Nummer 59 | Ausgabe 1/17

SETRA World

Das Magazin für Menschen mit Leidenschaft für Omnibusse

Hightech und Historie

Premium-Busreise ins Baltikum

Seite 24

Reisen auf höchstem Niveau

Die Setra TopClass 500

Seite 14

Setra MultiClass 400

Familientreffen in Rheinsberg

Seite 34

Craft-Bier

Vielfalt statt Einheitsgebräu

Seite 40

Thema im Fokus

14 Sollen Reisen ein Genuss für Fahrgäste und ein Gewinn für Busunternehmen sein, dann führt kein Weg an der TopClass 500 vorbei.

24 Mit der Setra TopClass 500 unterwegs – Premium-Städtereise durch das Baltikum.

34 Fachjournalisten aus ganz Europa testen vier Modelle der MultiClass 400 bei einem Fahr-Event mit Start in Berlin.

40 Die Craft-Bier-Szene in Europa bereichert auch das touristische Rahmenprogramm von Städtereisen.

Reisen in der Premium-Klasse

Seit über 60 Jahren ist Setra der verlässliche Partner für anspruchsvolle Busreise-Unternehmer. Mit der TopClass haben wir den Markt der exklusiven Reisekonzepte mit geprägt. Maßgeschneiderte Ausstattungspakete nach individuellen Wünschen, Bedürfnissen und Erwartungen unterstützen unsere Kunden bei der Realisierung ihrer Geschäftsmodelle. Das Besondere ist für die TopClass alltäglich. Ob als Langstrecken-Reisebus bei einer Städtetour durch das Baltikum oder als VIP-Tourer auf Island. Die Exklusivität der TopClass wird nur noch übertroffen von ihrer Vielseitigkeit.

Treffpunkte

12 | **High-End-Tourismus auf Island**
Um seinen exklusiven Beförderungsservice auch größeren Gruppen anbieten zu können, hat das Premium-Reiseunternehmen Servio auf Island seinen Fuhrpark um eine TopClass 500 erweitert.

Faszination & Technik

14 | **Das Besondere erfahren**
Die Modelle der TopClass verbinden höchsten Langstreckenkomfort mit individuellem Luxus und technischer Exzellenz. Mit ihrem exklusiven Design und ihrer hochwertigen Ausstattung begeistern sie selbst anspruchsvollste Reisegäste.

Travel in Style

24 | **Städtereise durch das Baltikum**
Die drei baltischen Metropolen Tallinn, Riga und Vilnius verfügen nicht nur über eindrucksvolle historische Stadtkerne – sie sind zugleich lebendige und moderne Metropolen. Eine Entdeckungsreise mit der TopClass 500.

Faszination & Technik

14 | **Reisen auf höchstem Niveau**
Die Setra TopClass 500

34 | **Setra MultiClass 400**
Familientreffen zwischen Wäldern und Seen

Travel in Style

24 | **Hightech und Historie**
Premium-Busreise ins Baltikum

Maßgeschneidert

22 | **Marquardt-Taster**
Neue Zentralverriegelung für Gepäckraumklappen

23 | **Willkommen an Bord**
Beleuchtete Trittstufenleiste im Einstieg

Horizonte

40 | **Craft-Bier**
Vom Einheitsgebräu zur grenzenlosen Vielfalt

Service & Dienstleistungen

32 | **BusWorld Home Hamburg**
Das Service-Hoch im Norden

38 | **BusStore Interview**
Matteo Ferrari vom *BusStore* Center Modena im Gespräch

Treffpunkte

06 | **Pilgerreisen mit Basilica Travel**
Spirituelle Reiseerlebnisse

07 | **Nostalgische Bustour**
Mit Setra Oldtimern zu Filmschauplätzen

Treffpunkte

08 | **Menschen hinter der Marke Setra**
Fahrwerksabstimmung mit Bernd Gutmann und Berthold Merkle

12 | **VIP-Tourer**
High-End-Personenbeförderung auf Island

20 | **Setra Oldtimer-Sammlung**
Der Panoramabus S 150, Baujahr 1967

28 | **Jubiläumsfahrzeug für Lettland**
1.000ste MultiClass business ausgeliefert

30 | **Messe-Rückblick und -Vorschau**
Die wichtigsten Setra Termine im Überblick

39 | **Setra Shop**
Taschenmesser und Taschenlampe

Impressum

Herausgeber:
EvoBus GmbH
Mercedesstraße 127/6
70327 Stuttgart
Tel.: +49 731 181-2713
www.setra-bus.com

