

Abheben vom Standardsortiment

Anfang März fand in München zum zweiten Mal die „Braukunst Live!“ statt. Wer bei dieser Endverbrauchermesse an eine Biergarten- und Maßkrug-Veranstaltung denkt, liegt komplett falsch. Mit frischen Ideen und neuen Kreationen lag der Fokus der Veranstaltung bei den Spezialitäten-Bieren, und so ließ es sich kaum eine der ausstellenden Brauereien nehmen, ihre Interpretation von Braukunst zu zeigen, die sich vom „Standard-Sortiment“ in Deutschland deutlich abhob (S. 346).



ABSEITS DER MASSENBIERE – Mehr und mehr kehrt der Mut zurück, Neues zu wagen. Ein erster Schritt in diese Richtung ist für viele Betriebe ein hopfenbetontes oder gar hopfengestopft Bier. Auf der VLB-Frühjahrstagung beschäftigte sich ein Vortragsblock mit dem Thema Hopfen und seinen Potenzialen (unseren Bericht zur Tagung finden Sie auf S. 345). – Noch einen Schritt weiter ging *Maximilian Sedlmeier* aus Altenstadt. Mit viel Mut und guten Ideen gründete der Jungunternehmer seine eigene Brauerei – quasi aus dem Nichts. Lesen Sie ab Seite 365 die noch junge Erfolgsgeschichte der Maxbrauerei Biermanufaktur und inwiefern schon die erste Braukunst Live! hierbei zum Türöffner wurde.

LIEB UND TEUER – Der Spezialitätenennische längst entwachsen ist Weißbier. Seit Jahren erfreut es sich wachsender Beliebtheit. Was aber Weißbiere im gesättigten deutschen Biermarkt besonders attraktiv macht, ist die wenig erschütterbare Preisstellung. Unsere Autoren *Dr. U. Lebok* und *E. Weber*, Röthenbach, betrachten die Ursachen und stellen fest, dass Weißbier in Deutschland „trotz Tradition“ erfolgreich ist. Jetzt nur nicht verramschen, mahnen die Experten und wittern neue Chancen für Weißbierspezialisten (S. 358).

ANDERS ALS ANDERE: Feiern Sie Ihren ganz eigenen „Tag des Deutschen Bieres“? Haben Sie sich etwas Besonderes einfallen lassen, um Ihr Bier am 23. April ganz groß herauszubringen? Zeigen Sie uns, wie! Nähere Informationen dazu finden Sie auf Seite 347.

L. Winklermann