

# Volle Craft voraus!



25 JOOR

Unser Bier



## **25 Jahre Unser Bier: Volle Craft voraus!**

**Wie vom ersten Sud in einer Spaghettipfanne Unser Bier zur grössten Brauerei beider Basel wurde.**

Veröffentlicht aus Anlass des 25-jährigen Jubiläums  
der Brauerei Unser Bier in Basel  
Mai 2023

Herausgeber: Brauerei Unser Bier AG, Basel  
Konzept und Realisation: Akos & Partnerinnen AG, Basel  
Layout: Caterina Reimer und Laurence Fischer-Dubuis,  
Basel

Bildernachweis: Die Bilder stammen aus dem Fundus  
der Brauerei und von Claude Giger (Seiten 17, 44,  
45, 52, 56 Greder und -minu, 68, 74, 86, 94–97, 105),  
Martin Friedli (Seite 56 Heusler), Friedel Ammann (57)  
und Martin Zeller (Seiten 89, 92)

Brauerei Unser Bier AG  
Gundeldingerstrasse 287  
4053 Basel  
Tel. 061 338 83 83

[info@unser-bier.ch](mailto:info@unser-bier.ch)  
[www.unser-bier.ch](http://www.unser-bier.ch)

# If you can dream it, you can do it!



An einem Samstagmorgen im letzten Jahrhundert brauten einige angehende Heimbierbrauer in einer Spaghettipfanne 18 Liter Bier. Der Prozess des Brauens und das Resultat waren so anregend und überzeugend, dass das Bedürfnis entstand, mehr daraus zu machen. So entstand die Idee, an der Muba 97 eine Sonderschau zum Thema Heimbierbrauen durchzuführen. Die Resonanz auf die Sonderschau, an der täglich auf drei Kleinanlagen gebraut wurde, war enorm. Die Idee, eine Brauerei zu gründen, war schnell geboren. Der Rest ging auch nicht viel länger. Zwei englische Sätze standen dabei Pate: If you can drink it, you can brew it. Und: If you can dream it, you can do it.

Heute ist die kleine Brauerei Unser Bier nicht nur die grösste Brauerei bei der Basel, sie hat sich in den fünfundzwanzig vergangenen Jahren unter die neunzehn grössten Brauereien der Schweiz gebraut. Da sie an der Laufenstrasse nach elf Jahren die Kapazitätsgrenzen erreicht hatte, ist sie auf das Gundeldinger Feld umgezogen. Anfang März 2010 hat sie dort den Betrieb mit zusätzlichen Gär- und Lagertanks und einer neuen Abfüllanlage aufgenommen. Da nach zehn Jahren auch dort die Kapazitätsgrenze erreicht war, hat sie im Dezember 2021 auf dem Ziegelhof-Areal in Liestal eine Craftbier-Brauerei in Betrieb genommen.

Unser Bier ist die einzige grössere Brauerei in Basel und Liestal, die all ihre Biere vor Ort selbst abfüllt. Sie braut mehrheitlich mit Rohstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau charaktervolle Craftbiere.

Wie es dazu kam, was in den letzten fünfundzwanzig Jahren rund um Unser Bier alles geschah, das lesen Sie auf den folgenden Seiten. Viel Vergnügen!

*Fabian Wetter*

*Verwaltungsratspräsident Brauerei Unser Bier*

## Inhalt

### Die Gründung von Unser Bier

Die Geburtsstunde von Unser Bier	6
Sonderschau «Heimbierbrauen» an der Muba 97	10
Wie gründet man eine Brauerei?	13

### Langer Weg für eine kurze Strecke

Von der Laufenstrasse auf das Gundeldinger Feld	20
---	----

### Öises Bier, Spezialitätenbrauerei Liestal

«Öises Bier dürfte manchen Baselbieter sehr freuen!»	26
--	----

### Das Braukonzept

Die vier Bierkategorien von Unser Bier	32
Hopfen und Malz aus kontrolliertem Bioanbau	34
Natürlichkeits- statt Reinheitsgebot	36
Unser Bier lanciert den ersten Basler Single Malt	38

### Erlebnis Bier

Beim Brauerlebnis alles über Bier erfahren	42
Geführte Verkostung durch Biersommelier	44
Teambildung mal ganz anders	46

### Festen bei und mit Unser Bier

Viel Lob für Veranstaltungen bei Unser Bier	50
---	----

### GV Unser Bier

Volksfest Generalversammlung	54
Unvergessliche Momente	56
GV 2022: Marcel Kreber buhlt um Unser Bier	57
Corona sucht Unser Bier heim	58

### Ambush und Guerilla

Wirksames Trittbrettfahren mit Ambush-Marketing	62
Friendly Takeover – eine Aktie von Unser Bier für zwei von Feldschlösschen	65
Männer erbügeln am Tag der Frau 25 000 Franken für das Basler Frauenhaus	66
Brauerzunft Region Basel – ehrenwert oder nicht?	68
Engagement für sommerliches Kinovergnügen	69

### Achtung, fertig, Redesign

Redesign der Etiketten für einen frischeren Auftritt	72
--	----

### Who is Who bei Unser Bier?

Fleissige Aussendienstmitarbeiter	76
Aktionärinnen und Aktionäre werben für Unser Bier	77
Who is Who: das prominente Team von Unser Bier	78

### Einige Zahlen

Wie hoch ist der Marktanteil von Unser Bier?	82
Bilanz und Erfolgsrechnung 2022	84

### Erfolgsrezept?

Das grosse Geheimnis einer kleinen Erfolgsgeschichte	88
Wie geht es weiter mit Unser Bier?	90

### Anhang

«Dr Schuum isch aifach s Gailschte an ere Stange»	94
Dr Zeedel vom Alexander Sarasin	98
Partei Unser Bier: «Unsere Kandidaten sind käuflich!»	100

### Dankeschön

105

# WIR GRÜNDEN EINE BRAUEREI!

Mit der Gründung einer Kleinst-Brauerei in Basel verfolgen folgende Ziele:

- Bier für den Eigenverbrauch
- Schaubrauen für alle
- spezielle Biere für spezielle
- Braukurse für Interessierte
- Vielfalt statt Einfalt

## Die Gründung von Unser Bier

Die Litfasssäule an der Muba-Sonderschau «Heimbierbrauen» skizzierte kurz die Vorstellungen der Promotoren.

# Die Geburtsstunde von Unser Bier

Istvan Akos, Initiant und Mitbegründer

Im Tages-Anzeiger las ich irgendwann im 1996 einen Artikel darüber, dass es Leute gibt, die zu Hause in einer Spaghettipfanne Bier brauen. Offensichtlich lasen auch die Redaktorinnen und Redaktoren der Fernsehsendung «10 vor 10» diesen Artikel, denn bereits einige Tage später wurde eine Sendung über diese Heimbierbrauer ausgestrahlt. Mit Interesse verfolgte ich, wie der Chefbrauer einer grossen Brauerei die verschiedenen Biere verkostete und mit Lob nicht zurückhielt.

Mich faszinierte das, denn ich hatte vorher keine Ahnung davon, dass man zu Hause so gute Biere brauen könnte. Konfitüre kochen: ja. Aber Bier brauen? Ich machte mich schlau, wo man all die Zutaten und Gerätschaften kaufen kann und landete bei der Firma SIOS von Richi Leder. Ob ich nach dem Infusions- oder Dekoktionsverfahren brauen wolle, fragte er mich am Telefon. Und weil ich Bahnhof verstand (in der Fachsprache sagt man dazu: Da ist Hopfen und Malz verloren), empfahl er mir ein Anfänger-Kit. Das sind Büchsen mit einer konzentrierten Würze, bereits gehopft,

dazu Hefe und ein Gärfass. Die Zubereitung ist einfach: Büchseninhalt mit Wasser verdünnen, Zucker dazugeben, aufkochen, runterkühlen, mit der Trockenhefe vergären lassen und vier Wochen später trinken. Diese Art von «Brauen» wird in all jenen abstinenten Staaten praktiziert, in denen die Europäer und Amerikaner auf dem Trockenen sitzen und legal nicht an ihren Stoff herankommen. Dummerweise hatte ich das Gärfass mit der gelben Flüssigkeit im Badezimmer neben dem Klo stationiert. Das führte bei der Vorführung meines neuen Hobbys immer wieder zu entsprechenden Kommentaren.

Also: Man konnte das Bier trinken. Aber so froh wurde ich nicht damit. Ich wollte richtig von Grund auf brauen. Aber woher das Know-how dazu nehmen? Ich rief den Brauer von Ueli Bier an, wurde aber masslos enttäuscht. Das sei nicht so einfach, da müsse man jeden Tag dazu schauen, nein, eigentlich nicht, auch nicht gegen Bezahlung, war der nicht eben motivierende Inhalt des kurzen Gesprächs.

Mit der Bestellung des Starter-Kits bin ich automatisch in die Adresskartei der Basler Heimbierbrauer geraten. Als eine Einladung zum Stamm kam (übrigens in der Fischerstube), da brachte ich meinen Wunsch nach einer richtigen Brau-Session vor. Heimbierbrauer Claude Kuhn aus Allschwil nahm ihn sofort auf und an einem Samstagmorgen fand im Keller seines Einfamilienhauses in Allschwil das statt, was man nachträglich als Geburtsstunde von Unser Bier bezeichnen kann. Da

ich damals noch journalistisch tätig war, nahm ich meinen Laptop mit und schrieb während des Brauens folgende Zeilen. Da wäre die Geschichte eigentlich fertig gewesen, wenn ich als externer Mitarbeiter der Muba den Verantwortlichen nicht den Vorschlag unterbreitet hätte, eine Sonderschau zum Thema «Heimbierbrauen» durchzuführen. Die Sonderschau geriet zu einem vollen Erfolg und der Rest ist bekannt. Doch mehr dazu auf den nächsten Seiten.

## Hopfen und Malz sind nicht verloren

**Je mehr Brauereien vom Markt verschwinden, desto ärmer wird unsere Bierkultur mit ihrem Einheitsgeschmack. Dagegen wehren sich die Heimbrauer: Sie lassen die alte Tradition des Bierbrauens wieder aufleben.**

*Keine fünf Minuten sind vergangen und schon fängt das Fachsimpeln an. Die fünf Männer, die im Keller eines Allschwiler Einfamilienhauses zu einem «Brauersuch» zusammengekommen sind, unterhalten sich, als wäre Bierbrauen nicht ihr Hobby, sondern ihr tägliches Brot. Während*

*in einer grossen Pfanne 12,5 Liter Wasser auf 40 Grad erhitzt und dann mit 3,5 kg Lagermalz vermischt werden, findet ein reger Erfahrungsaustausch statt. Welche Temperaturen sind ideal, wie genau müssen sie eingehalten werden, wie hoch dürfen die Abweichungen sein, und vor allem: Was findet bei welcher Temperatur genau statt. Während das Rührwerk die Temperatur in der ganzen Pfanne gleichmässig verteilt, wird die Stärke der Gerste zu dem Zucker umgewandelt, aus dem später bei der Gärung der Alkohol entsteht. Die Temperatur wird zunächst eine halbe*



Zeitung lesen lohnt sich. Dank dem Artikel auf der nächsten Seite ...



... gibt es heute die Brauerei Unser Bier.

Stunde bei 52°C gehalten, weitere 20 Minuten bei 65°C, wieder 30 Minuten bei 72°C und schliesslich noch zehn Minuten bei 78°C.

«Ohne Rührwerk ist das mühsam, man muss von Hand rühren. Das habe ich das erste Mal auch gemacht, aber wenn man einmal aufhört, gibt es in der Pfanne grosse Temperaturunterschiede», erzählt Gastgeber Claude Kuhn, der alle Ausgangsstoffe für den Brauersuch bei SIOS in Jona eingekauft hat: 3,5 kg Lagermalz, 0,3 kg Cristal Malz für Aroma und Farbe, 30 g verschiedene Hopfen und ein kleines Paket mit obergäriger Hefe.

SIOS ist in der Schweiz die Adresse für alle, die ihr Bier selber brauen wollen. Für Anfänger gibt es ein Starter-Kit, mit dem sie ihre ersten Brauerversuche machen können: Eine Büchse mit gehopftem Malzextrakt, Hefe, ein Gärfass aus Plastik mit Zapfhahn und Gärglocke, ein Thermometer, Schläuche, Sterilisiermittel für Fass und Flaschen sowie eine genaue Anleitung, wie aus all dem nach sechs Wochen ein trinkbares Bier wird. Wem diese Art von Bierbrauen vorkommt wie mit Stocki Kartoffelstock machen, der kann dort auch all die Zutaten kaufen, mit denen ein Bier von Grund auf gebraut wird. Und nicht nur eine Sorte, sondern was das Bierherz gerade begehrt: sehr dunkle Sorten, leichte und unbeschwerte, ausgesprochen malzige, fein gehopfte Spezial-, süss-malzige Fest- und andere Biere.

In der Schweiz hat das private Bierbrauen – im Gegensatz zu Amerika – keine grosse Tradition. Dort ist das Home-Brewing gang und gäbe und sogar einschlägige Hochglanz-Zeitschriften haben dort einen grossen Markt. Mehr noch: Computerprogramme unterstützen die Heimbierbrauer, Internetseiten bieten Infos an und erteilen Ratschläge. In der Schweiz sollen schätzungsweise 600 Personen ihr Bier selber brauen. Hundert von ihnen sind im Verein Schweizer Heimbierbrauer organisiert. «Unser Ziel ist, die alte Kultur des Bierbrauens wieder aufleben zu lassen. Der Privathaushalt kann das, für die grossen Hersteller lohnt sich das nicht», sagt Marco Sängler, Präsident der Interessengemeinschaft. Neben dem Erfahrungsaustausch für die Mitglie-

der will er vor allem Sammel- und Anlaufstelle für Leute sein, die zu Beginn ihrer Brauerkarriere alle vor denselben Problemen stehen.

In der Pfanne ist mittlerweile eine dickflüssige Brühe entstanden, vergleichbar mit einer Gersensuppe. Heimbauer Kuhn nimmt einen Löffel voll davon und macht einen Jod-Test: «Jod und Stärke reagieren aufeinander so, dass eine blaue Farbe entsteht. Daran erkennt man, ob noch Stärke da ist oder ob sie voll zu Zucker geworden ist», erklärt der Chemie-Verfahreningenieur. Als Nächstes trennt er mit einem selber gebastelten Sieb die braune Flüssigkeit vom Gerstenmalz.



Malz (gekeimte Gerste), Hopfen, Wasser und Hefe – mehr braucht es nicht zum Brauen.

Abläutern heisst dieser Vorgang, und was dabei entsteht, ist einerseits die Würze, die noch mit Hopfen gekocht werden muss, und der Treber. Dieser sieht aus wie eine Grütze. Alle bekunden Interesse daran, ihn nach Hause zu nehmen. «Wir backen daraus Brot. Das erhöht die Akzeptanz des Bierbrauens bei meiner Frau», gibt einer der Bierbrauer zum Besten. Um aus dem Treber den klebrigen Zucker herauszuholen, erhitzt Kuhn nochmals 12,5 Liter Wasser auf 78 Grad und leert es langsam darüber. Die Würze ist süss und klebrig, sie schmeckt wie Ovomaltine.

Jetzt stellt der Heimbauer die verschiedenen Hopfensorten vor, die er eingekauft hat und während einer Stunde in der Würze mitkochen wird. Saazer aus der Tschechei, der die Bitterkeit gibt, Hallertau aus Bayern als Aromaspender, und am Schluss noch einen Malling aus kontrolliert bio-

logischem Anbau, ebenfalls für den Aromaschub. «Ein Bier ohne Hopfen ist kein Bier. Aber es gibt Leute, die machen eine ganze Wissenschaft aus dem Hopfen.»

Nun kocht die Würze mit dem Hopfen vor sich hin und ein penetranter, aber nicht unangenehmer Hopfengeschmack füllt den Keller. Es wird Zeit, das Gärfass, in dem das Bier während zwei Wochen entstehen wird, mit einem chlorhaltigen Mittel zu sterilisieren.

Die Pausen zwischen den einzelnen Braustationen, bei denen verschiedene Biersorten probiert werden, dienen zum Träumen und Pläneschmieden: Eine kleine Brauanlage, mit der für Feste Festbiere gebraut werden, die ein, zwei ausgewählte Beizen mit speziellen Biersorten und eine Privatkundschaft mit dem Bier des Tages beliefert – Träume, Schäume und Bierideen, aus denen vielleicht einmal wirkliches Bier wird.

Die letzte Station ist sechs Stunden nach Beginn des Brauens erreicht: Mit einer normalen Windel wird der Hopfen zusammen mit verschieferten Eiweissedimenten abgesiebt, die gehopfte Würze, auch Stammwürze genannt, schnell auf 20 Grad abgekühlt, mit der am Vortag angesetzten Hefe versehen – und fertig ist der Brauvorgang. Die Bierbrauer messen noch schnell die Dichte der Würze, um bei einer späteren Messung zu wissen, wie viel Zucker zu Alkohol geworden ist und wie hoch der Alkoholgehalt des Bieres ist. Das Gärfass mit den verbliebenen 14 Litern geht nun an einen ruhigen Ort, um in ein, zwei Tagen mit dem Gären zu beginnen.

Basel, Sommer 1996

Nachtrag: Sechs Wochen später wurde das Bier gemeinsam verkostet und für gut befunden. Beim Anstossen sagte einer: «Das ist nicht mein Bier, das ist nicht dein Bier, das ist jetzt unser Bier.» So kam es zum Namen Unser Bier.



Das Rührwerk nimmt Heimbierbrauer Claude Kuhn einiges an Arbeit ab. So sieht die Würze aus, in der die Enzyme die Stärke in vergärbare und unvergärbare Zucker umwandeln.

## Sonderschau «Heimbierbrauen» an der Muba 97

An der Muba 1997 zeigten Mitglieder der Swiss Hombrewing Society, wie man zu Hause mit den einfachsten Mitteln Bier brauen kann.

Da neue Kaffeemaschinen und Staubsauger kaum reichen, um das Publikum in Scharen an die Muba zu locken, organisierten die Verantwortlichen immer wieder spezielle Präsentationen, Ausstellungen und Sonderschauen. Die 1996 vorgetragene Idee, eine Sonderschau zum Thema «Heimbierbrauen» durchzuführen, fiel deshalb auf fruchtbaren Boden. 1997 stellte die Muba gratis 180 m<sup>2</sup> für die Sonderschau zur Verfügung. Als Gegenleistung brauten Mitglieder der Schweizerischen Homebrewing Society auf drei verschiedenen Anlagen täglich Bier. In einem Bierdegustationswettbewerb konnten die Besucherinnen und Besucher ihre sensorischen Fähigkeiten auf angenehme Weise prüfen. Daneben gab es einige Stände von

Anbiestern. Ullrich verkaufte Biere aus aller Welt, Wartmann präsentierte sein Ittinger Amber und innovative Ingenieure aus Rostock stellten ihre neu entwickelte kleine Brauanlage Braxonia vor.

### Erfolgreiche Sonderschau

Der Erfolg der Sonderschau war gross. Die 1600 Liter Altbier, die bei Wädi-Bräu im Rahmen eines Brauerlebnisses entstanden, waren nach vier Tagen weg und wurden durch das Ittinger ersetzt. Der Erfolg war nicht zuletzt deshalb gross, weil die Leute offensichtlich verärgert waren über den steten Konzentrationsprozess auf dem Biermarkt. Kurz vorher hatte Feldschlösschen beschlossen, einige traditionsreiche Brauereien zu schliessen:

Surten in Bern, Hürlimann in Zürich und Cardinal in Fribourg. Surten und Hürlimann verschwanden, doch in der welschen Schweiz war der Widerstand so gross, dass Feldschlösschen schlussendlich auf die Schliessung verzichtete. Das blieb dann Carlsberg überlassen.

### Boycott in den Basler Medien

Das gesamtschweizerische Medienecho war beachtlich. Landauf, landab berichteten die Zeitungen über die Sonderschau, die gemäss einer Besucherumfrage die beliebteste Sonderschau der Muba war. Bloss: Warum erschien keine einzige Zeile in der Basler Zeitung? Und warum schrieb auch die Basellandschaftliche Zeitung nichts über die Sonderschau? Die Organisatoren waren geduldig und warteten. Nachdem aber am fünften und sechsten Muba-Tag immer noch keine einzige Zeile erschien, riefen sie den Chef der Lokalredaktion, Urs Hobi, an. In diesem Gespräch erfuhren sie, dass es der Lokalredaktion extrem sauer aufgestossen ist, dass sie eine Woche vor der Muba einen ganz-

seitigen Artikel in der nationalen Sonntagszeitung darüber lesen musste, dass es an der Muba eine Sonderschau über Heimbierbrauer geben würde. Und zwar so sauer, dass die Basler Lokalredaktion die Basellandschaftliche Zeitung anrief, um sie zum selben Boykott zu bewegen.

### Gründung des Vereins Unser Bier

Noch während der Muba beschlossen Claude Kuhn und Istvan Akos, die kleine Brauanlage Braxonia aus Rostock zu bestellen. Mit dieser Entscheidung tauchten zahlreiche Fragen auf: Wo soll die Anlage stehen, woher das Geld dafür nehmen, wer soll sie betreiben, in welchem Rahmen soll das geschehen? Die Antwort war die Gründung des Vereins Unser Bier, die Bestellung eines Vorstandes, die Suche nach einem Vereinslokal und nach Geldquellen. Im September 1997, kaum ein halbes Jahr nach der Sonderschau, konnte an der Klybeckstrasse die Vereinsbrauerei eröffnet werden. Das Geld (um die 80 000 Franken) streckte die Brauerei Unser Bier als Gegenleistung dafür vor, dass der Verein



Das Interesse an der Sonderschau «Heimbierbrauen» war sehr gross. Auch Frauen wollten wissen, womit ihre Männer demnächst anfangen würden.



Tägliches Schaubrauen, Bierdegustationswettbewerb, Verkauf spezieller Biere – das war neu in der Bierszene.



mit seinen Aktivitäten Werbung machte für den Aufbau einer professionellen Brauerei.

### Grosses Interesse am Heimbierbrauen

Der Ansturm war gewaltig. Eine Anfrage nach der anderen kam herein. Die Zeitungen berichteten, das Fernsehen filmte und die Fasnacht persiflierte. Die Zahl der Vereinsmitglieder stieg auf 340 Mitglieder. Es wurden Arbeitsgruppen gegründet, die eine zuständig für die Finanzen, die andere für Werbung, wieder eine andere für das eigentliche Lohnbrauen und die Braukurse. Der Erfolg überforderte den Verein vollkommen. Die Idee, teils einen Brauer anzustellen, vergrösserte die Probleme. Da er nur ein, zwei Tage in Basel war, konnte er wohl brauen, doch die Pflege des reifenden Bieres liess zu wünschen übrig. Mal schäumte es, mal wurde es sauer. Die kleine Brauanlage Braxonia hatte Kinderkrankheiten, erst nach einer aufwändigen technischen Überholung arbeitete sie zufrieden-

stellend. Die räumlichen Verhältnisse waren auch nicht ideal, der Platzmangel war gross.

Als die Brauerei Unser Bier im Oktober 1998 an der Laufenstrasse einzog, bot sie dem Verein Gastrecht. Doch die Symbiose brachte nicht, was sie versprach. Die Nutzungsansprüche der Brauerei, die professionell für den Markt braute, und des Vereins, der es gut und gemütlich haben wollte, waren zu unterschiedlich. Die Konflikte, die daraus entstanden, führten zur räumlichen Trennung. 2000 zog der Verein Unser Bier an die Hochstrasse und war dort unter dem Präsidium von Daniel Oertli viele Jahre lang recht glücklich und erfolgreich. Dann erhielt er die Kündigung und suchte während zwei Jahren eine neue Bleibe. Er fand sie an der Säntisstrasse, doch Auflagen der Behörden und Einsprachen von Anwohnern führten dazu, dass der Vorstand des Vereins die Liquidation auf Ende 2018 beschloss.



Dass man zu Hause Bier brauen kann, wussten vor 25 Jahren nur Eingeweihte. Bild: Braukurs im Verein Unser Bier.

## Wie gründet man eine Brauerei?

Wer sich als Branchenfremder daran macht, eine Brauerei zu gründen, der ist zunächst mit Fragen über Fragen konfrontiert.

**Machen Sie mit bei Basels neuer Brauerei**

In Basel braut sich etwas zusammen: Nach dem Untergang einheimischer Brauereien griffen nun 110 Personen aus Basel und Umgebung zur Selbsthilfe. Sie gründeten mit einer Viertelmillion Franken die Brauerei Unser Bier AG. Jetzt wird in eine professionelle Brauanlage investiert. Jedermann und jede Frau ist eingeladen, Mitbesitzer oder Mitbesitzerin zu werden.

12 Millionen Liter Bier konsumiert die Basler Bevölkerung jährlich. Das macht pro Kehle mehr als 60 Liter – Säuglinge, Abstinenzler und Biermuffel eingeschlossen. Von dieser Gewaltmenge produziert die lokale Ueli-Brauerei gerade den klitzekleinen Anteil von knapp zwei Prozent. Der Rest kommt von fern: aus dem Feldschlösschen-Aargau, aus Europa, irrsinnigerweise sogar aus Übersee.

Dem Bierfreund graust: Bier, richtiges Bier, weiss er, das wäre ein Frischprodukt, ein köstlicher Stoff, der lokal produziert immer am besten schmeckt. Darauf können sich Baslerinnen und Basler jetzt freuen: Mehr als 100 Personen haben mit einer Viertelmillion Franken die Brauerei Unser Bier AG gegründet. Bereits heute braut deren Kundenbrauerei an der Klybeckstrasse 29 auf einer kleinen Anlage Spezialitätenbiere. Das Interesse ist enorm, der Anhang überwältigend. Die Idee hat gestündet.

**Viele Sympathien in Basels Gastro-Szene: Der stoffbekannte Belzer Leni Anderfuhren präsentiert das neue Basler Bier, das schon ab nächsten Sommer in Restaurants, Läden und dank Hauslieferdienst bei Ihnen zu Hause serviert wird.**

**IHR BIER**

Exakt 110 Leute haben vor einem halben Jahr die Brauerei Unser Bier AG gegründet. Im Nu war ein Eigenkapital von 240 000 Franken zusammengelassen. Eine Sensation! Eine Verpflichtung.

Im Sommer 98 eröffnet Unser Bier die eigene Brauerei – und Sie können sich beteiligen. Rund eine Million Franken werden in eine professionelle Brauanlage investiert. Sie wird Basel mit Bieren versorgen, die aus dem bestehenden Angebot hervorstechen.

**Aktien für alle**

Eine Million Franken sind Geld – wenn wir sie bei den Banken leihen müssen. Bei der Brauerei Unser Bier AG aber nicht. Die Bevölkerung der Region Basel-Mitbesitzer werden, indem sie die notwendige Aktienkapital zusammenbringen.

Vom Zins profitieren die Brauerei und Aktionäre.

**Eine Basler Erfolgsstory**

Herausgewachsen ist die Erfolgsstory aus der Szene der Heimbier-

In der Grossauflage der Basler Zeitung erschien eine Beilage, in der Schauspieler und Gastronom Leni Anderfuhren für die neue Brauerei warb und die Leserinnen und Leser dazu ermunterte, Aktien zu zeichnen.

