

Diversität auch hier: Brotbier reiht sich ein in die Vielfalt der Craft-Biere.  
Foto Mauritius



Zu Beginn zitiert Braumeister Michael Lembke die Märchenfigur Rumpelstilzchen: „Heute back ich, morgen brau ich.“ Der Zusammenhang liegt auf der Hand. Bäckereien und Brauereien lagen früher oft nah beieinander. In beiden wird mit Hefe gearbeitet, beiden dient Getreide als wichtiger Ausgangsstoff. Lembke ist Mitgründer der Berliner Craft-Beer-Brauerei „Brlo“. Und weil das Bäckerverhandwerk nun mal so eng mit dem Brauhandwerk verbandelt sei – „man sagt ja zu Bier auch ‚flüssig Brot‘“, lag es für ihn und seine Mitgründer nahe, ein Bier aus Brot zu brauen.

Dafür kooperieren sie mit dem Berliner Ableger der Bäckerei „Zeit für Brot“. Für das Bier „Brlo Zero“ werden fünf Prozent des Malzes durch Brot ersetzt. An Stelle von gekeimtem, getrocknetem und anschließend geschrotetem Getreide landen einige Laibe des Zeit-für-Brot-Hausbrot im Maischekessel. Ansonsten sei der Brauvorgang relativ ähnlich, sagt Lembke. Brot und geschrotetes Malz werden mit Wasser vermischt und erhitzt, die enthaltene Stärke wird in Zucker umgewandelt. Für die Gärung nutzen die Brauer eine spezielle Hefe, die beim Zuckerfressen kaum Alkohol bildet. Das „Brlo Zero“ soll ein leichtes, alkoholfreies Sommerbier sein.

Ob mit oder ohne Alkohol – es sei ein Konzept, das auch andere Brauereien einfach umsetzen könnten, glaubt Lembke. Die anfänglichen Investitionskosten in Logistik und Technologie seien überschaubar. Um das Brot im Brauvorgang zu verwenden, wird die Rinde entfernt. Sie zersetzt sich kaum und würde außerdem unerwünschte Röstaromen ins Bier bringen. „Sie geht zum Schweinebauern“, sagt Lembke.

Die Frage, wie die Produktion nachhaltiger gestaltet werden kann, beschäftigt ihn und seine Mitgründer schon lange. „Save the planet, it's the only one with beer“, schreiben sie auf ihrer Website (Rettet den Planeten, nur hier gibt's Bier). Seit vergangenerem Jahr produziert „Brlo“ klimaneutral. Sämtliche Emissionen werden durch die Finanzierung von Ausgleichsprojekten kompensiert. Langfristiges Ziel ist es aber, die eigenen Prozesse zu optimieren. Dazu gehört auch die Überlegung, wie Lebensmittel recycelt und Abfälle vermieden werden können.

Nach Angaben der FAO, der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der UN, werden weltweit etwa ein Drittel aller produzierten Lebensmittel weggeworfen. In Deutschland sind es, aus ergab eine Studie des Thünen-Instituts, das für die Bundesregierung ländliche Räume, Wald und Fischerei beobachtet, rund zwölf Millionen Tonnen pro Jahr. Vorne mit dabei: Brot und Backwaren. Die Umweltschutzorganisation WWF schätzt die jährlichen Verluste hierzulande auf insgesamt rund 1,7 Millionen Tonnen – die Ernte von knapp 400 000 Hektar Ackerland.

Die Idee, Bier aus Brot zu brauen, ist keineswegs neu. Schon in Mesopotamien und dem alten Ägypten wurde vor vielen Tausend Jahren Bier aus gebackenen Brotdlaiben erzeugt. Bier war einfach die flüssigere Variante von Brot. In vielen osteuropäischen Ländern trinkt man seit jeher Kwas, der aus vergorenem Brot besteht und dessen Herstellung – auch wenn er keinen Hopfen enthält – dem Brauprozess von Bier ähnelt.