Redaktionsbeirat:
Angela Frank, Harry Gottschalk, Reiner Hörter, Maria Mack

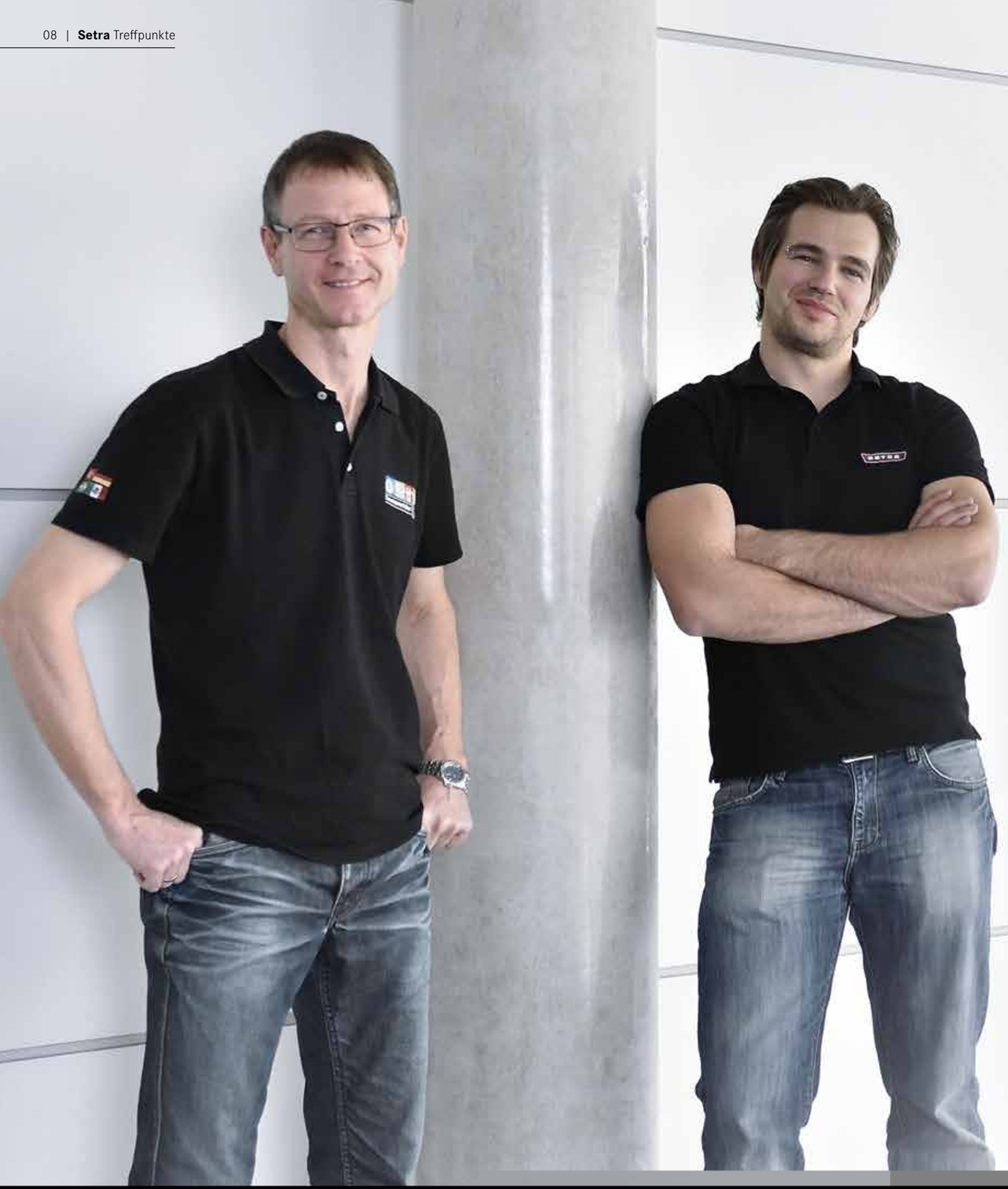
Verantwortlich für den Inhalt:
Reiner Hörter, BUS/MPM-B
Leiter Brand Communications

Projektleitung:
Christine Denzel, BUS/MPM-B
Brand Communications

Konzept, Layout, Redaktion und Produktion:
Newport3 GmbH & Co. KG
Neumann-Reichardt-Str. 27-33
22041 Hamburg (Deutschland)
Tel.: +49 40 67 10 90-0
E-Mail: info@newport3.de

Das SetraWorld Magazin erscheint zweimal im Jahr in acht Sprachen. Nachdruck mit Quellenangabe gestattet, Änderungen bedürfen der Zustimmung des Herausgebers.

