



Neues Denken ist angesagt

Dies gilt nicht nur für die Politiker, die ja zurzeit von allen Seiten unter Beschuss genommen werden, sondern auch für die Führungskräfte in der Wirtschaft und somit auch für die Manager der Getränkebranche (s. a. S. 1510). Der Trendforscher Karl-Heinz Smola beobachtet einen Wertewandel sowie einen geistigen Wandel. Wer den Erfolg haben will, kann nicht so weitermachen wie bisher. Die Megatrends sind „Neues Bewusstsein“ und „Neues Denken“. Smola erwartet die „weiche Welle“: Sinnsuche, Transgenerationsprodukte, Kommunikation.

Veränderungen in Marketing und Vertrieb bringt aber auch der Online-Boom mit sich (S.1509). Die globalisierende Wirkung des Internets zwingt die Firmen immer stärker, die eigenen Kommunikationsinstrumente grenzen- und sprachübergreifend auszurichten. Auch reklamiert das Internet offensiv den Anspruch, neues Leitmedium für die Kundenansprache zu sein und zwar mit witzigen Gattungskampagnen.

LAND IN SICHT meldet das ifo-Institut (S.1513). Über die Hälfte der befragten Unternehmen wollen in Maschinen und Anlagen investieren mit dem Ziel der Kapazitätserweiterung. Dies, so das Institut, zieht in der Regel mehr Beschäftigung nach sich. Mehr persönliche Sicherheit und eventuell höhere verfügbare Einkommen könnten auch dem Bierabsatz nutzen, der in den ersten acht Monaten des laufenden Jahres um 0,7 Prozent zurückgegangen ist (S. 1511).

UMDENKEN BEI DER VERPACKUNG führt in erster Linie zu mehr Convenience. Der neue Mönchshof 4er Träger spricht in erster Linie die Bierkenner an, die „ihr“ Bier in kleineren Einheiten kaufen und öfters mal was Neues probieren bzw. ihren Biergenuss dem Trinkanlass anpassen wollen (S. 1513).

DEN HÖCHSTEN GENUSS EMPFINDEN BIERTRINKER nach einer neuen Studie beim Konsum des Bieres aus einer Glasflasche. Dosen und PET-Flaschen wurden bei Bier ausnahmslos als genussmindernd beurteilt. Es bleibt abzuwarten, ob der Biergenießer die neueren Gebinde akzeptiert.

GENUSS SETZT QUALITÄT VORAUS. Die Qualität eines Bieres hängt von so vielen Faktoren ab, dass ganze Bücher darüber verfasst wurden und werden sowie eine Vielzahl von Seminaren sich damit beschäftigen. So unterschiedliche Faktoren wie die Rohstoffe Hopfen (S. 1508) und Gerste (S. 1514), aber auch Druckschläge in Rohrleitungen (S. 1519) und die sachgemäße Anwendung von Desinfektionsmaßnahmen (S. 1527) können die Qualität des Endproduktes erheblich beeinflussen. Allerdings muss sich der verantwortliche Brauereitechniker oft mit so vielen gesetzlichen Vorschriften beschäftigen, dass er den normalen Braubetrieb fast im Nebenjob absolviert. Spätestens bis zum 31. Dezember 2005 müssen jetzt auch bei Altanlagen die Explosionsschutzdokumente erstellt werden. Dies ist, wie Peter Zacharias vom Bayerischen Brauerbund ab S. 1532 schreibt, keine Hexerei, wenn man die hier aufgeführten Punkte berücksichtigt.

Mit derartigen Vorschriften, so sinnvoll und nötig sie im Einzelfall auch sein mögen, werden die Führungskräfte immer wieder auf den harten Boden der Realität zurückgeholt. Erst wenn alle gesetzlichen Auflagen erfüllt bzw. abgearbeitet sind und der Betrieb einigermaßen rund läuft, hat man in den kleineren und mittleren Betrieben Zeit, sich mit Megatrends zu beschäftigen und sich zu überlegen, wie man auf diese am besten reagieren könnte. Oft kann es dann aber schon zu spät sein. Manchmal kann es auch von Vorteil sein, nicht auf jeden Trend zu reagieren, bzw. auf jeden fahrenden Zug aufzuspringen.

K. H. Meyer