

Das Top-Thema der Branche

Als *Gerhard Ilgenfritz*, Präsident des Verbandes Private Brauereien Bayern, am 9. November 2011 die Brau Beviale in Nürnberg eröffnete, gab es schon von Beginn an Grund zum Feiern. Schließlich war es die 50. Europäische Fachmesse für die Getränkewirtschaft

in Nürnberg. Knapp 32 000 Besucher aus dem In- und Ausland informierten sich drei Tage lang an den Ständen der über 1 300 Aussteller aus 49 Nationen. Dessen nicht genug rundeten zahlreiche Zusatz-Veranstaltungen das Programm rund um die wohl wichtigste Investitionsgütermesse der Getränkebranche 2011 ab: European Beer Star, Deutscher Verpackungspreis 2011, Ausstellerfachforen oder PETpoint waren weitere Höhepunkte, die die Messe Mitte November zum Top-Event der Branche



machten. Wir werden in dieser und den nachfolgenden Ausgaben der BRAUWELT ausgiebig über Innovationen und Veranstaltungen berichten.

WACHSENDER DURST – „Getrunken wird immer mehr“, sagte *Rolf Keller*, NürnbergMesse, zur Eröffnungspressekonferenz und zeigte das – global betrachtet – gewaltige Wachstumspotenzial der Getränkebranche auf (S. 1447). Für den deutschen Biermarkt sind die Aussichten weniger rosig, wie *G. Ilgenfritz* ergänzte. Aber es gibt auch Positives: Der Zuwachs der Kleinstbetriebe in der Braubranche spiegelt für ihn das wachsende Verbraucherinteresse an Regionalität und Authentizität wieder. Dies, wie auch die Investitionsbereitschaft, seien Schlüsselfaktoren zum Erfolg.

WACHSENDES INTERESSE – Nach einer Befragung des Handels hat sich der Begriff „Regionalität“ zum Top-Thema entwickelt. Die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft wollte es genau wissen und führte eine Studie zum Thema „Regionalität aus Verbrauchersicht“ durch. Im Fokus standen der Stellenwert regionaler Lebensmittel sowie die Frage, wie der Verbraucher „Regionalität“ definiert. Der Beitrag von *Guido Oppenhäuser*, DLG, ab Seite 1458 fasst die Studienergebnisse zusammen und gibt Handlungsempfehlungen zu einer Entwicklung, die „Bio“ längst den Rang abgelaufen hat.

WACHSENDES PROBLEM – Statistisch gesehen ist fast jede dritte mittelständische Insolvenz eine unverschuldete Folge von Zahlungsausfällen. Durch dünne Kapitaldecken sind die Folgen bei Forderungsverlusten oft existenzbedrohend. Es gibt jedoch Möglichkeiten, sich gegen diese Gefahr abzusichern. Der Beitrag „Schutz gegen Forderungsausfälle“ ab Seite 1462 gibt Tipps dazu. So lässt sich vermeiden, dass das eigene Unternehmen mal zum Top-Thema der Branche wird.

L. W. W. W.