



„Das Prinzip aller Dinge ist das Wasser“

Mit diesem Zitat eröffnete Dr. Karl Glas, wissenschaftlicher Leiter des cpw, das 2. Wasserseminar für die Getränke- und Lebensmittelindustrie. Dieser Ausspruch des griechischen Philosophen und Mathematikers *Thales von Milet* (625 bis 547 v. Chr.) ist heute von hoher Brisanz, nicht nur für die Hersteller von Getränken. Zwar ist die Erdoberfläche zu über 70 Prozent mit Wasser bedeckt, aber davon liegen nur vier Prozent als Süßwasser vor und selbst davon ist lediglich ein geringer Teil als Trinkwasser verfügbar. So dürfte es nur eine Frage der Zeit sein, bis die lebensnotwendige Ressource Wasser knapp wird. Grund genug, so Dr. Glas, sich mit dem kühlen Nass auseinanderzusetzen, um auch in Zukunft alles im Fluss zu halten (S. 1154).

WASSER ALS LOKALER ROHSTOFF HAT HOHE BEDEUTUNG. Sehr viele Brauereien stellen die Qualität ihres Brauwassers in den Vordergrund ihrer Werbeaussage, auch weil sie damit ihre engen Beziehungen zum lokalen, regionalen Standort betonen wollen. Damit liegen sie, wie *Matthias Horx* in seinem Zukunftsletter Oktober 2008 schreibt, genau im Trend. In den USA kommt das Konzept des „Nachbarschaftsladens“ immer mehr in Mode; der befindet sich innerhalb der Stadt und ist zu Fuß zu erreichen. Aber nicht nur die Erreichbarkeit spielt bei diesem Konzept eine Rolle, sondern auch das Angebot an regionalen Produkten. „Local“ ist längst ein konkurrenztaugliches Label zu „Bio“, umso mehr, seit viele sich teure Bioprodukte nicht mehr leisten können und normale Produkte aus Großbetrieben durch höhere Transportkosten ebenso teuer geworden sind wie regionale Erzeugnisse von kleinen Bauernhöfen. Entsprechend ist die Zahl der „Local Farmers Markets“ seit 2000 um 50 Prozent gestiegen.

REGIONAL UND SAISONAL sind seit einigen Jahren schon die Trends in der deutschen Gastronomie. Wie die *Gastro Vision* Berlin 2008 gezeigt hat, wächst die Sehnsucht der Konsumenten nach authentischen Lebensmitteln, die eine ureigene Geschichte erzählen. Alle suchen nach glaubwürdigen, echten und ursprünglichen Produkten, weil sie dem Gast einen ideellen Mehrwert bieten (S. 1158).

MEHR DIFFERENZIERUNG GEFORDERT, UND ZWAR DURCH EINSATZ UNTERSCHIEDLICHER ROHSTOFFE

forderte Prof. Dr. Ludwig Narziß am Ende seines umfassenden Überblickes über 150 Jahre Brauereitechnologie bei der 58. Arbeitstagung des Bundes Österreichischer Braumeister und Brauereitechniker in Zipf/Oberösterreich (S. 1153). Prof. Narziß kritisierte in erster Linie die Uniformität und Neutralität der Biere, die heute auf den Markt kommen und forderte die Brauer auf, traditionelle Typenbiere wie das Pils, das Wiener oder aber die „Renner“ früherer Jahre wieder auferstehen zu lassen: „Zurück zu alter Biervielfalt“.

GENUSS BRAUCHT NEBEN VIELFALT AUCH ZEIT. Deswegen hat die Meckatzer Löwenbräu einen Wettbewerb ausgeschrieben unter dem Motto: „Weg von der Fast-Food-Hektik“ (S. 1158). Dabei geht es nicht nur um Rezepte für ein Dreigänge-Picknick und sicher auch um die dazu passenden Biere, sondern ebenso um einen heimeligen Picknick-Platz, weg von der Hektik des Fast-Food, hin zur gemütlichen Gastlichkeit.

Für die bevorstehenden längeren Herbst- und Winterabende werden die Genießer aber sicher die saisonalen Bierspezialitäten im gemütlichen, heimeligen Ambiente in der Gastronomie oder zu Hause genießen wollen, auch dort fernab aller Hektik und am besten ohne Handy, denn lt. Horx liegt auch die zeitweilige Unerreichbarkeit stark im Trend.