

Weniger preissensibel

Die deutsche Konsumentenschar spaltet sich in zwei Lager. Ein beachtlicher Anteil ist preisbewusst. Die Mehrheit der deutschen Konsumenten ist jedoch wertorientiert, Tendenz zunehmend. Das zeigen aktuelle Marktforschungsstudien. Die meisten sind also bereit, für ein Mehr an Qualität, ein Mehr an Nachhaltigkeit bei der Produktion oder auch ein Mehr an Spaß und Lebensfreude tiefer in die Tasche zu greifen. Dieser Mehrwert macht den Verbraucher weniger preissensibel – eine Chance für die Hersteller, gleich welche Motivation des Verbrauchers dahinter steht. Wir haben in dieser BRAUWELT-Ausgabe verschiedene Beispiele zusammengestellt.

„WEDER LEICHT NOCH BILLIG“ – aber wirkungsvoll, möchte man der Aussage von *Dr. Adrian Forster* zufügen. Beim 1. Deutschen Hopfentag in Tett nang war die Frage „Brauchen die Brauer zukünftig Aromahopfen?“ eher rhetorisch zu sehen. Keine Frage – wir brauchen. Da war sich das internationale Publikum einig. Aromahopfen als Mittel für höhere Bierqualität und für deutlichen Mehrwert stand zwei Tage lang in Vorträgen, bei Besichtigungen und auch sensorisch im Mittelpunkt (S. 1093).



STIMMIG – Es gibt sie. Brauereien, die vom sinkenden Pro-Kopf-Konsum in Deutschland nichts spüren, die kein Alterungsproblem bei ihrer Kundschaft haben. „Das Bier stimmt. Die Aufmachung stimmt. Da interessiert der Preis nicht mehr wirklich.“ *Peter König*, Inhaber der Brauerei zum Füchsch in Düsseldorf, kann (und muss) sich manchmal seine Kunden aussuchen, wenn der Absatz zu gut läuft (S. 1102). Bei der Frage nach dem richtigen Gebinde hat sich König gut beraten lassen. Schnell und eindeutig den Produktvorteil kommunizieren und Emotionen wecken. Ob modern oder eher klassisch – mit Verpackungsinnovationen lässt sich der eigentliche Kaufanreiz deutlich erhöhen (S. 1104).

HÖCHST SENSIBEL – so beobachten die Getränkehersteller die Entwicklung der Energiekosten. Ein weiterer Aspekt: Die geplanten Veränderungen bei der Stromerzeugung machen neue Netzstrategien und Vertriebskonzepte notwendig, die die vielen kleinen Energieerzeuger einbinden. Im Rahmen eines Projektes der RWE Energy AG werden bei der Bitburger Brauerei die Auswirkungen, das Potenzial und die Umsetzbarkeit von abschaltbaren Lasten in industriellen Prozessen analysiert. Im Fokus stehen die Zusammenhänge zwischen Energiebedarf, der zeitlichen Verteilung und der Produktionsplanung. Ab Seite 1128 lesen Sie erste Ergebnisse, die unter anderem zeigen, dass ohne zusätzliche Investitionen erhebliches Einsparpotenzial besteht.

Und alles ohne Einbußen an Qualität oder Nachhaltigkeit ...

L. W. W. W. W.