

# Kleinbasler Bierrevolutionäre werden 40 Jahre alt

**Jubiläum** 1974 lehnte sich Ueli Bier gegen das Bierkartell auf – Chefin Anita Tremel erklärt, was von dem Geist erhalten blieb

VON MORITZ KAUFMANN

**Frau Tremel, vor 40 Jahren stand Ueli Bier für Widerstand und Eigensinn. Heute ist es selbst eine etablierte Marke, oder?**

Anita Tremel: Ja das kann man sagen. Wir sind eine sehr starke Marke. Das merken wir in der Gastronomie. Wir beliefern einige Restaurants in der Stadt und ausserhalb. Wir zeigen, dass wir kontinuierlich Qualität abliefern können.

**Gründer Hans Jakob Nidecker lehnte sich gegen das Bierkartell auf ...**

Eigentlich wollte er 1974 nur, dass er das damals in Basel gebraute Wardeck ausschenken kann. Das ging aber nicht. Das Bierkartell hatte ihm ein anderes Bier zugewiesen. Das war so üblich damals. Die Brauereien teilten sich den Markt auf. Als liberaler Geist wollte ihm das nicht einleuchten. Deshalb gründete er Ueli Bier.

**Weht dieser Geist immer noch durch die Brauerei?**

Für mich schon. Wir sind eigenständig, also eine Familien-AG, und wir sind auch so aufgestellt, dass wir das beibehalten können. Meinem Schwiegervater – ich bin ja eingekerkert – ging es nicht nur um das Bier. Für ihn war Ueli Bier ein Gesamtkonzept.

**Wie zeigt sich das?**

Er pflegte die Bierkultur. Zum Beispiel, indem er für jede Biersorte ein anderes Glas oder die Ueli-Karaffe herstellen liess. Solche haben heute alle Brauereien. So wird das Bier würdig präsentiert. Auch liess er als erster in einer Schweizer Brauerei ein Weizenbier produzieren. Mein Schwiegervater schuf zudem in der Liegenschaft der Brauerei auch günstigen Mietraum.

**Wie hat sich der Biermarkt im Vergleich zu früher verändert?**

Es gibt heute sehr viel mehr Kleinbrauereien. Diese machen zwar immer noch nur einen kleinen Anteil

im Markt aus, aber die Vielfalt hat sich stark vergrössert. Das ist den kleinen und mittleren Brauereien zu verdanken, die vor allem in den 90-ern entstanden sind. Damals wurde das Bierkartell zerschlagen.

**Und bezüglich der Konsumenten?**

Die Ansprüche der Bierliebhaber sind gestiegen. Das begrüsse ich sehr. Aber auch der Heimkonsum nimmt zu, die Leute trinken heute ihr Bier lieber für sich am Rhein. Darunter leidet die Gastronomie.

**Der Markt wird beherrscht von Carlsberg – zu denen etwa Feldschlösschen und Wardeck gehören – und Heineken. Wie stehen Sie zu denen?**

Man kennt sich. Die Grossen lassen die Kleinen leben. Wir Kleinen sind flexibler und können Spezialitäten anbieten. Das ist gut für die Bierkultur und somit auch für die grossen Player.

**Ueli Bier war etwas sehr innovatives. Haben Sie das Gefühl, dass viele Konkurrenten ihr Konzept kopieren?**

Es war etwas Einmaliges, das stimmt. Neu gegründete Brauereien gab es damals nicht. Brauereien wurden jahrhundertlang übernommen oder gingen ein. Ueli Bier stand 1974 völlig quer in der Landschaft und war seiner Zeit voraus. Oft wurden wir tatsächlich kopiert – aber erst 20 Jahre später. Die meisten anderen kleinen Brauereien sind wie wir sehr regional ausgerichtet. Es ist doch toll, wenn andernorts die Leute auch frisches Bier trinken können.

**In Basel haben Sie Konkurrenz von Unser Bier. Bald soll es das Volta-Bräu geben. Wie gehen Sie damit um?**

Es fordert uns. Aber es spornt uns an.

Wir haben gut nebeneinander Platz in Basel.

