

Tradition durch Innovation

Dem stetigen Vorantrieb der Braugerstenzüchtung haben es die Brauer zu verdanken, dass auch 2013 trotz teils extremer Wetterbedingungen europaweit mit einer zwar heterogenen Qualität, insgesamt aber recht passablen Braugerstenernte zu rechnen ist. Trotz des EU-weiten Flächenrückgangs wird bereits mit einem Braugerstenüberschuss gerechnet. So erfreulich diese



Nachrichte klingt, kursiert doch bereits bei den Landwirten wieder das Schreckgespenst sinkender Braugerstenpreise – getrieben vom internationalen Börsenhandel und vorausseilender Gewinnerwartung – mit Blick auf die Bereitschaft zum Braugerstenanbau eine leidige Tradition (S. 1022).

BELOHNT E EXPERIMENTIERFREUDE – Eine alte Weisheit besagt, dass man beim Start ins Ungewisse lieber erst einmal kleine Brötchen backen soll. Die Distelhäuser Brauerei experimentiert deshalb in der eigenen Brau-Werkstatt und nutzte die Grüne Woche in Berlin als Verbrauchertestplattform für die entwickelten Spezialbiere. Nachdem für eine vorgestellte Biersorte 80 Prozent der Testkandidaten Kaufinteresse bekundeten, wurde sie, wenn auch unter weniger klangvollem Namen, ins Produktsortiment aufgenommen (S. 1022).

Ob man sich bei der Namensgebung von den Erfahrungen von *Jens Luckart*, Kiesbye's BierkulturHaus, hat leiten lassen, bleibt das Geheimnis der Brauerei. In seinem Artikel spricht Luckart ab Seite 1032 ganz offen über seine Tätigkeit als Produktentwickler, in der er nicht nur Himmelsstürmer kreierte, sondern auch zahlreiche Rohrkrepierer verkraften musste, bevor er sich in die Denkweise des Konsumenten versetzte und auch traditionelle Sichtweisen kritisch hinterfragte.

DER RICHTIGE DRAHT – Was tun, wenn sich der Biermarkt vom Verkäufer- zum Käufermarkt gewandelt hat? Die 1405 gegründete Anton Pöllinger Brauerei antwortet darauf mit einem softwaregestützten Vertriebscontrolling, das bei der Optimierung der Vertriebswege hilft, unter anderem aussagekräftige Kundendeckungsbeitragsrechnungen liefert und so den Fortbestand des Traditionsunternehmens sichert (S. 1044).

ERFOLGSGARANT – Begeisternde Produktkommunikation beflügelt das Kaufinteresse. Wie wäre es da zum Beispiel mit einem Lehrgang zum Bierbotschafter IHK? Mehr über diesen begrüßenswerten Beitrag zur Pflege der Brautradition erfahren Sie ab Seite 1034. Gemeinsam mit dem Gastronomischen Bildungszentrum in Koblenz verlost die BRAUWELT übrigens einen Teilnahmeplatz!

Apropos Innovation: Vielleicht fiebern auch Sie den zahlreichen Neuheiten auf der drinktec 2013 entgegen? Bei der Vorbereitung eines erfolgreichen Messerundgangs wird Sie das beiliegende Vorschauheft sicherlich unterstützen.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alexander Franke'. The signature is stylized and fluid.