ClimatePartner° klimaneutral
Druck | ID 11242-1609-1014



Fahrwerksabstimmung mit Berthold Merkle und Bernd Gutmann

Feines Gespür für Fahrkomfort

Was haben der „Popometer“ und die Wank-Nick-Bewegung gemeinsam? Ganz klar: Beides sind Hauptkriterien, mit denen Berthold Merkle und Bernd Gutmann den Fahrkomfort jedes Setra Omnibusses perfekt auf die jeweiligen Einsatzbereiche abstimmen. Genauer gesagt wählen sie anhand dieser Maßstäbe die optimalen Stoßdämpfer aus. Denn diese haben einen maßgeblichen Einfluss auf das komfortable Fahrgefühl – für die Gäste, aber auch für den Fahrer.

Versuchsingenieur Berthold Merkle und Techniker Bernd Gutmann steigen in die Setra ComfortClass S 511 HD für eine Probefahrt ein. Auf den ersten Blick scheint das Fahrzeug bereits voll besetzt mit Fahrgästen zu sein. Bei genauerem Hinsehen erkennt man jedoch: Hier simulieren Wasserpuppen die Passagiere. Anstelle der üblichen Koffer sind Sandsäcke im Bauch des Fahrzeugs untergebracht – aus gutem Grund, wie Bernd Gutmann erklärt: „Die Stoßdämpfer müssen die Last abfedern, deshalb machen wir unsere Tests mit unterschiedlichen Beladungen des Fahrzeugs, also leer, teil- und vollbeladen. Bei den Straßenverhältnissen suchen wir charakteristische Strecken für den Fahrzeugeinsatzzweck heraus, um auch den Worst Case zu prüfen, zum Beispiel Kopfsteinpflaster oder Plattenautobahnen mit Versatz.“ Bei diesen Messungen kommt der „Popometer“ zum Einsatz: das besondere Feingefühl in den Sitzmuskeln, das über den richtigen Stoßdämpfer entscheidet.

Dann geht es los. Der Setra setzt sich in Bewegung, die beiden Experten schauen gebannt durch die Windschutzscheibe. Die Frage lautet: Nickt der Bus stark, wankt er oder ist er stößig? „Wenn man hinten in der letzten Reihe sitzt, vorn hinausschaut und die Stoßdämpfer zu weich sind, dann geht die Front hoch und runter und der Horizont verloren. Durch dieses ‚Nicken‘ wird manchen Fahrgästen übel“, so Berthold Merkle.

BusStoreShow, Neu-Ulm, Deutschland
03.–04.02.2017

Unter der eigenständigen Marke *BusStore* bündelt Daimler Buses das europäische Geschäft mit gebrauchten Omnibussen. Mit Erfolg, denn die Nachfrage nach Omnibussen aus erster und zweiter Hand ist ungebremst. Dies bewies die nunmehr bereits vierte internationale *BusStore* Show. Rund 1.000 Besucher aus 21 Ländern kamen auf das Gelände des *BusStore* Centers Neu-Ulm.
Mit 250 Fahrzeugen – vom Minibus bis zum Doppelstockbus – waren in diesem Jahr rund 80 Fahrzeuge mehr im Angebot als im Vorjahr. Die Verkaufszahl der sorgfältig geprüften und aufbereiteten Ausstellungsbusse aller gängigen Marken und Bauarten lag wie jedes Jahr auf hohem Niveau. Neu in diesem Jahr: Die Besucher konnten sich beim Rundgang über das Ausstellungsgelände alle relevanten Fahrzeugdaten der Exponate schnell und einfach auf ihre Smartphones herunterladen. Führte sie dann der Weg in das große Besucherzelt, wurde ihnen auch hier eines schnell klar: Das Angebot an Dienstleistungen rund um gebrauchte Omnibusse ist einzigartig. OMNI*plus*, die Dienstleistungsmarke von Daimler Buses, bewies das eindrucksvoll mit ihren aktuellen Services für Wartung, Reparatur und 24h *SERVICE*. Und die Mitarbeiter von Mercedes-Benz Financial Services überzeugten ihrerseits mit attraktiven Finanzierungsangeboten speziell für die jeweiligen europäischen Länder.
Damit bot die *BusStore* Show auch in diesem Jahr wieder eine einzigartige Gelegenheit, sich in entspannt familiärer Atmosphäre mit den Experten von *BusStore* sowie mit den Vertriebsmitarbeitern der Daimler Marken Mercedes-Benz und Setra auszutauschen.