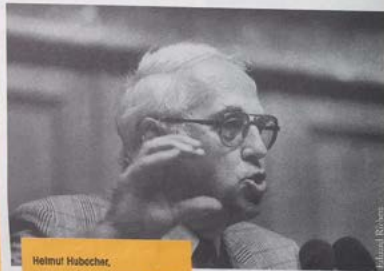
Wer eine Brauerei gründen will, ohne vorher je mit Bierbrauen etwas zu tun gehabt zu haben, betritt Neuland. Das taten Urs Ullrich, Getränkehändler in dritter Generation, Claude Kuhn, Verfahrensingenieur, Hans-Ulrich Stauffer, Anwalt, und Istvan Akos, PR-Fachmann. Sie bildeten das Team, das sich mit einer ganzen Liste von offenen Fragen auseinandersetzen musste.

### Fragen über Fragen

Was kostet eine Brauanlage, welche Anbieter sind auf dem Markt, wie gross soll die Kapazität sein, welcher Hersteller soll den Zuschlag erhalten, mit

welchem Geld soll die Investition berappt werden, woher soll der Brauer kommen, welche Biere soll er brauen, wie sollen sie abgefüllt werden, über welche Kanäle sollen sie zu welchem Preis abgesetzt werden, wie sieht das Erscheinungsbild aus, gibt es ein Restaurant, was soll es anbieten? Und, und, und. Bei so vielen Fragen ist der Kontakt zu Leuten, die diese Fragen schon beantwortet haben, sehr wichtig. Einer dieser Leute war Gerry Wuschech, der Begründer von Wädi-Bräu in Wädenswil am Zürichsee. Er gehörte zu jenen, die mit Informationen, Zahlen und Ratschlägen grosszügig umgingen. Er öffnete hilfreich seine Bücher

## Basler Politiker: «Ein herzhaftes Prost auf Unser Bier!»



Helmut Hubacher, Buchautor und Journalist, dienstältester Nationalrat SP

«Zuerst dachte ich, Unser Bier sei eine Schnapsidee. Eine neue Brauerei für Basel – spinnst du? Es hat doch, sagte

ich mir selbst, genug Brauereien, die sich bis aufs Messer konkurrenzieren. Dann kaufte ich eine Tafel Schokolade – und es machte mich glücklich. Ständig werden neue Schoggiarten kreiert. Warum nicht ein neues Bier? Der Bundesrat, hohe Verbändeherren und ganz geschickte Professoren fördern doch im Chor neue innovative Ideenschübe. Nur so könnte die Wirtschaft überleben. Und viele kleine Ideen können eine grosse Wirkung haben. Ein herzhaftes Prost auf Unser Bier.

PS: Ich gebe den Initianten den Mut, sprich mit auf dem Weg. «Die Energie, die wir brauen, bekommen wir vom Strom, gegen den wir schwimmen.»



Christoph Eymann, Direktor Gewerbeverband Basel-Stadt, Nationalrat LDP

«Wenn Brauereien sterben, ist es positiv, wenn jemand nicht einfach sagt: «Das ist nicht mein Bier», sondern – in einer «Jetzt-erst-richt-Mentalität» – sagt, was Unser Bier ist. Selbst als nicht sehr häufiger Biertrinker werde ich mir – aus Neugierde, aus Stolz auf ein Produkt «made in Basel» und als künftiger Aktionär von Unser Bier – ab und zu ein Unser Bier genehmigen.

Schliesslich gehört sich das so für einen Gewerbeförderer und Enkel eines Wacker-Bierbrauers.»

### WETTBEWERB

**Kleiner Wettbewerb: Die Brauerei Unser Bier AG sucht die besten Namen für Basels beste Biere.**

«He, Fräulein, eine Stange!» – die Zeit der Einheitsstange ist spätestens im Sommer 1998 passé. Dann gibt's Unser Bier – frisch, wohlchmekelnd, saisonal richtig.

### VEREIN UNSER BIER

**Braukurse**

Brauen Sie mit uns in einer Gruppe von rund 10 Personen ein köstliches Bier. Während des Brauens haben wir Zeit, uns mit der Geschichte des Biers, mit den Biersorten, mit den Brautechniken, mit Hopfen und

**Internet**

Besuchen Sie uns auf dem Internet: Unter «www.unser-bier.ch» erfahren Sie nicht nur alles über den Verein Unser Bier und die Brauerei Unser Bier AG. Sie erschliessen sich über unsere Links ganz neue Bierwelten.

Einsatz für die neue Brauerei über die Parteigrenzen hinweg: Die Politgrössen Helmut Hubacher und Christoph Eymann werben für Unser Bier.

und versorgte die Neubrauer gratis mit vielen guten Tipps. Er zeichnete sofort einige Aktien und hielt vor den 300 anwesenden Aktionären an der ersten Generalversammlung nach der Eröffnung in der alten Providentia an der Laufenstrasse eine flammende Rede und schwor sie darauf ein, ihrer Brauerei die Stange zu halten. Leider war es Gerry Wuschek nicht vergönnt, die heutige Entwicklung auf dem Schweizer Biermarkt kennen zu lernen. Er starb viel zu früh im Jahr 2002.

### Finanzierung

Es gibt zwei Möglichkeiten, eine Brauerei zu finanzieren. Entweder hat man Geld und investiert es. Wie zum Beispiel Kitchenbrew in Allschwil oder Doppelleu mit Chopfab in Winterthur. Oder man hat kein Geld und organisiert es.

Den Initianten von Unser Bier fehlten die 1,5 Millionen Franken, welche die Brauerei an der Laufenstrasse kostete. Also konzentrierten sie sich auf die zweite Variante. Diese Variante hat verschiedene Vorteile: Man riskiert nicht das eigene Geld.

Und die Geldgeber sind zugleich die Konsumenten jenes Bieres, das mit ihrem Geld gebraut wird. Sie haben ja ein Interesse daran, dass ihr Geld nicht vergebens investiert worden ist.

Bei der ersten Tranche von 2000 Aktien mit dem Nominalwert von 100 Franken haben 110 Aktionärinnen und Aktionäre 120 Franken pro Aktie bezahlt. Sie mussten mindestens fünf Aktien zeichnen. So kamen 240 000 Franken zusammen. Den Aktionären der ersten Stunde wurde zugesichert, dass sie dieses Geld ohne Abzüge zurückerhalten würden, wenn das Projekt nicht zustande käme.

In der Folge gab es verschiedene Kapitalerhöhungen. Der Ausgabepreis der Aktie stieg von 120 auf 250 Franken. Die Differenz zwischen Nominalwert und Ausgabepreis ist das Agio, das eigentlich ein Geschenk des Aktionärs an seine Firma ist. Mit diesem Agio konnten die hohen Verluste der ersten Jahre aufgefangen werden. Da das Aktienkapital für den Investitionsbetrag von 1,5 Mio. Franken nicht reichte, wurden Banken kontaktiert.

Das beste Angebot machte die Alternative Bank Schweiz in Olten. Wegen der Bioproduktion wurde ein etwas günstigerer Förderkredit gewährt.

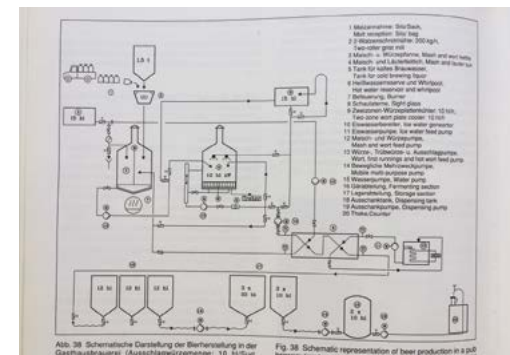
Unterdessen sind 19 000 Aktien im Umlauf. Da die Brauerei immer wieder Aktien zurückkaufen kann und Interessenten für Aktien vorhanden sind, ist die Zahl der Aktionäre auf 10 800 (April 2023) gestiegen. Der Preis der Aktie beträgt 325 Franken.

### Evaluation Anlage

Es wurden verschiedene Offerten von deutschen Herstellern eingeholt. Ein (sehr günstiger) ungarischer Lieferant scheiterte an den hohen Qualitätskriterien. Claude Kuhn unternahm es, die verschiedenen Offerten vergleichbar zu machen, Vor- und Nachteile der einzelnen Komponenten herauszuarbeiten. Am Schluss blieben zwei Anbieter im Rennen. Der Verwaltungsrat besuchte sie in Dresden und am Chiemsee und entschied sich in der Folge für die (heute nicht mehr existierende) Firma Beraplan.



Claude Kuhn (Mitte) und Urs Ullrich (rechts) begutachten eine Anlage in Dresden.



Pläne einer Brauerei.

### Standortsuche

Da die Brauerei auf Basler Boden stehen sollte, gab es nicht viele Möglichkeiten. Die Firma Paul Ullrich bot der Brauerei an, sich an ihrem neuen Standort an der Laufenstrasse einzumieten.

### Suche nach einem Braumeister

Da kurz vorher eine von den Schweizer Brauern gelesene Schweizer Publikation ihr Erscheinen einstellte, wurde ein Stelleninserat in der deutschen Brauwelt aufgegeben. Es gab 54 Bewerbungen, fast ausschliesslich Brauer aus Deutschland. Die Wahl fiel auf Braumeister Udo Remagen von der Gasthofbrauerei Martinsbräu in Freiburg.

### Das Bier

Es war klar, dass Unser Bier nicht ein Nullachtfünfzehn-Bier auf den Markt bringen darf. Die Wahl fiel auf das Amber. Später kamen Blond, Weizen und Schwarz dazu.

### Das Logo

Auf der Suche nach dem Erscheinungsbild geisterte das Stichwort Basel in den Köpfen herum. Die Silhouette von Basel mit dem Münster war ein Vorschlag, aber zu begeistern vermochte das nicht. Man entschied sich für eine Etikette mit einem Lällekönig, ohne jedoch zu wissen, dass es ein Werk des Basler Künstlers Niklaus Stöcklin war. Das musste später teuer bezahlt werden, da via ProLitteris eine Verletzung des Urheberrechts geltend gemacht wurde. Die Lizenz für fünf Jahre kostete 8000 Franken.

Als der Markenspezialist Beat Sidler in den Verwaltungsrat kam, bemängelte er die Markenführung von Unser Bier. Statt eines einheitlichen Logos hatte jedes Bier ein anderes Symbol: Amber den Lällekönig, Weizen den Basilisk, Blond das Basler Dybli. Der Schriftzug Unser Bier war klein und stach nicht ins Auge.

Der Basler Grafiker und Künstler Domo Löw erhielt den Auftrag, den antiquierten, strengen Lällekönig von Niklaus Stöcklin so zu überarbeiten, dass er prägnanter und freundlicher wirkt und mit dem Schriftzug von Unser Bier eine Einheit bildet. Das ist Domo Löw bestens geglückt.



Der alte Lällekönig von Niklaus Stöcklin, daneben jener von Domo Löw, den Unser Bier in Auftrag gegeben hat.

### Abfüllung

Bei der Frage, wie das Bier in die Flasche kommt, hiess es bei anderen Brauereien unisono: Investiert das Geld nicht in eine eigene Abfüllanlage. Es brauche zusätzlichen Platz, zusätzliches Personal, und es würde nur einmal pro Woche abgefüllt. Die übrigen Tage würde das teure Kapital brach liegen. Andere Brauereien hätten Überkapazitäten, die würden gerne Euer Bier abfüllen.

Aber wo? Ziegelhof in Liestal sagte mehrmals ab, Feldschlösschen wurde in der Annahme nicht angefragt, dass das bisschen Bier für die Grossanlage zu wenig sei. Am Schluss landete Unser Bier bei Falken in Schaffhausen. Es wurden zwei 5000-Liter-Tanks angeschafft, die jedes Mal mühsam auf einen Lastwagen gehoben und nach Schaffhausen gefahren werden mussten.

### Partnerschaft mit Coop

Bierbrauen ist das eine, Bier-Verkaufen ist das andere. Bei der Frage, wer denn Unser Bier verkaufen würde, kamen die Initianten schnell auf die Idee, bei Coop anzuklopfen. Für Urs Ullrich, Mitbegründer der Brauerei Unser Bier und erfolgreicher Basler Getränkehändler in dritter Generation, war klar: Wenn Coop mitmacht und Unser Bier ins Sortiment aufnimmt, dann steht der Brauereigründung nichts im Wege. Also nahmen die Initianten

mit Coop Kontakt auf und begaben sich zum vereinbarten Termin zu Alfred Stern, dem damaligen Direktor von Coop Basel, Liestal, Fricktal. Als Muster nahmen sie ein Fünfkorn-Bier mit, das sie bei Wädi-Bräu brauen liessen. Auf der Etikette stand: «Biertrinker aller Quartiere vereinigt Euch». Die Idee, in Basel eine Brauerei zu gründen, war dem Coop-Direktor sympathisch, am Ende der Sitzung hatten Ullrich und Akos die Zusage, dass Unser Bier im gleichen Verteiler an die Coop-Läden ging, wie das Basler Wasser der IWB. Das Problem war bloss, dass es nur an 17 Läden geliefert wurde. Immerhin.

### Lohnbrauen für den Anfang

Da die Brauerei noch nicht stand, liess Unser Bier das Bier von Locher in Appenzell brauen. Kaum war es aber im Frühling 1998 auf dem Markt, drohte schon Ungemach. Coop Schweiz beschloss nämlich, ein eigenes Biobier auf den Markt zu bringen (das übrigens auch von Locher gebraut wurde). Da war das Biobier von Unser Bier der Schweizer Zentrale ein Dorn im Auge. Sie forderte die Regionaldirektion auf, bei der Einführung des Coop-eigenen Biobiers Unser Bier aus dem Sortiment zu nehmen. Dank dem beherzten Widerstand der regionalen Coop-Leute konnte Unser Bier in den Regalen bleiben.

### Innovation geht von den Kleinen aus

Unterdessen ist Unser Bier im Coop-Kanal von Basel und Umgebung sehr gut vertreten. Aber nicht nur Unser Bier, sondern auch andere Kleinbrauereien profitieren von der Marktmacht des Grossverteilers. Irgendwann realisierten die Category Manager, dass die Innovation und die Belebung der Bierkultur nicht von den grossen Brauereien ausgingen, sondern von den regionalen Kleinbrauereien. Dieser Erkenntnis verdanken die vielen Kleinbrauereien der Schweiz, dass sie im Coop-Sortiment eine wichtige Rolle spielen.

### Eröffnung Brauerei

Die Eröffnung fand am 28. Oktober 1998 an der Laufenstrasse statt. Im Innenhof baute Rupp ein grosses Festzelt auf. Auf einer grossen Banderole nahm Unser Bier den Mund gewaltig voll: «Andere haben Tradition, Unser Bier hat Zukunft». Das Band, mit dem die Brauerei eröffnet wurde, hat Hans-Jakob Nidecker durchgeschnitten, der Gründer von Ueli Bier. Der Zürcher Hartmuth Attenhofer von der Schweizerischen Gesellschaft für Biervielfalt begrüsst die Basler Initiative. Die Fasnachtsclique Lumpensammler trommelte, die SündiCats («der gemischtere Chor») sangen und die Unser-Bier-Leute wurden nicht müde, für die vielen Besucherinnen und Besucher eine Führung nach der anderen durch die verwinkelten Räumlichkeiten durchzuführen. Dass viele Aktien gezeichnet wurden, freute sehr. Aber noch grösser war die Freude, als ein Taxi zu Unser Bier bestellt wurde. Nachdem die Zentrale nicht fragte, wo das sei, war allen klar: Unser Bier ist in Basel angekommen.

### Geschäftsführung

In den ersten Jahren übernahm Istvan Akos die Geschäftsführung der Brauerei. Er zog mit seiner vierköpfigen PR-Agentur an die Laufenstrasse in ein Grossraumbüro oberhalb der Brauerei. Mit dem Wachstum der Brauerei stellte sich bald die Frage, ob das Halbtagespensum zu einer Vollzeitstelle werden soll. Da er aber an seinen diversen anderen Mandaten hing, wurde die Stelle eines Fulltime-Geschäftsführers ausgeschrieben und anno 2005 besetzt. Seit 2009 ist der Hotelfachmann Luzius Bosshard der Mister Unser Bier.



Andere haben Tradition, Unser Bier hat Zukunft.



Ständchen vom gemischteren Chor SündiCats.



Brauereieröffnung mit Pionier Hans-Jakob Nidecker.

# Langer Weg für eine kurze Strecke

Unser Bier wäre gerne schon früher auf das Gundeldinger Feld gezogen. Doch der Wohnanteil, der bei der Umnutzung einer Industriebrache vorgeschrieben ist, verhinderte es.



## Von der Laufenstrasse auf das Gundeldinger Feld

Dass die Brauerei Unser Bier ihren Standort auf dem Gundeldinger Feld hat, verdankt sie dem Entscheid des Regierungsrates, auf den obligatorischen Wohnanteil zu verzichten.



Die ehemalige Giesserei der Maschinenfabrik Burckhardt. Vor dem Verkauf an die Gundeldinger Feld Immobilien AG diente sie als Hochregallager, anschliessend wurde sie von Künstlern und Kleingewerbetreibenden zwischengenutzt.

So gut am Anfang der Standort Laufenstrasse für die Brauerei auch war, mit der Zeit wurde es dort schwierig. Die Firma Ullrich wuchs, Unser Bier wuchs, und schon bald stand man sich gegenseitig auf den Füssen herum. Die Fremdbefüllung in Schaffhausen war unbefriedigend, ebenso die Tatsache, dass wegen mangelnder Kapazität in Schaffhausen zugebraut wurde. Das Motto «Bier von hier statt Bier von dort» entsprach nicht mehr der Realität und der Wunsch, in Basel eine eigenständige, autonome Brauerei zu haben, wurde grösser und grösser. Als Standort wurde schon seit längerem das Gundeldinger Feld ins Auge gefasst, auf der die 1200 m<sup>2</sup> grosse Halle 1, früher die Giesserei der Maschinenfabrik Burckhardt, auf eine definitive Nutzung wartete. Die Planung wurde an die Hand genommen, parallel dazu wurden die Kosten kalkuliert. Nachdem alles was «nice to have» war,

gestrichen wurde, blieben immer noch fünf Millionen Franken, was angesichts der angesparten Eigenmittel in der Höhe von einer Million Franken recht viel Geld war. Woher nehmen, wenn nicht stehlen? Neben der Planung des Umzugs und des Umbaus, den in erster Linie Verwaltungsrat Claude Kuhn als Ingenieur vorantrieb, begab sich die Brauerei auf die Suche nach den fehlenden Mitteln. Zwei Banken waren interessiert. Finanzchef Urs Ullrich wusste sie gegeneinander auszuspielen, mit jeder Bieterrunde wurden die Konditionen besser. Es fehlte aber immer noch viel Geld. So kam Unser Bier auf die Idee, bei den Aktionären nachzufragen, ob sie Aktionärsdarlehen gewähren würden. Die Konditionen mit drei Prozent auf fünf Jahre waren überzeugend, die fehlenden Mittel in der Höhe von zwei Millionen Franken kamen von 80 Aktionärinnen und Aktionären schnell zusammen.

### Barbara Schneider legt sich quer

Allerdings hatte Unser Bier die Rechnung ohne den Wirt gemacht, der in diesem Fall das Baudepartement mit Regierungsrätin Barbara Schneider als Chefin war. Das Baugesuch von Unser Bier wurde mit der Begründung abgelehnt, dass bei der Umnutzung einer Industriehalle zwingend ein Teil mit Wohnungen zu bestücken sei. Dass dabei die 120 Jahre alte Industriehalle hätte abgerissen werden müssen und auf dem Gundeldinger Quartier bereits 20 000 Einwohner auf engem Raum beieinander leben, spielte keine Rolle.

Unser Bier legte Rekurs ein und verpflichtete dazu einen ausgewiesenen Anwalt, der als ehemaliger Mitarbeiter des Baudepartementes die Schwächen des Entscheides bestens kannte.

### Politische Schützenhilfe

Doch so weit kam es gar nicht, weil die Brauerei unerwartet politische Schützenhilfe erhielt. Der Gundeldinger Christophe Haller, damals Fraktionspräsident der Basler FDP, schrieb einen offenen Brief an die Basler Regierung mit der Aufforderung, der Brauerei die Halle 1 zu überlassen. Dann brachte er über alle Parteigrenzen hinweg die Präsidentinnen und Präsidenten aller im Grossen Rat vertretenen Fraktionen dazu, diesen Brief zu unterschreiben:

*«Wir unterzeichnenden Präsidentinnen und Präsidenten aller im Grossen Rat des Kantons Basel-Stadt vertretenen Fraktionen bitten Sie deshalb, sich bei der Behandlung des Anzuges für eine KMU-freundliche Variante und damit für eine zeitgemässe Umnutzung der industriegeschichtlich interessanten Werkhalle einzusetzen. Unser Bier muss in Basel bleiben und soll nicht in ein Industrieareal einer Vorortsgemeinde abwandern.»*

Mit freundlichen Grüssen

gezeichnet die Fraktionspräsidentinnen und -präsidenten:

Christine Keller (SP), Christophe Haller (FDP), Heidi Mück (GB), Lorenz Nägelin (SVP), Christine Wirz (LDP), Stephan Gassmann (CVP), Stephan Maurer (DSP), Urs Joerg (EVP)

Auch Aktionärinnen und Aktionäre von Unser Bier, die in dieser Stadt etwas zu sagen haben, nutzten



Christophe Haller setzt sich für Unser Bier ein.

ihre Kontakte zur Regierung und lobbyierten für ihre Brauerei.

### Verzicht auf Wohnanteil

Ob der Basler Regierungsrat sich diesem politischen Druck beugte oder unabhängig davon zur Erkenntnis kam, dass der Wohnanteil auf dem Gundeldinger Feld nicht das Gelbe vom Ei sei, ist nicht bekannt. Tatsache ist, dass er an einer Sitzung im November 2007 beschloss, auf den Wohnanteil zu verzichten.

In der Basler Zeitung erschien am 9.11.2007 unter dem Titel «Unser Bier hatte die stärkere Lobby» dieser Artikel von Wirtschaftsredaktor Michael Heim:

**PR-Mann und Brauerei-Verwaltungsrat Istvan Akos hat erreicht, dass die Regierung auf die Umsetzung des Zonenplans verzichtet. Halb Basel hat ihm dabei geholfen.**

*Seit gestern ist Unser-Bier-Verwaltungsrat Istvan Akos ein glücklicherer Mensch. In einem Brief teilte die Basler Regierung der Brauerei mit, dass sie auf eine Umsetzung des Wohnanteilsplans (WAP) auf dem Gundeldinger Feld verzichtet. Dort möchte Unser Bier eine neue Brauanlage erstellen, um ihre Kapazitätsprobleme zu lösen.*

*Die Brauerei hatte bei der Ankündigung ihres Bauvorhabens den WAP übersehen oder unter-*

## Unser Bier hatte die stärkere Lobby

Basel. Auf dem Gundeldinger Feld müssen keine Wohnungen gebaut werden



PH-Mann und Brauerei-Verwaltungsrat haben aber mit Aussicht, dass die Regierung auf die Umsetzung des Zonenplans verzichten. Das Bier hat den stärksten Lobby.

Am 25. Oktober wandten sich die Präsidenten aller Grossrats-Fraktionen gemeinsam in einem offenen Brief an die Regierung. Dieser hatte einen einzigen Zweck: Die Regierung öffentlichkeitswirksam dazu zu bringen, der Brauerei den Weg zu ebnen.

In erster Linie galt es, Baudirektorin Barbara Schneider (SP) zu überzeugen. Sie sah das Gundeldinger Feld als Puzzle-Stein ihres Programms «5000 Wohnungen für Basel», und eine Ausnahme war folglich auch eine symbolische Niederlage für ihr Programm.

So brauchte es denn mehr als eine Regierungssitzung, bis am vergangenen Dienstag die Ausnahme beschlossen wurde. Da-

bei könnte der Brauerei zugute gekommen sein, dass sie seit Jahren Regierungsräte für ihre Sache einspannt. Zu den Aktionären zählen unter anderem auch Ralph Lewin (SP) und Christoph Eymann (LDP).

Keine Lobby

Die Regierung informierte über den Entscheid nicht wie üblich direkt im Anschluss an die Sitzung am Dienstag, sondern erst gestern. Angeblich, um erst die Brauerei informieren zu können, wie Baudepartements-Sprecher Marc Keller erklärt. Der Verzicht auf den Wohnanteil bedeute nicht, dass nun automatisch gebaut werden könne, sagt er. «Es wurde nur ein Hindernis beseitigt.» Etwas trotzig schreibt die Regierung, sie erachte es «als problematisch, dass sich für Wohnungsbau offenbar keine <Lobby> findet.» Man wolle denn auch am Schwerpunkt «Stadtwohnen» festhalten. In ihrem Brief hat die Regierung die Brauerei nun zu Gesprächen eingeladen. Noch seien einige Fragen zum Bauvorhaben offen, sagt Keller. So etwa die Verkehrsführung, das Opfern eines «Vorgartens» oder zwei Bäume, die gefällt werden müssten. Es bestehe daher keine Garantie, dass «das Projekt durchkommt». Akos sagt, er wolle auf die Einladung aus dem Baudepartement eingehen. Noch offen sei indes das weitere Vorgehen. Die Regierung empfiehlt der Brauerei, den Rekurs zum Baubeglehen zurückzuziehen und ein neues einzureichen. Er wolle das mit seinem Anwalt prüfen, sagt Unser-Bier-Verwaltungsrat Akos. Dabei handelt es sich um jemanden, der die Materie bestens kennt: David Dussy, bis vor einem Jahr Leiter des Bauinspektorats.

Albrechts Hilfe

Die Brauerei hatte einen Plan B: Sie setzte auf einen Vorstoss, den Grossrat Andreas Albrecht (LDP) vor zwei Jahren im Namen der Baukommission eingereicht hatte. Darin hatte er die Regierung gebeten zu prüfen, ob auf dem Gundeldinger Feld nicht eine Ausnahme zum WAP genehmigt werden könne. Mit der Brauerei hatte der Anzug noch nichts zu tun gehabt, deren Pläne sind neuer. Klar war jedoch, dass ein Eingehen auf den Anzug die Chancen des Rekurses erheblich steigern würde. Und so aktivierte Akos all seine Verbündeten. Am 25. Oktober 2007 wandten sich die Präsidenten aller Grossrats-Fraktionen gemeinsam in einem offenen Brief an die Regierung. Dieser hatte einen einzigen Zweck: Die Regierung öffentlichkeitswirksam dazu zu bringen, der Brauerei den Weg zu ebnen.

In erster Linie galt es, Baudirektorin Barbara Schneider (SP) zu überzeugen. Sie sah das Gundeldinger Feld als Puzzle-Stein ihres Programms «5000 Wohnungen für Basel», und eine Ausnahme war folglich auch eine symbolische Niederlage für ihr Programm.

So brauchte es denn mehr als eine Regierungssitzung, bis am vergangenen Dienstag die Ausnahme beschlossen wurde. Da-

bei könnte der Brauerei zugute gekommen sein, dass sie seit Jahren Regierungsräte für ihre Sache einspannt. Zu den Aktionären zählen unter anderem auch Ralph Lewin (SP) und Christoph Eymann (LDP).

