

Brau^{'23}
Beviale

We unite variety.



Bild: NürnbergMesse / Thomas Geiger

„Herausforderungen übersetzen, Lösungen finden ...“

BrauBeviale 2024 bietet ein breites Themenspektrum

In wenigen Wochen, vom 26. bis 28. November, kommt die Brau- und Getränkebranche wieder zur BrauBeviale in Nürnberg zusammen. Wir sprachen vorab mit Andrea Kalrait, Executive Director BrauBeviale, und PR-Managerin Susanne Blüml darüber, worauf sich Aussteller und Besucher freuen können, wieso sich der Messebesuch nicht nur für Technologie-Interessierte lohnt und welche Trends diesmal im Mittelpunkt stehen.

GETRÄNKEINDUSTRIE: Welche Schwerpunkte werden auf der diesjährigen BrauBeviale gesetzt?

Andrea Kalrait: Auf ein eng gestecktes Leitthema verzichten wir, da wir Unternehmen der gesamten Prozesskette

ansprechen wollen. Unsere Aussteller richten sich mit ihren Themen insbesondere an den Mittelstand und seine Herausforderungen. Mit der Unterstützung unserer fachlichen Partner bleiben wir immer am Puls der Zeit und wissen, welche Themen die Branche

umtreiben. So wollen wir es auch weiterhin halten.

Susanne Blüml: Wir setzen außerdem Schwerpunkte mithilfe von Sonderflächen. Damit greifen wir besonders aktuelle Themen auf. Da die Messe in ei-

nem jährlichen Rhythmus stattfindet, haben wir überdies einen sehr engen Draht zu allen Ausstellern und Verbänden.

Kalrait: Wichtig ist das enge Zusammenspiel zwischen Ausstellern und Messe. Die Aussteller setzen Impulse, geben Ideen und finden Lösungen für aktuelle Herausforderungen. Wir als Messe unterstützen das mit einem passenden Rahmenprogramm.

GI: *Aus welchen Bereichen kommen die Aussteller?*

Kalrait: Auch in diesem Jahr bilden die Aussteller die gesamte Prozesskette ab – vom Rohstoff über das Abfüllen, die Verpackung bis hin zur Vermarktung am Point-of-Sale. Die wichtigen Player haben sich längst ihre Standflächen gesichert und wir haben die gleiche Hallenanzuordnung wie im letzten Jahr. Den Bereich Startups bearbeiten wir in diesem Jahr mit einem fachkundigen Partner, der gut in der Branche vernetzt ist: Zusammen mit dem Strascheg Center for Entrepreneurship (SCE) der Hochschule München heben wir den Bereich auf ein neues Level. In der Kombination mit dem Young Talents Camp, das im vergangenen Jahr Premiere feierte, wollen wir so dem Nachwuchskräftemangel entgegenzutreten.

Blüml: Mit den Startups wollen wir der Branche außerdem zeigen, dass mit neuen Ideen die Zukunft gesichert werden kann. Diese Kombi aus Young Talents Camp und Startups bietet einen passenden Rahmen, der innovative Impulse bietet sowie Neulinge in der Branche und Firmen mit Nachwuchsbedarf gleichermaßen ansprechen soll. Als Messe haben wir die Chance, junge Menschen für die Branche zu begeistern.

GI: *Für wen lohnt sich der Besuch der BrauBeviale besonders?*

Kalrait: Viele verbinden mit der BrauBeviale hauptsächlich „Bier“ und „Technologie“ und so verzeichnen wir besonders viele Besucher, die in tech-



Andrea Kalrait (li.) und Susanne Blüml (Bilder: Maike Thumel / Yontex)

nischen Berufen in den Unternehmen tätig sind. Doch die BrauBeviale will noch weitere Bereiche ansprechen. So widmen wir beispielsweise den Mittwoch dem Marketing. Hier dreht es sich um Themen wie Verpackung, Marketing und Design. Mit unserem Programm im Forum Rohstoffe am ersten Messetag greifen wir Themen aus dem Sektor Rohstoffe auf, zum Beispiel „Züchtung von Gerste in Malzqualität für den Klimawandel. Beispiel Lexy“. Auch bei der Technik nehmen wir konsequent Bezug auf die aktuellen Anfor-



derungen. Hier ist unser ideeller Träger Private Brauereien Bayern maßgeblich bei der Themenpräsentation beteiligt. Das Thema Energiemanagement ist erneut hier vertreten, zum Beispiel bei der Podiumsdiskussion „Prozesstechnik 2.0 – Herausforderungen und Lösungen bei Kälte, Wärme und Energie“. Für die komplette Information empfehlen wir unseren Besuchern – und auch den Ausstellern – den Besuch auf unserer Website unter „Rahmenprogramm“. Das alles findet ergänzend zu unseren etablierten Formaten wie dem „European Beer Star“ oder auch der „Logistik Lounge“ statt, die in diesem Jahr noch einmal wachsen wird.

GI: *Wohin gehen die Trends in diesem Jahr?*

Kalrait: Ein ganz großer Trend unter den Ausstellern sind die Entwicklun-

gen rund um alkoholfreie Getränke, denn sie bilden den großen Wachstumsmarkt. Dazu werden einige Aussteller spannende Lösungen und Vorschläge bieten. Interessant ist, dass wir dabei nicht nur den Biermarkt, sondern mittlerweile auch den Wein- und Spirituosenmarkt ansteuern können. Außerdem dreht sich einiges um die Themen „Mehrweg“ und Gewichtsreduzierung bei Flaschen. Beides kann unter Ressourcenschonung zusammengefasst werden, die alle umtreibt. Auch hier: Aussteller und Rahmenprogramm bündeln viele Vorschläge und Lösungen, die für die Branche Potenzial bieten.