Erste Qualität aus zweiter Hand: gebrauchte Omnibusse auf der BusStore Show in Neu-Ulm.

UMA Expo, St. Louis, USA
26.02.–02.03.2017

Die Marke Setra präsentierte auf der Busfachmesse der United Motorcoach Association (UMA) Expo in St. Louis, Missouri, einen exklusiv ausgestatteten Reisebus des Typs S 417 TC. Der modellgepflegte Reisebus zeichnet sich unter anderem durch das modifizierte Setra Markenlogo mit Chrombuchstaben, neugestaltete Nebelscheinwerfer sowie eine überarbeitete Stoßstange aus. Der in Neu-Ulm produzierte, 13,7 Meter lange Dreiachser bietet 56 Fahrgästen auf Voyage-Ambassador-Sitzen Platz. Diese sind allesamt mit Fußstützen und Dreipunkt-Sicherheitsgurten ausgestattet. Der moderne Reisebus mit rückenschonendem Fahrersitz, Freisprecheinrichtung, LED-Laufgangbeleuchtung und Brandmeldeanlage im Motorraum erfüllt alle erforderlichen US-Anforderungen im Bereich der aktiven Sicherheit. Mit dem umweltfreundlichen Mercedes-Benz Motor OM 471 LA (336 kW) werden die Kriterien der amerikanischen Abgasnorm EPA 10 MY16 für Stickoxide und Rußpartikel eingehalten.
Die US-Variante der europäischen Setra TopClass war auf dem Stand des nordamerikanischen Vertriebs- und Servicepartners Motor Coach Industries International Inc. (MCI) zu sehen. Das Unternehmen ist einer der führenden Reisebushersteller in den USA und Kanada. Der Partner von Daimler Buses aus Illinois übernahm 2012 die Exklusivrechte für den Vertrieb und den Service der Setra Omnibusse in den Vereinigten Staaten sowie in Kanada.

FIAA, Madrid, Spanien
23.–26.05.2017

Die FIAA (Feria Internacional del Autobús y del Autocar)2.3(t)-2.8(r)-12.*(V)30(e)-0.8(r)-2.

BusWorld Home Hamburg

Das Service-Hoch im Norden

OMNI*plus* hat die BusWorld Home in Hamburg in den vergangenen Jahren komplett umgebaut. Sogar Busunternehmen aus Skandinavien nutzen den Servicestützpunkt. Was sind die Gründe?

Uwe Brückner, Leiter der BusWorld Home Hamburg, über sein Team: „Wenn wir's nicht hinkriegen, dann keiner."

Hamburg – das sind Elbphilharmonie und Hafen, St. Pauli und Musicals, Speicherstadt und der Kirchturm des Michel. Die norddeutsche Metropole ist ein touristischer Magnet. Ein Anziehungspunkt ganz anderer Art ist unter Busexperten der Servicestützpunkt BusWorld Home Hamburg.

„Wenn wir's nicht hinkriegen, dann keiner", ist sich Uwe Brückner sicher. Der Leiter des BusWorld Home Hamburg vertraut bei Problemen rund um Omnibusse auf Kunst und Können seiner knapp 100 Mitarbeiter. Für Karosseriearbeiten kommen Kunden sogar aus entfernten Regionen und bringen zum Beispiel Unfallbusse aus Skandinavien. Es hat sich herumgesprochen. Die Norddeutschen verstehen ihr Geschäft.

„Wir sind die Uniklinik für Omnibusse", sagt Brückner. Diese wurde in den vergangenen Jahren komplett umgebaut. Ersatzteillager und Waschhalle sind neu, ebenso Prüf-, Ausstellungs- und Auslieferungshalle sowie das Verwaltungsgebäude. Der Betriebshof bekam mehr Stellplätze, es gibt zusätzlichen Raum für Fernlinienbusse. Jetzt folgt eine neue Lackieranlage in der renovierten Werkstatt. Alles während des laufenden Betriebs, sozusagen eine Operation am offenen Herzen.

Die Arbeit hat sich gelohnt, das wird schon am Eingang zur Reparaturannahme deutlich. Der Empfang hat alles im Blick, lotst Kunden zielgenau zu den Meistern und zum Ersatzteilverkauf. Oder auf eine Tasse Kaffee in den komfortablen Wartebereich, falls die Ansprechpartner gerade belegt sind. Ein Stockwerk höher sind die Setra Generalvertretung und das Verkaufsbüro von Mercedes-Benz angesiedelt, dazwischen die Leitung des BusWorld Home. „Wir gehören zusammen", stellt Brückner fest. Kunden haben alle Ansprechpartner an einem Ort.

