

„Meine“ BRAUWELT

GANZ PERSÖNLICH | Die BRAUWELT war Ende 2010 Mittelpunkt einer Leser-Umfrage, die vom Fachverlag Hans Carl beim renommierten Meinungsforschungsinstitut TNS Emnid, Bielefeld, in Auftrag gegeben worden war. Die Ergebnisse der umfangreichen Telefonumfrage waren überwältigend und wurden in der BRAUWELT entsprechend publiziert. Im Rahmen unserer Jubiläumsaktionen haben wir noch eine Umfrage unter unseren Lesern gestartet, weil wir es von ihnen ganz persönlich wissen wollten, seit wann und warum BRAUWELT bei ihnen einfach dazugehört. Gefragt haben wir neben den klassischen Anzeigenkunden und treuen, langjährigen Abonnenten auch gezielt Wissenschaftler und junge Praktiker. Heraus kamen ganz persönliche Antworten.

AUF DIE FRAGE NACH dem ersten Berührungspunkt mit der BRAUWELT sagt Dr. Markus Fohr, Lahnsteiner Brauerei: „Als Spross einer alteingesessenen Brauerfamilie in der neunten Generation hat die BRAUWELT bei meiner Geburt 1969 quasi bereits in der Wiege auf mich gewartet. Heute ist die BRAUWELT für meine tagtägliche Arbeit wichtig. An vielen Tagen lese ich die BRAUWELT, ihren Newsletter oder eine andere Publikation des Fachverlags Hans Carl. Ist dies einmal nicht der Fall, so gehe ich häufig Themen nach, auf die ich in der BRAUWELT aufmerksam geworden bin, oder recherchiere in der BRAUWELT-

Archiv. Und als freier Mitarbeiter der BRAUWELT habe ich sowieso seit 1995 intensiven Kontakt und eine ganz besondere Beziehung zu – zärtlich gesprochen – „meiner“ BRAUWELT.“

Stefan Barth, Nürnberg, verrät: „Ich kenne sie seit meiner Kindheit, denn Joh. Barth & Sohn hat die BRAUWELT schon immer abonniert, und so gab es die BRAUWELT auch bei uns zu Hause. Zugegeben, beruflich genutzt habe ich sie erst später ...“

Neben denen, die um die BRAUWELT schon als Kind zu Hause nicht herumkommen, gibt es jene, die sie in ihrer Ausbildung kennenlernten: ob im Rahmen eines Be-

triebspraktikums wie Thomas Lauer bei der Licher Brauerei, heute Bitburg, auf der Interbrau in München 1993, und wie Florian Kuplent, mittlerweile St. Louis, USA, oder im Verbindungshaus der Bavaren, wie 1997 Johannes Tippmann, Freising. Sabine Weyermann, Bamberg, bekennt: „Seit meinem ersten Tag als Studentin in Weihenstephan, also seit 1976, nutze ich die BRAUWELT. Mir gefällt die fachlich orientierte, hoch technische Berichterstattung. Sie ist kein Klatsch- und Tratschblatt.“

Für den Präsidenten des Deutschen Brau- und Malzmeister-Bundes, Thomas Lauer, sind vor allem die aktuellen Informationen aus der Branche und den Verbänden wichtig. Während er die BRAUWELT aus früheren Jahren noch als Sammelwerk zu technisch-technologischen Entwicklungen in Form von Kopien und Ablagen in unzähligen Ordnern kennt, freut er sich heute über das stets aktuelle Recherchemedium im Internet in Form des BRAUWELT-Archivs. Für den Berufsverband DBMB sind zudem gerade die kleinen Rubriken „Termine“, „Vorgemerkt“ und „Personen“ sehr hilfreich. „Und einen so spezifischen Stellenmarkt für unterschiedlichste Positionen und Qualifikationen wie in der BRAUWELT sucht man sonst eigentlich vergeblich“, sagt Präsident Lauer.

Selbst in China kommt man als Brauer nicht an ihr vorbei: Qian Fei, ehemaliger Lehrer an der Brautechnischen Akademie



Dr. Markus Fohr



Qian Fei



Dr. Fritz Jacob



Florian Kuplent



Kay-Tassilo Pauli



PD Dr. Martin Krottenthaler



Johannes Tippmann

dazu bei, dass das deutsche Brau-Know-how heute auf der ganzen Welt gut verbreitet wird.“ Damit steigen auch die beruflichen Chancen in Deutschland ausgebildeter Brauer, ist in vielen Antworten zu lesen.