Zu den Pionieren des modernen Brotbieres zählte die Brüsseler Craft-Beer-

Brauerei Brussels Beer Project, die 2015 ihr „Babylone“ auf den Markt brachte; Vorbild war auch dort unverkennbar das Brotbier der Antike. In England folgte kurz darauf das Toast Ale, und in Wien kann man seit einigen Jahren Kornspitz-Cream-Ale und Semmel-Lager trinken.

Auch in Deutschland experimentieren immer mehr kleine Brauereien mit Bier aus Brot. Sie alle nutzen Retouren – Ware, die am Ende des Tages in den Auslagen der Bäckereien übrig bleibt. Wie viel das ist, hängt stark von Betriebsart und -größe ab. Laut WWF schwanken die Retourenzahlen in Bäckereien zwischen 1,5 und 19 Prozent.

Doch Felicitas Schneider vom Thünen-Institut beobachtet einen positiven Trend: In den letzten Jahren sei die Menge an überschüssigem Brot stark zurückgegangen. Anders als viele Großbetriebe trauen sich kleinere Bäckereien, ihre Kunden mit stark eingeschränktem Sortiment oder gar leeren Regalen zu konfrontieren. „Bei uns gehört es zum Konzept, nicht immer alles

verfügbar zu haben“, sagt etwa Stephan Heinrich, Geschäftsführer von „Zeit für Brot“ in Berlin. „Der Kunde muss nach 16 Uhr kein Croissant und nicht mehr alle Schnecken bekommen.“ Genauso wenig wie sämtliche Brotsorten.

Mehr als 50 Prozent des Lebensmittelabfalls fällt in Privathaushalten an, der Handel trägt mit sieben Prozent einen vergleichsweise kleinen Anteil. Dennoch: Übers Jahr gerechnet bleiben auch dort rund 200 000 Tonnen Brot und Backwaren unverkauft – auch wenn immer mehr Produkte wie Bier, Brotlinge, Knödel oder Bräusli aus Altbrot auf den Markt kommen. „Brot ist immer noch im Überschuss vorhanden, und es ist für soziale Einrichtungen oder Foodsharing auch nicht immer möglich, alles zu verteilen“, sagt Schneider, die Thünen-Institut-Expertin. Doch ob Brotbier einen nennenswerten Beitrag gegen Lebensmittelverschwendung leisten kann? Da müsste man schon große Mengen produzieren, damit die Maßnahme sichtbar werde, meint Schneider.

Für Holger Eichele, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Brauer-Bunds, ist das Brotbier daher auch „eher eine Marketing-Idee“, die „sicher keinen nennenswerten Beitrag gegen Lebensmittelverschwendung leisten kann“. Er sieht das Thema Brotbier generell skeptisch und verweist auf das Reinheitsgebot: Wasser, Malz, Hopfen und Hefe. Brot hat im Bier demnach nichts zu suchen. Als sogenanntes „besonderes Bier“ muss Bier aus Brot von der Lebensmittelbehörde genehmigt werden. Auch Braumeister Lembke hat für sein Brotbier beim zuständigen Bezirk eine Sondergenehmigung beantragt, wie zuvor schon für manch anderes Craftbier, die Berliner Erdbeer-Weisse etwa oder das Peanut Butter Brown Ale. Beim Brotbier ging es relativ schnell, „das war nach ein, zwei Monaten durch“. Auch er kennt die Vorbehalte des Brauer-Bunds: „Die feiern halt ihr Reinheitsgebot.“

Die Diskussion um das Reinheitsgebot, hochgehalten als ältestes Lebensmittelgesetz der Welt, sei emotional aufgeladen, sagt der Münchner Anwalt Alfred Hagen Meyer, Experte für Lebensmittelrecht. Entstanden sei das Gebot 1516 aus fiskalischen Gründen, vielleicht auch um die damals herrschenden unhygienischen Usancen der Brauer zu unterbinden. Ein Kontrollinstrument für hygienische Produktionsbedingungen ist es schon lange nicht mehr. Der Deutsche Brauer-Bund aber, 1871 gegründet, hält eisern daran fest. Brot sei nach deutschem Recht keine zulässige Zutat für Bier, meint daher auch Hauptgeschäftsführer Eichele. „Allein schon deshalb kann mit Brot kein Bier hergestellt werden.“

Anwalt Meyer widerspricht: Das deutsche Reinheitsgebot sei lediglich eine Kennzeichnungsregelung. Wenn ein Bier gemäß den Vorgaben aus Hefe, Wasser, Hopfen und Malz hergestellt sei, dürfe man auf der Flasche mit dem deutschen Reinheitsgebot werben. Keinesfalls aber könnten damit einschränkende Rezeptvorgaben einhergehen. Also: Auch ein mit Brot gebrautes Bier ist ein rechtmäßiges Bier.