Der runderneuerte Betrieb blickt auf eine lange Geschichte zurück: Ab 1956 hat Kässbohrer hier Sattelauflieger gefertigt und später einen Stützpunkt für Omnibusse eingerichtet, Keimzelle für das BusWorld Home. Die Lage im Industriegebiet Hamburg-Hammerbrook nahe der Innenstadt hat Vorzüge: Anreisende Omnibusse haben es nicht weit, die wichtige Autobahnverbindung A 1 ist nur wenige Minuten entfernt. „Wir haben viele Unterwegs-Reparaturen und arbeiten oft auf Zuruf", stellt Uwe Brückner fest, „etwa ein Drittel der Kunden fahren spontan auf den Hof." Nicht nur zur Reparatur, auch für eine schnelle Omnibusreinigung in der neuen Portalwaschanlage. Und dann wäre da noch die Pannenhilfe, die Hamburger sind Teil des 24h *SERVICE* von OMNI*plus*. Auch hier geht es nicht unbedingt um die große Havarie, sondern zum Beispiel um Starthilfe am Wochenende, wenn bei einem Reisebus bei abgeschaltetem Motor Licht oder Unterhaltungselektronik zu lange genutzt wurden.

In der Werkstatt mit 23 Plätzen gibt es je ein Team für Stadt- und Reisebusse. „Wir haben uns vor Jahren entschlossen, Mitarbeiter auf bestimmte Bustypen zu spezialisieren. Sie absolvieren die speziellen Schulungen für Reisebusse oder Stadtbusse." Setra Kunden sind anspruchsvoll, zum Premium-Bus gehört der Premium-Service. „Dem stellen wir uns gern", sagt Uwe Brückner, der die Leitung des BWH zum Jahresbeginn übernommen hat. Brückner ist damit fast wieder zuhause: Schon von 2004 bis 2012 hat er als Team- und Werkstattleiter hier gearbeitet, danach in Brixen und Frankfurt weitere Erfahrung gesammelt.

Zum Schluss ein Tipp für die Leser: Woran erkennt man eigentlich eine gute Omnibuswerkstatt? Uwe Brückner weiß es: „Bei uns geht es zu 100 Prozent nur um Omnibusse." Das zeigt sich bis ins Detail, wenn die Mechaniker penibel auch auf die Sauberkeit von Sitzen und Teppichen in feinen Reisebussen achten. So wird man zum Anziehungspunkt für Omnibuskunden im Norden. ◀

BusStore Interview

„Alle Kunden sind für uns gleich wichtig“

Im Interview mit SetraWorld erklärt Matteo Ferrari, Verkaufsleiter im *BusStore* Center Modena, Italien, was *BusStore* von anderen Gebrauchtbushändlern unterscheidet und warum es sich lohnt, bei *BusStore* einen Setra aus erster oder zweiter Hand zu kaufen.

Anders als viele andere Gebrauchtfahrzeughändler genießt BusStore einen ausgezeichneten Ruf in der Busbranche. Was machen Sie besser als andere?
Da ist zum einen das hervorragende Image unserer Marken Mercedes-Benz und Setra. Wir können auf das ganze Know-how des Daimler-Konzerns zurückgreifen und arbeiten genauso professionell wie unsere Kollegen im Neufahrzeugverkauf. Zweitens verfügt unser gesamtes Team von *BusStore* Italia über jahrzehntelange Erfahrung. Wir kennen die Produkte, aber auch den Markt und die Anforderungen der Kunden sehr genau. Drittens, und das ist wohl der wichtigste Punkt: Nicht der Bus, nicht das Produkt steht für uns im Mittelpunkt, sondern immer der Kunde.

Modena: traditionsreiche italienische Stadt mit modernem BusStore Center.

Was ist Ihr Rezept, um Ihre Kunden glücklich zu machen?
Unsere „italienische Art“ (lacht). Im Ernst: Wir empfangen jeden Kunden mit einem Lächeln. Der Kunde soll sich bei uns wie zuhause fühlen. Und er soll sich auf uns verlassen können. Unser Service beginnt bei der Beratung vor dem Kauf, geht über die Abwicklung von Zulassungsformalitäten bis hin zur Fahrzeugübergabe mit genauer Erläuterung aller Funktionen. Kurz gesagt: Ein Gebrauchtbus-Kunde erhält bei *BusStore* den gleichen Service wie ein Neufahrzeug-Kunde bei Setra und Mercedes-Benz.