Ein weiterer Pluspunkt: „Da man über die BrewingScience und die BRAUWELT weiß, wo die Brautechnologie gerade steht, erhält man außerdem Anregungen bezüglich aktueller und zukünftiger Forschungsthemen“, fügt

Wuhan, sagt: „Da die Akademie seit ihrer Gründung 1988 ein Abo der deutschen BRAUWELT besitzt, kenne ich sie schon lange. Sie hat mir die Tore in die weite Brau(er)-Welt geöffnet. Schließlich bin ich heute in Weihenstephan gelandet.“

■ „Wie die gesamte Branche“

Die Abonnement-Kunden nennen am häufigsten die breit gefächerte, aktuelle und sachliche Berichterstattung aus der Branche und den Verbänden sowie die Qualität der technischen und Marktinformationen. Dr. M. Fohr: „Die BRAUWELT ist vielfältig und in ständigem Aufbruch begriffen, wie unsere gesamte Branche.“

Den Anzeigenkunden gefällt, dass ihre Anzeigen bei der Leserschaft auf die richtige Zielgruppe treffen. Eine interne Studie eines unserer Kunden ergab, dass über 90 Prozent seiner Kunden die BRAUWELT lesen, was die Ergebnisse der TNS-Emnid-Leser-Struktur-Analyse nochmals bestätigt. Interessanterweise gehen viele unserer Anzeigenkunden davon aus, dass zwar Online-Werbung zunehmen wird, aber die Bedeutung der Print-Ausgaben und damit die Relevanz von Print-Werbung bleiben wird. „Man kennt es doch von sich selber“, ist in vielen Antworten zu lesen. Das Online-Lesen von langen Texten ist nicht gerade angenehm. Viele Abonnenten lesen Fachartikel lieber in Ruhe daheim. Daher werden wir weiterhin mit Anzeigen im Print-Bereich vertreten sein.“

Eine gesunde Symbiose zwischen Print und online wünscht sich Qian Fei für die Zukunft. „Für die schnelle Information sind Online-Medien unschlagbar: Sie sind über PC oder iPhone besser nutzbar, wenn

man unterwegs ist“, sagt auch Kay-Tassilo Pauli, Kulmbach. Er spricht für einen der ältesten BRAUWELT-Abonnenten: die Firma Ireks in Kulmbach. Seit 1.2.1946 läuft das Abonnement ohne Unterbrechung! Und dies ist bei weitem nicht das älteste oder einzige Abonnement aus dieser Zeit!

An dieser Stelle möchten wir allen Abonnenten und Anzeigenkunden ein ganz herzliches Dankeschön sagen, dass sie uns so lange Zeit treu geblieben sind!

■ Brauwissenschaftler mit im Boot

Neben den klassischen Abonnenten und Anzeigenkunden haben wir die Brauwissenschaftler zu ihrer Meinung befragt – und bekamen ähnliche Antworten zur Bedeutung für die eigene Arbeit. Hinzu kommen Synergieeffekte mit der wissenschaftlichen Zeitschrift „BrewingScience“ des Fachverlages Hans Carl, die immerhin schon ihren 64. Jahrgang aufweist.

Johannes Tippmann von der TU München-Weihenstephan oder auch Dr. Fritz Jacob vom Forschungszentrum für Brau- und Lebensmittelqualität Weihenstephan schätzen die sehr guten Möglichkeiten, die eigenen Forschungsergebnisse in der brauwissenschaftlichen wie auch der brauwirtschaftlichen Welt zu präsentieren. Für Qian Fei's eigene Forschungsarbeiten ist die Zusammenarbeit mit beiden Fachzeitschriften wichtig: „Die Ergebnisse aus grundlegender Forschung können über die BrewingScience veröffentlicht werden, während Praxisaspekte über die BRAUWELT auf internationaler Ebene publiziert werden können. Diese Möglichkeit ist einzigartig in der Brauwirtschaft und trägt sicher erheblich

PD Dr. Martin Krottenthaler, Technische Universität München-Weihenstephan, hinzu.

■ Hausaufgaben

Die Befragten haben uns auch Hausaufgaben mit auf den Weg gegeben. So wird oftmals die Internationalisierung, die das Verlagshaus seit einigen Jahren konsequent verfolgt, als wichtiger und richtiger Weg angesehen, der weiter beschritten werden muss. Die Globalisierung des Biermarktes erfordert einen Blick über den nationalen Tellerrand. Länderspezifische Informationen interessieren in Deutschland genauso wie im Land selbst, weiß Qian Fei und hat dabei nicht nur China im Blick. Florian Kuplent bestätigt dies für die andere Seite des Pazifiks. Gleichzeitig rückt das Thema Gasthausbrauereien mehr und mehr in den Fokus (siehe auch S. 137).

Es wird also eine Aufgabe für die Zukunft sein, eine adäquate Spreizung der Themengebiete zu erreichen: von Informationen für die „Big Beer Player“ dieser Welt über den Mittelstand bis hin zu den Gasthausbrauereien vor Ort.

Eine ständige Herausforderung sind die Online-Medien. Die faszinierenden Möglichkeiten der schnellen Informationsbeschaffung benutzerfreundlich und in Kombination mit einem der weltweit größten und ältesten brauereispezifischen Archive anzubieten, wird eine der großen Aufgaben der Zukunft sein. Schließlich soll das gut dokumentierte Wissen der Brauwirtschaft auch noch in den nächsten 150 Jahren zur Verfügung stehen.

LW