

Wir können auch anders

„Der deutsche Biermarkt hat wie vieles zwei Seiten“, sagte *Stephan Barth* während der Pressekonferenz zur Vorstellung des neuen Barth Berichtes in München (S. 881). Auf der einen Seite häuften sich Berichte über den zurückgehenden pro-Kopf-Verbrauch und über einen Preisverhau. Auf der anderen Seite seien wohl selten so viele Berichte über kreative Köpfe in Brauereien erschienen.



CRAFTVOLL – „Deutsches Bier kann auch anders“ sagte Barth. Die neue Lust an der Biervielfalt stärkt das Image der deutschen Brauwirtschaft, sodass uns wohl hoffentlich nicht länger nachgesagt wird, deutsches Bier sei „qualitativ hochwertig, aber langweilig.“ Die treibende Kraft hinter Ins-Bier-ationen sind zumeist kleinere oder mittelständische Brauereien. Dass auch sie anders können, beweisen größere deutsche Brauereigruppen mit geschmackvollen Craft Beer-Kreationen, wovon einige bei der Pressekonferenz in München verkostet werden konnten. Und erst diese Woche hat uns eine weitere Braugruppe ein Feuerwerk an craftvollen Ideen versprochen, sozusagen ein Craftwerk ...

INNOVATIONSEFFIZIENZ – Wer dagegen nicht über eine gut ausgestattete Versuchsbrauerei verfügt, gelangt beim Thema Produktinnovationen auch mal schnell an seine Grenzen: „Der Trend zu lokalen Bierspezialitäten lässt die in der Regel mittelständisch strukturierten Anbieter mit der Zeit aus ihren etablierten Strukturen herauswachsen“, sagt *Dr. A. Kühne*, Düsseldorf, zum Thema R&D in seinem Beitrag „Wertorientiertes Projektmanagement“. Wie man seine Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten effizient gestalten kann, zeigt der Autor ab Seite 890.

ÜBERBLICK BEHALTEN – Gut, wenn man zudem auf einen reichen Fundus an gut dokumentiertem Wissen zurückgreifen kann. Bei dem nicht ganz kleinen Produktbereich „Fermentierte Getränke“ fehlte bislang eine umfassende Zusammenstellung. *K. Müller-Auffermann* vom Forschungszentrum Weihenstephan für Brau- und Lebensmittelqualität gibt in einer vierteiligen Serie einen Überblick über die bisher bekannten Getränke. Wir starten in der heutige BRAUWELT mit milch- und fruchtba-rierten fermentierten Getränken (S. 902), bevor in der BRAUWELT Nr. 35 die Liste um cerealien- und pseudocerealienbasierte fermentierte Getränke ergänzt wird.

ROLLENTAUSCH – Anders als gedacht können mitunter auch insolvente Geschäftspartner: nämlich Geld fordern statt Geld schulden. Insolvenzanfechtung heißt das Schreckgespenst, bei dem die insolvente Seite auf einmal Forderungen an ihre Gläubiger stellen kann. Unter welchen Umständen das passieren kann und wann bei Ihnen alle Alarmglocken schrillen sollten, verrät *W. Baldus*, Lohmar, in seinem Beitrag ab Seite 898.

L. Winklermann