Keine Lobby

Die Regierung informierte über den Entscheid nicht wie üblich direkt im Anschluss an die Sitzung am Dienstag, sondern erst gestern. Angeblich, um erst die Brauerei informieren zu können, wie Baudepartements-Sprecher Marc Keller erklärt. Der Verzicht auf den Wohnanteil bedeute nicht, dass nun automatisch gebaut werden könne, sagt er. «Es wurde nur ein Hindernis beseitigt.» Etwas trotzig schreibt die Regierung, sie erachte es «als problematisch, dass sich für Wohnungsbau offenbar keine <Lobby> findet.» Man wolle denn auch am Schwerpunkt «Stadtwohnen» festhalten. In ihrem Brief hat die Regierung die Brauerei nun zu Gesprächen eingeladen. Noch seien einige Fragen zum Bauvorhaben offen, sagt Keller. So etwa die Verkehrsführung, das Opfern eines «Vorgartens» oder zwei Bäume, die gefällt werden müssten. Es bestehe daher keine Garantie, dass «das Projekt durchkommt». Akos sagt, er wolle auf die Einladung aus dem Baudepartement eingehen. Noch offen sei indes das weitere Vorgehen. Die Regierung empfiehlt der Brauerei, den Rekurs zum Baubeglehen zurückzuziehen und ein neues einzureichen. Er wolle das mit seinem Anwalt prüfen, sagt Unser-Bier-Verwaltungsrat Akos. Dabei handelt es sich um jemanden, der die Materie bestens kennt: David Dussy, bis vor einem Jahr Leiter des Bauinspektorats.

Albrechts Hilfe

Die Brauerei hatte einen Plan B: Sie setzte auf einen Vorstoss, den Grossrat Andreas Albrecht (LDP) vor zwei Jahren im Namen der Baukommission eingereicht hatte. Darin hatte er die Regierung gebeten zu prüfen, ob auf dem Gundeldinger Feld nicht eine Ausnahme zum WAP genehmigt werden könne. Mit der Brauerei hatte der Anzug noch nichts zu tun gehabt, deren Pläne sind neuer. Klar war jedoch, dass ein Eingehen auf den Anzug die Chancen des Rekurses erheblich steigern würde. Und so aktivierte Akos all seine Verbündeten. Am 25. Oktober 2007 wandten sich die Präsidenten aller Grossrats-Fraktionen gemeinsam in einem offenen Brief an die Regierung. Dieser hatte einen einzigen Zweck: Die Regierung öffentlichkeitswirksam dazu zu bringen, der Brauerei den Weg zu ebnen.

In erster Linie galt es, Baudirektorin Barbara Schneider (SP) zu überzeugen. Sie sah das Gundeldinger Feld als Puzzle-Stein ihres Programms «5000 Wohnungen für Basel», und eine Ausnahme war folglich auch eine symbolische Niederlage für ihr Programm.

So brauchte es denn mehr als eine Regierungssitzung, bis am vergangenen Dienstag die Ausnahme beschlossen wurde. Da-

bei könnte der Brauerei zugute gekommen sein, dass sie seit Jahren Regierungsräte für ihre Sache einspannt. Zu den Aktionären zählen unter anderem auch Ralph Lewin (SP) und Christoph Eymann (LDP).

Keine Lobby

Die Regierung informierte über den Entscheid nicht wie üblich direkt im Anschluss an die Sitzung am Dienstag, sondern erst gestern. Angeblich, um erst die Brauerei informieren zu können, wie Baudepartements-Sprecher Marc Keller erklärt. Der Verzicht auf den Wohnanteil bedeute nicht, dass nun automatisch gebaut werden könne, sagt er. «Es wurde nur ein Hindernis beseitigt.» Etwas trotzig schreibt die Regierung, sie erachte es «als problematisch, dass sich für Wohnungsbau offenbar keine <Lobby> findet.» Man wolle denn auch am Schwerpunkt «Stadtwohnen» festhalten. In ihrem Brief hat die Regierung die Brauerei nun zu Gesprächen eingeladen. Noch seien einige Fragen zum Bauvorhaben offen, sagt Keller. So etwa die Verkehrsführung, das Opfern eines «Vorgartens» oder zwei Bäume, die gefällt werden müssten. Es bestehe daher keine Garantie, dass «das Projekt durchkommt». Akos sagt, er wolle auf die Einladung aus dem Baudepartement eingehen. Noch offen sei indes das weitere Vorgehen. Die Regierung empfiehlt der Brauerei, den Rekurs zum Baubeglehen zurückzuziehen und ein neues einzureichen. Er wolle das mit seinem Anwalt prüfen, sagt Unser-Bier-Verwaltungsrat Akos. Dabei handelt es sich um jemanden, der die Materie bestens kennt: David Dussy, bis vor einem Jahr Leiter des Bauinspektorats.

Albrechts Hilfe

Die Brauerei hatte einen Plan B: Sie setzte auf einen Vorstoss, den Grossrat Andreas Albrecht (LDP) vor zwei Jahren im Namen der Baukommission eingereicht hatte. Darin hatte er die Regierung gebeten zu prüfen, ob auf dem Gundeldinger Feld nicht eine Ausnahme zum WAP genehmigt werden könne. Mit der Brauerei hatte der Anzug noch nichts zu tun gehabt, deren Pläne sind neuer. Klar war jedoch, dass ein Eingehen auf den Anzug die Chancen des Rekurses erheblich steigern würde. Und so aktivierte Akos all seine Verbündeten. Am 25. Oktober 2007 wandten sich die Präsidenten aller Grossrats-Fraktionen gemeinsam in einem offenen Brief an die Regierung. Dieser hatte einen einzigen Zweck: Die Regierung öffentlichkeitswirksam dazu zu bringen, der Brauerei den Weg zu ebnen.

In erster Linie galt es, Baudirektorin Barbara Schneider (SP) zu überzeugen. Sie sah das Gundeldinger Feld als Puzzle-Stein ihres Programms «5000 Wohnungen für Basel», und eine Ausnahme war folglich auch eine symbolische Niederlage für ihr Programm.

So brauchte es denn mehr als eine Regierungssitzung, bis am vergangenen Dienstag die Ausnahme beschlossen wurde. Da-

bei könnte der Brauerei zugute gekommen sein, dass sie seit Jahren Regierungsräte für ihre Sache einspannt. Zu den Aktionären zählen unter anderem auch Ralph Lewin (SP) und Christoph Eymann (LDP).

Keine Lobby

Die Regierung informierte über den Entscheid nicht wie üblich direkt im Anschluss an die Sitzung am Dienstag, sondern erst gestern. Angeblich, um erst die Brauerei informieren zu können, wie Baudepartements-Sprecher Marc Keller erklärt. Der Verzicht auf den Wohnanteil bedeute nicht, dass nun automatisch gebaut werden könne, sagt er. «Es wurde nur ein Hindernis beseitigt.» Etwas trotzig schreibt die Regierung, sie erachte es «als problematisch, dass sich für Wohnungsbau offenbar keine <Lobby> findet.» Man wolle denn auch am Schwerpunkt «Stadtwohnen» festhalten. In ihrem Brief hat die Regierung die Brauerei nun zu Gesprächen eingeladen. Noch seien einige Fragen zum Bauvorhaben offen, sagt Keller. So etwa die Verkehrsführung, das Opfern eines «Vorgartens» oder zwei Bäume, die gefällt werden müssten. Es bestehe daher keine Garantie, dass «das Projekt durchkommt». Akos sagt, er wolle auf die Einladung aus dem Baudepartement eingehen. Noch offen sei indes das weitere Vorgehen. Die Regierung empfiehlt der Brauerei, den Rekurs zum Baubeglehen zurückzuziehen und ein neues einzureichen. Er wolle das mit seinem Anwalt prüfen, sagt Unser-Bier-Verwaltungsrat Akos. Dabei handelt es sich um jemanden, der die Materie bestens kennt: David Dussy, bis vor einem Jahr Leiter des Bauinspektorats.

bei könnte der Brauerei zugute gekommen sein, dass sie seit Jahren Regierungsräte für ihre Sache einspannt. Zu den Aktionären zählen unter anderem auch Ralph Lewin (SP) und Christoph Eymann (LDP).

### Keine Lobby

Die Regierung informierte über den Entscheid nicht wie üblich direkt im Anschluss an die Sitzung am Dienstag, sondern erst gestern. Angeblich, um erst die Brauerei informieren zu können, wie Baudepartements-Sprecher Marc Keller erklärt. Der Verzicht auf den Wohnanteil bedeute nicht, dass nun automatisch gebaut werden könne, sagt er. «Es wurde nur ein Hindernis beseitigt.» Etwas trotzig schreibt die Regierung, sie erachte es «als problematisch, dass sich für Wohnungsbau offenbar keine <Lobby> findet.» Man wolle denn auch am Schwerpunkt «Stadtwohnen» festhalten. In ihrem Brief hat die Regierung die Brauerei nun zu Gesprächen eingeladen. Noch seien einige Fragen zum Bauvorhaben offen, sagt Keller. So etwa die Verkehrsführung, das Opfern eines «Vorgartens» oder zwei Bäume, die gefällt werden müssten. Es bestehe daher keine Garantie, dass «das Projekt durchkommt». Akos sagt, er wolle auf die Einladung aus dem Baudepartement eingehen. Noch offen sei indes das weitere Vorgehen. Die Regierung empfiehlt der Brauerei, den Rekurs zum Baubeglehen zurückzuziehen und ein neues einzureichen. Er wolle das mit seinem Anwalt prüfen, sagt Unser-Bier-Verwaltungsrat Akos. Dabei handelt es sich um jemanden, der die Materie bestens kennt: David Dussy, bis vor einem Jahr Leiter des Bauinspektorats.



Montage der grossen Lüftungsanlage. Das CO<sub>2</sub>, das bei der Gärung entsteht, muss abgezogen werden. Bild oben: Installation der grossen Flaschenwaschmaschine.

**Vorzeigeprojekt Gundeldinger Feld**

Das heutige Gundeldinger Feld ist die ehemalige Maschinenfabrik Burckhardt, die 1890 gegründet wurde und Kompressoren in die weite Welt exportierte. Anfang der 60er-Jahre geriet sie in den Besitz von Sulzer und produzierte unter dem Namen Sulzer-Burckhardt weiter. 1999 beschloss Sulzer, den Standort stillzulegen und die Produktion nach Winterthur zu verlagern. 400 Arbeitsplätze gingen verloren.

In der Folge haben sich viele Immobilienfirmen um das 12 000 m<sup>2</sup> grosse Areal bemüht. Doch die im Quartier wohnhafte Architektin Babara Buser wehrte sich dagegen, dass alles abgerissen und neue Wohnblöcke errichtet werden sollen. Sie entwarf eine Vision, wie das Industriearéal umgenutzt und mit neuem, das Quartier bereicherndem Leben gefüllt werden könnte. Sie organisierte künftige Mieter und fand institutionelle und private Geldgeber, die als Gundeldinger Feld Immobilien AG das Areal Sulzer abkauften und es der eigens dafür gegründeten Kantensprung AG im Baurecht für 50 Jahre mit der Option auf weitere zweimal 20 Jahre übergaben. Das Gundeldinger Feld wurde den ursprünglichen Ideen entsprechend umgenutzt und ist jetzt ein Vorzeigeprojekt mit grosser Ausstrahlung.



# Öises Bier

Neu gibt es Unser Bier auch im Oberbaselbiet.  
Die neue Spezialitätenbrauerei hat ihren Betrieb Ende  
2021 aufgenommen. Seither wird in Liestal wieder  
tüchtig gezwickelt.



## «Öises Bier dürfte manchen Baselbieter sehr freuen!»

Es war ein Schock für Liestal, als Ziegelhof verkauft wurde und die bestens verankerte, traditionsreiche Brauerei 2006 ihren Betrieb einstellte. Umso erfreulicher ist es für die Bevölkerung von Liestal und Umgebung, dass Unser Bier in den Mauern der ehemaligen Braustätte einen professionellen Braubetrieb eingerichtet hat.

Der Grund für die Expansion von Unser Bier nach Liestal ist einfach. An ihrem Standort auf dem Gundeldinger Feld in Basel stiess die Brauerei zunehmend an ihre Grenzen. Von ihren vier Bierkategorien konnte sie die fünf Standardbiere und die vier saisonalen Biere nur zulasten der zwei weiteren Kategorien, Bierspezialitäten und Bier raritäten, produzieren. Diese Kategorien kamen wegen Kapazitätsproblemen zu kurz.

### Volle Craft voraus

Auf der neuen Anlage in Liestal werden vor allem die Biere dieser Kategorien gebraut. Damit stärkt Unser Bier jene Sparte, die unter dem trendigen Stichwort «Craft» läuft. Installiert wurde mit

einem Budget von 1,6 Millionen Franken eine 10-hl-Anlage mit Gär- und Lagertanks für eine Jahresproduktion von rund 1000 hl. Die Brauerei mit eigener Abfüllanlage ist bei der Rampe eingerichtet, wo früher der ganze Umschlag der Ziegelhofbiere stattfand. Für die An- und Auslieferung ist das ideal. Die Grösse der neuen Brauerei kommt auch dem Bedürfnis von Kleinbrauereien entgegen, die ihre Biere im Lohnbrau von Unser Bier brauen lassen.

### Mit Aktionärsdarlehen finanziert

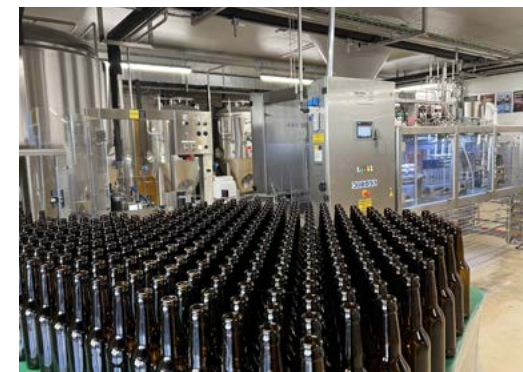
Obwohl von Banken Angebote für die Finanzierung vorlagen, entschied sich der Verwaltungsrat für eine Finanzierung mit Aktionärsdarlehen. Innert



Geschäftsführer Luzius Bosshard empfängt die Brauerzunft Region Basel in der neuen Spezialitätenbrauerei.



Die Kapazität der neuen Brauerei ist auf 1000 hl ausgelegt.



Sags em Däni! Das machen wir doch gerne.

eines Monats kamen 1,4 Millionen zusammen! Sicher haben dabei die Negativzinsen eine Rolle gespielt, aber ohne den Kredit, den Unser Bier bei seinem Aktionariat genießt, wären die Gelder kaum so reichlich geflossen.

### Unser Bier ist in Liestal willkommen

Fabian Wetter, Verwaltungsratspräsident von Unser Bier, gab sich an der Medienorientierung zu den Plänen in Liestal optimistisch: «Das obere Baselbiet hat es verdient, eine eigene Brauerei zu

haben. Nach dem Konkurs von Baselbieter Bier und dem traurigen Ende der Sissacher Brauerei Farnsburger gibt es in Baselland ein Potenzial für Biere in der Preiskategorie von Unser Bier.» Davon ist auch der Getränkehändler Max Schweizer überzeugt, den eine gut 22-jährige Zusammenarbeit mit Unser Bier verbindet: «Unser Bier ist verankert in der Region. Unser Bier kennt die Region und die Region kennt Unser Bier. Es ist eine Chance für Unser Bier, in Liestal zu brauen. Dann haben wir wieder «Öises Bier» und das dürfte manchen





Stellen sich an der Medienorientierung den Fotografen: Brauer David Regenass, Geschäftsführer Luzius Bosshard, VR-Präsident Fabian Wetter und Verwaltungsrat Istvan Akos.

Baselbieter sehr, sehr freuen.» Begrüsst wurde die Initiative auch vom Liestaler Stadtpräsidenten Daniel Spinnler: «Es freut mich, dass Unser Bier professionell in Liestal brauen wird und wir damit einen Mosaikstein mehr in der Genussstadt Liestal haben. Ebenso freut mich, dass Unser Bier auch mit Rohstoffen aus der Region brauen will und damit Bestrebungen der neu gegründeten IG Juramalz unterstützt, die den Braugerstenanbau in unserer Region fördert.»

#### Der Brauer ist ein Oberbaselbieter

Unser Brauer in Liestal ist David Regenass, ein Oberbaselbieter. Sein Rüstzeug hat er in seiner Ausbildung zum Lebensmitteltechnologien Fachrichtung Bier bei Unser Bier geholt. Unterstützt wird er von seinen vier Kollegen in Basel.



#### Am Freitag wird gezwickelt

Liestal hat eine grosse Zwickeltradition. Jeden Freitagnachmittag konnten bei Ziegelhof die Zweiliter-Siphons mit frischem Zwickelbier gefüllt werden. Unser Bier hat diese Tradition wiederbelebt, jeden Freitagabend kann von 17 bis 19 Uhr gezwickelt werden.



Am Tag der offenen Tür ging es darum, die Brauerei kennen zu lernen, am Chienbäse-Umzug eher darum, den Durst zu löschen.





# Das Braukonzept

**Das Braukonzept von Unser Bier umfasst eine ganze Palette von Standardbieren, saisonale Biere und Bierspezialitäten bis hin zu fassgereiften Bierraritäten. Und was zählt, ist nicht das Reinheits-, sondern das Natürlichkeitsgebot.**

# Die vier Bierkategorien von Unser Bier

Neben den Standardbieren braut Unser Bier saisonale Biere, Bierspezialitäten und Bierraritäten.

Unser Bier braut in bester handwerklicher Tradition mit viel Sorgfalt und Liebe. Für die naturbelassenen, unfiltrierten Zwickelbiere sind nur die besten Rohstoffe gut genug. Sie werden ohne Pestizide und Herbizide unter grösstmöglicher

Schonung der Umwelt produziert. Dank den kontrolliert biologischen Rohstoffen sind die Biere mit der Bio-Suisse-Knospe ausgezeichnet. Oder kurz zusammengefasst: «Andere brauen mit Hopfen und Malz, wir brauen auch mit Ihrer Sympathie.»

## Standard Amber, Blond, Weizen, Schwarz, AYPLEY und Öises Zwickel gibt es das ganze Jahr über



### Amber

Unser erstes Bier, bernsteinfarben dank Mischung aus drei unterschiedlichen Gerstenmalzsorten. Vollmundiger Geschmack, weicher, süffiger Körper, leicht süsslich, erinnert an Getreide und Karamell. Mit einer feinen Hopfenbittere.



### Blond

Satte gelbe Farbe. Angenehme Hopfenaromen der Sorte «Perle». Für ein schlankes und trotzdem vollmundiges Aroma sorgen ein helles Karamellmalz. Malz-aromatisch, angenehm rezent, mit gut eingebundener Bittere.



### Weizen

Mit seiner feinen Säure und spritzigen Lebendigkeit ist unser Weizen ein spezieller Genuss im Sommer. Mit 50% Weizenmalzanteil gebraut. Fruchtiger, an Bananen erinnernder Duft. Spritzig frischer Körper mit zitrusartigen Komponenten.



### Schwarz

Moussierender Antrunk, Fülle von Aromen, angefangen mit einer leichten Süsse, die an Dörrobst erinnert, über Röstaromen, die sich an Kaffee anlehnen bis letztendlich eine leichte Hopfen- und Schokoladenbittere dieses Bier abrundet.



### AYPIEY

Das ist die Basler Variante des India Pale Ale IPA, gewürzt mit dem sehr aromatischen, in Amerika gezüchteten Cascade-Hopfen mit intensivem Grapefruit- und Zitrusaroma sowie einer rezenten Bittere im Abgang.



### Öises Zwickel

Öises Zwickel ist eine Referenz an das Zwickelbier, das die Brauerei Ziegelhof mit grossem Erfolg braute und in Einliter-Flaschen vertrieb. Es ist blond, vollmundig und hat eine angenehme Bittere.

## Saisonal Sommer und Winter, Fasnacht und Kürbis – das gibt es dann, wenn Zeit dafür ist.



### Sommer

Alkoholreduziertes Sommerbier mit lieblichem Holunderblütenaroma.



### Winter

Das wärmende Bier für die kälteren Tage. Aromatisiert mit Orangenschalen und Weihnachtsgewürzen. Eröffnet himmlische Geschmackswelten.



### Fasnacht

Gibt es im Gegensatz zum Meisterbier jedes Jahr: Gibt den Schwerarbeitern in den Cliques die nötige Kraft, die drei schönsten Tage durchzutrommeln.



### Kürbis

Das passende Bier zum Kürbisfestival, das der Mathis-Hof in Bottmingen jedes Jahr durchführt.

## Bierspezialitäten aus Liestal Tredige Craftbiere



Weil in Liestal spezielle Biere gebraut werden, haben diese Biere auch eine spezielle Etikette. Gestaltet werden sie vom Spraykünstler Magoobasel. Bei den meisten Biere gilt: S'het, solang s'het. Kommt aber ein Bier besonders gut an, dann wird es erneut gebraut. Da die in Liestal verwendeten Hopfen in Bioqualität zumeist nicht erhältlich sind, werden die Craftbiere aus Liestal nicht mit der Knospe ausgezeichnet.

## Bierraritäten

Spezielle Biere fassgerecht



Bierraritäten sind Biere, die mit ganz speziellen Malz- und Hopfensorten in kleinen Mengen gebraut und über mehrere Monate in Eichenfässern gereift werden.

## Weitere Produkte Single Malt, Bieressig, Bierbrand



Über den Whisky erfahren Sie mehr auf den Seiten 38 und 39. Beim Bieressig verwandeln Essigbakterien den Alkohol in Essig. Und Bierbrand entsteht, indem das Bier in der Zeltner Destillerie in Dornach gebrannt wird.

## Bierabo Viermal im Jahr aktuelle Biere von Unser Bier



Wer nicht gerade in Basel und Umgebung wohnt, dürfte Mühe haben, unsere Biere kennen zu lernen. Das BierAbo schafft hier Abhilfe. Viermal im Jahre bringt die Post je zwei Flaschen von drei aktuellen Bieren. Die erste Lieferung im April 2023 beinhaltete die Biere Red Ale, Coffee Stout und Strong Wit. Bestellt werden kann das BierAbo im Shop auf unserer Website.

## Hopfen und Malz aus kontrolliertem Bioanbau

**Unser Bier braut seit Beginn mit Rohstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau. Das zeigt die Knospe von Bio Suisse. Sie steht dafür, dass der Anbau von Organisationen kontrolliert wird, die das Vertrauen von Bio Suisse haben.**

### Malz aus Deutschland

Das Malz bezieht Unser Bier aus Deutschland. Lieferanten sind Rhönmalz in Mellrichstadt und Weyermann in Bamberg. Der Grund für den Bezug aus dem Ausland ist einfach: Es gab in der Schweiz während vieler Jahrzehnte keine Mälzerei mehr. In Basel gibt es zwar eine Malzgasse, aber die Zeiten, in denen in Basel gemälzt wurde, sind schon lange vorbei. Die Actienbrauerei zum Beispiel, die neben dem Gundeldinger Feld bis 1965 25 000 m<sup>2</sup> belegte und in ihren guten Zeiten 100 000 Hektoliter Bier braute, hatte eine eigene Mälzerei. Eingedenk des Slogans «Aus der Region, für die Region» hat Unser Bier einen Versuch mit eigener Braugerste gestartet. Die Gebrüder Graber, Bio-

bauern in Riehen, haben im Auftrag von Unser Bier 2013 auf drei Hektaren Braugerste angepflanzt. Zum Mälzen wurde es mit entsprechendem administrativen Aufwand nach Memmingen in die Mälzerei Bilgram gefahren. Dort stellte sich heraus, dass die Braugerste nur die Qualität von Futtergerste hatte. Das Malz wurde in der Folge immer wieder ein bisschen beigemischt, bis es alle war.

### Neue Initiativen in der Schweiz

Dank der Initiative der IG Mittellandmalz in Zollikofen wird in der Schweiz wieder Braugerste angebaut. Und es gibt auch wieder einige kleine Mälzereien. Die grösste ist die im Oktober 2021

eröffnete Schweizer Mälzerei in Wildegg-Möriken, die mit ihren drei 10-Tonnen-Malztrommeln pro Jahr 1500 Tonnen Braugerste verarbeiten kann (Total Malzimport: 700 000 Tonnen). Im Rahmen der IG Juramalz, bei der Unser Bier Mitglied ist, hat der Landwirt Lukas Rediger vom Margarethenhof beim Bruderholzspital in Bottmingen auf zwei Hektaren Biobraugerste angepflanzt. Unser Bier hat sich die zehn Tonnen Malz gesichert und wird damit das RegioBier brauen.

### Hopfen aus der Schweiz

Während beim Malz die Schweiz zu 99 Prozent vom Ausland abhängig ist, werden rund acht Prozent des Hopfenbedarfs im Inland produziert. Ein grosses Anbauggebiet befindet sich in Stammheim im Kanton Zürich. Unser Bier bezieht fast all seinen Hopfen vom Solothurner Ackermann in Wolfwil. Dieser hat seine Anbaufläche auf Anregung und mit einem zinslosen Darlehen von Unser Bier um 1,5 Hektaren vergrössert. Dafür wird Unser Bier bevorzugt mit den gewünschten Hopfensorten beliefert.

### Wasser aus Basel

Unser Bier braut mit dem besten Wasser, das es in Basel gibt: mit Wasser aus der Leitung. Bevor der Sud angesetzt wird, wird das Wasser mit einer Umkehrosiose-Anlage enthärtet.

### Hefe von einer Brauerei

Grosse Brauereien können die Reinzuchtheffe, die sie aus einer Hefebank beziehen, selber vermehren. Unser Bier kann das nicht, deshalb bezieht es die Hefe von einer Brauerei aus Deutschland. Da Hefe sich während der Gärung exponentiell vermehrt, kann sie geerntet und beim nächsten Sud verwendet werden. Nach einer gewissen Zeit wird sie müde und die Gärung dauert länger. Dann ist es Zeit, auf eine neue Hefe umzusteigen.

*Die Knospe ist die Marke der rund 7500 Schweizer Landwirtschafts- und Gartenbaubetriebe, die nach den Richtlinien von Bio Suisse produzieren. Zudem stellen über 1200 lizenzierte Verarbeitungs- und Handelsbetriebe Knospe-Lebensmittel her oder handeln damit. Lebensmittel mit der Knospe sind nachhaltig produziert.*



War gut gemeint, hat aber nicht jene Malzqualität gebracht, die beim Brauen erwünscht ist.



Hopfenbauer Erwin Ackermann zeigt stolz seinen Biohopfen der Sorte Cascade. Rechts unten: Hopfenernte.

# Natürlichkeits- statt Reinheitsgebot

Das Deutsche Reinheitsgebot ist überholt. Es schützt nicht die Bierliebhaberinnen und Bierliebhaber, es schützt die grossen industriellen Anbieter vor der kreativen Konkurrenz einer neuen Brauergeneration.



Wenn die Zeit für eine Idee reif ist, dann wird sie sich durchsetzen.

Im April 2016 war es 500 Jahre her, dass in Bayern das sogenannte Reinheitsgebot erlassen wurde. Nur Malz, Hopfen und Wasser sollen für die Bierherstellung verwendet werden. Der Deutsche und der Bayrische Brauerbund haben mit viel Tamtam dieses «älteste, noch heute gültige Verbraucherschutzgesetz» gefeiert. Das grosse Fest in München, an dem 100 Brauereien sich und die «wahre Braukunst» präsentieren wollten, musste leider wegen eines Amoklaufs abgebrochen werden.