**Ihre Marke ist stark auf Basel ausgerichtet. Ist das nicht auch ein Nachteil, wenn man in andere Städte expandieren will?**

Wir haben uns das gar nie als strategisches Ziel vorgenommen. Vielmehr mussten wir schauen, dass wir uns die Altstadt als Standort überhaupt leisten können. Wir haben in den letzten Jahren sehr viel investiert, dass wir im Kleinbasel bleiben können. Dafür sind wir jetzt für die kommenden Jahre gut aufgestellt.

**Es heisst, der Biermarkt ist gesättigt. Wie können Sie wachsen?**

Er ist gesättigt, das stimmt. Wir Klei-

**«Der Markt ist gesättigt, aber wir Kleinen wachsen seit Jahren.»**

Anita Tremel, Ueli-Bier-Chefin

nen wachsen aber trotzdem, und das schon seit Jahren. Die Nachfrage nach einem lokal gebrauten Bier wird immer grösser.

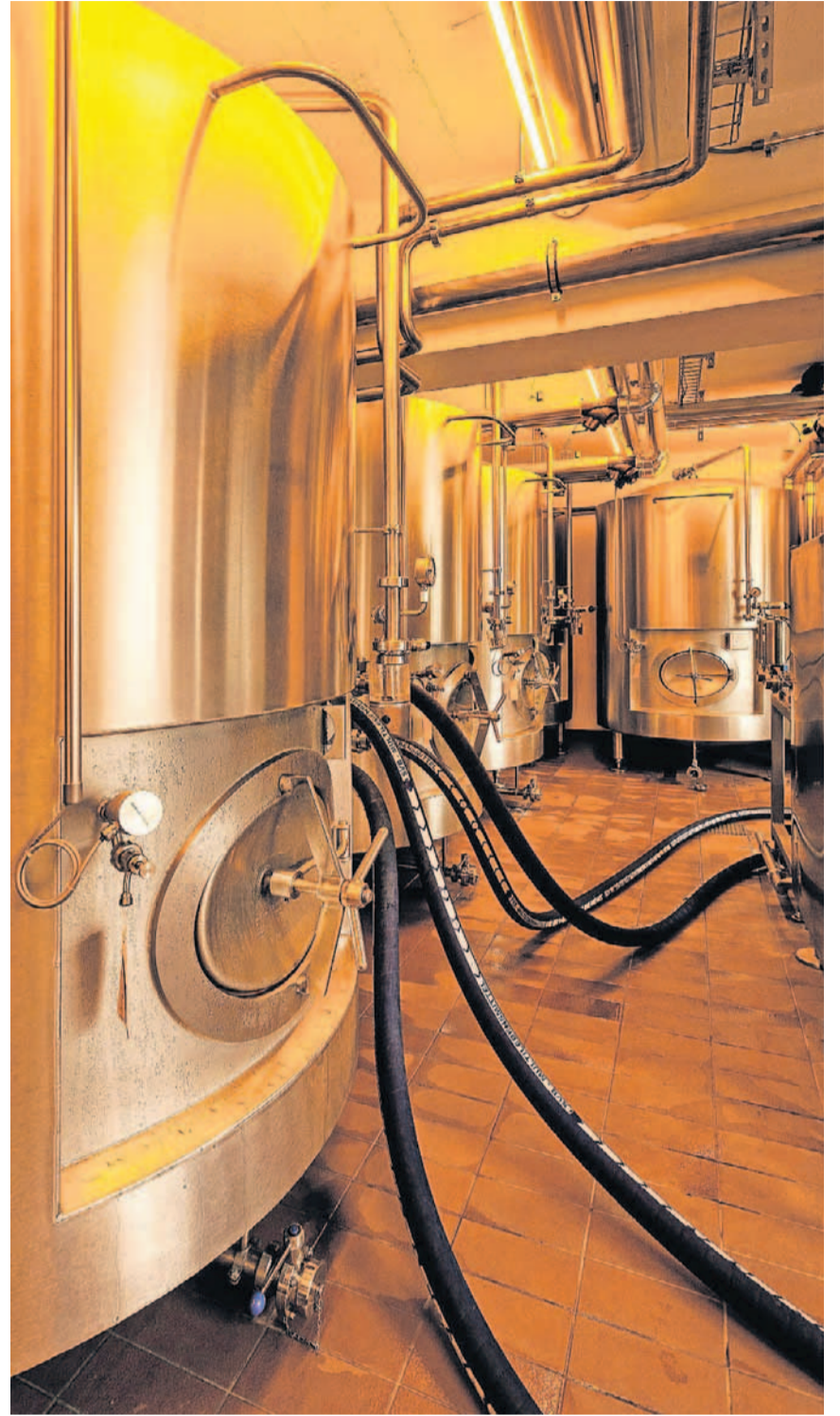
**Verkaufen Sie eigentlich mehr Bier wegen der Fussball-WM?**

