

Abonniertes „Update“ für das Fach-Wissen

VERFÜGBARKEIT | „Denn Wissen selbst ist Macht“, behauptete der englische Philosoph Francis Bacon (1561 - 1626). Das auf ihm beruhende Sprichwort „Wissen ist Macht“ hat über die Jahrhunderte nichts an seiner Aussagekraft verloren. Denn „Wissen und Macht des Menschen fallen zusammen, weil Unkenntnis der Ursache die Wirkung verfehlen lässt“, erklärte Bacon. Welche Bedeutung kommt gemäß dieser Betrachtungsweise dem kontinuierlich wachsenden BRAUWELT-Wissen zu?

WENN WISSEN EINE FORM VON MACHT bedeutet, dann sind Informationen das Mittel dazu und die Erkenntnisse daraus die Grundlage für wirkungsvolles, wertschöpfendes Handeln und Entscheiden aus einem aktuellen Kenntnisstand heraus. Stellen Sie sich beim Durchblättern einer BRAUWELT-Ausgabe bitte einmal vor. Sie müssten die darin enthaltenen Fachinformationen komplett selbst recherchieren. Zu welchem Ergebnis könnten Sie wohl gelangen? Nein, das soll keine rhetorische Frage bleiben, sondern wir fächern die Frage vielmehr noch etwas auf. Zuerst dürfte sich die Überlegung lohnen, wie viel Zeit man benötigen würde, um die zusammengetragenen Fachinformationen einer BRAUWELT selbst und vollständig zu recherchieren. Wären alle betroffenen Fachinformationen überhaupt frei recherchierbar? Und wenn ja, in welchem Umfang und in welcher Qualität? Es stellt sich die hypothetische Frage, ob Sie das Fachwissen von und aus der BRAUWELT auch ohne die BRAUWELT in vergleichbarer Zeit und Form automatisch in Erfahrung bringen könnten.

Da eine Zeitaufwendung wirtschaftlich immer einen Kostenfaktor darstellt, müssen auch die dazu notwendigen Geldmittel bestimmt werden. Zusammengefasst bietet sich noch eine ganz andere Betrachtungsweise an: Wie viel Zeit oder Geld könnte es

Sie unter Umständen kosten, viele der Fachinformationen in der BRAUWELT nicht zu wissen? Der eigene subjektive Wissensstand

Wie viel Zeit und Geld kann fachliche Unkenntnis kosten?

verhält sich nur dann dynamisch, wenn er durch aktuelle Informationsinhalte bereichert wird. Wissensstagnation lässt sich in der heutigen Zeit als nachteiliger Informationsrückstand interpretieren.

Die BRAUWELT ist ein Wissens-Bereitsteller und ein Wissens-Vermittler in fünf Sprachen für aktuelles Fach-Wissen.

Abonniertes Fach-Wissen

„Abo“ bedeutet also bei der BRAUWELT die ständige „Verfügbarkeit“ sowie zeitnahe „Vermittlung“ professionellen Fach-Wissens. Dabei spielt die Größe eines Unternehmens überhaupt keine Rolle. Die BRAUWELT nimmt sich als unabhängiges Fachorgan aller Fachthemen an, die im gesamten Brancheninteresse stehen. So sind z.B. die Qualitätssicherung, die Verteuerung der Rohstoffe oder am Markt greifende Vertriebskonzepte für einen regionalen Anbieter von der gleichen existentiellen Bedeutung wie für ein international und/oder national tätiges Unternehmen und umgekehrt. Es geht immer um neues Wissen durch aktuelle Informationen. Und sollten Sie aus zeitlichen Gründen eine aktuelle BRAUWELT erst später lesen können, so geht Ihnen das kompakt zusammenge-

stellte Fach-Wissen durch das Abonnement nicht verloren.

Als Abonnent der BRAUWELT ist man wie ein „Mitglied“, das in einem steten Informationsprozess dynamisch eingebunden ist. Deshalb vergleichen wir ein Abonnement der BRAUWELT zudem mit einem Update von Fach-Wissen. Wenn der eingangs zitierte Francis Bacon also zu der Überzeugung kam, dass Wissen Macht sei, dann weil er sich darüber im Klaren war, was Unwissenheit bewirken kann.

Ein BRAUWELT-Abonnement, ...

... ob für die deutsche, englische, russische, spanische oder chinesische Sprachversion, ist sein Geld wert. Die Fachinformationen der BRAUWELT kommen als aktuelle Druckausgaben und als aktuelle Online-Newsletter zu Ihnen. Zusätzlich beinhaltet das Abonnement ein Zugriffsrecht auf das Online-Archiv der BRAUWELT, in dem alle Fachinformationen, die seit 1991 (deutsche Sprachversion, www.brauwelt.de) bzw. 1999 (in englischer Sprache, www.brauweltinternational.com) bzw. 2007 (in

Das BRAUWELT-Abonnement aktualisiert das Fach-Wissen

russischer Sprache, www.brauweltinternational.com/Archive BRAUWELT Russisch) veröffentlicht wurden, archiviert sind.



Kompetente Ansprechpartner in der Abteilung Abonnement und Vertrieb (v.l.): A.Theiss und L. Krug (nicht im Bild: E. Hübner)

Autor: Guy Nufer-Kellermann, Rednitzhembach

Die deutsche Wochenzeitschrift BRAUWELT (151. Jahrgang) erscheint 36-mal im Jahr, also dreimal monatlich, jeweils an einem Donnerstag. Der deutsche Online-Newsletter wird zwei Tage zuvor, am Dienstag, versendet und bietet Ihnen den besonderen Service, die aktuellen Fachinformationen der kommenden BRAUWELT-Druckausgabe bereits online lesen zu können – und damit noch früher, noch aktueller. Nach Ablauf eines jeden Jahrgangs werden die wesentlichen Themen daraus in einem praktischen Taschenbuchformat komprimiert zusammengefasst und als BRAUWELT-Brevier allen Abonnenten kostenlos zugestellt.

