

## Wirtschaft

# Mit allen Getränken gewaschen

**Marcel Kreber** vertritt gleichzeitig den Brauerei-Verband, die Mineralwasserquellen und die Softdrink-Hersteller. Jetzt will er auch noch in die Politik.

MORITZ KAUFMANN (TEXT)  
UND SIGGI BUCHER (FOTOS)

**W**armes Wetter macht Durst. Und nichts löscht ihn besser als ein kühles Bier. Klettern die Temperaturen, muss etwas Erfrischendes her: Eisgekühlte Softgetränke wie Cola oder Sinalco zum Beispiel. Wird es richtig heiss, lechzen die Konsumenten nur noch nach Wasser – am besten natürlich klares aus den Schweizer Bergen. **Doch egal, was das Thermometer gerade anzeigt: Marcel Kreber (47) hat immer Grund zu lachen.** Er ist gleichzeitig Geschäftsführer des Schweizer Brauerei-Verbandes (SBV) sowie des Verbandes der Schweizerischer Mineralquellen und Softdrink-Produzenten (SMS).

Die Situation ist europaweit einzigartig, hat aber historische Gründe. 1877 wurde der SBV gegründet. «Brauereien entstanden immer dort, wo es gutes Quellwasser gibt», sagt er. In den mageren Jahren des Ersten Weltkriegs war das Malz knapp – also ergänzten die Brauereien ihr Portfolio mit Mineralwasser und Erfrischungsgetränken. Heute versucht Kreber die Interessen

von Weltmarken wie Carlsberg (Feldschlösschen), Heineken oder Red Bull mit denen von KMU wie Egger Bier aus Worb BE oder den Mineralquellen Eptingen AG unter einen Hut zu bringen.

Als SBV-Geschäftsführer freut sich Kreber zwar über das explosionsartige Wachstum von Kleinstbrauereien. «Sie leisten viel für die Bierkultur», schwärmt der Bier-Aficionado. Wenn er zu Hause Gäste hat, bietet er stets eine Auswahl von 20 bis 30 Bierspezialitäten an. Gleichzeitig macht er sich Sorgen um den Berufsstand. «Wenn jeder hobby-mässig braut, leidet die Attraktivität, das Handwerk von der Pike auf zu lernen», mahnt der Jurist. Die Folge: «Es gibt immer weniger ausgebildete Brauer.»

**Überhaupt nimmt der Bierkonsum ab. «Wir trinken so wenig alkoholhaltige Getränke wie noch nie», sagt Kreber. Früher hätten die Brauereien sogar noch Baustellen beliefert.** Der Trend zu mehr Wellness und Gesundheit hat auch das Herrgöttli zum Zmittag auf den Feierabend verdrängt. Selbst die Softdrinks sind wegen ihres Zuckergehalts unter Druck. Vielfach bestellt man heute nur noch ein Mineral.





Marcel Kreber stösst mit SonntagsBlick-Redaktor Moritz Kaufmann an. Zu Hause hat Kreber stets eine Auswahl von 20 bis 30 Bieren.

Das wiederum sind gute Nachrichten für die Mineralwasserhersteller. **«Dank der Alpen hat kaum ein Land eine solche Mineralwasservielfalt wie die Schweiz.»** Doch ist Wasser nicht einfach Wasser? «Keineswegs! Jedes Mineralwasser ist geschmacklich einzigartig!» Der Durst vergeht Kreber jedenfalls nicht. Im Herbst will er für die CVP in den Grossen Rat des Kantons Aargau. Wird das alles nicht ein bisschen viel? Der Getränke-Chef sieht es pragmatisch: «Man kann nur so viel trinken, bis der Durst gestillt ist.» ●

## Der Schweizer Getränkemarkt in Zahlen

# 72

Liter Softgetränke (ohne Eistee und Energy Drinks) trinken Schweizer jährlich.

# 701

registrierte Brauereien gibt es in der Schweiz. Als solche gilt, wer mehr als 400 Liter Bier produziert.

# 578 800 000

Liter Mineralwasser wurden 2015 in der Schweiz abgefüllt.