Meyer beruft sich auf Urteile von Bundesverwaltungsgericht und Europäischem Gerichtshof. 2005 beziehungsweise 1987 gaben sie Brauern recht, die sich nicht an das Reinheitsgebot halten wollten. Meint: Die Sonderanträge müssen eigentlich gar nicht gestellt werden; jeder Brauer kann

Bier ins Brot geben, wenn er mag. Die Rechtslage ist eindeutig – was allerdings nicht heißt, dass es hin und wieder nicht gerichtliche Auseinandersetzungen gäbe. Daher, sagt Meyer, könne sich manch ein Brauer Stress und Geld sparen, wenn er sein Brotbier nicht als „Bier“ bezeichnet. Weil er dann nicht Gefahr laufe, dass Neider gerichtlich gegen ihn vorgehen.

Um diese Klippen zu umschiffen, nennt die Nürnberger Brauerei Orca Brau ihren „Rebell“, den sie seit dem vergangenen Jahr produziert, ein „alkoholhaltiges Malzgetränk mit Brot“. Knapp ein Drittel des Malzes wird durch Altbrot einer regionalen Bäckerei ersetzt. Ein geschmacksstarkes Brot, wie Braumeister Felix vom Endt sagt, dunkel gebacken, mit Salzkruste und Sesamsaat. „Das schmeckt man im Bier, und das war auch unser Ziel: Es sollte diesen Brotcharakter transportieren.“

Knapp 40 Kilo brauchen sie für die 1000 Liter, die sie alle drei Monate brauen. Zugegebenermaßen ein „kleiner Anteil vom Gesamtbrot, das in der Bäckerei übrig bleibt“. Auch er verweist auf die Privathaushalte, wo zusammengekommen weit größere Mengen im Müll landen. Beim „Rebell“ gehe es daher eher um die Idee. Brauerei und Bäckerei wollen Kunden zum Nachdenken bringen: Brauche ich die volle Auswahl bis kurz vor Ladenschluss? Kann ich das trockene Brot nicht doch noch verwenden?

Auch bei „Zeit für Brot“ und „Brlo“ in Berlin geht es in erster Linie um die Sensibilisierung der Kunden, um Wertschätzung für Brot, das in der Produktion wertvolle Ressourcen wie Wasser, Energie und Arbeitskraft verbraucht hat. Einen nennenswerten Beitrag zur Lebensmittelverschwendung könne ihr Bier aber nicht leisten, sagt „Zeit für Brot“-Geschäftsführer Heinrich. „Dafür sind wir und auch Brlo zu klein.“

Dennoch: Selbst Holger Eichele, der Brotbier eine „Marketing-Idee“ nennt, sieht in diesem Bier die Chance, neue Strategien gegen Lebensmittelverschwendung zu entwickeln. Im großen Stil gebraut, könnte es helfen, Ressourcen einzusparen, meint auch Felicitas Schneider vom Thünen-Institut. Wenn man altes Brot verwende, müsste weniger Getreide angebaut werden. „Theoretisch könnte man sogar jedes Bier mit Brot herstellen“, sagt der Nürnberger Braumeister vom Endt, „und so Braumalz sparen.“

Momentan sieht aber auch er das Brotbier noch eher als Nischenprodukt. Es sei, das gibt er lachend zu, „nicht der Bestseller“. Viele Kunden seien skeptisch, würden an Brottrunk aus dem Reformhaus oder aufgeweichte Brotdlaibe denken. „Wer es aber probiert, findet es lecker. Es hat definitiv seine Daseinsberechtigung, wenn auch als Bierspezialität.“

