Den Markt fest im Blick

Nun ist es wieder soweit: Die Brauwirtschaft trifft sich in Nürnberg zur BRAU Beviale 2008. Die letzten Vorbereitungen sind abgeschlossen, es kann losgehen. Die Aussteller zeigen ihre neusten Entwicklungen, und die Besucher können sich einen Überblick verschaffen, was heute Stand der Technik ist oder spätestens morgen sein wird. Wir dürfen gespannt sein, und so wünsche ich uns allen eine erfolgreiche Messe mit guten Geschäften, interessanten Kontakten und neuen Anreizen für den Biermarkt von morgen.

DEN WELTBIERMARKT UNTER DIE LUPE NAHMEN *H. Meier*, Joh. Barth & Sohn, sowie *G. Hansmaennel* im Rahmen des 11. Forums „Getränkeindustrie und Getränkehandel" bei der VLB-Oktobertagung. Die Bierproduktion weltweit verzeichnet stetige Wachstumszahlen, wobei – wenig überraschend – Asien, insbesondere China und Indien, vorne liegen. Aber auch Nigeria oder Peru sind Wachstumsmärkte. Hansmaennel schätzt, dass sich zwei bis drei Global Player den globalen Biermarkt teilen werden. Sie stehen allerdings mit tausenden von kleinen Brauereien und deren erfolgreichen Nischenprodukten im Wettbewerb. Die großen Verlierer dürften die unabhängigen nationalen Marken sein (S. 1378).

OB GLOBAL PLAYER ODER KLEINE BRAUEREI – solange das Bier nicht in optimaler Qualität beim Verbraucher ankommt, nützen alle Bemühungen der Brauereien um dessen Gunst nichts. Zu häufig gilt immer noch das bitterböse Sprichwort „Mit Liebe gebraut – am Zapfhahn versaut". Dies zeigen die aktuellen Untersuchungen von *Dr. H. Taschan*, Kassel (S. 1392). Er legt dar, dass die hygienische Beschaffenheit von Schankbieren oftmals als „nicht zufriedenstellend" bezeichnet werden muss, obwohl die Biere die Brauerei hygienisch einwandfrei verlassen haben. Der Autor fordert eine bessere Kommunikation zwischen Gastwirten, Brauereien, amtlicher Lebensmittelüberwachung und Forschungsstellen ein. Es ist unverständlich, warum sich nur vergleichsweise wenige Brauereien mit dem Thema aktiv auseinandersetzen, denn ein nicht einwandfreies Bier in der Gastronomie fällt immer auf die Brauerei zurück!

AKTIVES EINBRINGEN RENTIERT SICH – ein Beispiel dafür stellen wir Ihnen ab Seite 1404 in dem Beitrag „Drei in einem" vor. Die Böhringer Privatbrauerei Hirschbrauerei Schilling in Römerstein suchte seit Jahren nach einer optimalen Lösung für einen Füller mit Verschließer trotz beengter Verhältnisse in ihrer Flaschenabfüllerei. Geschäftsführer und Braumeister *Johann Spitzer* konfrontierte die Anlagenbauer zudem mit der Idee, einen Füller mit Verschließer für Kronenkorken, Schraubverschluss und Bügelflaschen in einem Block zu konstruieren, um einen schnellen Wechsel zwischen den Abfüllungen der verschiedenen Biere in Bügelverschlussflaschen oder solchen mit Kronenkorken, aber auch von Böhringer Limonaden in Schraubverschlussflaschen zu erreichen. Das Ergebnis einer knapp zweijährigen, europäischen Zusammenarbeit arbeitet heute erfolgreich im Flaschenkeller der Brauerei. Die ersten Kontakte dazu kamen übrigens auf der BRAU Beviale 2006 zustande ...

L. Wirtelmann