

Hopfen aus der Hallertau

„Wen der Hopfen einmal kratzt, den lässt er nicht mehr los“ – ein Satz, der auch auf das Unternehmen Joh. Barth & Sohn zutrifft. Um weiter im Biermarkt erfolgreich zu sein, lässt sich der Hopfenhändler einiges einfallen.

Wer Anfang Mai nach Bayern in die **Hallertau** fährt, eine Region nördlich von München, der sieht mit einem Drahtgitter bespannte meterhohe Stangen, die noch kahl in den Himmel ragen. Noch ist nicht zu ahnen, dass sich dort im August, September grüne Pflanzen um die Gerüste ranken, die zum Bierbrauen unbedingt notwendig sind: Hopfen. Die Hallertau gilt mit etwa 15.000 Hektar als das größte zusammenhängende Hopfenanbaugebiet der Welt. Und der Hopfenhandel ist die Geschäftsbasis des fränkisch-bayrischen Traditionsunternehmens Johann Barth und Sohn. 1794 begann Johann Barth mit seinem Sohn Georg den Handel. Inzwischen wird das Unternehmen Joh. Barth & Sohn, das zur Barth-Haas-Gruppe gehört, in siebter und achter Generation geführt. Die Gruppe gilt als Marktführer weltweit. Stephan Barth, einer der drei Geschäftsführer, drückt aus, was ihn am Hopfen fasziniert:

„Meine Familie hat bis 1976 ein Hopfengut in der **Hallertau** gehabt. Im Sommer waren wir immer bei der Großmutter. Herrliche Zeit! Und dabei waren wir immer bei der Hopfenernte. Und wenn Sie durch die Hallertau fahren, ab Ende August, September riechen Sie überall den Hopfen. Und diesen Geruch, der sehr würzig ist, sehr **erdverbunden**, den habe ich eigentlich immer geliebt, auch als Kind schon.“

Ein Sprichwort in Bayern sagt: „Wen der Hopfen einmal kratzt, den lässt er nicht mehr los.“ Anders formuliert: „Wer einmal mit Hopfen zu tun hatte, ist von ihm begeistert und wird es bleiben.“ So war es auch bei Stephan Barth. Als Kind war er zu Besuch auf dem **Gutshof** seiner Großeltern, einem großen Bauernhof, und half bei der Hopfenernte mit. Er verbindet mit der Pflanze einen bestimmten unverwechselbaren Geruch: Sie riecht würzig, kräftig und herzhaf, und ein bisschen nach Erde, **erdverbunden**. Stephan Barth, der in den USA aufwuchs, ließ dieser Duft nicht mehr los. Ende der 1980er-Jahre kehrte er nach Deutschland zurück und stieg in das Familienunternehmen ein, beteiligte sich. Dieses handelt nicht nur mit Hopfen, sondern verarbeitet ihn auch – hauptsächlich für Brauereien. Denn die Pflanze, genauer deren weibliche Blütendolde, ist ein bislang unersetzbarer Bestandteil von Bier, sagt Stephan Barth:

„Es gibt kein anderes Mittel, was den Hopfen im Bier ersetzen könnte. Und in allen anderen Einsatzzwecken gibt's überall chemische, **pharmazeutische** Mittel, die billiger sind.“

Natürlicher Hopfen kann in bestimmten Einsatzbereichen – etwa bei der Herstellung von Arzneimitteln, der **Pharmazie**, oder von Kosmetik – auch durch

chemische Mittel ersetzt werden, die billiger sind. Beim Bierbrauen ist das nicht möglich. Denn vor allem die natürlichen Bitterstoffe, die sogenannte Alphasäure, sorgen beim Bier für zwei Dinge: den Geschmack sowie die Haltbarkeit. Beim Hopfenanbau hat sich in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg manches geändert, sagt Stephan Barth:

„Man hat über die Jahre unglaubliche **züchterische Fortschritte** erzielt, die letztendlich auch dazu geführt haben, dass eine Brauindustrie, die heute ein Vielfaches größer ist als noch vor 100 Jahren, von der Hälfte der Fläche versorgt werden kann.“

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts gab es sehr viele Hopfenanbauflächen, um die Brauindustrie zu versorgen. Weil aber lange Zeit hauptsächlich „leichte“ Biere getrunken wurden, die wenig Bitterstoffe enthielten, brauchten die großen Brauereien auch weniger Hopfen. Das führte dazu, dass er immer billiger wurde, die Preise redensartlich im Keller waren, und infolge dessen die Zahl der Hopfenbauern und -händler stark zurückging. Es wurden dann aber Hopfensorten gezüchtet, die zwar den Anforderungen der Brauereien genügten, aber weniger Fläche benötigten. Es wurden **züchterische Fortschritte** gemacht. Für Handelsunternehmen wie Joh. Barth & Sohn bestand die große Herausforderung darin, sich trotz der abnehmenden Hopfennachfrage weiter am Markt behaupten zu können, so Stephan Barth:

„Wären wir nur ein Händler wie früher, der also praktisch **Rohware** einkauft und Rohware verkauft, bräuchte es uns überhaupt nicht. Nachdem allerdings nur zwei, maximal drei Prozent des Hopfens in der ursprünglichen Rohwareform vom Brauer verwendet wird, ist natürlich die **Verarbeitung unheimlich** wichtig geworden.“

Rohware, also nur die Pflanze, bei Hopfenbauern einzukaufen und sie an Brauereien weiterzuverkaufen, ist nach Aussage von Stephan Barth heutzutage nicht mehr einträglich. Denn nur ein verschwindend geringer Anteil wird von Brauereien direkt verwendet. Deshalb ist die **Verarbeitung** der Rohware, also das, was aus der Hopfenpflanze gemacht werden kann, sehr, **unheimlich**, wichtig geworden. So wird aus den Dolden beispielsweise ein Extrakt gewonnen, eine konzentrierte Form der notwendigen Stoffe, oder sie werden zu sogenannten „Pellets“ gepresst. Das sind getrocknete Dolden in Kugelform. Um weiter konkurrenzfähig zu bleiben, betreibt die Barth-Haas-Gruppe auch eine eigene Forschungsbrauerei. Zugute kommt ihr ein neuer Biertrend, der sich ab Ende der 1990er-Jahre entwickelte und besonders in den USA viele Anhänger hat: die Herstellung von sogenannten **Craftbieren**. Der Name leitet sich vom englischen „craft“ für „handwerklich“ ab. Es sind Biere, die „Mikrobrauer“ produzieren und verkaufen. „Mikro“, klein, deshalb, weil die Brauer das Bier in kleinen Mengen und weitgehend unabhängig von Großkonzernen herstellen. Das Besondere an Craftbier ist, dass es eigene Aromen hat. Diese erhält es durch bestimmte Aromahopfensorten. Und von diesem Hopfen brauchen die Craftbier-Brauer viel, die **Gaben** sind sehr hoch, sagt Otmar Weingarten vom Verband

Deutscher Hopfenpflanzer:

„Was bei diesen **Craftbieren** besonders hervorzuheben ist, ist, dass einmal die späten Hopfengaben mit sehr viel Hopfen erfolgen und dann aber im fertigen Bier noch mal eine Hopfengabe erfolgt. Und dadurch kommt es im Durchschnitt zu Hopfengaben, die zehnmal so hoch liegen wie bei einem **Konsumbier**. Und das geht aber teilweise aber auch bis zum Zwanzigfachen.“

Weil einem Craftbier sowohl während des Brauvorgangs als auch danach Aromahopfen beigesetzt wird, ist die Menge des benötigten Hopfens deutlich höher als bei üblichem **Bier**, das sehr häufig **konsumiert**, getrunken wird. Sie kann laut Otmar Weingarten bis zu zwanzigmal höher sein. Das führt dazu, dass Aromahopfen immer teurer wird, während die Preise für traditionellen Bitterhopfen niedrig bleiben. In vielen europäischen und lateinamerikanischen Ländern wird inzwischen Craftbier gebraut. Selbst in China, dem weltweit größten Biermarkt, finden sich Brauereien. Und auch das Hopfengebiet der Hallertau hat sich auf den neuen Trend eingestellt: Auch dort finden sich inzwischen die ersten Craftbierbrauer ...

*Autorinnen: Ina Wrede, Beatrice Warken
Redaktion: Ingo Pickel*

Arbeitsauftrag

Informiert euch über die Aktivitäten der Barth-Haas-Gruppe und des Unternehmens Joh. Barth & Sohn: <http://bit.ly/1d3KY6w> und <http://bit.ly/1Lh9Jet>. Die Barth-Haas-Gruppe gilt als Weltmarktführer. Recherchiert mehr zum Thema Hopfenhandel: zum Beispiel, welche Konkurrenten es wo auf dem Weltmarkt gibt und wie sich der Hopfenanbau in Deutschland in den letzten Jahren entwickelt hat. Bildet kleine Arbeitsgruppen und verfasst einen Hintergrundbericht.