Wie wichtig ist für Sie die Möglichkeit, auf das gesamte Angebot aller BusStore Niederlassungen in Europa zugreifen zu können?
Die europaweite Vernetzung von *BusStore* und die Nutzung des Internets sind für uns von großer Bedeutung. Viele Kunden kommen überhaupt erst zu uns, weil sie einen Bus auf unserer Website gesehen haben. Dank der Vernetzung mit anderen *BusStore* Standorten in Europa finden wir für unsere Kunden immer häufiger passende Busse in anderen Ländern.

Was kann ein BusStore Kunde sonst noch erwarten?
Bei der Auswahl des passenden Fahrzeugs kann sich der Käufer an unseren Prädikaten Gold, Silber und Bronze orientieren, mit denen wir nach festgelegten Kriterien die angebotenen Busse in Kategorien unterteilen. Beim Kauf kann der *BusStore* Kunde auf maßgeschneiderte Finanzierungslösungen zurückgreifen. Und nach dem Kauf stehen ihm europaweit mehr als 600 OMNI*plus* Servicestützpunkte zur Verfügung. All das schafft Vertrauen und zufriedene *BusStore* Kunden. ◀

Ob auf kurzen Tagestouren oder längeren Busreisen – für den Fahrer ist es immer von Vorteil, unterwegs kleine Helfer zur Hand zu haben. Praktische Must-haves – ob einzeln oder als Set – sind das Taschenmesser und die multifunktionale Taschenlampe aus der aktuellen Setra Kollektion.

Die robuste LED-Taschenlampe aus gummiertem Kunststoff ist ideal für kleine nächtliche Inspektionen und andere Einsätze bei Dunkelheit. Sie besitzt zusätzlich zu ihrer 40 Lumen starken Kopfleuchte eine seitliche Arbeitsleuchte mit insgesamt acht LEDs, die zusammen eine Leuchtkraft von 100 Lumen liefern. Mit ihrem Gürtelclip und einem Magneten lässt sich die Lampe flexibel an Kleidung oder am Fahrzeug befestigen.
Art.-Nr.: 0684,
Preis: 5,50 €
zzgl. Versand

Das hochwertige Taschenmesser Climber vom Schweizer Qualitätshersteller VICTORINOX ist, trotz seiner kompakten Länge von 91 mm, mit insgesamt 14 Funktionen ausgestattet: Qualitätsklingen, Schere, Mehrzweckhaken, Pinzette, Kapselheber, Korkenzieher und vielem mehr. Ob auf Reisen oder beim Erklimmen einer steilen Bergwand – das Climber ist stets die perfekte Begleitung.
Art.-Nr.: 0824, Preis: 33,00 € zzgl. Versand

Beide Artikel und viele weitere nützliche Accessoires finden Sie unter: https://shop.setra.de ◀

Benvenuti

Willkommen in der Setra Familie

Deutschland: Anderfuhr, Rübeland • Bendorfer Lausjung, Bendorf • Boos Bus, Allershausen • EBR-Busreisen, Emsdetten • Funk, Tettnang • GIGABUS GmbH, Münster • Gronemann, Hopsten • Heider, Freystadt • I L K, Heinsberg • KAZ, Gelsenkirchen • Levelink, Meppen • Markus Lehnen, Kell am See • Papenburger Kanalreisen Kruse, Papenburg • Ralf Haas, Weyerbusch • Reffel's Reise GmbH, Mespelbrunn • S + H Verwaltungs GmbH, Schwerin • Manfred Schmid, Langquaid • Stanglmeier, Mainburg • Stefan Schlicht Fahrschule, Lauf • Theo Sinzig & Sohn, Vettelschoß • Wilmering Asset Management, Vechta • **Estland:** Alltours OÜ, Pärnu • **Finnland:** OTP Travel, Oulo • **Frankreich:** ADJ Voyages, Seloncourt • Cars Farouault, Ducey • SAS Jean Perraud et Fils, Tullins • Vectalia Perpignan Méditerranée, Perpignan • **Griechenland:** KTEL Zante, Zante Island • TSOTRAS TRAVEL, Thiva • **Island:** Hopbilar, Hafnarfjördur • Reykjavik Sightseeing, Reykjavik • Servio, Reykjavik • **Kroatien:** Domi Prijevoz, Zlatar • Hiems Travel, Split • Jakopic Prijevoz, Sv. Martin na Muri • **Montenegro:** Vujovic VR, Danilovgrad • **Norwegen:** Eikerbussen; HOKKSUND • Evensen, BORKENS • Pluss Truck, Stokke • **Rumänien:** DM Travel Trans SRL, Popesti-Leordeni • Livio-Dario SRL, Alba Iulia • **Schweden:** Ala Buss AB, Romakloster • Anderssons Buss på Gotland AB, Visby • Boströms Trafik AB, Vindeln • Gotlandsbuss AB, Stånga • Nobina Sverige AB, Solna • Stångabuss, Stånga • Tottes Bussar AB, Visby • Utbildningscentret för Yrkestrafik, Täby • **Serbien:** Globus d.o.o., Despotovac • **Slowakei:** Nitrabus, Nitra • **USA:** America Transportation Services, Inc., Potomac, MD • Coach 21, San Francisco, CA • DuVall Bus Service, LLC, West Grove, PA • High Point University, High Point, NC • Journey Lines, Lynnwood, WA • Miami Jet Tours Inc., Miami, FL • Nour Limo, Astoria, NY • Thrasher Brothers Trailways, Birmingham, AL • Tuscaloosa Charter Service, LLC, Tuscaloosa, AL