## Geschichte des Reinheitsgebots

Für Oliver Wesseloh, Brauingenieur und Biersommelier-Weltmeister des Jahres 2013, ist das Humbug. Für ihn ist das Wort Reinheitsgebot lediglich ein «Marketingbegriff, der erstmals Anfang des 19. Jahrhunderts verwendet wurde, um das deutsche Bier vor dem zunehmenden Import eng-

lischer Biere zu schützen», schreibt er in seinem 2017 erschienenen hervorragenden Buch «Bier leben – die neue Braukultur» (Rohwolt). Der Grund für den Erlass von 1516 war in erster Linie steuerlicher und wirtschaftlicher Natur: Mit der Bevorzugung der Gerste sollten die anderen Getreidesorten, die zur Brotbereitung wichtig waren, geschützt werden. Vielleicht hatte der Erlass daneben auch noch eine Art Verbraucherschutzfunktion. Bis zu jenem Zeitpunkt nämlich wurde mit allerhand Zutaten gebraut. Im Mittelalter, so klagt der Deutsche Brauerbund auf seiner Website, «wurden oft die abenteuerlichsten Zutaten ins Bier gemischt, ob Bilsenkraut, Stechapfel, Späne, Wurzeln, Ruß oder Pech, um Aussehen, Geschmack und die berauschende Wirkung zu verstärken.» Ob all das nur negativ war? Christian Rätch jedenfalls, Autor des Kultbuches «Urbock – Bier jen-

seits von Hopfen und Malz» schwärmt auf vielen Seiten von den «Zaubertränken der Götter» und den «psychedelischen Bieren der Zukunft».

## Reinheitsgebot für Unser Bier kein Thema

Heute ist das Deutsche Reinheitsgebot, das eigentlich ein Verbot ist, vollkommen überholt. Als Verbraucherschutz bringt es gar nichts, weil dank der Deklarationspflicht der Zutaten eh jeder lesen kann, was er trinkt. Es schützt somit nicht die Bierliebhaberinnen und Bierliebhaber, es schützt die grossen industriellen Anbieter vor der kreativen Konkurrenz einer neuen Brauergeneration. Nach einer langen Periode der Konzentration auf dem Biermarkt und der qualitativen Einöde schiessen seit geraumer Zeit interessante Braustätten aus dem Boden wie Pilze nach dem Regen. Als die Brauerei Unser Bier 1998 ihre Brautätigkeit aufnahm, war sie die 32. Brauerei in der Schweiz. Heute zählt die Statistik gegen 1000 Betriebe. Eine ähnliche Entwicklung gibt es auch im Land des Reinheitsgebotes. Diese Entwicklung haben nicht die langweiligen Fernsehbiere in Gang gesetzt. Es sind die innovativen Bierfreaks, die sich unbelastet von 500 Jahre alten Vorschriften kreativ an die Arbeit machen, Bier neu zu definieren, mit allerlei Zutaten zu experimentieren und die Grenzen auszuloten. Unglaublich, was für eine Vielfalt möglich ist, wenn auch Früchte, Gewürze und andere Zutaten mitgebraut werden. Davon zeugen auch die Unser-Bier-Spezialitäten wie das Sommerbier, das mit Holunderblüten aromatisiert ist, das Espresso-Stout, das mit dem besten Espresso der Basler

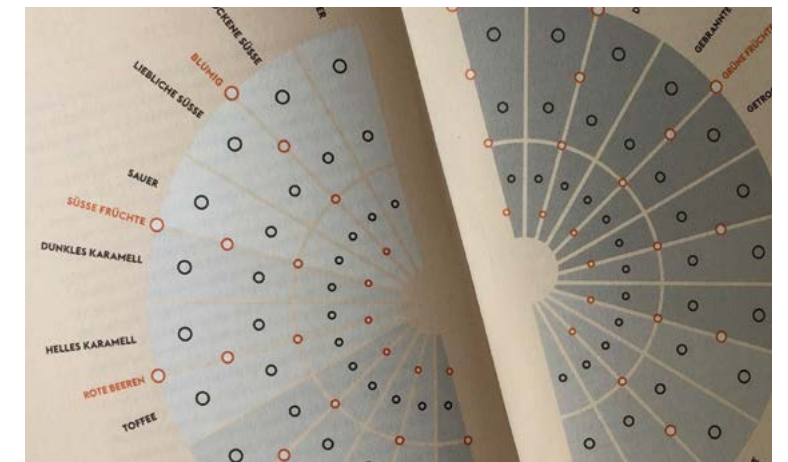
Kaffee-Akademie angereichert wurde, oder das Winterbier, in dem Orangenschalen, Koriander und andere Gewürze zu einer aromatischen Mehrdimensionalität führen. Mit den Raritäten wie Weizen-Eisbock, Grand Cru oder Barrel Aged IPA mischt Unser Bier in der Elite der Kreativbrauereien mit und präsentiert exklusive Aromen in limitierter Flaschenzahl.

Dazu Biersommelier Fabian Wetter: «Lassen wir den Deutschen und den Bayrischen Brauerbund mit ihrem sturen Festhalten am veralteten Bierbegriff links liegen, und machen wir uns dazu auf, neue, interessante Geschmackswelten zu erkunden.»

## Natürlichkeit genügt

Und wenn schon Reinheitsgebot, dann in einer neuinterpretierten Form. Wesseloh spricht sich für ein Natürlichkeitsgebot aus: «Künstliche Hilfsmittel, die nur der Kostensenkung oder Mindesthaltbarkeitsverlängerung dienen, sowie Hopfenextrakt und PVPP\* sollten für die Bierherstellung nicht mehr zulässig sein. Dafür sollten auf der andern Seite alle natürlichen und für den menschlichen Genuss geeigneten Rohstoffe – in ihrer natürlichen Form, nicht als Extrakte – für die Bierproduktion zugelassen werden.»

\* Polyvinylpyrrolidon dient der Verlängerung der Haltbarkeit. Er ist unlöslich und bindet Gerbstoffmoleküle, die dann bei der Filtration samt des PVPPs entfernt werden und dabei die Bierinhaltsstoffe nicht verändern.



# Unser Bier lanciert den ersten Basler Single Malt

Im Jahr 2000 wurde das erste Whiskyseminar durchgeführt. Seither wird die Veranstaltung jedes Jahr im November wiederholt und dabei für jenen Whisky gebraut, der drei Jahre später auf den Markt kommt.

Urs Ullrich, Liebhaber und Importeur schottischer Single Malts, kam eines Tages mit der Idee in die Brauerei, dass Unser Bier doch einen eigenen Whisky auf den Markt bringen könnte. «Bier und Whisky durchlaufen bis zu einem gewissen Punkt den gleichen Herstellungsprozess», sagte Ullrich, der in seinen Getränkeläden um die 1000 verschiedene Single Malt Whiskys führt. «Die Stärke des Malzes muss in Zucker umgewandelt werden. Beim Bier wird dann noch Hopfen mitgekocht, beim Whisky wird aber gleich vergoren, im Brennofen destilliert und dann im Eichenfass gelagert.» Ein Prozess also, der dem Brauer – mit Ausnahme der Destillation – bestens vertraut ist.

## Das erste Whiskyseminar

Die Idee stiess auf offene Ohren und Kehlen. An zwei Abenden im November 2000 nahmen 100 Personen an ihrem ersten Whiskyseminar teil. Während des Seminars maischte der Braumeister mit geräuchertem Malz ein. Und weil er viel Zucker wollte, um dann viel Alkohol zu haben, nahm er sehr viel Malz. Urs Ullrich berichtete über die verschiedenen Whiskyregionen Schottlands und liess die Gäste dazu typische Whiskys degustieren, feine und weiche, würzige und rauchige und auch einen, der mehr an Medizin denn an Genussmittel erinnerte. Der Duft der verschiedenen Whiskys und des Malzes in der Sudpfanne schmeichelte der Nase enorm. Für den Gaumen servierte die Wirtin ein gutes Nachtessen, dazu gab es feine, frische Biere. Zur Unterhaltung zeigte Istvan Akos seine mit viel Wortwitz und Spässchen gewürzte Diaschau darüber, wie man zu Hause in einer Spaghettipfanne Bier brauen kann und wie aus einer solchen Heimbierbraue-



rei Unser Bier entstanden ist. Gegen Ende des Abends kam Lorenz Humbel von der Destillerie Humbel in Stetten (bei Bremgarten) und erläuterte, wie die vergorene Würze gebrannt wird. Als Highlight des Abends wurde ein leeres original Whiskyfass aus Schottland präsentiert, in dem der Whisky reifen würde.

## Pilgerreise nach Stetten

Es war ein runder Abend, der allen rundum gefiel. Und weil die Teilnehmer sehr gespannt waren, wie sich ihr Whisky entwickeln würde, wurde ein Jahr später eine «Pilgerreise» nach Stetten organisiert und der Whisky direkt aus dem Fass verkostet. Die Begeisterung hielt sich in Grenzen, denn das Destillat sah weder wie ein Whisky aus noch hatte es dessen Geschmack. «Wir wollten alles richtig machen und haben eigens ein Fass aus Schottland kommen lassen. Aber offensichtlich haben uns die sparsamen Schotten ein uraltes, ausgelaugtes Fass verkauft. Es gab weder Farbe noch Aroma ab», erinnert sich Ullrich an die unangenehme Überraschung. Umgehend wurden neue Fässer bestellt, aus der Schweiz, aus Spanien und aus Ungarn. Zwei Jahre später präsentierte sich der Whisky in der Nase wunderbar rauchig, am Gaumen angenehm weich und fürs Auge mit einer schönen Bernsteinfarbe. Die 1000 Flaschen des ersten Basler Whiskys waren im Nu ausverkauft.

## Jedes Jahr ein Whiskyseminar

Seither werden die beliebten Whiskyseminare bei Unser Bier Jahr für Jahr im November durchgeführt. So kommt jedes Jahr ein neuer OurBeer-Single Malt auf den Markt. In der Zwischenzeit hat Unser Bier Fässer aus Tokaj kommen lassen, in denen der berühmte Dessertwein

aus Ostungarn reifte. Diese Fässer geben dem Whisky einen speziellen Schmelz, deshalb steht «Tokaj-Finish» auf der Etikette.

## Subskription für 12-jährigen Whisky

So weit, so gut. Dann kamen aber einige Whiskyliebhaber und monierten, dass ein dreijähriger Whisky nichts Besonderes sei und ob Unser Bier nicht einen zwölfjährigen auf den Markt bringen könnte. Da man aber bei einem Lohnbrand die hohe Alkoholsteuer sofort nach dem Brennen zahlen muss, wäre das viele Geld zwölf lange Jahre blockiert gewesen. So entstand die Idee, den Zwölfjährigen mittels Subskription zu finanzieren. Wer 100 Franken zahlte, konnte zwölf Jahre später seinen fein gereiften Whisky in Empfang nehmen. Die Aktion war sehr erfolgreich, 350 Personen beteiligte sich an ihr. Was die Brauerei am meisten freute: Es waren vor allem ältere Herrschaften.

## Whiskyschokolade mit Brändli

Zusammen mit der renommierten Basler Confiiserie Brändli (Slogan: S'isch nur e Sprüngli zum Brändli) hat Unser Bier eine Whiskyschokolade auf den Markt gebracht. In der Truffesfüllung der handgeschöpften Schokolade ist ein rechter Gutsch vom OurBeer-Single Malt drin.



Die Truffesfüllung kann recht viel Whisky aufsaugen.

## Alkoholverwaltung belästigt anständigen Steuerzahler

Unser Bier hat seine Whiskyrechnung ohne die Eidgenössische Alkoholverwaltung gemacht. Kaum war der erste Whisky im November 2003 in den Medien, startete sie eine Jahre lange administrative Untersuchung, die kurz vor Weihnachten 2010 (!) darin gipfelte, dass der damalige Geschäftsführer Akos einen Strafbescheid erhielt, wonach er die Hoheitsrechte der Schweizerischen Eidgenossenschaft in schwerwiegender Weise verletzt habe und deshalb mit einer Busse von 3850 Franken bestraft würde.

Was hat er denn verbrochen? Hatte die Brauerei schwarz brennen lassen und die Alkoholsteuer (pro Liter reiner Alkohol Fr. 29.–) nicht bezahlt?

Von wegen. Akos, in allen bürgerlichen Ehren stehender normaler Basler Familiengartenbesitzer, der seine Steuern im Voraus bezahlt, mit keiner Zeile im Betreibungsregister fungiert und auch nicht vorbestraft ist, hatte bloss im Namen der Brauerei die Destillerie Humbel in Stetten damit beauftragt, die vergorene Würze zu destillieren, in Eichenfässern drei Jahre lang zu lagern, danach abzufüllen und der Brauerei abzuliefern. Woher hätte er wissen sollen, dass die renommierte Destillerie wohl eine Bewilligung zum Brennen, aber keine für Lohnbrennen hatte? Nun wurde er dafür bestraft, dass die Alkoholverwaltung die Alkoholsteuer nicht beim Brennen, sondern erst drei Jahre später erhielt.

# Erlebnis Bier

Unser Bier ist mehr als nur Bier. Das erleben alle, die an einem Brauerlebnis, einem Apéro, einem Bier- oder Biercocktailseminar teilnehmen.



# Beim Brauerlebnis alles über Bier erfahren

Das Brauerlebnis ist ein wichtiges Kundenbindungsinstrument. Bis heute haben über 10 000 Personen einen Kurs besucht und dabei alles über Bier und Unser Bier erfahren.



Brauer und Biersommelier Jan Czerny bei einem seiner zahlreichen Brauerlebnisse.

## Das Höchste der Gefühle ...

... ist ein grosses Brauerlebnis. Wir brauen auf der kleinen Anlage gemeinsam in einer Gruppe von 12 bis 20 Personen 50 Liter eigenes Bier, das sechs Wochen später in Flaschen abgefüllt den Teilnehmern zur Verfügung steht. An diesem Tag erfahren Sie, was Sie schon immer über Hopfen, Malz und Hefe wissen wollten und warum ein handwerklich hergestelltes Bier besser mundet. Sie lernen bei einer ausführlichen Führung die Brauerei kennen, geniessen ein währschaftes Mittag- oder Nachtessen und lernen in einem Zapfkurs, professionell Bier zu zapfen. Und damit Sie auch etwas zum Schmunzeln und Lachen haben, zeigen wir live die erfolgreiche Unser-Bier-Diaschau.

Ein wichtiges Standbein für Unser Bier sind die Brauerlebnisse, Bierseminare und Teambuilding-Events. Seit der Gründung von Unser Bier begleitete die kleine Brauanlage Braxonia die Brauerei. Auf ihr wurden schätzungsweise 800 Sude angesetzt. Allein Jan Czerny, der am meisten Brauerlebnisse durchgeführt hat, kommt auf 405 Sude. Diese tragen nicht nur viel zur Kundenbindung und zum guten Image von Unser Bier bei, sie haben darüber hinaus andere dazu motiviert, mit dem Brauen anzufangen. Lukas Holm zum Beispiel wurde von Unser Bier dazu inspiriert, die Kleinbasler Brauerei Braubude Basel zu gründen. Ebenso hat Gilbert Oberson nach dem Besuch eines Brauerlebnisses beschlossen, in Himmelried das Chastelbach-Bier zu brauen. Auch die Gründer des Brauclubs Herberbrunne in Dornach haben nach einem Braukurs bei Unser Bier die Brautätigkeit aufgenommen.

Weil die kleine Brauanlage Braxonia nach 17 Jahren Einsatz in die Jahre gekommen ist, drängte sich ein Ersatz auf. Die Wahl der Brauer fiel auf den österreichischen Hersteller Gruber. 2016 wurde die neue Kleinanlage in Betrieb genommen. Sie verfügt über viele Vorteile. Konnten auf der Braxonia nur je zweimal 50 Liter zeitversetzt gebraut werden, so sind jetzt 125 Liter möglich. Das ist vor allem für das Monatsbier interessant, von dem es jetzt mehr gibt. Auch ist die neue Anlage wesentlich einfacher zu reinigen. Sie ist ausgereift, verfügt über eine Siemens-Steuerung mit Touch-Bildschirm und ist mit bedeutend weniger Kinderkrankheiten behaftet als es die alte Braxonia war.

**Ein grosses Lob**

«Vergangenen Samstag genossen wir das Brauerlebnis bei Unser Bier. Meine Freunde und ich waren uns einig, es war sensationell. Ich habe nur positive Aussagen gehört. Die ganze Begleitung durch Jan Czerny war sehr interessant und lehrreich. Das Essen war dem Anlass angepasst, eine Wucht. Ein Dank gehört auch der Wirtin, die alles schön aufgetischt hat. Und einmal für ein paar Stunden Chef von ein paar Zapfhähnen zu sein, das ist wohl der Traum aller Bierkenner. Auch ihnen vielen Dank für die Organisation, es hat alles prima geklappt. Sogar das Wetter hat mitgemacht. Es war ein trüber Tag, so richtig zum Bierbrauen.»



Eine kleine Auswahl der Etiketten, die im Brauerlebnis gestaltet wurden.



## Geführte Verkostung durch Biersommelier

Was bei Weinliebhabern gang und gäbe ist, begeistert auch die Anhänger des gepflegten Gerstensafts.



### Biersommelier – was ist das?

Als die Bezeichnung Biersommelier zum ersten Mal in der Schweiz auftauchte, verstanden viele nur Bahnhof. Weinsommelier? Ja, natürlich, da gibt es doch eine riesige Auswahl von verschiedenen Rebsorten, von verschiedenen klimatischen Verhältnissen und Terroirs. Aber Bier? Gewiss, zu jener Zeit, als das meistverkaufte Bier jenes der Marke Mirau\* war, da brauchte es niemanden, der die sensorischen Qualitäten eloquent begründete. Die Zeiten haben sich aber geändert, Biervielfalt gibt es neu nicht nur in Belgien. Seit die handwerklich gebrauten Craft-Biere auf dem Vormarsch sind, kann viel über diese Biere philosophiert werden. Das hat auch der Wirtverband GastroSuisse gemerkt, der achttägige Kurse unter dem Titel «Bier entdecken, verkosten und erfolgreich verkaufen» für 2700 Franken anbietet. «Biertrinken gehört nicht mehr ausschliesslich ins Dorffest oder an Sportanlässe. Ein passendes Bier wird sowohl in der gehobenen Hotellerie

und Gastronomie als auch im einfachen Restaurant serviert. Die Bierbrauereien in der Schweiz besitzen ein reiches und innovatives Angebot an Bierspezialitäten, die es zu entdecken, zu verkosten und zu verkaufen gilt. GastroSuisse und der Schweizer Brauerei-Verband stellen sich diesem Thema: Die Bierkompetenz in der Schweizer Gastronomie entwickelt sich laufend und dem Bierservice wird mehr Charakter verliehen. Dazu braucht es ein attraktives Angebot sowie eine professionelle Beratung für den Gast.»

Wer noch weitergeht, lässt sich bei Doemens in einem zweiwöchigen Kurs zum «Diplom-Biersommelier» ausbilden. Bei Unser Bier haben Jan Czerny, Fabian Wetter und Benjamin Rupp diese anspruchsvolle Ausbildung mit Erfolg absolviert.

*\* Eine Gruppe geht in die Baiz, einer bestellt eine Stange und alle anderen sagen: mir au.*



*Wenn nicht gerade Corona herrscht, dann finden bei Unser Bier regelmässig geführte Verkostungen statt. Belgische Biere, Festbiere, regionale Biere und Sommerbiere – die thematische Vielfalt ist gross und Biersommelier Jan Czerny kann aus dem Vollen schöpfen.*

## Teambuilding mal ganz anders

Im Fussball liegt es auf der Hand. In diesem Mannschaftssport muss jeder seinen Beitrag leisten. Manchmal kann zwar der Einsatz eines genialen Einzelkämpfers einen Match entscheiden. Doch meistens nützt sein Einsatz wenig, wenn er nicht in ein Team eingebettet ist, in dem jeder weiss, was seine Funktion ist. Ein Team voller Individualisten, Einzelkämpfer und Primadonnen wird kaum reüssieren.

Das Teambuildungsangebot ist der Rolls-Royce unter den Anlässen von Unser Bier. Es verlangt sowohl der Brauerei als auch den Gästen einiges ab. Denn hier geht es darum, den Kitt zu stärken, der ein Team in der täglichen Arbeit zusammenhält. Das erreicht die Teambuilding bei Unser Bier mit einer ganzen Palette von Aktivitäten, die alle Sinne ansprechen, unterhaltend sind und nachhaltig wirken.



### Und was geschieht konkret?

- Wir brauen gemeinsam 50 Liter Bier.
- Wir bilden aus der Gruppe verschiedene Teams nach dem Zufallsprinzip.
- Jedes Team muss eine Reihe von Aufgaben lösen:
  - einen kleinen Vortrag halten über einen Teilaspekt der Bierherstellung (Material und Präsentationsmittel sind vorhanden)
  - eine Etikette gestalten für das gemeinsam gebraute Bier
  - mit dem Treber (ausgelaugtes Malz) ein Brot backen
  - in einer definierten Zeit so viele Flaschen wie möglich bügeln
  - in einem Bierdegustationswettbewerb so viele Biere wie möglich erkennen.

- Daneben gibt es an diesem Tag:
  - eine live vorgeführte Diaschau darüber, wie aus einer Heimbierbrauerei die Brauerei Unser Bier entstanden ist
  - ein köstliches Mittagessen
  - eine Führung durch die Brauerei.

Am Ende des Tages werden die Leistungen der einzelnen Teams gemeinsam juriert, wer am besten abschneidet, bekommt einen interessanten Preis. Der Tag wird fotografisch festgehalten, die Bilder werden den Teilnehmenden nach dem Anlass zur Verfügung gestellt.

Der Teambuildungsanlass dauert sechs bis sieben Stunden und eignet sich für 12 bis 40 Personen.



Mit dem Treber (ausgelaugtes Malz), mit Teig und verschiedenen Zutaten gemeinsam ein Brot backen – das ist eines der unterhaltenden Elemente der Teambuilding.



Bügelwettbewerb: Welches Team bügelt am schnellsten die Flaschen? Unten: Was Bier ist und wie es entsteht, erarbeiten die Gruppen selber und geben ihr Wissen ihren Kolleginnen und Kollegen weiter.





# Festen bei und mit Unser Bier

Die 125 Jahre alte Halle der ehemaligen  
Maschinenfabrik Burckhardt ist der ideale Ort  
für Apéros, Firmenanlässe und Privatfeste.



## Viel Lob für Veranstaltungen bei Unser Bier

Was auch immer Sie feiern wollen, unsere Brauerei bietet Ihnen einen wunderbaren Rahmen dazu. Die Feedbacks sind sehr positiv, wie Sie aus den unten stehenden Zuschriften entnehmen können.

### Exzellent!

Besten Dank für die gestrige Organisation. Wir haben uns sehr wohl gefühlt und das Personal und die Führung waren exzellent!

*Petrit Frrokaj, NIBR Scientific Operations Basel  
Novartis Campus, Basel*

### Spannend und unterhaltend

Liebe Frau Stoffel, Lieber Herr Bosshard  
Mit etwas Verspätung möchte ich mich ganz herzlich für den tollen Abend bedanken, den wir letzten Dienstag bei Ihnen verbringen durften.

Die Diaschau und Führung von Istvan Akos waren sehr spannend und unterhaltsam, der Service tadellos und ausgesprochen freundlich und das feine Abendessen hat alle restlos überzeugt.

Gerne werden wir beim nächsten Anlass, der Grund zum Feiern bietet, wieder auf Sie zurückkommen.

Mit herzlichem Dank und freundlichen Grüßen  
*Sara Rudin, Assistentin Administration  
VTU Engineering Schweiz AG*

### Glänzende Stimmung

Liebe Frau Stoffel  
Der gestrige Anlass der ehemaligen New Yorker in der Braustube hat allen Teilnehmern viel Freude bereitet. Dass als erste Etappe des Programms ein Besuch der Brauerei Unser Bier gewählt wurde, erwies sich als ideal. Unterstützt von Ihren Produkten und denen der Metzgerei Jenzer, und auch aufgrund des charmanten und aufmerksamen Servicepersonals, kam sofort eine glänzende Stimmung auf. Die Führung war auch optimal auf die Bedürfnisse abgestimmt, weder zu kurz noch zu lang, informativ und nicht zuletzt auch recht humorvoll. Ich darf mich im Namen aller Teilnehmer bei Ihnen und den andern beteiligten Personen herzlich bedanken.

Mit freundlichem Gruss  
*Philipp Dürr*

### Gutes Feedback

Liebe Frau Stoffel,  
wir möchten uns herzlich bedanken für die Organisation unseres Geburtstagsfestes. Vielen Dank an das ganze Team für die gute Vorbereitung und die freundliche und umsichtige Bewirtung am Abend! Wir haben sehr gutes Feedback bekommen. Die gemütliche Atmosphäre des Saales wurde mehrmals lobend erwähnt. Alles Gute und viele Grüsse auch von meinem Mann,

*Annette Kaim*

### Interessiert an einem Anlass?

*Die Brauerei in der 125 Jahre alten Industriehalle der ehemaligen Maschinenfabrik Burckhardt ist ein faszinierendes Eventlokal, ideal für allerlei Anlässe von Geburtstags- bis Firmenfest. Geniessen Sie die einmalige Atmosphäre auf dem Gundeldinger Feld, bereichern Sie Ihren Anlass mit den interessanten Angeboten der Brauerei (Führung, Brauerlebnis, Bier- und Biercocktailseminar). Unser Bier bietet Platz für bis zu 100 Personen. Schauen Sie sich die Halle an einem Mittwoch an, wenn ab 17.30 Uhr das Restaurant offen ist.*

Für Datums-Reservation und konkrete Offerten nehmen Sie mit Frau Bettina Stoffel oder Luzius Bosshard Kontakt auf:

Tel. 061 338 83 83 oder [info@unser-bier.ch](mailto:info@unser-bier.ch)



Hochzeits- oder Geburtstagsfest, Klassenzusammenkunft oder Firmenanlass, Weihnachtessen oder Apéro – das Team von Unser Bier sorgt dafür, dass alle gut essen und gut trinken und sich auch wohlfühlen.



# GV Unser Bier

Die Generalversammlung von Unser Bier ist jedes Jahr ein Volksfest, bei dem rund ein Viertel der fast 11 000 Aktionärinnen und Aktionäre ihre liquide Dividende abholt.



# Volksfest Generalversammlung

**Wer hätte bei der Gründung der Brauerei gedacht, dass aus der statutarischen Pflicht zur Abhaltung der jährlichen Generalversammlung ein Volksfest wird? Der Aufwand ist beachtlich, doch missen will sie niemand mehr.**

Die erste Generalversammlung schlug noch keine Wellen. Von den 110 Aktionärinnen und Aktionären, welche 1997 die 2000 Gründungsaktien zeichneten, kamen nicht allzu viele an die Generalversammlung in die Schlüsselzunft. Zur gleichen Zeit nämlich fand ein interessanter Fussballmatch statt, der mehr Spannung versprach. Zwei Aktionäre waren trotzdem dabei und sassens nebeneinander, ohne zu wissen, wie der andere heisst. Es waren der Herr Basler und der Herr Bier! Wenn das nicht ein gutes Omen war.

Seither haben fünfundzwanzig ordentliche Generalversammlungen stattgefunden. Je mehr Aktionäre die Brauerei hatte, umso mehr kamen, und je mehr kamen, umso grösser wurde das Volksfest. An der GV 2010 zum Beispiel nahmen von den damals 6400 Aktionären 1517 teil, tranken innerhalb von zwei Stunden 2485 Liter Bier und hiessen dann alle Anträge des Verwaltungsrates gut.

