basmati-Reis, 700 ml Geflügelfond, 1 Stange Zitronengras, 2 grüne Paprika, 6 Zweige Koriander, 1 Kopf Romana-Salat, 4 EL helle Sojasauce (salzreduziert)

1. Basmati-Reis waschen und in einen Topf geben
2. Mit Geflügelfond aufgießen und aufkochen
3. Zitronengras fein hacken und hinzufügen
4. Paprika entkernen und in sehr feine Würfel schneiden
5. Koriander hacken
6. Romanasalat waschen und in feine Streifen schneiden
7. Wenn der Reis den Geflügelfond fast aufgenommen hat, beiseite stellen und 20 min ziehen lassen
8. Reis in eine Schüssel umfüllen und Koriander, Paprika, Salatstreifen und Sojasauce unterheben
9. Lauwarm servieren

Holger Laschet

Küche / Kochschule:
An der Wilhelmshöhe 14
49808 Lingen



Büro / Verwaltung:
Holger Laschet Catering
Am Grabenkamp 10c
49808 Lingen
Telefon: 01 60 / 96 20 40 18
info@hola-catering.de

Foto: © fotolia.de