Marcel Kreber trinkt das Bier fürs Foto nur widerwillig mit Röhrcchen – schliesslich will er die Bierkultur fördern.

## Die Schweiz verliert ihre Kreativ-Köpfe



Die Gebrüder Gailla arbeiten an ihren Skulpturen – seit über zehn Jahren nicht mehr in der Schweiz.

Die kreative Industrie in der Schweiz – von Filmmachern bis zu Designern – dünnt sich aus. Viele Talente gehen ins Ausland und kehren nicht zurück.

**D**ie Schweizer Kreativwirtschaft boomt: Zwischen 2012 und 2014 arbeiteten bei uns laut aktuellem «Kreativwirtschaftsbericht Schweiz» rund 466 000 Menschen als Grafiker, programmierten Computerspiele, entwarfen Häuser oder designten Schmuck. **Fast jeder zehnte Erwerbstätige arbeitet in der Schweiz kreativ. Doch es könnten viel mehr sein.** Denn die Schweiz verliert ihre Kreativköpfe an Topdestinationen wie Barcelona, Berlin oder New York.

Zahlenmässig ist dies schwer zu fassen, aber nicht in Worte: Die Kulturstiftung Pro Helvetia warnt vor einem «Creative Drain» – dem Abfluss von Kreativität. Junge Game-Entwickler und Designer etwa fänden im Ausland bessere Produktionsbedingungen, sagt Sprecherin Sabine Schwarzmann. **«Vielversprechende Ideen können bei uns zu selten realisiert werden.»** Mit 1,5 Millionen Franken Förderung pro Jahr für Projekte im Bereich digitale Medien und Design gibt die Stiftung Gegensteuer.

In der Schweiz kämpfen viele Kreative mit den hohen Lebenshaltungskosten. Bis ein Designer sich nach dem Hochschulabschluss einen Namen gemacht habe, seien die Löhne niedrig, weiss Meret Ernst (49), Vizepräsidentin des Verbandes Swiss Design Association. Ausserdem ist der Konkurrenzkampf gross: «Wir bilden zu viele Designer für den nationalen Markt aus», sagt Ernst.

Einige gingen dorthin, wo sie «weniger stark gefordert sind – etwa nach Berlin».

Dort leben die welschen Zwillingskünstler John und Alex Gailla (44). Seit 2005 schaffen sie dort ihre filigranen Skulpturen aus bemaltem Draht. Warum nicht in ihrem Geburtsland? «Es gab grössere Studios zu günstigen Preisen», erinnern sich die Brüder. «Ausserdem brauchten wir **Veränderung und kein sicheres Umfeld wie in der Schweiz.**»

Geht das Schweizer Erfolgsrezept Sicherheit und Verlässlichkeit nicht auf für Kreative? Macht erst Not erfinderisch, kreativ?

Christian Wassmann (41) empfindet das so. Der Architekt wurde mit Lob überhäuft, als sein «Sun Path House», dessen Rundbau den Sonnenlauf nachahmt, 2015 fertig wurde. Entworfen hat es Wassmann nicht in seiner Zürcher Heimat. Sondern in seinem neuen Zuhause: New York.

Als er an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHDK) studierte, habe er das Gefühl gehabt, in der Schweiz würde alles schnell gemächlich werden, sagt Wassmann. Das Leben schien ihm berechenbar. Er musste weg. «Die Unsicherheit, die ich etwa in New York spürte, ist als Inspiration wichtig für mich.»

Dass viele Kreative im Ausland Erfahrungen sammeln, findet Alexis Georgacopoulos (39) wichtig. Der Direktor der Designhochschule Ecal in Lausanne «pushe» seine Studenten nach draussen. Er lässt Abschlussarbeiten von ausländischen Experten beurteilen. Seine Studenten besuchen Kino-Klassen in Montreal, treffen Galeristen in L. A. Der Direktor will sie «auf der Weltkarte platzieren».

Der Verband Kreativwirtschaft Schweiz will den Abfluss mit einem «Creative Valley» zustöpseln. Wie genau, ist noch unklar. ●

VINZENZ GREINER