

## Einfach neue Trends setzen

So einfach ist das allerdings nun auch wieder nicht. Es bedarf schon eines recht umtriebigen Geistes, um in unserer schnelllebigen Zeit solche Ideen zu entwickeln, die dann das Zeug zum echten Trend haben. Kennen Sie zum Beispiel Igniscum? Können Sie eigentlich nicht, ist aber schade. Der Riesenknöterich hat nämlich Potenzial als Energiepflanze und wird gerade von einem äußerst umtriebigen Hopfenbauern in der Hallertau getestet (S. 1078).



**ZENTRALES ELEMENT** – Wer schon an der Spitze steht, möchte das Erreichte erhalten. In der Hopfenwirtschaft sei das Hopfenforschungsinstitut in Hüll ein zentrales Element, um den deutschen Hopfenanbau international an der Spitze zu halten, sagte Staatsminister *H. Brunner* bei der diesjährigen Hopfenrundfahrt in Wolnzach (S. 1077) und attestierte dem deutschen Hopfenbau, dank Hüll immer einen Schritt schneller und besser sein zu können.

**GESCHÄFTSIDE** – „Wir laufen keinem Trend hinter her – wir setzen einfach neue“ ist das Motto von *Hans Wächtler*, dem Inhaber von HW Brauerei-Service. Vor zehn Jahren hat er sein Unternehmen gegründet und sich mit Erfolg am Markt durchgesetzt. Mit seiner erst kürzlich gegründeten Firma Ventarsys greift er das Thema „RFID“ einmal anders auf (S. 1079 und 1103). So erfahren Sie zum Beispiel, wie sich mit RFID nicht nur Kegs kennzeichnen, sondern auch die nervenaufreibende Suche nach verschwundenen Akkubohrern vermeiden lassen ...

**MEHR EFFIZIENZ DANK TRANSPARENZ** – Energiekosten und Steuern zu sparen, ist nun wahrlich keine neue Idee, wohl aber der Lösungsansatz: Ab Seite 1094 stellen wir eine Software zur Analyse, Bewertung und Optimierung des Energieverbrauches vor, die vom Energiedienstleister KEVAG aus Koblenz entwickelt, in Zusammenarbeit mit GEA Brewery Systems, Kitzingen, für die Brauwirtschaft modifiziert und bei der Brauerei Rapp, Wurmlingen, installiert wurde.

**REVOLUTION OHNE FEINDBILD** – Im Nahen Osten ist vieles anders. Dies ist ausnahmsweise nicht auf die Politik bezogen. In Israel überholt sich die Brauwirtschaft gerade selbst, wie *Dr. Ina Verstl* feststellen konnte. Obwohl der israelische Bierdurst allenfalls als „überschaubar“ bezeichnet werden kann, entwickelte sich dort eine kuriose Craft-Brewer-Szene. Lesen Sie ab Seite 1086, wie es möglich ist, das Bier einer – von einem palästinensischen Christen mit dem Slogan „So schmeckt die Revolution“ gegründeten – Brauerei nach Israel zu verkaufen, und was sich hinter der Bezeichnung „Brauerei im Aufbau“ verbirgt.

*L. Wirtelmann*