GI: *Viel diskutiert in der Branche ist auch der Klimawandel und dessen Einfluss auf künftige Rohstoffe bzw. die Rohstoffbeschaffung. Inwieweit wird dieses Thema auf der Messe eine Rolle spielen?*

Kalrait: Die Kultivierung von Weintrauben, Hopfen oder auch Gerste wird in verschiedenen Gegenden künftig schwieriger sein. Es sind alle Bereiche wie Bier, Wein und auch Spirituosen bei dieser Frage gleichermaßen betroffen. Es braucht daher Neuzüchtungen, die mit den neuen Umständen zurechtkommen. Darum wird es sich im Forum „Rohstoff & Marketing“ drehen. Dem Thema wird am Dienstag und Donnerstag im Programm Rechnung getragen.

Blüml: Ein Beispiel für solche Neuzüchtungen wären etwa die Hopfensorten Titan und Tango, die die Gesellschaft für Hopfenforschung extra für die klimatischen Änderungen gezüchtet hat.

(Bild: Heiko Stahl / Yontex)



Damit ist die Reise jedoch längst nicht am Ende. Solche Neuzüchtungen müssen erstmal von den Brauern in diesem Fall oder von Winzern im Falle neuer Rebsorten übernommen werden. Wir sprechen hier von mehrjährigen Veränderungsphasen, um insbesondere einen gleichbleibenden Geschmack bei den Bieren zu sichern.

GI: *Auch für Messen ist Nachhaltigkeit ein immer wichtigeres Thema. Welche Maßnahmen werden auf der BrauBeviale 2024 ergriffen, um die Veranstaltung nachhaltiger zu gestalten?*

Kalrait: Damit beschäftigen wir uns intensiv. Der Sinn von Messen ist sicher unstrittig: Sicher ist es umweltschädlicher, wenn alle Besucher und Aussteller, die zur BrauBeviale zum Austausch kommen, für Einzelbesuche durch die ganze Republik reisen müssten. Ganz zu schweigen von ungeplanten Zufallsbegegnungen, die sonst gar nicht stattfinden würden. Selbstverständlich rüsten Messestandorte auf nachhaltige Energien um, wie etwa die PV-Anlage der Messe Nürnberg. Außerdem wird darauf geachtet, möglichst viele wiederverwertbare Materialien zu verwenden, wie etwa die Mehrweg-Kästen, die für den Aufbau der „Logistik Lounge“ verwendet werden.

Blüml: Messengesellschaften diskutieren Themen wie Energieversorgung oder Abfallentsorgung und stellen Prozesse entsprechend um. Das ist einerseits für die Umwelt ein Muss, andererseits sind diese Maßnahmen auch wichtig, um als Messestandort attraktiv zu bleiben. Große Unternehmen stellen Messengesellschaften durchaus die Frage, was in Sachen Nachhaltigkeit bereits unternommen wird. Messen sind also gut beraten, dranzubleiben.

GI: *Wie hat sich die Veranstaltung im Vergleich zu den Vorjahren weiterentwickelt?*

Kalrait: Früher war es die Hauptaufgabe der BrauBeviale, die Branche und ihre Akteure zusammenzubringen und die Themen waren eher allgemein. Die Branche zusammenzubringen, ist natürlich bis heute unser Anspruch, doch wir gehen inzwischen deutlich intensiver und fokussierter auf die aktuellen Herausforderungen ein, mit denen die Unternehmen konfrontiert sind.

Zum Vergleich: Früher gab es nur ein Forum. Heute sind es fünf und jedes davon hat ein sehr klar abgestecktes Thema: Rohstoffe und Marketing, Technik und Verpackung, Wein, Heim- und Hobbybrauer, junge Talente und Start-ups.

Blüml: Ganz eindeutig ist außerdem sichtbar, dass auch auf Ausstellerseite viel gezielter die aktuellen Herausforderungen aus der Branche aufgegriffen und beantwortet werden. Die Präsentationen auf den Messeständen sind somit deutlich fokussierter.

GI: *Welche Plattformen oder Möglichkeiten werden geboten, damit sich die Besucher und Aussteller vernetzen können?*

Kalrait: Das Programm der verschiedenen Foren bietet einen Rahmen für Gespräche zwischen Experten und Interessierten. Die Veranstaltung „Schanzenbräu & Friends“ lädt darüber hinaus zum Netzwerken in lockerer Atmosphäre ein. Was sich außerdem als Treffpunkt für Gespräche etabliert hat, ist die Craft Drinks Area. Nicht zu unterschätzen ist auch die Messelaufzeit von drei Tagen – man läuft sich praktisch zwangsläufig über den Weg.

GI: *Welche langfristigen Entwicklungen und Trends sehen Sie für die BrauBeviale in den nächsten Jahren?*

Kalrait: Ich sehe die BrauBeviale da, wo sie die Branche braucht. Wir verstehen uns als Partner, der unterstützt und hilft, die Herausforderungen zu übersetzen und Lösungen zu finden. Das zeichnet sicherlich auch die Zukunft bereits vor. Die Herausforderungen werden nicht weniger.

GI: *Worauffreuen Sie sich bei der diesjährigen BrauBeviale am meisten?*

Kalrait: Zu sehen, wie glücklich die Menschen sind, wenn sie sich treffen und nach teils längerer Zeit wiedersehen. Außerdem erhoffe ich mir wieder die Aufbruchsstimmung, die eine solche Messe auslösen kann. Das Ziel ist es, Aussteller und Besucher zu motivieren, den Stier bei den Hörnern zu packen und dranzubleiben, um die Probleme und Zukunftsaufgaben anzugehen.

GI: *Wir danken für das Gespräch! (ia)*