

Bier – Entdecke die Möglichkeiten!

Die Frequenz, mit der immer neue Erkenntnisse über Kaufkraft, Marktverhalten und Handelslandschaft veröffentlicht werden, gleicht manchmal einer regelrechten „Studienflut“. Hat man sich erst durchgekämpft, lassen sich daraus aber einige erfreuliche Botschaften fischen. So berichtete der Deutsche Brauer-Bund aus einer kürzlich veröffentlichten Verbraucherstudie, dass die deutsche Brauwirtschaft trotz des durch die Krise erschütterten Vertrauens der Bevölkerung in die Wirtschaft nach wie vor gutes Ansehen genieße. Nicht zuletzt sei dies, so Brauer-Bund-Geschäftsführer *Peter Hahn*, auf die Bewahrung des Reinheitsgebotes zurückzuführen (S. 77).

INSBIERIERT – Doch ist das Thema Reinheitsgebot ja bekanntlich durchaus streitbar. Einige Stimmen sagen, es hemme die Biervielfalt, andere wiederum zeigen, dass es auch innerhalb der ältesten lebensmittelrechtlichen Vorschrift der Welt genügend Raum zur Differenzierung gibt. Auf dem Kongress „Bamberger InsBIERationen“ diskutierte BRAUWELT-Chefredakteurin *Dr. Lydia Winkelmann* mit ihren Gästen über die Biervielfalt und die

Rolle des Reinheitsgebotes. Lesen Sie selbst ab S. 100.

PROFIL ZEIGEN – Was nützt aber die schönste Biervielfalt, wenn man sie nicht richtig zu vermarkten weiß? In der Kirner Privatbrauerei hat man schon lange erkannt: Profilierung ist wie „das Gesicht in der Menge“. Der geschäftsführende Gesellschafter der Brauerei, *Eberhard Andres*, weiß, wie wichtig es ist, sich nicht nur durch ein breites, ausgewogenes Sortiment vom Markt abzuheben, sondern sich auch durch entsprechende Werbemaßnahmen gekonnt in Szene zu setzen (S. 85).

VERRÜCKTHEIT INKLUSIVE – Liest der gemeine Finne „Kukko“ (= Hahn) denkt er nicht zuerst an ein gefiedertes Tier, das morgens um sechs lauthals zu krähen beginnt. In Finnland hat man zuerst Bier vor Augen. Warum? Weil sich 1995 vier junge finnische Männer zusammentaten, um im Laitila eine neue Getränkefabrik zu eröffnen. Als Namenspatron wählten sie, nicht ohne Selbstironie, den Hahn – das Tier, das mit stolzeschwellter Brust im Käfig umherstapft und sich für den Größten hält. Was anfangs ein wenig verrückt anmutete, wurde schon bald zum Verkaufsschlager, und heute weiß man: Kukko ist Kult (S. 88).

GEBALLTES WISSEN – Sollten Sie jetzt noch mehr erfahren wollen über Marketingstrategien, die Biervielfalt oder auch einfach nur, was die Brauwirtschaft z. B. 2003 so alles bewegt hat, dann stöbern Sie doch mal in unserem Online-Archiv. Hier finden Sie alles, was Sie rund um die Brau- und Getränketechnik schon immer wissen wollten. Wie das funktioniert? Erklären wir Ihnen ab S. 91!

Mr. Schindl