Die denkwürdigste Generalversammlung war jene von 2008 auf der Kunsteisbahn in Basel, als der Verwaltungsrat sein Ambush-Marketing für die Euro 08 präsentierte. Während seiner Ansprache zog Akos sein weisses Hemd aus, das er über dem T-Shirt mit der Aufschrift «Basel. Mehr als Calrsbreg®» trug. Gleichzeitig marschierten Mitglieder des Vereins «Hopfenklopfer» wie Mannequins durch die Reihen und zeigten die T-Shirts. Der Run auf die 1000 Exemplare brachte die Brauer schier zur Verzweiflung, die T-Shirts wurden ihnen aus den Händen gerissen. Das war auch das erste Mal, dass es an der Generalversammlung spontan zu einer Standing Ovation kam. Das zweite Mal war es an der GV 2011, als der langjährige Verwaltungsratspräsident Hans-Ulrich Stauffer verabschiedet wurde. Und das dritte Mal war es, als -minu, das bekannte und beliebte Basler Stadtoriginal, der Generalversammlung 2016 seine Aufwartung machte.



Die erste Generalversammlung fand in der Schlüsselzunft statt. Es kamen 40 Gründungsaktionäre.



Ein bisschen Bier und etwas zu essen – und schon wird die Generalversammlung zu einem friedlichen Fest.

## Unvergessliche Momente

Es ist eine Tradition, dass Unser Bier einen Gastredner oder eine Gastsängerin zur Generalversammlung einlädt. In besonders guter Erinnerung sind bei den Aktionärinnen und Aktionären Alexander Sarasin und -minu geblieben.

Anfänglich waren es Kabarettisten (Daniel Buser, Ernst Born) und Regierungsräte (Ralph Lewin, Barbara Schneider, Jörg Schild, Carlo Conti, Erich Straumann, Baschi Dürr). Dann kamen Verbandsdirektoren (Peter Malama), Fussballclub-Besitzer (Bernhard Heusler), Fussballer (Massimo Ceccaroni), Chansonsängerinnen (Colette Greder), Nationalräte (Christoph Eymann) oder Wirtschaftsgrößen (Guy Lachappelle) dazu. Zwischendurch hatten Persönlichkeiten wie Alexander Sarasin oder -minu ihren unvergesslichen Auftritt. Ihre lezenswerten Beiträge, die bierigen Memoiren von -minu und den Schnitzelbank von Sarasin, finden Sie im Anhang auf Seite 94.

---

**«Dr Schuum isch aifach  
s Gailschte an ere Stange.»**

---

-minu



Bernhard Heusler



Colette Greder



-minu

## GV 2022: Marcel Kreber buht um Unser Bier

Mit seiner Einladung, seinem Verband beizutreten, rannte der Direktor des Schweizer Brauerei-Verbands offene Türen ein.



Während andere Ehrengäste jeweils mit einer Aktie von Unser Bier beschenkt werden, musste Marcel Kreber aus Compliance-Gründen darauf verzichten. Stattdessen erhielt er von den Mitgliedern des Verwaltungsrates ein Andy-Bierhol-Bild.

Für Marcel Kreber, Direktor des Schweizer Brauerei-Verbandes, war die Generalversammlung 2022 von Unser Bier ein ganz spezieller Tag. Denn es kommt eher selten oder vielleicht überhaupt nicht vor, dass er als Ehrengast vor rund 2500 Aktionärinnen und Aktionären einer Brauerei eine Ansprache halten und dabei Werbung in eigener Sache machen kann. Seine Botschaft: Unser Bier würde sehr gut zu seinem Verband passen. Und das, obwohl Unser Bier anlässlich der Euro 2008 ein Mitglied seines Verbandes gehörig provozierte.

Nun war Unser Bier zu diesem Zeitpunkt bereits Mitglied bei einem anderen Verband, bei der Interessengemeinschaft unabhängiger Klein- und Mittelbrauereien (heute heisst sie «Die freien Schweizer Brauereien»). Da musste Marcel Kreber schon ein bisschen um die Gunst der anwesenden Aktionärinnen und Aktionären und des Verwaltungsrates werben. Was er denn mit dem Lob «Unser Bier

---

**«Unser Bier hat  
das beste Aktionariat.»**

---

hat das beste Aktionariat» oder «Der Verwaltungsrat und die Geschäftsführung sind ein Dreamteam» auch reichlich tat. Was er aber nicht wusste: Mit seiner Einladung rannte er offene Türen ein. An seiner letzten Sitzung vor der Generalversammlung beschloss nämlich der Verwaltungsrat von Unser Bier, dem Verband einen Antrag auf Aufnahme zu stellen. Am 2. November 2022 war es dann so weit, seither ist Unser Bier Mitglied des Schweizer Brauerei-Verbandes und profitiert von dessen vielseitigen Aktivitäten wie z.B. Interessensvertretung in Bern, Einsatz für die Lehrlingsausbildung oder Werbung für das Kulturgut Bier.

# Corona sucht Unser Bier heim

Corona hat Unser Bier einen gewaltigen Strich durch die Rechnung gezogen. Trotzdem konnte die Brauerei sowohl 2020 wie auch 2021 schwarze Zahlen schreiben.




GV 2021 in der Braustube: Welch ein Kontrast zum Volksfest Generalversammlung, an der immer zwischen 2500 und 3000 Personen teilnehmen.

Nach einem steten Steilflug befand sich Unser Bier während einigen Jahren auf einer komfortablen Flughöhe. Wegen Covid 19 musste die Brauerei auf eine tiefere Höhe ausweichen. Der Umsatz sank um 25 Prozent auf 2 084 403 Franken. Trotzdem konnte ein Gewinn von 123 028 Franken erwirtschaftet werden. 2021 lag der Umsatz im Vergleich zu einem normalen Jahr um rund 22 Prozent tiefer. Umso erfreulicher ist, dass Unser Bier das Jahr 2021 nach ordentlichen Abschreibungen in der Höhe von 304 707 Franken doch noch mit einem Gewinn in der Höhe von 72 429 Franken abschliessen konnte.

## Auswirkungen der Pandemie

Während der ersten Welle war das Wetter wunderschön, der Bierkonsum verlagerte sich von den Restaurants in die Gärten und auf die Balkone. Was Unser Bier fehlte, war der Umsatz im eigenen Restaurant und die Einnahmen aus den Veranstaltungen (Events, Apéros, Brauerlebnisse). Die zweite Welle hingegen traf die Brauerei während nassen und kalten Monaten, die dem Bierkonsum nicht eben förderlich waren. Zudem fielen alle Veranstaltungen weg, die jeweils gegen Ende Jahr hohe Umsätze erzielen (viele Firmenanlässe). Allein im November fiel der Gesamtumsatz um 65 Pro-

 **Wir bitten Sie, diese Instruktion auszufüllen, zu unterschreiben und im beigelegten Fenstercover bis zum 14. Mai 2021 an die untenstehende Adresse zu schicken.**

Advokatur und Notariat  
Alinda Neidhart, Notarin  
Pelikanweg 2  
4054 Basel

**Generalversammlung 2021 Brauerei Unser Bier AG**  
**INSTRUKTION**

Ich erteile der unabhängigen Stimmrechtsvertreterin, Frau Alina Neidhart, Advokatin und Notarin, die Vollmacht, an der ordentlichen Generalversammlung der Brauerei Unser Bier AG vom 20. Mai 2021 gemäss Traktandenliste wie folgt für mich abzustimmen. Wenn ich nichts ankreuze, dann stimme ich den Anträgen des Verwaltungsrates zu.

<b>Generalversammlung 2021</b> Brauerei Unser Bier AG <b>Genehmigung Jahresbericht, Jahresrechnung und Revisionsbericht</b> Ich stimme dem Antrag des Verwaltungsrates auf Genehmigung und Vortrag des Unternehmensgewinns auf meine Rechnung zu: <input type="checkbox"/> JA <input type="checkbox"/> NEIN	<b>Generalversammlung 2021</b> Brauerei Unser Bier AG <b>Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates</b> Ich stimme der Entlastung des Verwaltungsrates zu: <input type="checkbox"/> JA <input type="checkbox"/> NEIN
<b>Generalversammlung 2021</b> Brauerei Unser Bier AG <b>Wahl der Revisionsstelle</b> Ich bin mit der Wiederwahl der Coprater Revisoren AG einverstanden: <input type="checkbox"/> JA <input type="checkbox"/> NEIN	<b>Generalversammlung 2021</b> Brauerei Unser Bier AG <b>Kapitalerhöhung</b> Ich bin mit der Kapitalerhöhung um nominal 100'000 Franken einverstanden: <input type="checkbox"/> JA <input type="checkbox"/> NEIN

(Platzhalter Aktionär/in) \_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_  
Anzahl Stimmen: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

Da die Generalversammlungen 2020 und 2021 unter Ausschluss des Aktionariates stattfanden, mussten die Stimmen einer unabhängigen Stimmrechtsvertretung anvertraut werden.

zent! Die mangelnde Nachfrage schlug sich aber nicht in weniger Arbeit nieder. Die Brauerei gab mit Rampenverkauf und Heimlieferungen Gegensteuer, zudem nahm die Planung der neuen Spezialitätenbrauerei in Liestal doch einige Zeit in Anspruch. Die Pandemie hat sich nicht nur auf den Umsatz ausgewirkt, sondern auch auf die Kapazitätserweiterung auf dem Gundeldinger Feld. Bereits im April 2020 hätte der Einbau von neuen Gär- und Lagertanks stattfinden sollen, doch wegen Corona wurde er zunächst auf November verschoben und dann weiter auf April 2021. Leider mussten die Arbeiten wegen der deutschen Quarantänevorschriften für die Monteure erneut verschoben werden.

## Generalversammlungen ohne Volksfest

Eine recht ungefreute Premiere war die Generalversammlung ohne Aktionärinnen und Aktionäre. Nur gerade die unabhängige Stimmrechtsvertre-



terin sowie der Revisor waren ausser dem Verwaltungsrat noch anwesend. Die GV wurde mit grossem Aufwand live übertragen, aber nur von 150 Zuschauenden verfolgt. Anstelle der liquiden Dividende am Volksfest Generalversammlung mit jeweils 2500 Gästen, erhielten die Aktionärinnen und Aktionäre verschiedene Treuebons für Produkte der Brauerei zugeschickt. Leider wiederholte sich im Folgejahr die Situation, wieder waren an der Generalversammlung nur eine Handvoll Leute dabei.

## Not macht erfinderisch

Was tun mit dem vielen Bier, das wegen des Lockdowns nicht verkauft werden konnte? In Zusammenarbeit mit der Dornacher Destillerie Zeltner wurden feine Recyclingprodukte entwickelt: ein Wermut auf Bierbasis und ein Gin mit Bierbrand.







**Bier von hier statt Bier von dort.**



Herzlichen Dank allen Sponsorinnen und Sponsoren, die sich mit diesem Poster für die lokale Produktion als Antwort auf die globale Konzentration engagieren.



## Ambush und Guerilla

Wer kein Geld hat, um sich den Markt und Marktanteile zu kaufen, der übt sich im Ambush- und Guerillamarketing.

## Wirksames Trittbrettfahren mit Ambush-Marketing

Wenn das Geld für Werbekampagnen fehlt, dann ist guter Rat teuer. Trittbrettfahren eignet sich in dieser Situation sehr gut.



18 000 Franken kostete dieses Megaposter. Aktionärinnen und Aktionäre brachten die Mittel zur Finanzierung zusammen.

«To ambush» bedeutet, wie Wikipedia schreibt, «überfallen, auflauern». Die Übersetzung zeigt, dass der Begriff negativ belegt ist. Es wird auch von Schmarotzer- oder Parasitenmarketing gesprochen. Wer Ambush-Marketing betreibt, der will von einem Anlass profitieren, für dessen Zustandekommen ein anderer Anbieter bezahlt hat. Der Wettbewerber, der Ambush-Marketing nutzt, soll damit als Trittbrettfahrer denunziert werden.



Unser Bier ist ein Meister darin. Zudem hat es Unser Bier verstanden, mit dem Ambush-Marketing positive Gefühle zu wecken. Das zeigte Unser Bier an der Euro 08 in Basel. Wie sattsam bekannt, hatten sich im Vorfeld und während der Euro 08 sowohl die UEFA wie auch ein grosser Mitbewerber in Basel unangenehm breit gemacht. Am liebsten wäre es ihnen gewesen, wenn während der Fussballspiele in der ganzen Stadt kein anderes Bier getrunken worden wäre.

Allerdings bezahlt der grosse Mitbewerber keinen Rappen Steuern in dieser Stadt. Unser Bier hingegen schon. Und mit diesen Steuergeldern wurde der Anlass der schwerreichen UEFA, die als «gemeinnützige Organisation» praktisch kei-

ne Steuern zahlt in der Schweiz, subventioniert. Umso erfreulicher, dass die kleinen Brauereien sich dies nicht gefallen liessen. Ein weltweites Echo hat der Widerstand der drei Restaurants am Oberen Rheinweg ausgelöst, die sich schlicht weigerten, ein anderes Bier zu zapfen als jenes, das sie im normalen Angebot hatten. Die Drohung der Euro-08-Organisatoren, die drei Gartenwirtschaften mit einem hohen Zaun von der sogenannten Public-Viewing-Zone abzugrenzen, erreichte just das Gegenteil.

Unser Bier nutzte die Gunst der Stunde und zog ein professionelles Trittbrettfahren auf. Dabei nutzte die Brauerei den offiziellen Slogan des Basler Stadtmarketings. Diese versuchte mit «Basel. Mehr als 90 Minuten» den Gästen klar zu machen, dass Basel mehr zu bieten hat als nur 90 Minuten dauernde Fussballspiele. Angesichts der penetranten Präsenz des Mitbewerbers münzte Unser Bier den Slogan um und propagierte fortan: «Basel. Mehr als nur Calrsbreg®». Gibt man heute das falsch geschriebene Wort Calrsbreg in Google ein, erscheinen jede Menge Einträge dazu, an erster Stelle ein Artikel aus dem Boulevardblatt Blick:



BASEL – Das nervt Carlsberg mit Sicherheit. Eine kleine Basler Brauerei streckt dem Euro-08-Sponsor die Zunge raus.

Der Werbekampf an der Euro 08 ist lanciert: Die Basler Lokalbrauerei «Unser Bier» nimmt Carlsberg zünftig auf die Schippe. Sie verteilt T-Shirts mit der Aufschrift «Basel. Mehr als nur Calrsbreg®». Das ist kein Tippfehler. So ist auch die Etikette des Biers bedruckt, das die Brauerei für die Euro 08 produziert. Das Logo der Firma ist ein Basler Wahrzeichen: Der Lällenkönig. Und der streckt die Zunge raus.

«Wir wollen den Leuten zeigen, dass es auch noch ein anderes Bier gibt an der Euro 08 in Basel», sagt Istvan Akos, Verwaltungsrat beim Kleinbrauer. So scheint der Ärger mit dem Fussballverband UEFA und seinem offiziellen Bierlieferanten Carlsberg



Für dieses T-Shirt standen die Aktionärinnen und ...



... Aktionäre an der Laufenstrasse Schlange!



Der Froschkönig tuckerte mit der Botschaft hin und her.

programmiert. Auch wenn der Name Carlsberg extra zu Calrsbreg verulkt wurde. Die Auflagen der UEFA bei Werbung und Sponsoring sind extrem streng. Sie will sogar Leute von den Fanzonen aussperren – wenn sie Mützen oder T-Shirts mit Logos von Firmen tragen, die nicht Sponsor sind.

«Die Auflagen der UEFA sind meiner Meinung nach viel zu streng», sagt Anwalt Marc Schwenninger. Doch selbst er findet: «Die Aktion geht klar über die Grenzen des Zulässigen hinaus.» Weil eine kleine Firma die Bekanntheit eines grossen Konkurrenten ausnutzt.

Was sagt Carlsberg selbst? «Wir werden von diesen Aktivitäten Kenntnis nehmen und sie uns in Ruhe anschauen.» Auch die UEFA müsste reagieren. Denn sie sollte die Rechte ihrer Sponsoren schützen. Dort heisst es: «Wir beziehen keine Stellung zu einzelnen Fällen.» Man beobachte die Situation genau und werde bei Bedarf intervenieren. Bei der Brauerei «Unser Bier» nimmt man es sowieso gelassen: «Wir sind vorbereitet, falls gegen uns rechtliche Schritte unternommen werden», sagt Istvan Akos. «Im Verwaltungsrat hocken zwei Juristen.»

Nun, es intervenierte niemand, weder Carlsberg noch die UEFA. Und sie taten vermutlich gut daran. Die Geschichte wäre noch mehr um die Welt gegangen, der Imageschaden wäre vermutlich sehr gross gewesen.

#### Aktionäre engagieren sich

Das Unternehmen Mitte, das in der ehemaligen Volksbank bei der Hauptpost in den beliebten Lokalen «fumare» und «non fumare» Unser Bier zapft, erlaubte der Brauerei, an der Fassade ein grosses Megaposter mit dem Motto «Bier von hier statt Bier von dort.» anzubringen. Da ein solches Poster (angeblich) die Allmend beansprucht, musste eine Bewilligung eingeholt werden. Gross war das Staunen, als die Stadt für die 30 Tage eine Allmendgebühr von unglaublichen 18 000 Franken verlangte. Aus dem Staunen wurde Wut, als bekannt wurde, dass die Stadt «wegen der Refinanzierung der Euro-08-Kosten» die Gebühren während der Europa-Meisterschaft verdreifachte. Die scharf verfasste Medienmitteilung verfehlte ihre Wirkung nicht. Innert kurzer Zeit erklärten sich zahlreiche Aktionärinnen und Aktionäre von Unser Bier bereit, die Kosten zu übernehmen.



## Friendly Takeover – eine Aktie von Unser Bier für zwei von Feldschlösschen

An der letzten Generalversammlung von Feldschlösschen offerierte die Brauerei Unser Bier zwei ihrer Aktien für eine von Feldschlösschen. Das Resultat: 200 neue Aktionäre.



Die Brauerei Feldschlösschen übernahm eine Brauerei nach der anderen, bis sie selber von einer noch grösseren aufgekauft wurde. Der freche Auftritt von Istvan Akos an der letzten Generalversammlung von Feldschlösschen brachte Unser Bier 200 neue Aktionäre.

Neben dem Ambush-Marketing gibt es noch ein weiteres Marketinginstrument, mit dem bei geringem Mitteleinsatz eine grosse Wirkung erzielt werden kann: Guerilla-Marketing.

Ein gutes Beispiel dafür bot Unser Bier an der allerletzten Generalversammlung der Brauerei Feldschlösschen. Als anno 2000 bekannt wurde, dass sich Feldschlösschen nach einem unsäglichem Konzentrationsprozess, dem zahlreiche mittelgrosse Brauereien zum Opfer fielen, verkaufen will, kaufte Akos für rund 700 Franken eine Aktie. Mit dieser Aktie bewaffnet ging er an die letzte Generalversammlung, an der um die 2000 Klein- und Kleinstaktionäre während Stunden den Ausführungen des Verwaltungsrates zuhörten, warum der Verkauf der Brauerei die einzig sinnvolle Lösung für deren Probleme sei. Jene knapp 20 Aktionäre, die sich auf die Rednerliste eingetragen hatten, um wortreich und mit Herzblut für den Erhalt eines eigenständigen Feldschlösschens zu

kämpfen, mussten gegen sechs Stunden warten, bis sie endlich zu Wort kamen. Der letzte Redner war der Unser-Bier-Mann. Statt aber wie alle anderen zu lamentieren, bedankte er sich höflich beim Verwaltungsrat für die missratene Unternehmensführung der letzten Jahre, denn nur dank ihr hätten kleine Brauereien wie Unser Bier auf dem Markt eine Chance. Den heimatlos gewordenen Bierliebhabern bot er im Rahmen eines «friendly takeovers» für eine Feldschlösschen-Aktie zwei Unser-Bier-Aktien an. Der Erfolg war überwältigend. Die Brauerei Unser Bier kam innert Tagen zu 200 neuen Aktionärinnen und Aktionären.

PS: An der letzten Generalversammlung von Feldschlösschen hatten die Kleinaktionäre nichts zu entscheiden. Entschieden haben die wenigen Bankvertreter mit Anzug und Krawatte in den ersten Reihen. Im Vergleich zu ihren Depotstimmen zählten die Aktien der Kleinaktionäre nichts.

## Männer erbügeln am Tag der Frau 25 000 Franken für das Basler Frauenhaus

**Tu Gutes und sprich darüber:** In der Brauerei Unser Bier bügelten Männer die Hemden von Männern, die nicht bügeln. Das Honorar des öffentlichen Bügelmänner-Happenings kam dem Basler Frauenhaus und Amie Basel zugute.



*Anwohner der Basler Paradieshofstrasse stellten sich nicht bloss als Fotomodell zur Verfügung, sie bügelten mit grossem Einsatz für das Basler Frauenhaus.*

Die Idee zur Aktion, die Unser Bier im Hinblick auf den Tag der Frau lancierte, ist – die Brauerei möge das verzeihen – bei einem Glas Wein entstanden. Zwei Nachbarn unterhielten sich darüber, wer bei ihnen die Hemden bügelt. Beim zweiten Glas war schon die Rede davon, dass man mit weiteren Männern ein öffentliches Bügelhappening veranstalten könnte. Beim dritten Glas wurde das Thema gewechselt, aber nicht vergessen. Und so hat sich das, was mit einer privaten Blödelei begann, zu einer seriösen Aktion entwickelt.

Am Freitag, 8. März 2013, am Tag der Frau, bügelten 14 Männer im Rahmen des «First National Iron Men Charity Event» in der Brauerei Hemden von Männern, die des Bügelns unkundig sind. Sie liessen sich dabei von Freunden und Bekannten wie bei einem Sponsorenlauf sponsern. Je nach Wirtschaftskraft des Freundeskreises kamen schon mal 10, 20 oder gar 50 Franken pro gebügeltem Hemd zusammen. Vier Stunden dauerte die Aktion

in der Brauerei, die viel Publikum anzog. Vor allem Frauen liebten es, die bügelnden Männer zu fotografieren. Der Erlös betrug satte 25 000 Franken. Sechs Jahre später wiederholte Unser Bier die Aktion, diesmal wurden 30 000 Franken für Amie Basel erbügelt. Diese Institution ebnet alleinstehenden jungen Müttern den Weg ins Berufsleben.

### **Doppelter Erfolg: Berner Promis bügeln auch**

Das Echo auf die Aktion war gross, viele Medien berichteten darüber. Das trug dazu bei, dass das Tramdepot Bern, eine feine Gasthausbrauerei, die Idee aufnahm. Im Gegensatz zur Aktion von Unser Bier, an der sich gemeine Bürger beteiligten, setzte das Tramdepot voll auf Prominenz. Stadtpräsident Alexander Tschäppet war ebenso dabei wie der Chef der Schokoladenfabrik Bloch und weitere Grössen aus Bern und Umgebung. Sie bügelten nur zwei statt vier Stunden und brachten es in dieser Zeit auf 36 000 Franken Sponsorengeld für das Berner Frauenhaus.



*Beim zweiten Ironmen-Anlass bei Unser Bier bügelten ausschliesslich prominente Basler.*



*Stolz überreicht Geschäftsführer Luzius Bosshard den Check über 25 000 Franken an das Frauenhaus Basel.*



*Amie Basel erhielt sogar 30 000 Franken!*

## Brauerzunft Region Basel – ehrenwert oder nicht?

Auf Initiative von Unser Bier wurde die E. E. Brauerzunft Region Basel gegründet. Das passte aber nicht allen.



[www.brauerzunft.ch](http://www.brauerzunft.ch)

Am letzten Augusttag des Jahres 2016 versammelten sich Bierfreundinnen und Bierfreunde von Basel und Umgebung in der Brauerei Unser Bier, um das nachzuholen, was im Verlauf der Geschichte Basels verpasst worden war: die Gründung der Brauerzunft. Da Basel im Verlauf der Jahrhunderte immer eine Weinstadt war, hatte das Brauwesen Mühe, sich zu etablieren. Das schlägt sich auch in der Tatsache nieder, dass es in Basel zwei weinbezogene Zünfte, aber keine Brauerzunft gibt. Gegen 70 Personen haben diesem Zustand an der Gründungsversammlung der Ehrenwerten Brauerzunft Region Basel ein Ende bereitet. Sie haben ihre Zunft als Verein konstituiert, der nicht nur Männern und Baslern, sondern auch Frauen und Ausserkantonalen offen steht. Das hat dazu geführt, dass jetzt 130 Zunftschwestern und Zunftbrüder auf der Mitgliederliste stehen. Als Zweck gibt die Zunft unter anderem die Förderung der

Bierkultur, der Biertradition und der Bierkenntnisse mit öffentlichen Vorträgen und bierbezogenen Anlässen an. Zugleich will sie Personen und Vereinigungen auszeichnen, die sich für die regionale Bierkultur besonders verdient gemacht haben.

Kaum war die Zunft gegründet, meldete sich schon der Meister der E. E. Zunft zu Rebleuten. Er störte sich sehr daran, dass sich die Brauerzunft auch E. E. (Eine Ehrenwerte) nannte. Das sei, schrieb er, Persönlichkeiten und Institutionen vorbehalten, die für Basel Grosses geleistet hätten. Die Brauerzunft mochte sich mit den Rebleuten nicht streiten, an der nächsten Generalversammlung verzichtete sie grosszügig auf die beiden Buchstaben.

### Auszeichnung für die Förderung der Biervielfalt

Am ersten Zunfttag, an dem die Zunft mit Banner und Spiel durch Basel zog und dessen Höhepunkt der Empfang durch Grossratspräsident Joël Thüring im Basler Rathaus war, wurde dem Basler-Biermarkt-Organisator Beat Aellen der mit 1000 Franken dotierte Anerkennungspreis der Brauerzunft für seinen Einsatz zur Förderung der Biervielfalt verliehen.



## Engagement für sommerliches Kinovergnügen

Dem beliebten Volkskino auf dem Münsterplatz drohte 2014 das Aus. Die Regierung wollte keine Swisslos-Gelder mehr sprechen. Unser Bier sammelte Unterschriften und Geld.

Es war der Wunsch der Basler Regierung gewesen, dass das OrangeCinema 2013 mit einem neuen Konzept den neu gestalteten Münsterplatz besser zur Geltung bringt. Bestandteil des neuen Konzeptes waren niedrigere Bauten, ein südländisches Piazza-Feeling und ein Volkskino mit erschwinglichen Eintrittspreisen. Dank einem Beitrag von Swisslos kosteten 2013 Normalfilme nur 5 Franken und Vorpremieren 15 Franken. Davon profitierten gegen 40000 Kinobesucher! Doch dann beschloss der Regierungsrat, für 2014 keine Beiträge mehr zu sprechen. Das Openair-Kino gehört neben dem Kulturfloss zu den wenigen wiederkehrenden Events im Basler Sommer. Da es sehr schade gewesen wäre, wenn das beliebte Volkskino einfach wieder zum normalen OrangeCinema geworden wäre, lancierte Unser Bier eine Petition. Die Unterzeichnenden baten darin den Grossen Rat des Kantons Basel-Stadt, sich beim Regierungsrat dafür einzusetzen, dass das sommerliche Kinovergnügen auf dem Münsterplatz weiterhin mit den günstigen Volkskino-Eintrittspreisen stattfinden kann.

