Des Brauers neue Welt

Der Absatztrend im deutschen Biermarkt hat nun auch eine der letzten Bastionen erfasst. Die sächsischen Brauer, die in den letzten zwölf Jahren einen stetigen Aufschwung erfahren haben, mussten 2010 erstmals ein deutliches Minus hinnehmen. Der Präsident des Sächsischen Brauerbundes *Heinz-Joachim Marre* sieht trotzdem mit Optimismus in die Zukunft, da seine Brauer gut aufgestellt sind (S. 229). Wie sieht der Konsum im Jahr 2020 aus? Nachhaltigkeit ist ein Megatrend, die Demografie prägt das Konsumverhalten, und ein Umbruch in der Weltwirtschaft ist unvermeidbar, besagt der Deloitte-Report „Consumer 2020" (S. 231). Da sind Strategien zu einem schrumpfenden Markt gefragt.

WIE RISIKOBEREIT SIND SIE? Unternehmerische Entscheidungen bergen immer ein gewisses Risiko. Eine große Rolle spielt dabei aber auch Ihre persönliche Risikobereitschaft: Je nachdem, wie groß Ihr Risikoprofil, Ihre Risikokapazität und Ihre Risikotoleranz ist, kann die Empfehlung zur Durchführung oder Ablehnung eines Projektes durchaus unterschiedlich ausfallen. Aufschluss hierzu gibt der Beitrag „Risikoneigung bei Entscheidungen" unseres Autors *Thomas Schneider*, Essen, ab Seite 241.

GELD VOM STAAT – Wer möchte das nicht? Leider hat der Staat vor die Gelder für Zuschüsse, Zinssubventionen, Beratungsförderung oder Risikoentlastung den Antrag gestellt, der viele gewillte Antragsteller verwirrt und entmutigt. *Dieter Lachenmaier*, Babensham, verschafft Ihnen ab Seite 244 einen Überblick über die wichtigsten Förderprogramme. Damit Sie sich zukünftig länger mit der zündenden Geschäftsidee und weniger mit dem Antragsformular beschäftigen können …

NEUE, ERFOLGREICHE KONZEPTE – Auch bei der vorerst letzten Bündner Runde gelang es *Rüdiger Ruoss*, einen interessanten Themenmix zusammenzustellen, der einen Bogen vom internationalen Biermarkt über die Etablierung von Marken und die Kommunikationsmacht Social Media sowie zu Anlageempfehlungen spannte. Der besondere Charakter der Veranstaltung, der stark mit dem geistigen Vater Ruoss zusammenhängt, erschwert die Suche nach einem Nachfolger. Allerdings gibt es schon Überlegungen, mit leichten konzeptionellen Änderungen die Veranstaltung fortzuführen (S. 256). – Nachdem am 1. Tag des IIR-Bier- und AfG-Kongresses in Köln (siehe BRAUWELT Nr. 7, 2011, S. 179 bzw. S. 208) die Marketing-Experten Trendthemen präsentiert hatten, kamen am zweiten Tag des Bierkongresses die Praktiker zu Wort und demonstrierten mit erfolgreichen Beispielen, wie des Brauers neue Welt aussehen könne. Ob neue Absatzchancen im Ausland, ungewöhnliche Sponsoringaktivitäten oder die Brause vom Brauer – die Teilnehmer waren sich einig, dass „wir mal wieder richtig Gas geben, einmal etwas Neues machen und etwas riskieren müssen" (S. 253). Ansonsten heißt es womöglich „Letzte Ausfahrt Bier?"

L. Wurlbauer