

Bier reloaded

Zufrieden und mit Stolz blicken die Brauer auf 2016 zurück – und mit einiger Zuversicht auch in die Zukunft. Das war das Fazit von BBB-Präsident *Georg Schneider* bei der Jahres-Pressekonferenz in München. Auch wenn die Entwicklung der bayerischen Brauwirtschaft (wieder) gegen den nationalen Strom schwimmt, diesmal leider mit Absatzeinbußen entgegen dem sonstigen Wachstum (vgl. S. 176), und einige Herausforderung zu bewältigen sind, so ist die Stimmung doch gut, denn „Bier ist wieder jung, hipp und sexy, also quasi Bayerisches Bier reloaded“, so Schneider (S. 173).



GUTE PLANUNG STATT „IRGENDWIE“ – Um das Produkt mit dem neuen Image rechtzeitig an den Mann, respektive Kunden zu bringen, bedarf es einer guten Tourenplanung. Oder gehören Sie noch zu denjenigen, die die letzte Saison „irgendwie“ und mit hohen Transportkosten hinter sich gebracht haben? Das muss nicht sein, meint *Celina Herbold*, Münster, und erläutert ab Seite 192 die strategische Rahmentourenplanung, die viel Zeit, Geld und Nerven bei der täglichen Disposition spart.

APROPOS GUTE PLANUNG – Viele kennen das Problem nur zu gut: Es fehlt an Platz! Zum Beispiel – wie bei der Familienbrauerei *Georg Meinel* in Hof – im Flaschenkeller. 2014 musste eine neue Leerflascheninspektion her, die nicht nur zum Qualitätsverständnis der „Bierfeen“ *Gisela und Monika Meinel-Hansen*, sondern auch zum Platzangebot passte. Ab Seite 183 zeigen wir Ihnen, wie „Auf engstem Raum“ eine Inspektionsqualität erreicht wurde, die sonst fast nur Großbetriebe zu bieten haben, so die Meinel-Schwestern.

KONTROVERS DISKUTIERT – Hygienic Design ist ein solches Thema, die Meinungen sind breit gestreut. Dabei soll es helfen, Getränke von höchster Qualität zu produzieren. Im Beitrag „Wieviel Hygienic Design braucht die Getränkebranche?“ behandelt *Dr. Franz Mader*, Weihenstephan, das Thema von der Definition der relevanten Oberflächen bis hin zur Qualifizierung ganzer Anlagen, zeigt die Vorgehensweise und den Nutzen für die Kunden (S. 186). Ebenso kontrovers diskutiert werden die Artikel unseres Autors *Thomas F. Voigt* zum Thema Schädlingsbekämpfung in der Getränkebranche. Von „schon wieder diese Fotos“ bis „super, dass die BRAUWELT dieses Thema bringt“ reichen die Kommentare, die uns erreichen. Zugegeben, es gibt Appetitlicheres, Fakt ist aber auch, dass das Thema Schädlingsprophylaxe jeden Betrieb angeht. Eine Neuauflage der Serie finden Sie übrigens ab Seite 189.

BIER 4.0 – Industrie 4.0, und was bedeutet das für unsere Branche? Diese Frage stand im Mittelpunkt der Getränke Impuls Tage 2017. Ich muss gestehen, dass mich manche Aussichten dieser schönen neuen Welt eher verschreckt als begeistert haben. Dass Entmündigung ein wirtschaftliches Erfolgsrezept ist, zum Beispiel. Aber es gibt auch positive Entwicklungen, die wir als Branche nutzen können und müssen, soll uns die Smart World nicht überrennen (S. 196). Die Zeit ist jetzt (noch) günstig für die Brauer. Denn wie war das? Bier ist jung, hipp und sexy ...

L. Jankersfeld