Bienvenue

Welcome

Wer sich staunend vor einer Theke mit über 20 Zapfhähnen wiederfindet, über der Bar auf einer Tafel Namen wie Black Nizza Motor ÖI, Grapefruit Lucky Jack oder Arrogant Bastard liest, Angaben zu Vol.-% und IBU (International Bitter Units) entziffert und sich zwischen Pale Ale, Porter und Triple entscheiden darf, der ist in einer Craft-Bier-Bar gelandet. Vorbei die Zeiten, als ein simples „Ein Bier bitte!“ zur Bestellung reichte. Hier hat der Gast die Qual der Wahl. Willkommen in der neuen Bierwelt!

Craft-Bier heißt grenzenlose Vielfalt. Die neuen Brauer bedienen sich der Weltbierkulturen, brauen malzbetontes Scottish Ale, samtig-saure Berliner Weiße oder ein erfrischend hefearomatisches belgisches Wit. Dabei halten sie sich nicht unbedingt an die klassischen Formeln: Ein Pils wird schon mal im Lagertank hopfengestopft. So bekommt beispielsweise das Fastmoker Pils vom Wildwuchs Brauwerk in Hamburg seine aromatische Note. Die kalifornische Sierra Nevada Brewing Company bringt eine Leipziger-Gose-Variante heraus, die mit Kaktusfeige vergoren ist. Und Lemke Berlin veredelt sein intensiv-röstaromatisches Imperial Stout in Cognac-, Sherry-, Bourbon- und Tequila-Fässern und mischt daraus sein einzigartiges „Barrel Blend Imperial Stout“. Das freundliche Feierabendbier und Nebenbeigetränk hat sich wahrlich zur Delikatesse gewandelt.

Mit ihrem Ansatz stellen Craft-Brauer die Regeln der Massenproduktion auf den Kopf. Nicht Marketingabteilung oder Marktforschung entscheiden, was gebraut wird, sondern der Brauer selbst. Es geht um Biere mit Ausdruck und Charakter. Craft-Brauer betreiben ihr Handwerk wie ein Chef de Cuisine, experimentieren mit Rohstoffen oder drehen an den Stellschrauben im Brauprozess. So entstehen Biere fernab vom langweiligen Einheitsgeschmack. Biere, die nicht jedem schmecken oder manchmal erst auf den zweiten Schluck: An die im Vergleich zum Pilsbier doppelt bis dreifach hohen Bitterwerte eines India Pale Ales (IPA) muss man sich beispielsweise erst gewöhnen. Wer den ersten Bitterschock jedoch überwindet, entdeckt sensationell florale, exotisch-fruchtige Aromen und einen durchtrainierten Malzkörper, der die dominante Bitterkeit weich ausbalanciert. Kein Wunder also, dass das extrem gehopfte IPA zum meistgetrunkenen Craft-Bier avanciert ist. Kaum ein Craft-Brauer, der keins im Portfolio hat.

