

Brauer-Lernende bringen eigenes Bier auf den Markt

Um dem Fachkräftemangel in der Schweizer Brauereibranche entgegenzuwirken, bringen drei Brauer-Lernende von Feldschlösschen ein Bier auf den Markt, dessen Verkaufserlös dem Ausbildungsfonds des Schweizer Brauerei-Verbands gespendet wird.



Feldschlösschen-Lernende mit ihrem Red Castle Ale (v.l.): Nicola, Michael und Jachym.

Bild: zvg

Dass die Kreativität zu einer der Stärken des heutigen Brauers gehört, zeigen die drei Brauer-Lernenden von Feldschlösschen Michael, Nicola und Jachym. Sie erhielten von ihrem Ausbildungsbetrieb von der Auswahl des Bierstils bis zu den eingesetzten Rohstoffen freie Hand und haben so das Feldschlösschen Red Castle Ale eigenständig entwickelt und gebraut.

Das Meisterwerk der angehenden Brauer ist für eine kurze Zeit in ausgewählten Coop Supermärkten in der Sechser-Packung erhältlich und kommt einem guten Zweck zugute: Den vollständigen Verkaufspreis spenden die beiden Partner Coop und Feldschlösschen dem Ausbildungsfonds des Schweizer Brauerei-Verbands.[IMG 2]

Fehlender Nachwuchs in Brauereien

Dieses «Lernendenprojekt» wird mit den Feldschlösschen Lernenden Lebensmitteltechnologien, Schwerpunkt Bier – wie die korrekte Berufsbezeichnung des Brauers heute heisst – zum dritten Mal durchgeführt.

Das Ziel ist die Steigerung der Attraktivität und der Bekanntheit der Brauer-Grundausbildung, um mehr qualifizierte Fachleute in der Braubranche zu haben. Dank den Erlösen aus den letzten zwei Jahren wurde eine Brauwerkstatt für Lernende aus allen Brauereien errichtet und verschiedene Marketingaktivitäten umgesetzt, um Jugendliche vor der Berufswahl anzusprechen.

Aktuell gibt es weit mehr als 1'000 eingetragene Braustätten in der Schweiz. In nur 30 Brauereien werden 13 Brauer-Lernende ausgebildet. (htr/npa)

Publiziert am Montag, 26. April 2021