Die Bäckereikette „Zeit für Brot“ plant, die Kooperation mit lokalen Brauereien in Zukunft auch an ihren Standorten in Hamburg, Frankfurt und Köln umzusetzen. Weil es „eine schöne Story“ sei, wie Berlin-Geschäftsführer Heinrich sagt, aber auch weil sie große Betriebe ermuntern wollten, ihrem Beispiel zu folgen. „Stell dir mal vor, Inbev würde sich damit beschäftigen und sich mal fragen: Muss das eigentlich sein, dass wir immer unsere traditionellen Rohstoffketten nutzen, oder könnte man sich auch mal mit einer größeren Bäckereikette zusammenschließen?“ Inbev ist die größte Brauereigruppe der Welt und steht hinter Marken wie Beck's, Corona und Budweiser.

Die Supermarktkette Kaufland, mit über 1300 Filialen einer der größten Lebensmittelhändler Europas, hat den Trend bereits aufgegriffen und sich mit einer Heidelberger Craft-Beer-Brauerei zusammengesetzt. Seit vergangenerem Sommer steht in sechs westdeutschen Filialen das „Rhein-Neckar Brotbier“. Ausgangsstoff: Weißbrot, das in den Bäckereifilialen der Kaufland-Märkte am Ende des Tages übrig bleibt. Nachhaltige Produktion sei das große Zukunftsthema, glaubt Braumeister Lembke. „Alle Branchen werden sich damit beschäftigen dürfen. Und das ist auch gut so.“ Derzeit brauen sie bei „Brlo“ etwa alle zwei Monate 4000 Liter Brotbier. Aber, so Lembke, die Intervalle würden kürzer.

Bei der Kette „Zeit für Brot“ überlegen sie schon, wie sie den Kreislauf in Zukunft noch effektiver schließen können: Vielleicht Bier aus Brotresten machen – und Brot aus dem beim Brauen übrig bleibenden Treber, also dem ausgekochten Malz? Eine Idee, die auch Felix vom Endt in Nürnberg beschäftigt, denn: „Bier und Brot gehören einfach zusammen.“ In den Restaurants und Biergärten der Berliner Brauerei „Brlo“ gibt es das Brot aus Bier schon. „Heute back ich, morgen brau ich.“ Rumpelstilzchen hat's vorgemacht.

Im Elsass gibt es auch jenseits der nunmehr seit Jahrzehnten bekannten Namen wie Zind-Humbrecht, Trimbach, Weinbach, Josmeyer oder auch Hugel Weine zu entdecken, die auf gleichem oder gar noch höherem Niveau stehen. Marc und Anne-Marie Tempé etwa gehen zwar stramm auf die Rente zu – und wer weiß, was aus ihrer Domäne in Zellenberg einmal wird, wenn sie diese abgegeben haben. Gemessen an der stupenden Qualität der Weine aber ist der Name Tempé noch immer viel zu unbekannt, vor allem hierzulande, wo allein – aus alter Freundschaft – Gastronom und Weinhändler Pierre Moissonnier die Weine vertreibt (lemoissonnier.de), allerdings eher regional als national, Hauptsache exklusiv.

Marc Tempé begann erst in den frühen 1990er-Jahren selbst Weine zu vermarkten, nachdem er zuvor für die INAO tätig war, ein staatliches Institut, das für französische landwirtschaftliche Produkte mit offiziellen Ursprungs- und Qualitätskennzeichen zuständig ist. Dann aber

übernahm er das kleine elterliche Gut auf dem Hügeldorf bei Riquewihr und stellte es 1996, als einer der Ersten im Elsass, auf biodynamische Wirtschaftsweise um. Biodynamisch zu arbeiten heißt, vorbeugend und ökologisch zu arbeiten, und zwar unter Beachtung des Mondkalenders und durch Anwendung spezieller Kompostpräparate wie Hornmist und Hornkiesel. Mir gefällt sehr, wie Tempé – überhaupt viele Winzer Frankreichs – über Wein denken und wie sie mit den Reben, Trauben, Mosten und werdenden Weinen arbeiten: immer den Ausdruck des Weinbergs und der Traube fördernd, nie der Mode folgend.

