

Unmögliches möglich machen



15 EUR pro Flasche Bier – wer träumt nicht von solchen Preisen? Für ideenreiche Brauer mit Spezialitäten, Gourmetbieren und limitierten Sonderabfüllungen muss das kein Traum bleiben. Unmöglich? Nein, keineswegs. Seit kurzem existiert eine Gourmetbier-Galerie im hessischen Friedberg, die als Vermarktungs- und Vertriebsplattform für hochwertige Bierspezialitäten fungiert und dabei neue Wege geht (S. 607).

DEUTSCHE BRAUER IM AUSLAND I – Rund 300 Teilnehmer waren der Einladung zur „VeW-Mitgliederversammlung der Superlative“ in den Regierungspalast in Udine gefolgt. Organisiert wurde die 95. Mitgliederversammlung, die zum dritten Mal in Italien, aber erstmals im nichtdeutschsprachigen Raum abgehalten wurde, vom „italienischen Brauer-Dream-Team“ *Dr. Tullio Zangrando, Dr. August Gresser und Giorgio Zasio*. Zusammen mit VeW-Geschäftsführerin *A. Scheulen-Bläsius* machten sie „das Unmögliche möglich“, wie *Dr. M. Zepf* betonte. In Udine wurde unter anderem ein neuer Vorstand gewählt. Mehr dazu ab Seite 605.

DEUTSCHE BRAUER IM AUSLAND II – Der Export deutschen Bieres ins Ausland steigt. Das zeigen die aktuellen Zahlen von *Dr. Kai Kelch* (S. 612). Nach der Biersteuerstatistik stieg der Export um vier Prozent auf 15,360 Mio hl. Vor allem in die Schweiz, nach Belgien, Irland, Russland, Polen, Australien, Singapur, Litauen, Rumänien, Rep. Korea und China verzeichnete unser langjähriger Autor deutlich höhere Exportzahlen. *Dr. Kelch* beobachtet den Markt seit Jahrzehnten und mahnt an, der Ausfuhr von Bier ein verstärktes Interesse zu schenken (S. 614)! Vielleicht werden wir so auch hier irgendwann Exportweltmeister ...

EINER FÜR ALLE – Am 27. März 2012 hat die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft im Rahmen der Anuga FoodTec den renommierten International FoodTec an den Lehrstuhl für Lebensmittelverpackungstechnik in Weihenstephan vergeben. Ausgezeichnet wurden die Weihenstephaner Standards zur Betriebsdatenerfassung, die mit vielen individuellen und kostenintensiven Systemen aufräumten. Diese Standards zur übergreifenden Vernetzung von Getränkeabfüllanlagen werden mittlerweile auch in anderen Branchen eingesetzt. Wir sprachen mit *Dr. Tobias Voigt* über das Projekt, die Auszeichnung und die zukünftigen Entwicklungen bei den Weihenstephaner BDE-Standards (S. 622).

ERFOLG IM DEUTSCHEN BIERMARKT, und das auf Basis einer Werbekampagne aus den 1960ern? Kein Scherz, sondern erfreuliche Realität ist dies für die Distelhäuser Brauerei und ihr Distel Spezial. Das Kultprodukt Distel und die Kampagne aus der guten alten Zeit stand (und steht) für Authentizität, regionale Glaubwürdigkeit und Konsequenz im Branding. Lesen Sie ab Seite 615, wie auch ein Blick zurück den Weg nach vorne ebnen kann und das für unmöglich Gehaltene möglich wird.

L. Würthmann