### Erfolgreiche Petition ...

Die Petition war erfolgreich, innert kurzer Zeit konnten fast 3000 Unterschriften der Petitionskommission des Grossen Rates übergeben werden.



Innert kurzer Zeit kamen fast 3000 Unterschriften zusammen.



Die Präsidentin der Petitionskommission, Brigitta Gerber, nimmt die Unterschriften entgegen.

Diese überwies das Anliegen wohlwollend an die Regierung, die ihrerseits weitere Beiträge an das Openair-Kino beschloss.

Das nächste Problem folgte, als Orange zu Salt wurde. Dieser Mobilfunkanbieter engagierte sich bloss für ein Jahr, dann musste ein neuer Titelsponsor gefunden werden. Dieser stellte sich mit der Allianz-Versicherung in letzter Minute ein, doch dann sprangen die Basler Kantonalbank und die Zurich Versicherung ab. Die Folge: Es fehlten gut 200000 Franken.

### ... und ebensolches Crowdfunding

Unser Bier organisierte 2016 auf wemakeit ein Crowdfunding mit dem Ziel, 50000 Franken zu sammeln. Das Geld kam zusammen und trug dazu bei, dass auf dem Münsterplatz der beliebte Sommerevent Openair-Kino weiterhin genossen werden kann.

PS: Natürlich war ein bisschen Eigeninteresse dabei, wird doch auf dem Münsterplatz Unser Bier gezapft. Allerdings fällt der Umsatz nicht allzu gross ins Gewicht.

# Achtung, fertig, Redesign

Der Gestaltungswettbewerb für die neue Etikette von Unser Bier brachte vierzig Einsendungen. Die Jury hatte die Qual der Wahl.



# Redesign der Etiketten für einen frischeren Auftritt

Unser Bier veranstaltete einen Gestaltungswettbewerb für neue Etiketten. Es wurden 40 Vorschläge eingereicht.

Bei der Gründung von Unser Bier im Jahre 1997 ging es nicht darum, eine Marke aufzubauen, sondern mit der Bierproduktion das Vakuum zu füllen, das durch die Schliessung von Wartheck entstanden war. Das schlug sich auch in der Etikettengestaltung nieder, bei der der Schriftzug Unser Bier sehr klein war, dafür die Biersorte mit grossen Buchstaben und mit einem in Basel bekannten Symbol in Erscheinung trat: dem Lällekönig für Amber, dem Basler Dybli für Blond und dem Basiliken für Weizen.

## Bewusste Markenführung

Als die Brauerei realisierte, dass Unser Bier zu einer positiv besetzten Marke geworden ist, begann sie eine bewusste Markenführung zu praktizieren. Es erfolgte deshalb ein Redesign, bei dem die Grafik den Lällekönig und den Schriftzug Unser Bier als Wort-Bild-Marke prominent ins Bild rückte. Wieder einige Jahre später wurde die Etikette leicht überarbeitet, im Hintergrund scheint jetzt auch der Baslerstab durch.

Mit der Zeit ist bei den Verantwortlichen der Brauerei das Bedürfnis gewachsen, einen frischeren, peppigeren, ansprechenderen Auftritt zu haben, der dem Image der Brauerei gerecht wird und dabei auch die Zielgruppe jüngerer Konsumenten anspricht.



Diese Etikette zierte das erste Bier, das an der Muba 97 in der Sonderschau Heimbierbrauen verkauft wurde. Gestaltet wurde sie von der Grafikerin Laurence Fischer-Dubuis.

## Gestaltungswettbewerb ...

Statt nun ein, zwei oder drei Agenturen damit zu beauftragen, in einer Konkurrenzpräsentation Vorschläge auszuarbeiten, wurde eine breite Ausschreibung veranstaltet. Eingeladen wurden sowohl angehende wie auch arrivierte Grafikerinnen und Grafiker und weitere interessierte und fähige Personen, Vorschläge für eine neue Etikettenlinie zu machen.

## ... stösst auf Kritik ...

Dieses Vorgehen stiess nicht bei allen Grafikern auf Gegenliebe. Ein renommierter Grafiker schrieb: «Das würde bedeuten, dass jemand Dir für 2500 Franken (plus Bier) die Etiketten neu konzipiert und gestaltet. Und Dir auch noch sämt-



Die Jury setzte sich zusammen aus (von l. nach r.) Beat Seeger, Max Buser, Benjamin Rupp, Fabian Wetter, Felicitas Wernli und Luzius Bosshard. Nicht auf dem Bild: Fotograf Istvan Akos.

liche Rechte für die Weiterverwendung abgibt. Das ist nicht korrekt, die Bezahlung entspricht überhaupt nicht dem zu leistenden Aufwand. Von den Kosten für das Copyright ganz zu schweigen. Du kannst jetzt sagen, wenn jemand mitmacht, ist er selber schuld. Deshalb hoffe ich, dass niemand mitmacht.»

## ... und ist erfolgreich

Nun, es beteiligten sich 30 visuelle Gestalterinnen und Gestalter, die 40 Entwürfe einreichten. Eine

Jury beurteilte anhand einer Kriterienliste die Entwürfe. Im Zentrum stand Umgang und Integration des bestehenden Logos, Frische, Schwung und Pep, Adaptationsmöglichkeit für die ganze Linie und visuelle Wirkung im Verkaufsregal.

Nach mehreren Bewertungsrunden schwang der Entwurf der Basler Grafikerin Caterina Reimer obenauf, gefolgt vom Vorschlag von Martin Voggensperger. Den dritten Platz teilten sich: Mira Pozzi/Joël Neugebauer und Traktor Grafikatelier.



An den Etiketten wurde immer wieder gearbeitet, doch befriedigen konnten sie immer weniger.



Fand die Mehrheit der Jury: der Vorschlag der Basler Grafikerin Caterina Reimer (rechts im Bild).

# Who is Who bei Unser Bier?

Die wichtigsten Aussendienstmitarbeiter sind die bald 11 000 Aktionäre. Sie halten der Brauerei die Stange. Ihnen sagt der Verwaltungsrat Danke!





## Fleissige Aussendienstmitarbeiter

Diese Bilder entstanden an der Generalversammlung 2007. Zahlreiche Aktionärinnen und Aktionäre liessen sich mit ihrem Spruch fotografieren, warum sie Unser Bier trinken.

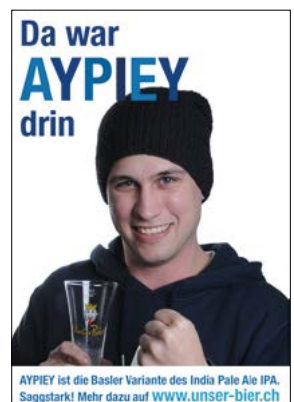
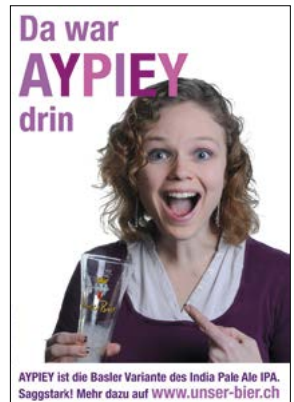
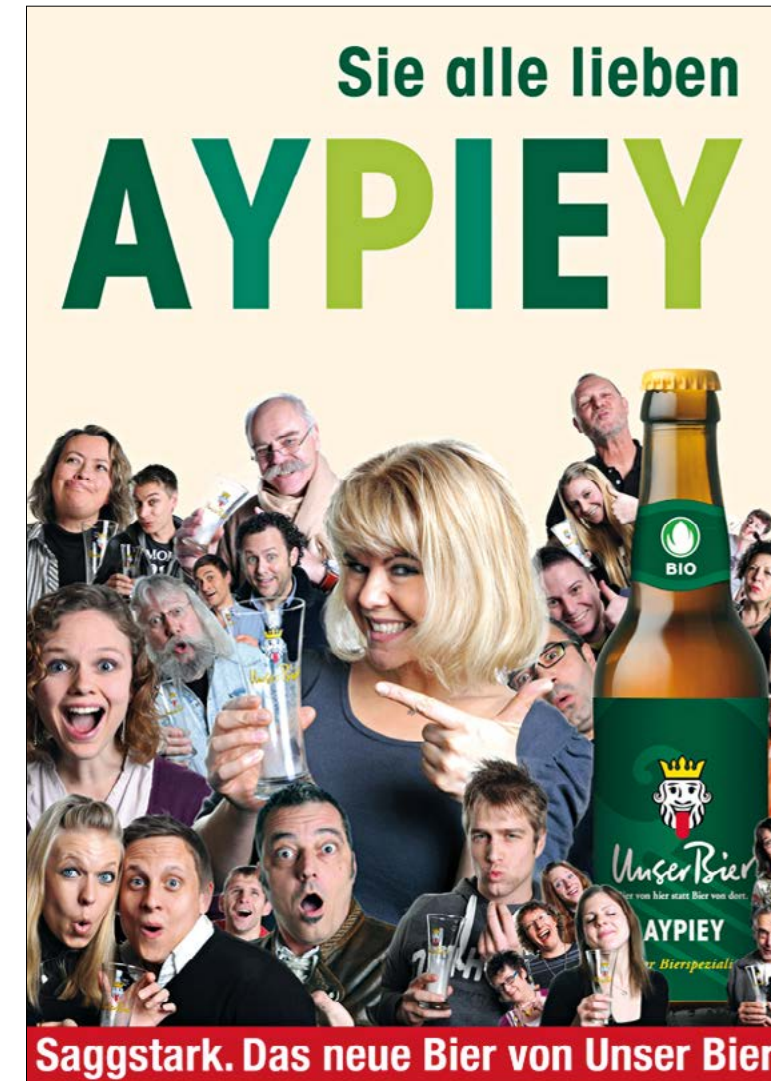
Wenn Sie den QR-Code mit Ihrem Handy scannen, dann kommen Sie auf jene Seite unserer Website, auf der Sie zahlreiche weitere Aktionärinnen und Aktionäre mit ihrem Testimonial sehen. (Wir über uns, Aktionariat)



An der Generalversammlung gibt es liquide Gratisdividenden. Deshalb machen sich einige einen Sport daraus, möglichst hohe Dividenden zu haben.

## Aktionärinnen und Aktionäre werben für Unser Bier

Überzeugend für ein Produkt werben können nur jene, die vom Produkt überzeugt sind. Die Aktionärinnen und Aktionäre von Unser Bier sind es. Für die AYPLEY-Kampagne stellten sie sich in Scharen zur Verfügung.



AYPIEY ist die Basler Variante von IPA (India Pale Ale). Ursprünglich hat es Unser Bier als saisonales Bier gebraut, doch auf vielfachen Wunsch hin wurde es zu einer ganzjährig erhältlichen Spezialität.

## Who is Who: das prominente Team von Unser Bier

Weil Luzius Bosshard eine «spannende Persönlichkeit ist, die für Furore sorgt», wurde er zum Prominenten erkürt. Die anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Unser Bier hätten das auch verdient.

Dass der Geschäftsführer von Unser Bier, Luzius Bosshard, nicht ein Nobody, sondern ein Who ist, wusste die Brauerei bereits, als sie ihn vor vierzehn Jahren anstellte. Sonst hätte sie es nicht getan. Unterdessen sind auch andere zu dieser Erkenntnis gelangt. Deshalb erstaunt es nicht, dass er den Einzug in den Basler Ableger des Zürcher Prominentenhochglanzheftlis «Who is Who» ge-

schafft hat, der jedes Jahr «die 200 prominentesten Persönlichkeiten von Basel» porträtiert. Wenn es nach der Brauerei ginge, dann müssten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Unser Bier wegen ihres grossen Einsatzes dort vorkommen. Immerhin: Vom Glanz, in dem nun der Geschäftsführer strahlt, fällt auch ein bisschen auf sie ab.



Die Damen im Büro: Ursi Wenk und Bettina Stoffel.



Wirtsteam: Muriel Allemann, Yolande Guillaume und Lena Gugler.



Aussendienst: Daniel Lochiger (links) und Rolf Burkhard (rechts).



Das Brauerteam von links nach rechts: Lernender Gian-Marco Gäumann, technischer Mitarbeiter Cyril Szczepaniak, Braumeister Florian Schmid (hinten), Brauer David Regenass (vorne), Brauer Jan Czerny und Brauer Marc Adolf.



Der Verwaltungsrat von Unser Bier: Fabian Wetter (Präsident), Michael Bietenhader, Istvan Akos (von Juni 1997 bis Mai 2023) und Uschi Dätwyler.



# Einige Zahlen

**Wo steht Unser Bier im heutigen Schweizer Biermarkt?  
Wie sieht es mit dem Bierkonsum aus? Wieviele  
steuerpflichtige Braustätten gibt es? Wie sehen die Zahlen  
von Unser Bier aus? Was hat Corona mit Unser Bier  
gemacht?**

# Wie hoch ist der Marktanteil von Unser Bier?

Unser Bier ist in der Rangordnung der grössten Schweizer Brauereien die Nummer 19 – und das bei rund 1200 Brauereien! Das erfüllt die Verantwortlichen zu Recht mit Stolz. Gleichzeitig wissen sie aber, dass die 15 grössten Brauereien 97 Prozent der Schweizer Produktion abdecken. Entsprechend bewegt sich der Marktanteil von Unser Bier gesamtschweizerisch gesehen im Promillebereich.

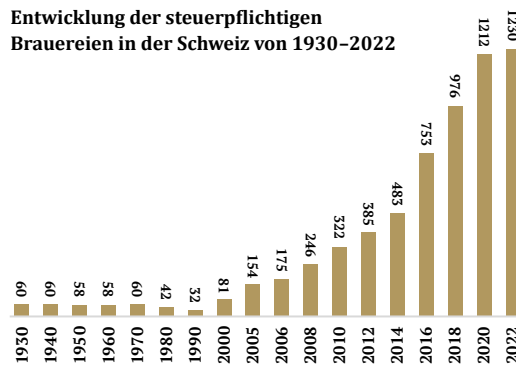
In der Schweiz gab es im Jahr 1996 ganze 68 Braustätten. Zunächst verringerte sich ihre Zahl auf 32. Doch dann schossen landauf, landab Brauereien wie Pilze nach dem Herbstregen aus dem Boden. 2022 waren es 1230 Betriebe! Der Ausstoss all dieser kleinen und kleinsten Brauereien ist aber klein, ihr Marktanteil minimal. So auch jener der Brauerei Unser Bier. Sie hat 2022 rund 6400 Hektoliter Bier gebraut. Die Bevölkerung von Basel liegt bei rund 200 000 Personen. Pro Kopf werden in der Schweiz im Jahr um die 52 Liter Bier getrunken. So gesehen liegt der Basler Bierkonsum bei 106 600 hl, der Marktanteil von Unser Bier beträgt demnach rund 6 Prozent. Nun wird Unser Bier nicht nur in Basel getrunken, sondern auch im Speckgürtel rund um Basel, wo weitere 200 000 Personen leben. Der Marktanteil von Unser Bier in der Region sinkt deshalb auf 3 Prozent. Die Frage, die im Rahmen von Führungen immer wieder gestellt wird, ob nämlich Unser Bier wachsen wolle, dürfte damit beantwortet sein.

## Früher war Basel eine Bierhochburg

Zahlen darüber, wie hoch der Ausstoss der 21 biersteuerpflichtigen Braustätten in Basel ist, werden vom Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit nicht kommuniziert. Es kann aber davon ausgegangen werden, das Unser Bier unter all jenen Brauereien, die ihre Biere in Basel brauen und auch abfüllen, die grösste ist. Vor 120 Jahren sah das anders aus. Da war Basel eine Bierhochburg. Von den 19 Brauereien, die es 1870 gab, gingen im Laufe der nächsten Jahre eine nach der anderen in modernen Grossbetrieben auf. Ein Grund dafür war, dass die kleinen Betriebe die Investitionen in die von Linde entwickelten Kühlanlagen nicht finan-

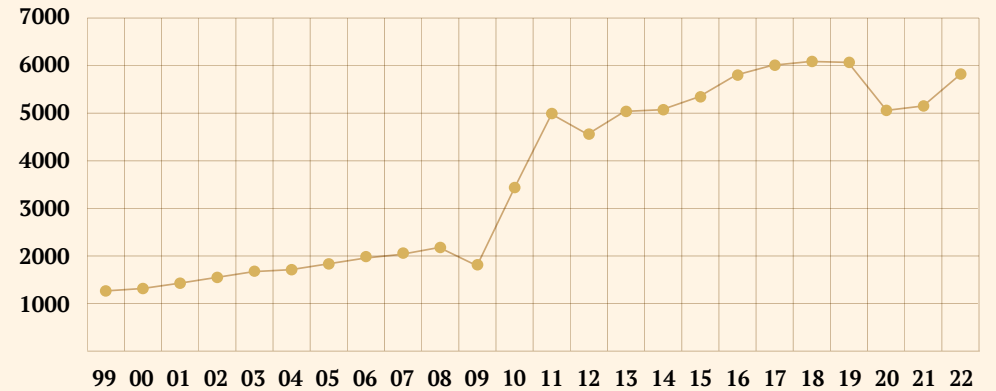
Kennzahlen von Unser Bier	
Gründung der Aktiengesellschaft	Juni 1997
Aufnahme der Produktion	Oktober 1998
Sude à 2000 Liter im Braujahr 2022	328
Bruttoausstoss 2022	6420 hl
Umsatz 2022	2,68 Mio. CHF
Gewinn 2022	40 650 CHF
Investition in neue Brauerei (2009/10)	5 Mio. CHF
Investition in Brauerei in Liestal (2021)	1,6 Mio. CHF
Grundkapital nominal	1,8 Mio. CHF
Anzahl Aktionär/innen (April 2023)	9634
Frei verfügbare Aktien (April 2023)	131
Vollzeitstellen	7–8
Apérogäste von 1997 bis April 2023	ca. 69800
Teilnehmer Brauerlebnisse bis April 2023	ca. 12200
Nettosteuerwert der Aktie (2022)	98 CHF

Entwicklung der steuerpflichtigen Brauereien in der Schweiz von 1930–2022



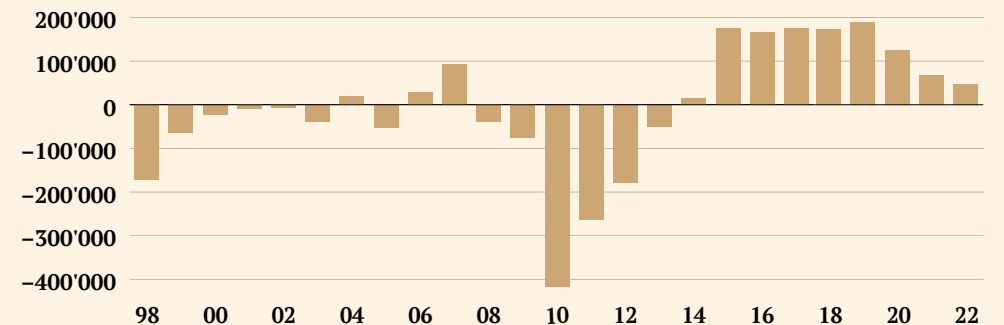
zieren konnten. 1898 gab es noch acht Brauereien, diese brauten aber 236 000 Hektoliter! Eine von ihnen, die Actienbrauerei, befand sich gleich neben der Maschinenfabrik Burckhardt. Sie wurde 1965 abgerissen, an ihrer Stelle steht heute die Überbauung Gundelipark.

Bruttoausstoss der Brauerei Unser Bier in Hektoliter

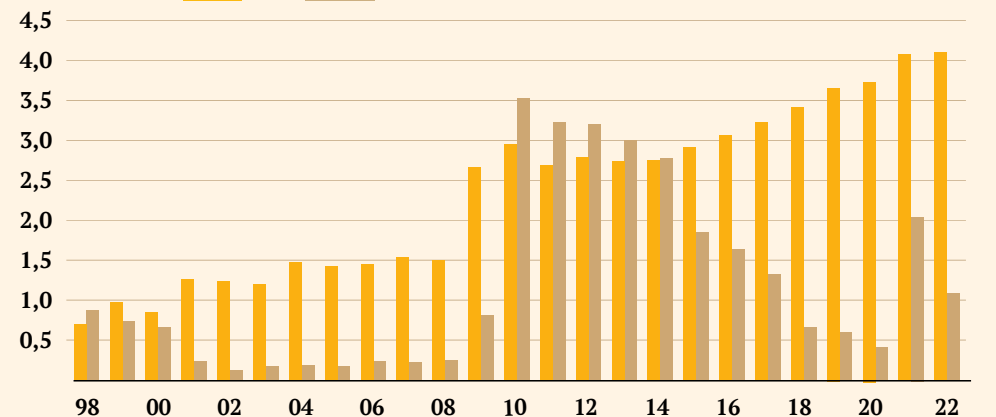


Bruttoausstoss = produziertes Fertigbier  
Beim Brauen, Gären, Abfüllen etc. gehen ungefähr 15% des Sudes verloren.

Entwicklung der Verlust- und Gewinnzahlen in CHF



Verhältnis von Eigen- und Fremdkapital in Mio. CHF



# BILANZ UND ERFOLGSRECHNUNG 2022

AKTIVEN	2022	2021
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>		
Flüssige Mittel	697 480	1 465 087
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	251 948	126 808
Übrige Forderungen gegenüber Dritten	11 409	18 051
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	476 130	380 500
Aktive Rechnungsabgrenzung	19 682	26 601
<b>TOTAL UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>1 456 649</b>	<b>2 017 048</b>
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>		
Finanzanlagen	601 017	646 371
Investitionsdarlehen	570 530	615 883
Mietzinsdepot	30 487	30 487
Mobile Sachanlagen	110 929	177 825
Brau- und Abfüllanlagen	11 351	21 290
Maschinen, Mobiliar, IT-Infrastruktur	90 416	127 885
Mobiliar Restaurant	1	13 950
Lager- und übrige Einrichtungen	9 161	14 700
Immobilie Sachanlagen	3 043 753	3 259 984
Umbau und Planung Gundeldingerfeld	886 000	896 184
Technische Installationen, Anlagen Basel	775 584	997 800
Technische Installationen, Anlagen Liestal	887 726	951 000
Ziegelhofareal Liestal, Baukosten	494 444	415 000
<b>TOTAL ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>3 755 699</b>	<b>4 084 179</b>
<b>TOTAL AKTIVEN</b>	<b>5 212 348</b>	<b>6 101 227</b>

PASSIVEN	2022	2021
<b>FREMDKAPITAL</b>		
Kurzfristiges Fremdkapital	422 686	553 406
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	152 700	181 486
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	77 558	188 320
Verzinsliche Verbindlichkeiten gegenüber Aktionären	50 000	50 000
Passive Rechnungsabgrenzung	142 429	133 600
Langfristiges Fremdkapital	670 000	1 468 000
Verzinsliche Verbindlichkeiten gegenüber Aktionären	470 000	1 115 000
Verzinsliche Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	180 000	335 000
Rückstellungen	20 000	18 000
<b>TOTAL FREMDKAPITAL</b>	<b>1 092 686</b>	<b>2 021 406</b>
<b>EIGENKAPITAL</b>		
Aktienkapital	1 900 000	1 900 000
Gesetzliche Kapitalreserven		
– Reserven aus Kapitaleinlagen	2 191 113	2 186 797
Gesetzliche Gewinnreserven	2 300	–
Eigene Kapitalanteile		
– gegen Reserven aus Kapitaleinlagen	-57 100	-51 975
Bilanzgewinn / Bilanzverlust	83 349	45 000
<i>Vortrag vom Vorjahr</i>	<i>42 700</i>	<i>-27 429</i>
<i>Jahresergebnis</i>	<i>40 650</i>	<i>72 429</i>
<b>TOTAL EIGENKAPITAL</b>	<b>4 119 662</b>	<b>4 079 822</b>
<b>TOTAL PASSIVEN</b>	<b>5 212 348</b>	<b>6 101 227</b>

ERTRAG/AUFWAND	2022	2021
Nettoerlöse aus Bierverkäufen	2 166 015	1 966 312
Nettoerlöse aus Ertrag Restaurant und Anlässen	417 639	276 671
Bestandesänderung an Vorräten und Dienstleistungen	95 630	-13 700
Warenaufwand	-795'208	-766 109
<b>BRUTTOGEWINN</b>	<b>1 884 075</b>	<b>1 463 174</b>

Personalaufwand	-808 798	-652 390
Raum-/Mietaufwand	-218 129	-146 820
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	-127 642	-78 795
Übriger Betriebsaufwand	-24 145	-21 555
Verwaltungsaufwand	-65 677	-72 734
Werbung, Repräsentation	-178 309	-116 225

<b>BETRIEBSERGEBNIS VOR ZINSEN, STEUERN UND ABSCHREIBUNGEN</b>	<b>461 376</b>	<b>374 655</b>
--	----------------	----------------

Abschreibungen	-415 933	-304 708
Finanzaufwand	-13 720	-11 060
Finanzertrag	1 407	7 456
Ausserordentlicher oder periodenfremder Ertrag	17 746	34 624

<b>JAHRESERGEBNIS VOR STEUERN</b>	<b>50 876</b>	<b>100 968</b>
-----------------------------------	---------------	----------------

Direkte Steuern	-10 226	-28 539
-----------------	---------	---------

<b>JAHRESERGEBNIS</b>	<b>40 650</b>	<b>72 429</b>
-----------------------	---------------	---------------



## 2022 JAHRESBERICHT

Es geht wieder aufwärts! Die Zahlen der profitabelsten 2022 haben wir zwar noch nicht ganz erreicht. Doch über die coronabedingten Unsicherheiten im ersten Quartal können wir das Vergleichsjahr überholen. Angesichts der Tatsache dass 2022 keine Kurzarbeitmaßnahmen und Homeoffice-Bestimmungen in der Schweiz, Österreich und Italien gab, sind die Kosten für Energie, Wasser und Müllabfuhr gegenüber dem Vorjahr als erheblich höher zu bewerten. Die Umsätze betragen 2,4 Mrd. Franken. Nach ordentlichem Abschneiden in der Höhe von rund 400.000 Franken konnte ein Reingewinn von 40.650 Franken erzielt werden.

**SPECIALIZIERENWAUER LIESTAL**  
Einen wichtigen Aktus hat Unser Bier mit der Eröffnung der Spezialbrauerei in Liestal gemacht. Obwohl die beiden ersten Jahre des Betriebs aufgenommen hat, konnte die Öffentlichkeit wegen Corona erst im März vorgelegt werden. Die 1,6 Mio. Franken neue Investition haben sich gleich in finanzieller Hinsicht bezahlt gemacht. Die ersten 12 Monate der Produktion liefen gut an. Die Produktion und der Verkauf sind gut ankommen. Zudem eignet sich die Produktion für die Produktion von Spezialbieren. So haben bereits einige Kleinbrauereien die Möglichkeit genutzt, ihr eigenes Bier dort zu brauen und in Flaschen oder Dosen abzufüllen. Und dieses unterste Liestal unser Brauerei in Liestal, das nun ganz Kapazität für die Spezial- und Sonderbier hat. Diese Leistungen hat übergen auch ein neuer Glas- und Lagerbehälter mit dem Kapazitätsgewinn von 100k.