Wir hoffen schon, dass wir profitieren können. Bei den letzten Turnieren kamen viele Leute zu uns, um ihre Karaffen zu füllen. Und auch die Restaurants, die Public Viewing anbieten – etwa der Teufelhof – haben einen grossen Absatz.

**Und wo steht Ueli Bier in 40 Jahren?**

Dann bin ich leider nicht mehr dabei (lacht). Aber wir wollen sicher eine starke Marke und im Kleinbasel verankert sein. Vielleicht sind wir dann noch ein bisschen präserter ausserhalb der Region.

Das Jubiläumsfest «40 Jahre Ueli Bier» findet heute Nachmittag statt.



Die neuen Tanks in der Kleinbasler Brauerei von Ueli Bier glänzen noch. Sie wurden letzten Herbst eingebaut.

RALPH DINKEL/ZVG

## Nachricht

### VPOD Für die Revision des PK-Gesetzes

Nach einer engagierten Diskussion sprachen sich die Delegierten des Verbandes des Personals Öffentlicher Dienste der Region Basel (VPOD) für die Revisionsvorlage des Pensionskassengesetzes aus. Hauptkritikpunkt waren neben der Rentenalter-Erhöhung auf 65 Jahre auch der Wechsel vom Leistungs- zum Beitragsprinzip. (BZ)

INSERAT

academia



Deutsch/Englisch

Kindergarten  
Primarschule  
Progymnasium

Individuelle Förderung  
Intensives Sprachprogramm Immersion Plus  
Hausaufgabenbetreuung  
CH- und internationaler Lehrplan  
Schulbus

Bonergasse 75 Telefon 061 260 20 00  
4057 Basel www.academia-international.ch

## Die bz lanciert die Basler Schaufenster-WM

**Gesucht** Das originellste WM-Schaufenster. Machen Sie mit und gewinnen Sie Einkaufsgutscheine von Pro Innerstadt.

Viele Basler Läden haben sich zur Fussball-Weltmeisterschaft herausgeputzt und machen die WM auf originelle Art zum Thema ihrer Schaufenster. Die bz und Pro Innerstadt Basel suchen gemeinsam das originellste Basler WM-Schaufenster.

**So machen Sie mit:**

- Suchen Sie in der Stadt das schönste WM-Schaufenster, schiessen Sie ein Bild vom Schaufenster und senden Sie uns das Bild mit Betreff «Schaufenster-WM» an die Mailadresse [verlosung@bzbasel.ch](mailto:verlosung@bzbasel.ch) Einsendeschluss ist der 26. Juni 2014.
- Sie sind selbst Ladenbesitzer? Kein Problem: Fotografieren Sie Ihr eigenes Schaufenster und senden Sie uns das Bild.

Die Einsender der veröffentlichten Bilder erhalten Pro Innerstadt-Bons im Wert von je 50 Franken. Der Sieger erhält zusätzlich einen Pro Innerstadt-Bon im Wert von 200 Franken und der gekürte Laden eine Insertionsgutschrift für die bz. (BZ)

Die Einsender der veröffentlichten Bilder erhalten Pro Innerstadt-Bons im Wert von je 50 Franken. Der Sieger erhält zusätzlich einen Pro Innerstadt-Bon im Wert von 200 Franken und der gekürte Laden eine Insertionsgutschrift für die bz. (BZ)

Die Einsender der veröffentlichten Bilder erhalten Pro Innerstadt-Bons im Wert von je 50 Franken. Der Sieger erhält zusätzlich einen Pro Innerstadt-Bon im Wert von 200 Franken und der gekürte Laden eine Insertionsgutschrift für die bz. (BZ)



Beispiel für ein Schaufenster mit WM-Dekoration: Pfeifenwolf in der Freien Strasse.

KEN