Begonnen hat die Trendwende vor 30 Jahren in den USA, denn es gab dort nur industriell hergestellte Einheitsgebräue. Wer Anspruchsvolles trinken wollte, musste selber brauen. Dank guter Vernetzung und starker Gemeinschaft wurden aus anfänglichen Heimbrauern qualitätsversessene Profis. Brown Ale, Oktoberfestbier, bernsteinfarbene Lagerbiere – im Fokus der Craft-Brauer standen traditionelle Bierstile aus England und Deutschland. Neue amerikanische Hopfenzüchtungen, wie die Sorte Cascade mit ihrer sehr blumig-fruchtigen und harzigen Aromatik, prägten schließlich den Biergeschmack der Neuen Welt und lösten die IPA-Welle aus.

Mitte der 90er zählte das Land bereits 500 Craft-Brauer, und eine neue, wildere Generation trat an die Sudkessel. Sie kultivierte „Extreme Brewing“, darunter verstand man die exzessive Verwendung von klassischen Rohstoffen oder den Einsatz von ungewöhnlichen Zutaten wie unvermälztes Getreide, Früchte oder Gewürze. Der Ausbau in vorbelegten Fässern kam auf – ein Klassiker bis heute das Bourbon Barrel Aged Imperial Stout. Heute gibt es 5.000 Craft-Brauer in den USA.

Charakter und Ausdruck der amerikanischen Craft-Biere haben wiederum die Alte Welt inspiriert. In Europa waren es die Punkbrauer von Brewdog in Schottland, die ab 2007 auf dem ganzen Kontinent auf sich aufmerksam machten. Da wusste man, nun geht’s auch in Europa los. In Deutschland rollte die Craft-Bier-Welle erst um 2009/10 an. Selbst deutsche Großbrauereien münzen die Herangehensweise der Szene in neue Markenkonzepte um. So versuchen sich viele am Craft-Bier. Alle zusammen geben sie dem Phänomen Breitenwirkung. Das echte Craft jedoch bleibt eine Bewegung von unten. Sie lebt von der Gemeinschaft der Neugründer, die ihre Begeisterung ebenso wie Rezepte, Techniken, Tricks und Bezugsquellen freimütig untereinander und mit ihren Fans teilen.

Und Konsumenten werden zu treuen Anhängern. Craft-Bier degradiert sie nicht zur Zielgruppe von teuren Werbekampagnen, zum Objekt von Manipulation. Beim Craft-Bier werden Konsumenten zum Subjekt: Ich schmecke, also bin ich! Bierliebhaber und andere Genussmenschen verkosten, lernen und wählen aus – nach eigenem Gusto, nach Situation und Trinkanlass. Das würzig-saure Flämische Rot-Ale vielleicht als Sundowner, das moussierende Weizen nach dem Sport, das röstige Irish Stout zur Baisertorte oder das erfrischend hopfige American Pale Ale zur Party.

Dank der Craft-Bier-Bewegung sind Bierbars und Restaurants nicht nur um etliche Zapfhähne und Kühlschränke mit bunter Flaschenbierauswahl reicher, sie bieten auch frische Veranstaltungsformate an. Sogenannte Tap-Takeover, auf denen eine Brauerei an einem Abend alle Taps (Zapfhähne) einer Location belegt, ziehen viele Fans an. Meet-the-Brewer-Tastings und Biermenüs gehören ebenfalls zum Programm der Craft-Gastronomie. Viele Brauereien organisieren Führungen für größere Besuchergruppen mit anschließender Verkostung. Kein Wunder, dass auch immer mehr Reisebusse hier einen Zwischenstopp einlegen und ihre Fahrgäste mit einem ganz besonderen Geschmackserlebnis auf gehobenem Niveau erfreuen.

Rund um die Craft-Bier-Szene entstehen auch immer mehr Events. Auf den Craft-Bier-Festivals wird aber nicht aus Maßkrügen, sondern aus designten Verkostungsgläsern getrunken. Oft bekommen Besucher schon beim Eintritt ihr individuelles Probenglas überreicht. Ein reichhaltiges Angebot an Delikatessen, oftmals angeboten von Food-Trucks, rundet den kulinarischen Gesamteindruck ab. Die besten Bierfestivals haben sich als internationale Pilgerstätten etabliert und werden von findigen Reiseveranstaltern als Genuss-Highlight ins Programm genommen. So erblüht auch eine neue Reisekultur, die die Vielfalt zelebriert. ◀

Statt langweiligem Einheitsbier Zapfhähne in Reih und Glied – typisch für eine Craft-Bier-Bar.

Für jeden Geschmack etwas: Die Auswahl an Craft-Bieren ist groß und es kommen ständig neue Sorten dazu.

Ein Ausflugziel für Craft Bier Fans und die, die es werden wollen: Stone Brewing in Berlin.

The Sign of Excellence.