Die finanzielle Lage von Unser Bier ist im Überblick auf viel Wählbarkeit

gestimmt. Das zeigt sich daran im zweiten Absatz der Zahlen. Die Zahlen des letzten Quartals zeigen, dass die Umsätze von der Höhe der Umsätze im ersten Quartal bis zum Ende des Jahres gestiegen sind. Die Umsätze im ersten Quartal sind um 10% gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Die Umsätze im zweiten Quartal sind um 15% gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Die Umsätze im dritten Quartal sind um 12% gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Die Umsätze im vierten Quartal sind um 18% gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Die Umsätze im gesamten Jahr sind um 15% gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

**GRÜSSANLÄSSE**  
Einige Gesandnisse haben die Brauerei gelehrt auf Teil. So die folgenden: Schwing- und Äpfel und die Forst 1900 Jahr zinnen von Käse und Bier. Für beide Anlässe wurden spezielle Brauereien und mit einer eigenen Bräner abgefüllt.

**ENLICH WIEDER GV**  
Nachdem die GV wieder unter Aufsicht der Öffentlichkeit stand, konnte er endlich wieder im gemeinsamen Rahmen als Vizepräsident der Schweiz durchgeführt werden. Rund 2200 Aktivistinnen und Aktivistinnen haben ihre eigenen Diskussionen abgehalten mit Manuel Kohler, Direktor Schweizer Brauereiverband.

**TRIEBS AKTIONÄRE**  
Die Aktionäre wieder werden. Nie hat die 1077 (2021) Aktionärinnen und Aktionäre Unser Bier von der Straße.

**STABILE GESCHÄFTSSTELLE**  
Auf der Geschäftsstelle gibt es keine Veränderungen. Bernina, Südtirol, Österreich und Uni Wien (Administrativ) unter anderem Liestal werden auch weiterhin dort, ein wichtiger Geschäftsführer zu sein. Die Umsetzung auf die neue Geschäftsstellenleiterinnen werden ordentlich abgeschlossen werden.

**BRÄUERTEAM UND BRAUSTUBE**  
Im Brauereiteam gibt es eine kleine Veränderung: Fabian Lehner, der bei uns die

Lehrer gemacht und danach einige Jahre als Brauer gearbeitet hat, verlässt uns. Die neue Stelle ist Marc Adelt, gelernter Brauer, der bei uns von Brauereimeister Florian Schmid, der Brauer Jan Casper und David Kappeler sowie die Assistentin, Gina-Maria Giammusci, der technischen Mitarbeiterin Celine Frenschmann und der Assistentin/Lehrer Daniel Lehner geben die Brauerei, Bier Brau zu produzieren, und so gut zu produzieren. In der Brauerei sorgen Wirtin Valérie Giammusci mit ihrem Team für die Welt der Glas.

**WECHSEL IM VERWALTUNGSRAT**  
Der VR konnte sich bei der GV am 10. Februar 2022 neu bilden. Die Mitglieder sind: Werner (VR-Präsident), Ulrich Dwyer (Präsident) und Irene Ann (Mitglied) zusammen. Der Mitgliederversammlung Michael Buehler, der bereits im Jahr als Brauer tätig war, wurde einstimmig in den VR gewählt.

**AUSSICHT AUF 2023**  
2022 war die Wirtschaftsentwicklung nicht einfach. Die Beschaffung von Hacksen, Verpackungsmaterial und Erzeugnissen für die Brauereiergebnisse sind wegen unvorhersehbarer Lieferketten unserer Lieferanten schwierig. Die Kosten steigen, aber wenn die Energiekosten. Die Preissteigerungen können unsere auftraggeber werden. Anfang Jahr muss Unser Bier dennoch einen kleinen Gewinn erzielen. Für 2023 hat sich Unser Bier die Lancierung einer neuen Website vorgenommen. Nie gibt es Unser Bier mit den Brauereimeister. Und Ende Oktober feiern wir 25 Jahre Unser Bier!

# Erfolgsrezept?

Woran mag es liegen, dass Unser Bier zu einer Erfolgsgeschichte wurde? Und wie geht es weiter?



# Das grosse Geheimnis einer kleinen Erfolgsgeschichte

**Woran liegt es, dass es Unser Bier geschafft hat, im 26. Geschäftsjahr zu den 19 grössten Brauereien der Schweiz zu zählen? Hier der Versuch einer Begründung.**

Die Brauerei Unser Bier hat es innert kurzer Zeit geschafft, von null auf hundert zu kommen. Sie ist jetzt (April 2023) die grösste Brauerei beider Basel, sie ist im Besitz von 10831 Aktionärinnen und Aktionären, die ihr treu die Stange halten. Sie ist zu einer in Basel und Umgebung bekannten und beliebten Marke geworden. Alles in allem eine «success story». Doch wo liegt das Geheimnis dieser Erfolgsgeschichte? Ist sie überhaupt eine?

Eigentlich nicht. Es gibt viele Gründe, die zu dieser Entwicklung geführt haben:

## Die Gründung erfolgte zur richtigen Zeit.

Die Zeiten vor der Gründung von Unser Bier waren für Bierliebhaber strub. Der Konzentrationsprozess frass eine Schweizer Brauerei nach der anderen. Wegen der Schliessung von Warteck wurden die Bierliebhaber in Basel heimatlos. Die einzige Brauerei, die noch existierte, war das kleine Ueli Bier. Doch deren Gründer Hans-Jakob Nidecker wollte nicht expandieren. Es war auch nicht leicht, an das Bier heranzukommen. Das Vakuum, das so entstanden war, konnte Unser Bier füllen. Allerdings sind auch wesentlich später Brauereien gegründet worden, die heute recht erfolgreich sind. Die Winterthurer Brauerei Doppelleu zum Beispiel mit der etwas gewöhnungsbedürftigen Marke Chopfab, oder die Allschwiler Brauerei Kitchenbrew. Wer weiss, unter Umständen genügt neben starker Finanzkraft auch die richtige Strategie.

## Crowdfunding ohne Internet

Hätten die Gründer von Unser Bier Geld gehabt, hätten sie die Brauerei damit finanziert. Aber sie hatten keines. Also nutzten sie alle möglichen Instrumente der Werbung und der PR, um Aktionäre für die neu gegründete Aktiengesellschaft zu gewinnen. Dazu gehörte die



961 Brauereien, 3% Marktanteile



15 Brauereien, 97% Marktanteile

Durchführung einer Sonderschau an der Muba 97, die Gründung des Vereins Unser Bier, Medienorientierungen, Informationsveranstaltungen, Apéros, Mailings und vieles andere mehr. Heute würde man es Crowdfunding nennen – Schwarmfinanzierung.

## Mobilisierung mit sehr viel Engagement.

Unabdingbar war dabei das persönliche Engagement. Die Promotoren haben unzählige unbezahlte Stunden damit verbracht, die Gründung und Entwicklung der Brauerei Unser Bier voranzutreiben.

## Unkonventionelles Marketing

Da für PR und Marketing kaum Geld zur Verfügung stand, wurden Gründung und Aufbau der Brauerei mit unkonventionellen Mitteln verfolgt. Diese wurden im Kapitel «Ambush und Guerilla» vorgestellt.

## Erlebnisorientiertes Angebot

Besonders die zweistündigen Apéros erwiesen sich als ideale Plattform für Unser Bier. Die live vorgetragene Diaschau über Heimbierbrauen und die Entstehung von Unser Bier, vollgespickt mit Ironie, Wortwitz und interessanten Informationen,

ist bestes Infotainment. Sie dürfte in den letzten 25 Jahren um die 3100 mal gezeigt worden sein. Damit wurden schätzungsweise gegen 71 000 Personen intensiv mit den Anliegen von Unser Bier (Konsum von Unser Bier, Kauf Aktien) «bearbeitet».

## Geglückte Namensgebung

Unser Bier ist Programm, ebenso der Zusatz «Bier von hier statt Bier von dort». Wie gut die Namenswahl war, stellte sich erst mit der Zeit heraus. Da es anfänglich einige negative Bemerkungen gab, rief die Brauerei ihre Aktionäre in einem Wettbewerb auf, neue Namen zu finden. Das Ergebnis war nicht überwältigend, die meisten wollten «Bebbi Bier» als Namen. Nur ein guter Vorschlag ging ein, der hiess «Lääbereschampoo».

## Richtige Strategie

Mit dem Zusatz «Bier von hier statt Bier von dort» zum Logo von Unser Bier wurde das Programm bereits zu einer Zeit angedeutet, als Unser Bier



noch keine ausformulierte Strategie hatte: Lokale Produktion für den lokalen Konsum. Auch Bio war von Beginn weg ein Thema, die Rohstoffe stammen vom ersten Sud an aus kontrolliert biologischem Anbau. In der Zwischenzeit wurde vom Verwaltungsrat folgende Strategie verabschiedet:

## Die Strategie von Unser Bier (Auszug)

«Auf Basis der Kreativität und Innovationskraft unserer Mitarbeitenden sowie unserem klar segmentierten Biersortiment stärken wir die Beliebtheit und Marke Unser Bier. Die Biergläser der Regio Basiliensis sind mit Unser Bier gefüllt. So sichern wir uns stabiles Ertragswachstum und



Unser Bier

Bier von hier statt Bier von dort.

entwickeln uns opportunistisch entlang der eigenen Wertschöpfungskette weiter.»

Wir stärken unsere Kernkompetenzen und die Positionierung der Marke Unser Bier:

- Unser primäres Standbein bleibt die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von qualitativ hochwertigen Bieren auf dem Platz Basel mit der Kernbotschaft: «Bier von hier statt Bier von dort».
- Wir pflegen die Bio-Knospe als zentralen Baustein unserer Marke. Sortimentsspezifisch kann mangels Rohstoffangebot darauf verzichtet werden.
- Wir brauen grundsätzlich kein alkoholfreies Bier – prüfen Innovationen dennoch opportunistisch.
- Wir verfolgen mit der Marke Unser Bier eine konsequente Hochpreisstrategie (Unser Bier ist seinen Preis Wert).
- Die eigene Gastronomie und Events in der Brauerei sollen spürbaren Bezug zur Marke vor Ort haben und zur Markenfestigung nach aussen beitragen.
- «Fremdbrauen» wird unter Berücksichtigung des Schutzes und der Konzentration auf die eigene Marke selektiv angeboten.
- Anfragen zu Flaschenabfüllungen mit einem Unser-Bier-Produkt sowie einer firmeneigenen Etikette – ergänzt mit Unser Bier Schriftzug und Logo (Rückenetikette) – werden erfüllt.

## Wie geht es weiter mit Unser Bier?

Der Verwaltungsrat hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Strategie kontinuierlich zu überprüfen. Einmal jährlich trifft er sich deshalb zu einer Retraite. Dort werden Pläne geschmiedet, von denen einige bereits realisiert sind.

Anfangen hat die Geschichte von Unser Bier mit einer Biersorte. Unterdessen pflegt die Brauerei eine ganze Palette von Bieren – Standardbiere, saisonale Biere, Bierspezialitäten und Bierraritäten. Anfangen hat es mit roten Zahlen. Unterdessen ist Unser Bier gut aufgestellt und schreibt schwarze Zahlen. Die Strategie hat sich demnach bewährt.

Doch wie weiter? Der Schweizer Biermarkt ist im Wandel, fast täglich werden neue Braustätten gegründet. Wie nachhaltig ist dieser Boom, wie viele von den Klein- und Kleinstbrauereien gibt es noch in fünf, zehn oder zwanzig Jahren? Tatsache ist, dass es zu einer Flurbereinigung kommen wird. Die Baselbieter Brauerei AG ist bereits über die Klinge gesprungen, Farnsburger ebenso, weitere werden folgen. Und die grossen Player schlafen auch nicht. Sie haben den Trend erkannt und machen jetzt auch auf Craftbiere.

### Zukunftswerkstatt

Für Unser Bier bedeutet das, dass es am Ball bleiben muss. Mit Engagement, mit einer hohen Bierqualität. Jahr für Jahr trifft sich deshalb der Verwaltungsrat zu einer Retraite, um eine Standortbestimmung vorzunehmen und künftige Schritte zu besprechen. 2016 hat er mit allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen in einer Zukunftswerkstatt unter der Leitung von Frischer Wind vier Handlungsfelder definiert, auf denen er mit strategischen Initiativen aktiv werden will. Eine davon sind die regionalen Rohstoffe Hopfen und Malz, eine andere ist der Aufbau einer Craftbiere-Brauerei.

### Hopfenanbau

Der Boom der Klein- und Kleinstbrauereien, die sich auf Biere fern vom Mainstream konzentrieren, führt zu Versorgungsengpässen bei speziellen



Zukunftswerkstatt mit Organisationsentwickler Paul Krummenacher (dritter von rechts) von Frischer Wind.

Unser Hopfengarten beim Predigerhof wird von einer brauereieigenen Hopfengartentruppe gepflegt. Das Bild zeigt unsere erste Ernte.



Hopfsorten. Deshalb hat Unser Bier dem Solothurner Biobauer Erwin Ackermann ein zinsloses Darlehen gewährt, mit dem er seinen Hopfengarten in Wolfwil um 1,5 Hektaren erweitern kann. Als Gegenleistung wird die Brauerei bevorzugt mit den gewünschten Sorten beliefert. Zudem hat Unser Bier im Mai 2018 beim Predigerhof in Reinach ein Parzelle von 11 Aren gepachtet und in Zusammenarbeit mit dem Biobauer Kurt Jordi von Klosterfiechten mit drei verschiedenen Hopfsorten bepflanzt.

Unser Bier hat sich auch bei der IG Juramalz ([www.juramalz.ch](http://www.juramalz.ch)) engagiert, die sich dem regionalen Anbau von Braugerste widmet. Für sein RegioBier hat Unser Bier bei der Schweizer Mälzerei in Wildegg-Mörigen zehn Tonnen Malz gekauft, das aus jener Braugerste gewonnen wurde, die Lukas Rediger vom Margrethenhof beim Kantonsspital Bruderholz auf zwei Hektaren in Bioqualität angebaut hat.

Eine weitere strategische Initiative war der Aufbau der neuen Spezialitätenbrauerei in Liestal, die Ende 2021 ihren Betrieb aufgenommen hat (siehe Seite 26). Weitere Initiativen sind geplant, sie werden dann kommuniziert, wenn die Sache spruchreif ist.



Ernte der Braugerste beim Bruderholzspital.



# Anhang

Hier lesen Sie die Ansprache von -minu, den Zeedel von Alexander Sarasin und die Wahlpropaganda der Partei Unser Bier.



## «Dr Schuum isch aifach s Gailschte an ere Stange»

Für seine humorvolle Ansprache erhielt -minu an der Generalversammlung 2016 von Unser Bier eine Standing Ovation.

S isch nadürlich e dotaali Bier-Idee, mi doo reede z loo. Y main – ich bi jo ehnder dr Himbi-Sirup-Typp. Oder denn e Cola-light-Tucki.

Bier isch jetzt nit grad das, wo my vor Freud bierig schuume losst. Aber natürlich isch U n s e r Bier do öbbis ganz anders. Euer Bier isch u n s e r Bier. Und unser Bier isch au my Bier. E Stugg Basler Gschicht – das kaa me jetzt scho so saage. E Schlugg Dringgerlänbis vo dääre Stadt. Und aifach mega cool (wie s jo neusprochlig haisst) – also cool isch es bsunders, wenn's yskalt aabezwitcheret wird!

### Bim Wort Bier e Schüttelfroscht bikoo

In unserer Familie isch e Huffe Bier drungge worde. Allerdings meh uff dr Babbe-Sytte. My Grossmamma, wo ne Meyer mit Ypsilon gsi isch und wäge dämm au gmaint hett, sy sig kai gwöhnligi Meier sondern öbbis bessers – also d Ypsilon-Grossmueter hett scho bim Wort Bier e Schüttelfroscht bikoo.

Si isch meh so uff Sache wie Aiergognac, klääbrig-siesse Asti spumante oder Crème de Banane gstande, s isch im Lääbe e rächts Rääf punkto Suffe aber e siessi gsi, wenn Ihr wisset was y main.

Wo denn amme ne schöne Daag ihri schönschti Tochter e Trämmeler uss em Säggsertram aagschleppt hett, isch ganz zünftig Fүүr im Dach gsi – oder dr Braukessel überhitzt, ums in unserem bierige Fachjargon z saage.

Dr Meyere mit Ypsilon wäär y drumm ne Daigäffli wie ne Burcket mit ckdt oder weenigschtens e Vischer mit Vöögeliwau für ihr Lootty vorgschäbt. Aber umshimmelswille – doch nit e gwöhnligi Hammel. Do hett au e Doppel-m nit vyll häärgeh. Und scho bim erschte Bliigg isch es gsi für d Grossmamma, wie wemme e z warme Schlugg Bier yneschüttet: s hett se tschuuderet und si hett ihri Tochter aaknurr: do bringsch mer jo e rächti Fläsche!

### Härzhaft aini uffs Füdle klofft

My Babbe isch also dr künftige Schwigeramsle vorgstellt worde. Als erschts hettere grad emool härzhaft aini uffs Füdle klofft, wie ner das vom Hopfekranz-Röösl, wo nem no de 6er-Tram-Fahrte syni Bächer aanegschleppt hett, gwohnt gsi isch.

D Grossmamma hett uffgyxt und – dingdong! – dr Babbe het das als Erfolgsmäldig gschpaicheret – är hett-sy jetzt nit grad fyyn in d Hinter-Bagge pfätzt und gstraalt: «Du bisch mer maini genau dr glych haiss Kääfer wie dy glains Grotte-Döchterli dört – saag emool du Siess-Muus: hämmer für dr liebi Hans und dy künftige Schwiigersohn au e feyns hells Bierli im Käller barat? Nit z kalt, gäll ... s schloht mer sunscht uff d Därm ...»

### Jä sinn Si nit ganz bi Droscht?

Dr Grossmamma hett dä Uftritt au zünftig uff d Därm gschlaage kaa. Si hett my Babbe abgeschüttlet wie d Dante Julie dr Zwiebelhund, wenn dää an ihrem Bai hett afoo joggele: «Schwiigersohn? Jä sinn Si nit ganz bi Droscht?!»

Dr Babbe hett abgungge: «Ok, s kaa zer Not au e dunggel Bierli sy!» Und doo isch d Mamma s erscht



So viel wie bei der Ansprache von -minu ...

mool ygschritte: «Mamme – dasch dr Hans. Y haan-en aifach gäärn. Und mer wötte gärn hüroote ...»

Aber do isch die gueti Meyere mit em Ypsilon beraits dief ohmächtig im Sässel glääge und d Mamma hett dr Babbe e weeneli vorwurfsvoll aagluet: «Aber Hans – si isch doch e Daame. Und ere Daame goht me nit grad bim erschte Mool an d Wösch!» Dr Babbe het das kalt gloo: «Jä gitt's jetzt in dääre Hütte e Bier oder nit – was isch denn das für e Huushaltig?!» Wo d Grossmamma wider ze sich koo isch, hettere dr Babbe fröhlig mit eme Glas «Veuve Cliquot» zueproschtet. «Bier hett s in Euerem Käller kains. Aber das Gsöff doo schuumt jo au nit schlächt ...»

D Meyere isch grad nomool kippt, well das die Schämpis-Fläsche gsi isch, wo si uff ihre 70. hett welle spaare ...

S isch denn ainewääg zer Hochzytt koo – und das zmits im zwaite Wältkrieg. E ganzi Juugend haan-y, wenn y bim Ässe ummegmuult haa, miesse die Story aalose, wie im Krieg alles rationiert gsi syg und alli Gescht am Hochzytsässe haige miesse Märggli fir d Pommesfrites abgeh.

Bier muess-es aber allem Aaschyn aa gnuet geh haa – die schwarz-wysse Fötteli mit de Zaggerändli zaige ämmel my Babbe samt syne Vettere und em Unggle Alfongs wie sy kääsbläich über dr Abdrittsschüssle rajere – und das isch jo sicher nit vom Lindeblietetee koo ... uff jeedefall hett d Grossmamma mit em Ypsilon allewyl die Fottene füüre gnoo und se uns Goofe vor dr Naase ummegwädlet, wemmer hinder ihrem Rugge an dr Aiergognack sinn, well dä so feyn siess gschmeggt hett: «Sooo goht's de beese Süffeli, wo kai Maas hänn und sich mit Bier voll laufe lehn – frooget numme eyre Babbe!»

Und esoo bin y inne-re familiäre Anti-Bier-Wälle gross worde, wos numme ab und zue dr Babbe mit eme Vollgoal ans Land gspielt hett ...

Gottlob hett d Familie vo mym Babbe die Sach mit eme Bierrüschli nit so äng gseh. Um ehrilig z sy: dört hänn sich alli zünftig an dr Stange ghebbt und sich s Gebräu diräggt uss dr Fläsche d Guurgele derab prätsche loo – fasziniert hänn mir Goofe



... wurde selten an einer GV gelacht.

denn amme zuegluegt, wie d Halszäpfli uff e aabe ghüpft und d Auge vo dääre Biersüffel immer röter worde sinn.

Ändlig hänn d Männer ihri Guttere abgestellt und mit ihrer flaischige Handkuppe dr Schuum vom Fläschehals ewäggwischt. D Rosie hett my denn aagluet und glyyselet: «Aaaaschtung – jetzt kunnt's» – mer hänn otemloos uff d Männerrunde gstiirt, wo sich doo mit donnernde Biergörps Luft gmacht hänn. Y main: so ne Schau isch dörte scho klangvoller gsi, ass dr ganz Europäischi Song Contest vom vorletschte Samschtig ...

### Guet geege Hoorusfall

«Überhaupt isch d Babbesytt punkto Bier dämm eedle Gedrängg vyl grosszügiger gegenüber gstande: Bier isch überall irgendetwie kiehlt worde. S isch jo e Zytt gsi, wo nit jeede Huushalt scho so ne amerikanische Yskaschte deheim kaa hett – bi dr Kämschwäg Omi hett me s Bier aifach in Schüttstai gstellt und s Hahnwasser dr ganzi Daag drüber laufe loo. Hütte wurde d Umwälschtzer Zetermordio schreie, aber dr Kämschwäg-Omi wär das ganz sicher wurscht gsi. Uff jede Fall het si au in ihrem Schreebergärtli allewyl e paar Fläschli Bier im Brunne zem Abkiehle kaa. Und wemmer amme hänn dörfe bi ihr übernachte, hett si uns sogar s Hoor noonem Kopfwäsche mit Bier abspielt und behauptet, das gääbi ganz kreftigi Logge und syg guet geege Hoorusfall.

D Meyere vo dr Geegesytte, wo mer denn das under d Naase griibe hänn, well si unser Hoor mit

eme Aigääl und kaim bitzeli Bier hett welle stergge, hett numme spitz gmaint: jetzt syyg-ere ändlig klar, worum um die veyelette Löggli vo dr Kämbserwääg-Omi am letschte Mueterdaag immer so ne suurs Wölkli vo abgstandenen Bier gwait haig. Esoo isch d Familie in zwai Laager uffdailt gsi: die mit eme Aigääl und die mit em Bier noo dr Shamponierig – s het allerdings baides nütt brocht. D Männer hänn uff dr ainte wie auf uff dr andere Sytte alli scho zimmlig frieh so glattpolierte Billardgrinder mit Pflötzene und Hoorusfall kaa wie dr Maischter Popper in syner Wärbesändig ...

### Bierfläsche in dr Muttenzer Kurve

S Kind vom Säggersträmmmler Hans isch denn grösser worde und gottlob dr Mamme noochegschlaage, wo die bessere Schiine kaa hett. Dr Babbe hett dr Glai denn bald emool zem FCB an d Mätsch mitgnoh und zem stänkernde Ypsilon gsait: «Das ghöori zem kulturelle Schuelsack in dääre Stadt, ämmel meeh ass die kaibe Blockflöttestunde, wo aim doch nur Grindweh mache wurde...» – woo-n-y also an die erschte Mätsch ha dörfe mit, hett in dr Muttenzer Kurve no jeede sy Bierfläsche derby kaa.

### E Schlugg uff dr Siig vom grosse FCB

Hütte goht das nümme, well sunscht das Hirni vomme ne Schiri, wo do dr Cupfinal glaitet hett, si waichi Biire no immer bandagiert hätt ... also dr Babbe hett mer den, wo d Bebbi s erschte Goal gschosse kaa hänn, strahlend d Fläsche aane-gstreggt: «Dooo – nimm e Schlugg uff dr Siig vom grosse FCB». Y ha e weeneli vom Schuum abgschläggt und s hett my dotaal duuretschuderet: «Y hätt lieber e Himbi ... und denn so zwai Zügger-ärbeereli mit eme Glasringli draa».

### Mit dämm Bueb stimmt doch öbbis nit...

E Glasringli isch doozemool für e jungs Dänteli das gsi, wie fir d Oprah Winnfrey e soone 40 000 Dollar Däschli uss dr Trois Pommes vom Trudie Götz. Dehaim hett denn dr Babbe gmuult: «Zucker-ärbeeri ... Glasringli ... und numme dr Schuum vom Bier gschläggt ... mit dämm Bueb stimmt doch öbbis nit...» – aber d Mamme hett das nit ärnst gnoh und dänggt dr Alt syg aifach stinkig, well dr FCB 1:4 hindere gmacht hett.

Zer Teeny-Zytt haa-n-y denn Bier gsoffe, wie alli myny Klassekameraade au – s Ganze isch e

Saggäld-Froog gsi. Mit Bier hesch dr Durscht am billigschte glöscht. Numme Öpfelmoscht hett's no günschtiger geh... Aber y bi kai Fan vos Ramseyers und ihrer Landwirtschaft gsi. Überraids hett dr Moscht nit so schön gschuimt. Und dr Schuum haa-n-y scho dörte aifach s Gailschte an ere Stange gfunde.

Um mer s Bittere e weeneli ladyhaft z versiesse haa-n-y amme my glai Fingerli gspraizt und in dr Baiz «une bière grenadine» bestellt. D Källner hänn jedesmool «huch» gsait und afoo wäädele wie läuffigi Dackel. Aber dasch mer so lang wie brait gsi. Und wo d Meyere mit Ypsilon das roosige Gsoff emool entdeckt hett, hett si sich überreede loo, au e Schlüggli z probiere. Hools dr Deufel – si hett e rächte Zug druff ka und mer my Stange aifach aabegschletzt. S hett ere kaibe guet gschmeggt. Uf jeede Fall hämmer in dr Kunschthalle für si so ne bière grenadine bschtellt. Und nomool ains. Und denn e dritts ... noo nem vierte isch s Ypsilon so sausaggvoll gsi ass es wie ne übervolls O um-greuderet isch und s dr Babbe hetts miesse uff sy Velosolex ufflaade. Wo-n-er d Grossmamme denn ins Huus drauit hett, hett die härzhaft gorpst und dr Babbe hett gestrahlt: «Ja loosemool – jesch fallsch mer...».

Si hett en mit roote Äugli aagluget und nomool aine uss diefschtem Buuch rattere loo: «De waisch jo, wo de muesch zuepfätze, Hans...»

Woo-n-y denn ass junge Journalischt mit 22 dr erschti Klatsch gschriibe haa, isch me an de Vernissage immer mit billigem Glöpfmoscht abgfüllt worde. Y haa die kaibe Cüpli scho dörte ghasst –



Begehres Fotosujet: Selfie mit -minu.



