

# Olympiade der Biere in Chicago

Für europäischen Ohren neigen Amerikaner gern zu Übertreibungen: Das weltweit beste X, das weltweit größte Y. Manchmal muss man aber neidlos anerkennen, dass sie den Weltrekord tatsächlich innehaben – auch wenn es sich um das Bier dreht, wo wir Deutschen meinen, wir hätten jeglichen Rekord per se inne.



## **ANERKENNUNG FÜR KREATIVITÄT UND BRAUKUNST**

– Anfang April fand in Chicago die Olympiade der Biere statt. Mit 3300 eingereichten Bieren aus 642 Brauereien ist der World Beer Cup wahrlich der weltweit größte Wettbewerb für Bier. In 90 verschiedenen Kategorien wurden insgesamt 268 Medaillen von einer internationalen Jury vergeben. Auch wenn sich für deutsche Brauereien schöne Erfolge vermelden ließen – die Siegerlisten machen deutlich, dass auch Brauereien anderer Nationen wissen, wie man „Münchner Helles“ oder „Deutsches Pils“ braut (S. 481). In der

„Nationenwertung“ liegen wir schmählich weit hinten. Wessen sportlicher Ehrgeiz für die Teilnahme an der nächsten Olympiade geweckt ist, hat in zwei Jahren die nächste Chance.

**GEFÜHLTE KLEINHEIT** – Der Mythos der kleinen Brauereien spricht den Verbraucher an. Aber nicht von ganz allein. Regional ist nicht automatisch kongenial. Unser Autor *Dr. Uwe Lebok*, Nürnberg, zeigt in seinem Beitrag ab S. 494, was kleine Biere groß macht. „Wenn geschickt mit Aspekten einer kommunizierten Kleinheit gearbeitet wird, kann klein sein eine wirklich große, erfolgreiche Positionierung ermöglichen“, sagt der Marketing-Experte.

**POSITIONSWECHSEL** – Anders positionieren muss man Bier auch nach Meinung von *Catherine von Schoen*. Sie übernahm von ihrer Mutter *Dr. S. Schubert* das Ruder über drei Brauereien. Sie fordert: Bier muss als Genussobjekt etabliert werden. Wir sprachen mit der gelernten Juristin über ihre Position als Brauerei-Chefin, das Bier an sich und die Braubranche in der Zukunft (S. 502).

**ÄSTHETISCHER BIERGENUSS** – Das Auge isst mit, sagt der Volksmund. Dann trinkt es sicherlich auch mit. Schöne Gläser erfüllen viele Zwecke. Im Beitrag „Das Prickeln sehen, schmecken und fühlen“ (S. 499) zeigen wir Ihnen, dass Gläser Ratio, Gefühl und optimale Funktionalität mit Erfolg verbinden können.

**VOLLER ERFOLG** – Wie schon in der letzten BRAUWELT-Ausgabe angekündigt, berichten wir heute ausführlich über unser 1. Brauwissenschaftliches Seminar in Wuhan, das wir dort zusammen mit der Brautechnischen Akademie organisiert haben. Die Resonanz übertraf all unsere Erwartungen (S. 504), und zwar so deutlich, dass wir schon mit den Planungen für das zweite Seminar begonnen haben. Neugierig geworden? Dann lesen Sie „Weihenstephan trifft Wuhan“ (S. 504).

*L. Wöhrle*