Der Weg vom Weinberg ins Glas scheint mir bei Tempé immer schlüssig. Nie habe ich das Gefühl, hier würde der Winzer den Wein im Ausdruck nach eigenen Ideen noch verändern, indem er etwa die Trauben besonders lange auslaugt oder den Most frühzeitig schwefelt, um weitere biochemische Prozesse zu unterbinden. Tempé glaubt an die Güte seines *terroir*

## REINER WEIN



## Herkunft Zellenberg

Ein Ort im Elsass macht auf sich aufmerksam.

Von Stephan Reinhardt

(oder Weinbergs) sowie an die Qualität seiner Trauben. Die oft modischen Erfordernisse des Marktes interessieren ihn nicht. Legale Tuning-Möglichkeiten, Wein durch Einsatz von Hilfsstoffen zu erzeugen, gibt es ja viele. Aber die Kunst eines Marc Tempé und anderer großer Winzer besteht eben im Weglassen und darin, sich seine treue Kundschaft durch Einzigartigkeit anstatt pure Andersartigkeit heranzuziehen.

Tatsächlich haben sich die großen Weine dieser Welt über Jahrzehnte (oder noch länger) weder in Stil noch Qualität wesentlich verändert. Stattdessen ist ihnen eine wiedererkennbare Art zu eigen, da sie immer sie selbst geblieben sind – auch in Zeiten klimatischer wie auch ökonomischer Herausforderungen. Tempé arbeitet sehr aufwendig im Weinberg, immer darauf bedacht, auf einem gut durchwurzelten Boden von gesunden Reben vollreife und saubere Trauben höchster Qualität lesen zu können ohne den Einsatz synthetischer Mittel. Auch seine auf Wissen und

Urvertrauen beruhende Vinifikation – also wie er seinen Wein macht – gibt den Mosten und werdenden Weinen alle Entfaltungsmöglichkeiten, ohne dass er substanzvoll eingreifen würde. Freilich folgt jeder Schritt vom Lesezeitpunkt bis zur Flaschenfüllung einer Entscheidung – ein Wein macht sich nicht selbst. Aber hier dient sie immer dem Ziel, die Einzigartigkeit des Orts, also der kleinsten Herkunft, im Wein erkennbar zu machen.

Das gelingt Tempé vortrefflich schon in den Weinen, die nicht aus klassifizierten Grand-Cru-, sondern aus Ortslagen kommen, etwa von den lehmigen Kalkböden in Zellenberg. Unter den Pinot Noirs bietet der über sechs Wochen vergorene, nahezu zwei Jahre auf der Hefe ausgebaut und vor einem Jahr ungefiltert und mit nur wenig Schwefel abgefüllte 2019er „AmZelle“ mehr als viele Burgunder zu diesem Preis (39,50 Euro): einen klaren, feinen Pinot-Ton im klaren, eleganten Duft sowie eine seidig-elegante, saftige Textur mit konzentrierter, aber saftig-fri-

scher Frucht sowie bemerkenswerter Frische, die zu einem langen, nachhaltig strukturierten Abgang führt. Vor Genuss sollte der sich nur langsam entfaltende Wein in der Karaffe sechs Stunden Luft geschnuppert haben.

Gleich genussfähig ist der goldgelbe 2019er Riesling „AmZelle“ (24,50 Euro) aus der windoffenen, später reifenden Ostflanke des Zellenbergs, der zwei Jahre im großen Eichenholzfass heranreifen durfte. Er zeigt ein dichtes, komplexes und aromatisches Bouquet von gelben Pflaumen mit zitronigen sowie kalkigen Gesteinsnoten. Am Gaumen ist dieser vollmundige, balancierte Riesling raffiniert und elegant und entwickelt einen intensiven, salzigen Abgang mit feineren Zitrusnoten, der von delikaten Gerbstoffen getragen wird. Von hier ist der Weg zu seinen komplexen Grands Crus aus dem Schoenenbourg (42 Euro) und dem Mambourg (56 Euro), die zu den großen trockenen Rieslingen der Welt zählen, nicht mehr sehr weit.