



Des einen Freud, des anderen Leid

Dieses alte Sprichwort passt in letzter Zeit sehr gut zur Situation auf dem Bier- und Rohstoffmarkt. „Hopfen ist wieder das grüne Gold“. Darüber freute sich *Josef Miller*, Bayerischer Staatsminister für Landwirtschaft und Forsten, anlässlich der traditionellen Hopfenbesichtigungsfahrt in der Hallertau (S. 993). Nach einer Durststrecke von 15 Jahren kämen die jetzt endlich besseren Preise nicht zu früh, um lange hinausgeschobene Investitionen tätigen zu können. Allerdings benötige die deutsche Hopfenwirtschaft auch in der Zukunft gesicherte Rahmenbedingungen, nicht nur bezüglich des Anbaus, des Pflanzenschutzes und der Forschung, sondern auch hinsichtlich der europäischen Alkoholpolitik.

KOSTEN LAUFEN DER BRAUWIRTSCHAFT DAVON. Darauf müsse die Branche mit Preisanhebungen für Bier reagieren. Laut Aussage von RA *Peter Hahn*, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Brauer-Bundes, ist der Preis für Strom in den letzten 12 Monaten um 23 Prozent gestiegen, für Hopfen um 100 Prozent, für Malz um 84 Prozent und für Glas um 30 Prozent. Weitere Kostensteigerungen werden erwartet, und zwar als Folgen des Emissionshandels, der zwangsläufig zu einem höheren Strompreis führe, und die staatliche Förderung der erneuerbaren Energien, die zudem eine Wettbewerbsverzerrung bewirke.

ENERGIE- UND KLIMASCHUTZ IST SEIT JEHER EIN GROSSES THEMA FÜR DIE BRAUBRANCHE. Energiesparen wird ja meist als die effektivste Art und Weise der Energieerzeugung bezeichnet. Erneuerbare Energien werden in jüngster Zeit immer häufiger hinterfragt. Blockheizkraftwerke können an verschiedenen Stellen der Bierproduktion eingesetzt werden, u. a. auch im Flaschenkeller. Dabei gibt es einige kritische Punkte, die zu berücksichtigen sind (S. 1012). Eine neue Art der Kohlensäurerückgewinnung, wie sie ab S. 999 beschrieben wird, ist auf jeden Fall für die Betriebe wirtschaftlich sinnvoll, die einen hohen AfG-Anteil bzw. eine Vielzahl von Fremdfüllaufträgen haben.

MILDERE BIERE MIT WENIGER ALKOHOL SIND AUF DEM VORMARSCH. So sieht es zumindest *P. Michaelis* von der Privatbrauerei Iserlohn. Deswegen präsentierte sein Unternehmen jetzt Iserlohner Free Lemon, ein traditionell eingebranntes Vollbier, dem nach dem Alkoholentzug fruchtige Lemonen zugesetzt werden. Damit schlägt die Brauerei gleich zwei Fliegen mit einer Klappe. Sie zeigt sich hinsichtlich des Themas Alkohol sehr verantwortungsbewusst und spricht gezielt jüngere Konsumenten an, die „eben Wert auf ein rundherum schickes Getränk legen: Schicke Farbe, schickes Glas, schicker Geschmack“. Der Trend zu mildereren Bieren dürfte der Hopfenbranche nicht so sehr in den Kram passen.

GLAS WIRD IN DEUTSCHLAND FÜR BIER IMMER NOCH BEVORZUGT. 91 Prozent der Befragten wählen beim Bierkauf immer noch die Glasflasche (S. 996), hauptsächlich des Geschmacks wegen. Für PET muss in diesem Bereich wohl noch viel Aufklärungs- und Forschungsarbeit geleistet werden. Trends im Bereich Verpackung präsentiert die FachPack, die vom **25. bis 27. September 2007** in Nürnberg stattfindet (S. 1014). Viele Aussteller werden sich mit dem Thema Codier- und Etikettiertechnik befassen.

HAUPTSACHE, IMMER DICHT BEIM KUNDEN. Dies gilt für Aussteller bei Fachmessen (S. 994 und S. 1014) genauso wie für die Rohstofflieferanten und letztlich auch für die Brauereien selbst mit ihrem Sortiment. Da setzen die einen verstärkt auf ihre Bockbierkompetenz (S. 994), die anderen auf Mischgetränke (S. 996) und wieder andere auf Bio-Weisse (S. 998). Nicht zuletzt dienen auch neue Logistik- und Lagerverwaltungssysteme der Verbesserung der Lieferanten-Kundenbeziehung (S. 996 u. S. 1002).

Auch wir von der *Brauwelt*-Redaktion versuchen mit unseren Informationen und Beiträgen immer dicht beim Kunden zu sein. Falls Sie in der *Brauwelt* besondere Themen vermissen schreiben Sie uns einfach unter redaktion@brauwelt.de