

„Ohne Innovationen wird's langweilig“

Das sagte *Reiner Mihr*, Chefredakteur der Lebensmittelzeitung, anlässlich der Jahrestagung der Wirtschaftsvereinigung alkoholfreier Getränke (wafig) (S. 1579). Er befand sich mit dieser Feststellung in bester Gesellschaft. So sah auch der im Amt bestätigte wafig-Präsident *Dr. Klaus Stadler* „durch ein breites Portfolio an alkoholfreien Getränken und Innovationen, die den Genuss fördern, zukünftige Wachstumspotenziale und eine hervorragende Wertschöpfungskette“ (Dr. Stadler wird sicherlich zugestehen, dass sein Zusatz „alkoholfrei“ aus unserer Sicht ersatzlos gestrichen werden kann).

KEINESWEGS NEU sind Social-Media-Plattformen. Internetnutzer mit

Bier-Interesse nutzen diese Seiten vor allem der Unterhaltung wegen. Wie groß das Interesse ist und welche Strategien gelobt werden, zeigt die aktuelle Marktstudie „Social-media-Branchenreport Biermarken 2011“ (S. 1580).

EMANZIPIERTER

BIERTRINKER – Hopfen ist für den Verbraucher das zentrale Unterscheidungsmerkmal für den Geschmack von Bier. Damit ist sein Wissensstand aber auch schon nahezu umfassend beschrieben, wie eine Befragung von 400 Pilsrinkern zeigt. Halbwissen gepaart mit

Unwissen führen zum „Mysterium Hopfen“, wie die Autoren *Thomas Raiser*, *Joh. Barth & Sohn*, und *Dr. Uwe Lebok*, K&A BrandResearch, Nürnberg, aufzeigen. Dem Konsumenten ist jedoch kein Vorwurf zu machen. Es liegt an der mangelnden Kommunikation. Eine große Chance, die die Brauereien aufgreifen sollten, denn der Verbraucher lässt sich gern von der Biervielfalt verführen. Eine Emanzipation derjenigen Biertrinker scheint sich anzubahnen, die mehr als „nur ein Bier trinken“ wollen (S. 1591).

STRATEGISCHE OPTIONEN – Der Weltbierausstoß 2010 ist auf rund 1,85 Mrd hl angewachsen. Aber nicht überall stieg der Bierdurst gleichermaßen. Wer sind die 40 größten biererzeugenden Länder, wer die Top-40-Brauereigruppen? Mehr über die länderspezifischen Marktführer und ihre Herausforderer, über die Trends in den verschiedenen Märkten und die Frage, welche Konzernstrategien für die kommenden Jahre diskutiert werden – das lesen Sie im „Internationalen Biermarkt“ ab Seite 1586.

LIEBE LESER, nachdem – nicht nur für uns als BRAUWELT-Team mit unserem Jubiläumsjahr 2011 – ein spannendes, ereignisreiches und erfolgreiches Jahr zu Ende geht, wünschen wir eine frohe Weihnachtszeit und einen guten Rutsch ins Jahr 2012. Ihnen allen ein glückliches, erfolgreiches, krisenfreies und mit Gesundheit gesegnetes Jahr,

Ihr BRAUWELT-Team

