

Das Bier für den guten Zweck

P-Seminar des HCG braut Neuauflage des „Carossaners“ und spendet Erlös an Landshuter Netzwerk

Von Franziska Hofmann

Alkohol und Schule. Eine Kombination, die zumindest auf den ersten Blick nicht ganz zusammenpasst. Dass es doch passen kann, hat das P-Seminar „Craft-Beer Brauen“ bewiesen, das am Hans-Carossa-Gymnasium (HCG) im vergangenen Schuljahr bereits zum zweiten Mal angeboten wurde. Seminarleiterin Stephanie Schuder-Saugspier hat mit 13 Schülern die Neuauflage des „Carossaners“ gebraut – dieses Mal ein obergäriges Helles.

Die Idee zu diesem Seminar, das bereits in den Schuljahren 2018 bis 2020 zum ersten Mal angeboten wurde, entstand ganz einfach aus den Fächern, die Schuder-Saugspier unterrichtet. Die Lehrerin für Biologie und Chemie kombinierte in ihrem Seminar auf diese Art und Weise die Inhalte des Lehrplans: Von der chemischen Seite aus betrachtet, sollen die Schüler so auch in der Praxis lernen, wie die alkoholische Gärung funktioniert, aus Sicht der Biologie zeigt das Seminar etwa die Enzymaktivität beim Brauvorgang.

Erste Auflage wurde auf Schulfest verkauft

Während die erste Auflage des „Carossaners“ als Weißbier auf dem Schulfest des HCG an die Schülereltern verkauft wurde, war das dieses Jahr coronabedingt nicht möglich. So habe man sich andere Wege und Möglichkeiten gesucht, das Bier auf den Markt zu bringen – und mit dem Feinkostladen „ProBier“ in der Neustadt und „Getränke Kondraschin“ in Altdorf zwei Abnehmer gefunden, die den „Carossaner“ seit Mitte Juli unentgeltlich verkau-

fen. Und das HCG-Bier erfreute sich offenbar großer Beliebtheit: Während im „ProBier“ bereits alle Flaschen restlos ausverkauft sind, hat auch der Getränkemarkt nur noch Restbestände.

Der Erlös aus dem Verkauf des Bieres soll anschließend der Suchtprävention des Landshuter Netzwerks zugute kommen. „Alkohol und Schule sind ja zunächst eher konträre Themen“, sagt die Seminarlehrerin. „Daher war es uns besonders wichtig, den Faktor der Suchtprävention einfließen zu lassen, um die Schülerinnen und Schüler diesbezüglich über deren Bedeutung aufzuklären.“ Weil sowohl „ProBier“, als auch „Getränke Kondraschin“ das Bier bei sich anbieten, ohne dafür Geld zu nehmen, kann die volle Summe in die Suchtberatung des Netzwerks fließen. „Dafür sind wir sehr dankbar“, so Schuder-Saugspier.

Eigenes Werbevideo für „Carossaner“ gedreht

Um den „Carossaner“ zu vertreiben und marktauglich zu machen, mussten die Schüler kreativ werden und haben unter anderem ein eigenes Etikett gestaltet und ein Werbevideo selbst gedreht, das derzeit auf der Website des HCG zu sehen ist. „Im Endeffekt haben die Schülerinnen und Schüler während des Projekts einen eigenen kleinen Betrieb nachgespielt“, sagt die HCG-Lehrerin. „Sie kümmerten sich um die Auswahl und auch die Erprobung der Braurezeptur und gaben die Produktion in Auftrag. Anschließend gestalteten sie die Produktetiketten, entwickelten geeignetes Marketingmaterial und fanden Vertriebskanäle.“ Begonnen hatte alles im Oktober vergangenen Jahres mit



Der „Carossaner“ in zweiter Auflage: Das Etikett haben die P-Seminarteilnehmer selbst gestaltet.

vorerst 20 Litern Bier. Nachdem sich die Schüler zunächst in der Theorie mit den Prozessen des



Zwei Schüler des P-Seminars und Inhaber Martin Brandl bei der Bier-Präsentation im „ProBier“.



Ganz zu Beginn mussten die Schüler zunächst die Maische aus sämtlichen Zutaten ansetzen. Fotos: P-Seminar HCG

Brauvorgangs beschäftigten, recherchierten sie anschließend verschiedene Rezepturen für obergäri-

ges Bier – untergäriges, also etwa ein klassisches Helles könne man aufgrund fehlender Kühlmöglichkeiten laut Schuder-Saugspier in der Schule nicht brauen.

Den ersten Brauversuch startete man in kleinem Rahmen schließlich in der Schule. Das Rezept, das die Schüler soweit etwa mit der Zugabe von Hopfen modifiziert hatten, dass man von einem eigenen Bier sprechen konnte, wurde schließlich in einem Brauautomaten, den die Schule mithilfe von Sponsoren extra für dieses P-Seminar angeschafft hatte, ausgetestet.

Mehrere hundert Flaschen produziert und verkauft

Das fertige Bier, das nach zwei Wochen abgefüllt werden konnte und anschließend noch einmal zwei bis drei Wochen in der Flasche gären musste, wurde dann zunächst an Lehrer für eine erste Kostprobe verteilt – und bestand den Geschmackstest. So gab man das Rezept an die Brauerei „Zombräu“ weiter, die das Bier in Zusammenarbeit mit der Schule im großen Stil produzierte.

Mehrere hundert Flaschen wurden schließlich von den Schülern selbst mit Etiketten beklebt und wanderten in den Verkauf. Nun warte man die endgültige Summe ab, die man eingenommen habe, so Schuder-Saugspier. Diese soll dann anschließend im Herbst an das Netzwerk übergeben werden. „Die Rückmeldungen der Schülerinnen und Schüler waren durchweg positiv“, sagt die Seminarleiterin. „Für viele war es faszinierend zu sehen, wie viel Arbeit hinter einer Flasche Bier steckt und was aus den Ausgangsstoffen, geschrotetem Malz, Wasser, Hopfen und Hefe eigentlich entstehen kann.“