Als Dank erhielt -minu neben nicht enden wollendem Applaus vom Zürcher Fabian Wetter eine Aktie von Unser Bier.

jeede hett so sausaggsuur zer Schnuure uss gstunge, ass dee fascht uss de Schueh kippt bisch und das hett sich au bis hütte nit gänderet. Y haa mi denn numme no an Grälleliwasser kalte und miesse erfahre, ass die jo au de maischte Bierbrauereie ghöore wurde.

### S goht aifach nütt über e Bierli ...

Spöoter isch es my Lääbenspartner, dr Herr Innocent gsi, wo wider s Bier in Huushalt ygfiehr hett. Är isch dr Spross von ere Aargauer Bierbrauer Familie – und in syne Oodere sprudlet Lager dunkel. Au hütte, mit bald emool 80 Jöhrlig gohter nit ohni sy Bierli ins Näscht. Und denn wart-y amme vor synere Schloofzimmerdüüre, wie doozemools s Rosie und ich bi unserne Alte: me höört e härzhafts Gorpse. Und denn e zfriidene Süfzger: «Das duet guet – s goht aifach nütt über e Bierli...» Y ha scho am Anfang gsait – s Bier het in Basel sy Gschicht. «Unser Bier» het aber ganz e bsunderi – und das macht das Bier öbbe au speziell.

### Hütte ghöört doch Basel fascht scho ze Züri

Ok – me könnt jetzt saage, s ganz Spezielle isch jo au dr Verwaltungsrootspräsident, wo mit syne-re Zürcher Retorik unserem Biere gwüssi urchigi Noote git. Dr Zürcher Dialäggd tönt jo immer wie sone Biergorps wo nümme uffhööre will. Aber ehrlich und ohni doo fir dr Präsident guet Wätter welle z mache, y kaa doo die Uffreegig wääge dämm Dialäggd und umme Zürcher-Pass nit ganz noochvollzieh. Hütte ghöört doch Basel fascht scho ze Züri und Züri fascht scho ze Basel – an dr Limmel könnte sy's ohni Rhy gar nümme mache. Drumm wärde doch jetzt au d Zürcher Lägerli



uff Basler Art aaneblocheret. Und immerhin sinn au d Kunschthalle, s Bahnhofbuffet und sogar dr Basler Tourismus in guete Zürcher-Händ – worum also nit au «unser Bier». Oder öbbe: Euer Bier?

Eure Präsident kunnt immerhin usse-re Luzärner Brauerei-Dynastie. Är hett sogar e Bier-Saumelier-Diplom im Sack (und hallo – wär hett das in Basel scho?) – vor allem aber isch är z Basel Bänker. Und wär verstoht hütt wohl meh vom Braue ass soone Kosi-Bänker. Mer wüsse jo alli, ass sich grad rund um e Konsum und d Bangge in dr letschte Zytt vyl zämme braut hett ...

Aber – y waiss: dr hänn jetzt alli däa ggyrigi Bligg, wie dr Babbe wanner amme sy Schlitte ins Depot gfahre hett. Mit hängender Zunge isch er noo dr Pflicht zer Kür im Hopfekranz ygfahre. Lutt hett er het zem Rööslig «e Bierli, Schuum dunde» brieht. Und denn hett er sy erschti Stange in aim Zug aabegleert. Är hett s V-Zaiche gmacht: «Wowww, soo ne Bierli isch halt die halbi Wält!». Wenn-er dörte scho s unser Bier kennt hätt, hätt er sicher gorpst: «Wowww – die ganzi Wält!» Und ganz sicher isch, ass er Initiante vo dämm eedle Basler Dropfe hailig gsproche hätt.

Also drumm – dr Zapfe isch scho lang ab. Ab an d Fässer, ab ze de Gleeser und Fläsche – zischt Euri Güürgeli voll. Löhnts härzhaft gorpse – und gniesset unseri goldigi Freud – oder öbbe: u n s e r Bier – proscht zämme.

Und merci, ass er dämm Panaché-Gschwätz so drogge zuegloost hänn...

## Dr Zeedel vom Alexander Sarasin

Alexander Sarasin ist ein begnadeter Schnitzelbänkler. Auf Einladung vom damaligen Verwaltungsratspräsident Beat Sidler machte er im März 2012 der Generalversammlung seine Aufwartung und platzierte im besten Baseldytsch seine Pointen.



Wottsch dy aige Bierli braue,  
sotts ch deheim nit z vyl versaue.  
Machs nit in der Badewanne,  
nimm drzue d Spaghettipfanne  
und dy Frau wird au nit stier,  
denn si weiss, s git Unser Bier!

Soo die erschte Stundeli,  
hüt basierts im Gundeli.  
Braut wirts doo, es gärt im Tank,  
abgefüllt wird drnoo dä Trank.  
Voll Fläsche gits esoo;  
Ich main noonig d Lütli doo.

Gseesch dr Lällekönig druff,  
wird nur aine wirklich muff.  
Im Glai Basel, das isch rächt,  
wirds denn schynts em Ueli schlächt.  
Dört hoggt immer no d Frau Tremli  
uf em Fischerstube-Scheml.  
S Bier goot nümm diräggt ins Fass,  
denn s mues zerscht durch d Utegass.  
Wenn s grad naime uusetropft,  
waisch du, d Pipeline isch verstopft.  
Z Nacht am drei sait mängge gly,  
das git Gschmagg, i schiff no dry!

Unser Bier, s bescht Bier uf Ärde,  
Aktionär ka jeede wärde!  
Bi de Aktionär gseeschs gly,  
hets denn au no VIP drby,  
dorum hänn mr doo im Boot  
d Hälfti scho vom Groosse Root.  
D Hälfti? Frogsch di, was bedüts?  
S isch dr Räscht bim blaue Krüz.

Au en Aktie allem aa  
het dr Peter Malama.  
Dä bruucht aigetlig no mee.  
Är het mänggi Bieridee.

S git e Vieille Prune, s isch e Gschyss.  
Dä haisst Morin Père et Fils.  
Joo, als Bier hätsch dä nit kennt,  
denn me het en vyl z lang brennt.

Unser Bier, das blybt sich treu  
und erfindet sich oft neu.  
Für s Aroma vo däm Tropfe  
dien jetz d Brauer Hopfe stopfe.  
Wyblig sinn die Hopfebliete.  
D Männli sinn dört nämli Niete.  
Soone Bier dringgsch au als Frau.  
Also dringgts dr -minu au.

S git ab hüt als letschte Schrei  
Unser Bier, s neu AYPLEY.  
S isch dä Namme zimlig grisse,  
AY haisst ich und PI haisst pisse.  
EY isch Ale, sprich Bier – probier!  
AYPIEY: i brünzle Bier!

Kennsch du s Bier, kennsch au s Benzin.  
S isch dr Unterscheid nur fyyn.  
Baides trybt d Motoore aa,  
sygs bim Waage, sygs bim Maa.  
Sait dy Frau, das isch doch Saich,  
suuft dä z vyl, no blybt er waich.  
Für dä Fall, haig si, so hoff er,  
Sex jetz mit däm Kindsgi-Koffer.

Unser Bier gits nit in Kuba  
aber sicher an dr Muba.  
Ooni das, do bsinn ich mi,  
isch die Mäss seer trogge gsi.

Dringgsch e Basler Bier – jo, joo,  
isch das Bier oft nit vo doo.  
S Unser Bier, das haltet Wort,  
Bier von hier statt Bier von dort!

Unser Bier, das isch uf Zagg,  
s git e Bier für jeede Gschmagg.  
Dringgsch en Amber, heschs begriffe,  
wirsch denn Bärnstai farbig schiffe.  
Dringgsch e Fasnachtsbier bim Bummle,  
dien grad d Schleegel sälber drummle.  
Blond und Schwarzbier sinn adrett,  
doch i froog, wo blybt s brünnett?

Dringgsch vom Unser Bier e Waize,  
kasch di guet vo inne haize.  
Und i freu mi wien e Dier,  
s git au das Joor Maischterbier.  
Dringgsch z vyl Summerbier, suechs s Plätzli  
plötzlich no bim falsche Kätzli.  
S Whiskybier, das duet aim wool,  
aber bald hesch ain im Gool.  
Dringg vom Wiehnachtsbier bitz mee,  
denn kasch au no d Stäärnli gsee!

Zämmegfasst uus myner Sicht,  
isch d Moral vo däre Gschicht:  
Unser Vater, wir sind hier,  
gib uns täglich Unser Bier!

Generalversammlung Brauerei Unser Bier  
22. Meerz 2012

© Alexander Sarasin

## Partei Unser Bier: «Unsere Kandidaten sind käuflich!»

Die Partei Unser Bier ist die einzige Partei, die sich öffentlich zu ihrer Käuflichkeit bekennt. 2011 mischte sie den Wahlkampf auf.

Was man nicht alles tut, um aufzufallen, um in die Medien zu kommen! Unser Bier gründete zu diesem Zweck die Partei Unser Bier. Das Datum war der 1. April 1999. Mit diesem Datum und einem leichten Augenzwinkern wollte die Brauerei kommunizieren, dass es nicht so bierernst gemeint war.

### Grösste Partei Basels

Die Parteigründung war ein toller Anlass. Es gab Freibier, deshalb entstand an diesem Gründungstag die grösste Partei Basels. In einer programmatischen Rede wurden der einzige Zweck der neuen Partei, die sich als knallharte Wirtschaftspartei bezeichnete, vorgestellt: Wirtschaftsförderung.

Da zugleich die Nationalratswahlen von 1999 vor der Tür standen, beschloss die junge Partei Unser Bier, an diesen Wahlen teilzunehmen. Schnell ent-

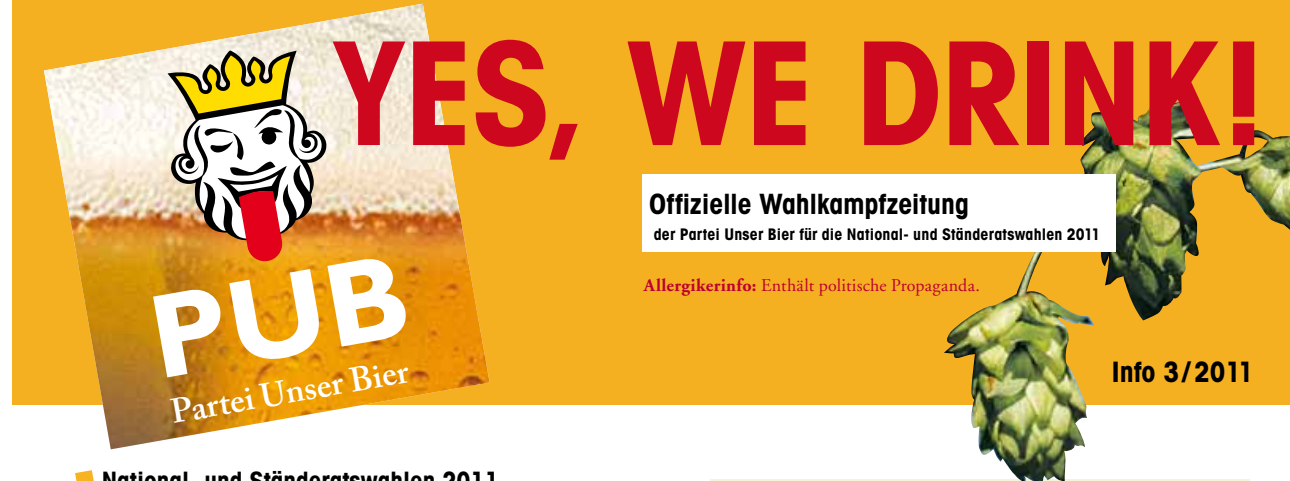
warf sie ein Plakat, mit dem sie in einer Nacht-und-Nebel-Aktion andere Politplakate überklebte. Am liebsten überklebte der eingebürgerte Geschäftsführer jene der Schweizer Demokraten. Mit Erfolg übrigens: Die sind heute weder im Nationalrat noch im Grossen Rat von Basel vertreten.

*PS: An jene, welche die Partei POB noch mitbekommen haben, geht die Bitte, die Partei Unser Bier (PUB) nicht mit der POB zu verwechseln. POB war die Partei Ohne Bier, deshalb vermutlich wechselte die heutige Basler Ständerätin Anita Fetz in die SP.*

Acht Jahre später unternahm die Partei Unser Bier einen erneuten Anlauf, um ihre Flaschen im Nationalrat zu platzieren. Auf den folgenden Seiten sehen Sie die Wahlzeitung mit den Kandidaten und den Parteizielen.



Parteisekretär Christoph Malzheimer mit dem Wahlplakat.



Offizielle Wahlkampfzeitung  
der Partei Unser Bier für die National- und Ständeratswahlen 2011

Allergikerinfo: Enthält politische Propaganda.

Info 3/2011

### ■ National- und Ständeratswahlen 2011

## Wir mischen den Wahlkampf auf!

Jetzt ist genug! Was die da oben machen, geht in keine Kuhhaut! Vor den Wahlen versprechen sie das Blaue vom Himmel. Und nachher machen sie, was sie wollen. Das wird sich jetzt mit dem Auftritt der Partei Unser Bier ändern.



Wir garantieren einen spritzigen Wahlkampf.

Wir beteiligen uns an den Wahlen. Wir portieren unsere kompetentesten Kandidaten, und die halten immer, was sie versprechen. Unsere politischen und wirtschaftlichen Ziele sind klar und wahr. Auf einen Nenner gebracht lauten sie: Schweizer trinken Schweizer Bier von Schweizer Kleinbrauereien. Und im Gegensatz zu allen anderen Parteien bekennen wir uns offen dazu: Unsere Kandidaten sind käuflich!

Mehr zu unseren Kandidaten und unserem Parteiprogramm, mehr auch zu unseren Wahlveranstaltungen und Wahllokalen sowie zu den tatkräftigen Unterstützungsmöglichkeiten lesen Sie auf den folgenden Seiten. «Yes, we drink!»



Dieses Plakat können Sie jeden Donnerstag- und Freitagabend ab 17 Uhr in der Brauerei erwerben (Format A2+ für Fr. 5.-). Es gibt auch Postkarten, Biersteller und vor allem T-Shirts mit dem gleichen Sujet. Die Bierflaschen mit den Wahlkampf-Etiketten erhalten Sie bei Ihrem Getränkehändler.

## Das meinen andere Parteien zur Gründung der PUB



Ihre Forderung, alternative Energien vor allem als hoch subventionierte Solarenergie in Malz zu speichern, gefällt mir als Bauer und Bäcker sehr. Und als Politiker schätze ich Ihren Slogan «Schweizer trinken Unser Bier» ausserordentlich.

Toni Brunner, Präsident SVP



Dass Bier und Arbeit zusammengehören, zeigt die Geschichte der Arbeiterbewegung. Das einzige schäumende Getränk, das die Arbeiterklasse sich früher leisten konnte, war Bier – und nicht das bourgeoise Cüpli.

Christian Levrat, Präsident SP



Als wirtschaftsfreundlichste und allen Unkenrufen zum Trotz zukünftigste aller bürgerlichen Parteien unterstützen wir selbstredend alles, was den Wirtschaften unseres Landes zugute kommt.

Fulvio Pelli, Präsident FdP



Wir können mit Ihrer Partei nichts anfangen. Die katholische Liturgie steht auf Wein und nicht auf Bier. Und unsere grossen Erfolge bei Wahlen mit Bier zu begiessen können wir uns nicht vorstellen.

Christophe Darbellay, Präsident CVP

# Unser Parteistrategie Christoph Malzinger im Gespräch

Wenn Sie sagen «Wählt lieber unsere Flaschen», dann implizieren Sie, dass die anderen Kandidaten Flaschen sind. Was ist daran schlecht? Flaschen sind vielseitige Produkte. Kleine, grosse, weisse, grüne, Einweg, Mehrweg – das Spektrum ist riesig. Sie lassen sich gut recyceln. Sie haben eine Schutzfunktion und vieles mehr. Wenn ein jeder Parlamentarier seine Funktion so gut erfüllen würde, wie das die Flaschen tun, dann hätten wir wesentlich weniger Probleme. Zudem: Man kann sie jederzeit entsorgen. Beim Nationalrat muss man vier Jahre lang warten.

Planen Sie eine Listenverbindung mit andern Parteien?

Eine Verbindung mit den Liberalliberalen kommt nicht in Frage, die sind assozial. Und den Sozialsozialen fehlt die freisinnige Komponente. Ob wir allenfalls mit den Sozialliberalen oder den Liberalsozialen paktieren, ist noch offen. Das hängt davon ab, welche Flaschen sie ins Rennen schicken.

Sie nutzen mit populistischen Sprüchen die Politikverdrossenheit der Bevölkerung für ihre Partikulärinteressen! Das machen andere auch, wir sind in bester Gesellschaft. Trink oder stirb – so einfach ist das.

Die Gründung der Bierpartei erinnert an die Autopartei. Die forderte freie Fahrt für

## Das sind unsere Kandidaten:



### Amber

Bringt eine weibliche Note in den Parlamentsbetrieb, eher lieblich, harmonisch, auf Ausgleich bedacht.

### Blond

Keine Blondine, sondern herb, mit ausgeprägt maskulinen Zügen. Zielgerichtet und zielstrebig.

### Schwarz

Ein bisschen Multikulti, bringt Farbe und Lebensfreude in den grauen Politalltag.

### Weizen

Leicht aufbrausender Charakter, macht ein bisschen Druck, aber im Grunde genommen ein weicher und umgänglicher Typ.

### Whiskybier

Ein Raubbein, aber sehr differenziert im Geschmack, sehr engagiert, vor allem gegen jegliche Eingriffe in die Inhalationsrechte der Fümüaristen.

### OurBeer-Whisky

Unser Ständeratskandidat. Hart im Nehmen, hart im Geben, ein wahrhaft hochprozentiger Kandidat für den unbarmherzigen Politalltag. Aber mit grossem Versöhnlichkeitspotential.

## Das sind unsere Parteiziele!

### ■ Harassenlauf als olympische Disziplin

Wir setzen uns zusammen mit Sabine Pegoraro dafür ein, dass der Harassenlauf nicht nur legalisiert, sondern zur olympischen Disziplin erkoren wird. Dieser wird neu als Mannschaftssport ausgetragen. Gewinner ist, wer trotz massivem Polizeiaufgebot die Ziellinie erreicht. Damit auch Länder mit Alkoholverbot teilnehmen können, darf der Harassenlauf ausnahmsweise auch mit alkoholfreiem Bier bestritten werden.

### ■ Legalisierung des Ambush-Marketings

De jure ist das Ambush-Marketing verboten, de facto aber macht Trittbrettfahren enorm Spass, wie die Aktion «Basel. Mehr als nur Calrsbreg®» der Brauerei Unser Bier während der Euro 08 gezeigt hat. Kostet wenig und produziert sehr viel Aufmerksamkeit.

### ■ Einführung der Bierpreisbindung

Wie die Buchpreisbindung kleinen Buch-

händler das Überleben ermöglicht, soll mit der Bierpreisbindung die wirtschaftliche Stellung lokaler Klein- und Kleinstbrauereien gestärkt werden.

### ■ Mehr Kompanieabende in allen RS und WK

Diese auch von Bundesrat Ueli Maurer unterstützte Massnahme erhöht nicht bloss den Bierabsatz, sondern stärkt nachhaltig die Moral der Truppe. Eine positive Motivation ist bekanntlich die Grundlage unserer Wehrbereitschaft.

### ■ Abschaffung der Alkoholverwaltung

Solange die Alkoholverwaltung Kleinbrauereien wie Unser Bier mit ungerechtfertigten Steuern und Strafbescheiden wegen ihrer Whiskyproduktion plagt, gehört sie voll abgeschafft!

### ■ Förderung der erneuerbaren Energien

Der Ausstieg aus der Atomenergie ist nur durch die Förderung der Alternati-

energien möglich. Aus unserer Sicht ist Solarenergie die Energie der Zukunft – vor allem dann, wenn sie in Form von Malz gespeichert wird.

### ■ Abschaffung der Biersteuer

Solange es keine Weinsteuern gibt, soll es auch keine diskriminierende Biersteuer geben, welche die Brauerei Unser Bier und alle anderen Brauereien Unsummen an Geld kostet – ohne dass eine anständige staatliche Gegenleistung erfolgt.

### ■ Unser Bier an diplomatischen Empfängen

Wir fordern die Verpflichtung aller Vertretungen der Schweiz im Ausland, bei den diplomatischen Anlässen Bier schweizerischer Provenienz zu kredenzen. Das gleiche gilt auch für den Bundesrat bei der Bewirtung ausländischer Staatsbesucher.

### ■ Anbauschlacht für Hopfen und Malz

Die Auslandabhängigkeit bei den Rohstoffen Hopfen und Malz beträgt fast 100 Prozent. Mit einer Anbauschlacht könnte diese massiv verringert werden. Symbolcharakter hätte der Anbau auf dem Rütli (ev. illegal durch das Kader der Partei Unser Bier).

### ■ Fluoridierung des Trinkwassers

Mit der Wiedereinführung der Fluoridierung des Trinkwassers könnte Unser Bier auch zur Kariesprophylaxe empfohlen werden.

### ■ Förderung des «massvollen» Trinkens

Wir fordern eine Kampagne des Bundesamtes für Gesundheit für die Förderung des wirklich massvollen Trinkens (siehe Bild von Parteistrategie Christoph Malzinger rechts).

freie Bürger. Was fordern denn Sie? Freibier für alle?

Sicher nicht. Wir sind für einen «massvollen» Alkoholkonsum. Was wir fordern, ist zum Beispiel die Billigpreisbindung. So werden die billigen Importbiere so teuer, dass sie unsere Qualitätsprodukte nicht konkurrenzieren. Als typisch schweizerische Volkspartei fordern wir auch die Reduktion der Auslandabhängigkeit bei Rohstoffen und Manpower.

Wie denn das? Es gibt in der Schweiz weder Braugerste noch Brauer.

Eben. Wir fordern deshalb eine Anbauschlacht mit Hopfen und Braugerste sowie eine gross angelegte Ausbildungs-offensive für den Brauerberuf. Neue Brauer braucht das Land!

Ist das nicht utopisch?

Wenn die Zeit für eine Idee reif ist, dann wird sie sich durchsetzen. Wir sorgen dafür.

Wie finanzieren Sie Ihren aufwändigen Wahlkampf?

Ich möchte hier eines klarstellen: Uns sponsorn keine anonymen oder bestens bekannten Milliardäre. Unsere Partner sind ausschliesslich rechtschaffene Bürgerinnen und Bürger.

Werden Sie die Pateispenden offenlegen?

Im Prinzip schon, aber erst ab 50000 Franken – und nur im Einverständnis mit dem edlen Spender, der edlen Spenderin.

Wieviel erwarten Sie?

Schon ein bisschen mehr als eine Lokalzeitung für das Basler Theater gesammelt hat.

Noch ein letztes Wort?

Yes. We drink!



Parteistrategie Christoph Malzinger demonstriert das «massvolle» Trinken, wie es vom Bundesamt für Gesundheit empfohlen wird.

### ■ Wir bekennen offen:

## Unsere Kandidaten sind käuflich!

Wenn Millionäre und Milliardäre in die Politik einsteigen, dann spielt ihr Geld eine grosse Rolle. Wie bei grossen Brauereien, die mit grossen Darlehen und hohen Rückvergütungen den Markt für ihre Produkte kaufen. In der Politik gibt es diesen Markt auch. Mit entsprechenden Mitteln

werden Wählerstimmen gekauft. Bei der PUB ist das gerade umgekehrt. Aus der Not, keine Millionen oder noch mehr zu haben, macht unsere Partei eine Tugend: Bei uns sind nicht die Wählerinnen und Wähler käuflich, sondern unsere Kandidaten! Und zwar alle und jederzeit.

### ■ Das meinen die anderen Parteien:



Als gelernter, aber nicht mehr praktizierender Arzt bin ich für einen massvollen Bierkonsum. Als nicht gelernter, aber praktizierender grüner Politiker freue ich mich, wenn dieser massvolle Konsum mit Biobier geschieht. Guy Morin, Stadtpräsident Basel-Stadt



Wir empfehlen Ihrer Partei nachdrücklich, dass sie ihren Parteistrategen Christoph Malzinger nicht zu ihrem Übervater werden lässt. Und dass sie hart in der Sache, aber anständig im Ton politisiert. Sonst droht auch ihr der Spaltpilz. Hans Grunder, Präsident BDP



Der fulminante Erfolg unserer jungen Partei bei den letzten Wahlen bringt uns enorm in personelle Engpässe. Wir können und wollen deshalb nicht zu jeder Bieridee Stellung beziehen. Martin Bäumle, Präsident Grünliberale



Nach der Autopartei jetzt auch noch eine Bierpartei? Jetzt fehlt nur noch die Tabakpartei! Wir Kommunisten meinen: In der Einheit der Werktätigen liegt unsere Kraft und nicht in der Verfolgung kapitalistischer Partikulärinteressen. Norberto Crivelli, Präsident der Partei der Arbeit der Schweiz

**Die Brauerei dankt ganz herzlich all jenen, die dazu beigetragen haben, dass Unser Bier heute das ist, was es ist.**



## **Der Dank geht insbesondere an:**

- *Gerry Wuschech von Wädi-Bräu, der alle Zahlen auf den Tisch gelegt hat*
- *Unternehmen Mitte, das von Beginn weg Unser Bier ausgeschenkt hat, wie auch allen anderen Restaurants, die Unser Bier am Zapfhahn haben*
- *Coop, das Unser Bier vom Start weg ins Sortiment aufgenommen hat*
- *alle Getränkehändler der Region, die Unser Bier vertreiben*
- *alle Aktionärinnen und Aktionäre, die an die Idee Unser Bier geglaubt haben und eine, mehrere oder viele Aktien gezeichnet haben*
- *die Goliaths auf dem Biermarkt, die ganz fleissig Davids produzieren*
- *die Mitbewerber, die uns wach halten*
- *den Basler Regierungsrat, der es Unser Bier erlaubte, ihre heutige Bleibe auf dem Gundeldinger Feld zu beziehen*
- *Christophe Haller, der politische Schützenhilfe dazu leistete*
- *die ehemaligen Verwaltungsräte Hans-Ulrich Stauffer, Urs Ullrich, Claude Kuhn, Beat Sidler, René Bender und Sven Oppliger, die sich für Unser Bier verdient gemacht haben*
- *alle aktuellen und ehemaligen Mitarbeiter*
- *alle freiwilligen Helfer/-innen, die an der Muba und an anderen Anlässen Bier gezapft haben*
- *alle Konsumentinnen und Konsumenten von Unser Bier*




*Aktuelle und ehemalige Verwaltungsräte der Brauerei Unser Bier AG. Oben von links nach rechts: Benjamin Rupp, Fabian Wetter, Uschi Dätwyler, Claude Kuhn, Hans-Ulrich Stauffer, René Bender und Urs Ullrich. Unten: Beat Sidler und Istvan Akos. Nicht auf dem Bild: Sven Oppliger und Michael Bietenhader.*





Was vor 25 Jahren mit einem Sud in einer Spaghettipfanne begann, ist heute die 19. grösste Brauerei der ganzen Schweiz. Diese Broschüre lässt die vergangenen 25 Jahre Revue passieren und versucht eine Antwort darauf zu geben, wie es zu dieser Erfolgsgeschichte gekommen ist.

[www.unser-bier.ch](http://www.unser-bier.ch)



*Andere brauen  
mit Hopfen  
und Malz,  
Unser Bier braut  
auch mit Ihrer  
Sympathie*