

## Gesicht zeigen

Jeden Tag prasseln Tausende von Informationen und Werbebotschaften auf uns ein, bewusst und unbewusst. Um aus der Masse des Alltäglichen aufzufallen, muss man sich schon etwas einfallen lassen.

**ANDERS ALS ANDERE** – Wer kennt sie nicht, die etwas andere Werbung für die Biere von Astra. Die Werbekampagne, die heute Kultstatus besitzt, hatte zu Beginn mit reichlich Gegenwind zu kämpfen. *Claudius Kohrt*, Hamburg, gewährt uns einen Blick hinter die Kulissen und zeigt die drei wesentlichen Faktoren für das Gelingen der Marketingstrategie: ein gutes Markenfundament, viel Mut und noch mehr Durchhaltevermögen (S. 1036).



**DER KLEINE UNTERSCHIED** – Das richtige Glas zum richtigen Bier. Das bedeutete bislang, dass das Glas den Markennamen des Bieres oder der Brauerei trug. Einen anderen Ansatz verfolgt ein Glashersteller, der seine Erfahrung bei der Herstellung von Weingläsern auch auf Bier überträgt und mit einem speziellen Glasdesign die Aroma- und Geschmacksvielfalt eines Bieres hervorhebt.

Auch er muss(te) Überzeugungsarbeit leisten, wie er uns bei einem Besuch verriet (S. 1039).

**JETZT IST ES ALSO SOWEIT:** Die BRAUWELT nutzt nun auch die sozialen Medien, um ihre Leser zeitnah über relevante Themen und Trends der Brau- und Getränkebranche zu informieren. Auf Facebook postet das Redaktionsteam der BRAUWELT News aus der Brauwirtschaft, berichtet von Veranstaltungen, gibt Buchtipps, beobachtet die Aktivitäten der Nachwuchsbrauer und freut sich auf einen direkten Austausch mit den Lesern, also Ihnen. Folgen Sie uns auf Facebook: [www.facebook.com/brauwelt.fachzeitschrift](http://www.facebook.com/brauwelt.fachzeitschrift)

Wir hoffen natürlich, dass es Ihnen gefällt ...

*L. W. Wulken*