



Umdenken – Wege aus der Krise

Zum dritten Mal hintereinander fand die Frühjahrstagung der VLB Berlin in Bayern statt. Einer der wesentlichen Gründe, warum man sich Anfang März in Nürnberg zur 96. Brau- und maschinentechnischen Arbeitstagung traf, war ein zurzeit in Deutschland wohl einmaliges Projekt dieser Größenordnung. Der Neubau einer Brauerei als Greenfield-Projekt.

DIE NEUE TUCHER BRAUEREI – Dieses technisch wie technologische Schmuckstück persönlich in Augenschein zu nehmen – das ließen sich viele Teilnehmer der Frühjahrstagung nicht nehmen. Hintergründe und Details wurden von *Wieland Hoppen*, Radeberger Gruppe/Tucher Bräu, persönlich in einem Vortragsblock, der sich dem Neubau widmete, vorgestellt. Ergänzt wurde dies um Firmenvorträge zu einer in Deutschland derzeit einmaligen Neuerung – der Kombination von kieselgurfreier Filtration mit einer CSS-Bierstabilisierung (S. 333).

FORSCHUNGSSCHWERPUNKT TECHNOLOGIE – Die Ziele der wissenschaftlichen Station für Brauerei in München sind eindeutig. Seit 1876 geht es ihr um den „Ausbau der wissenschaftlichen Grundlagen sowie Fortentwicklung des Brauwesens, auch durch Förderung langfristig angelegter Forschungsvorhaben“. Angesichts der heutigen Forschungslandschaft und deren finanzieller Basis wird die Einrichtung immer bedeutsamer. Doch was verbirgt sich genau hinter „der Station“? Und wie könnte sie in fünf oder zehn Jahren aussehen? Die *Brauwelt* sprach mit dem Vorsitzenden *Werner Mayer* über das „Bekenntnis zur brauwissenschaftlichen Tradition“ (S. 354).

MANCHE INNOVATIONEN HABEN ES WIRKLICH IN SICH. Sie werden präsentiert, diskutiert, hoch bejubelt oder auch niedergemacht. Meinungen gehen auseinander, scheinen unvereinbar. Wer hat der Weisheit letzten Schluss gefunden? Wir greifen als Fachzeitschrift auch solche strittige Themen auf und bieten ihnen eine neutrale Plattform. Was richtig oder falsch ist, können und wollen wir nicht beurteilen. Wir wollen Ihnen dagegen aktuelle Informationen, Hintergründe und auch Meinungen näher bringen.

Ein solch heißes Eisen ist das Thema Desinfektion durch Biozid-Produkte mittels Elektrolyseanlage vor Ort. Dabei ist schon die Rechtslage zur Biozid-Richtlinie nicht eindeutig. Ab S. 352 lesen Sie eine juristische Sichtweise hierzu.

WEGE AUS DER KRISE – auch das ist ein heißes Eisen. Während die Wirtschaft in Anbetracht pausenloser Negativ-Meldungen zu resignieren scheint, ignoriert der Verbraucher die schlechte Stimmung konsequent und konsumiert nahezu ungebremst. Wie können Unternehmen den Konsumenten jetzt ansprechen? Chancen gibt es reichlich: So gewinnen Unternehmen, die sich durch soziales Engagement profilieren. Das honoriert der Verbraucher (s. GfK-Studie S. 336; Marketing-Porträt ab S. 339). Oder aber ganz anders: Touch me – if you can, so das Motto des 6. rheingold-Kongress in Köln. Das Marktforschungsinstitut zeigte Wege aus der Krise (S. 334). Ein Dreamteam seien Mythos und Marken. Allerdings, so das Fazit: Wir müssen umdenken.

L. Wirlubawa