Die englischsprachige BRAUWELT International (29. Jahrgang) wird sechsmal im Jahr veröffentlicht, die BRAUWELT Russisch (17. Jahrgang), die BRAUWELT En Español und die BRAUWELT Chinesisch (beide 15. Jahrgang) erscheinen jeweils mit vier Ausgaben. Der englischsprachige Newsletter wird dreimal im Monat per E-Mail versendet, einmal mit umfassenden Informationen und zweimal als „News flash“, der aktuellste Informationen in Kürze liefert.

Die Erscheinungsweise der deutschsprachigen Wochenzeitschrift BRAUWELT zeigt, wie viele verschiedene Ereignisse und Themen die Brau- und Getränkewirtschaft in nur einer Woche beschäftigen.

■ Readers are Leaders

Wer Anzeigen in einer Fachzeitschrift schaltet, will vor allem Entscheider, Führungskräfte und Meinungsbildner wirkungsvoll erreichen. Bei der BRAUWELT liefern dazu schon die Media-Daten strukturierte Informationen über Fachtitel, Zielgruppen, Auflagen, Termine, Anzeigenformate, Preistaffeln, Kombinationen, Sonderwerbformen und Onlinekommunikation (speziell Newsletter und Website) als wesentliche Entscheidungskriterien.

Eine wichtige Aussagekraft hat hierbei die tatsächlich verbreitete Auflage, die unabhängig durch die IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) ermittelt

Die BRAUWELT ist ein qualitativer und quantitativer Werbeträger

wird und konkret Auskunft darüber gibt, wie viele Zeitschriften pro Auflage verkauft werden. Hierbei ist ein zielgruppenstarker Indikator der deutschen BRAUWELT, dass sie zu 81,5 Prozent von Abonnenten, also



Beraten Sie umfassend und individuell in Sachen Werbung (v.l.): U. Loosen, C. Bach, W.-D. Schoyerer, C. Peipert und S. Schmiedel (nicht im Bild: D. Stürmer)

einer regelmäßigen Fach-Leserschaft aus der Branche, bezogen wird.

Die Leser-Struktur-Analyse von TNS Emnid (Nov./Dez. 2010) der Fachzeitschrift BRAUWELT ermittelte zudem, dass 43,2 Prozent der Leser Vorstand, Geschäftsführer (mit Inhabern), 32,8 Prozent Betriebsleiter, Braumeister oder Abteilungsleiter und 8,4 Prozent Leiter der Produktentwicklung, des Einkaufs, des Verkaufs, des Marketings oder der Kommunikation sind. Also 84,4 Prozent der BRAUWELT-Leser gehören schon aufgrund ihrer unternehmerischen Funktion zum Zielgruppensegment. 79,6 Prozent der deutschen BRAUWELT-Empfänger lesen jede Ausgabe, und lediglich zehn Prozent lesen von zwölf Ausgaben der BRAUWELT einmal eine nicht. Interessanterweise ergab die Analyse von TNS Emnid weiter, dass ebenfalls 79,6 Prozent der BRAUWELT Leser allein und/oder gemeinsam mit anderen Kollegen direkt Entscheidungen über Investitionen treffen, sage und schreibe 92,4 Prozent der BRAUWELT-Leser sind an den Entscheidungen beteiligt.

■ Über 10 000 Leser pro Ausgabe

Durchschnittlich lesen bzw. blättern circa 68,4 Prozent der Empfänger alle oder fast alle Seiten einer neuen Ausgabe der BRAUWELT durch. Zehn Prozent beschäftigen sich mit drei Vierteln und bei 7,2 Prozent immer noch mit der Hälfte aller Seiten. TNS Emnid hat aus 240 verschiedenen Leser-Struktur-Analysen Benchmarks gebildet. Der Benchmark für die Seitenkontaktchance, als Anzeigenkunde gesehen und gelesen zu werden, liegt demnach bei 72 Prozent. Die BRAUWELT kann ihren Inserenten dagegen einen Benchmark von 82 Prozent bieten, also zehn Prozent darüber. Jedes Exemplar einer BRAUWELT wird von durchschnittlich 2,9 Personen gelesen. Für die tatsächlich verbreitete Auflage von 3555 Stück bei der deutschen BRAUWELT (Stand: 31. Juni 2011), bedeutet das circa 10 310 Leser pro aktueller Wochenzeitschrift.

■ Hoher Wirkungsgrad bei Anzeigen

Der Benchmark für „interessante und hilfreiche Produktanzeigen“ beträgt bei TNS Emnid 38 Prozent. Die BRAUWELT kann diesen Messwert für sich um 26 Prozent erhöhen und liegt bei 64 Prozent. Das ist zu-

Die BRAUWELT bietet ein professionelles Umfeld für „interessante und hilfreiche Produktanzeigen“

gleich eine Bestätigung bezüglich der Aussagekraft und Wirkung der in der BRAUWELT platzierten Produktanzeigen selbst.

Welche Möglichkeiten könnten sich einer Anzeige in der Wochen- bzw. Fachzeitschrift BRAUWELT allgemein erschließen? Die Anzeige

- kann direkt verkaufen;
- kann genau informieren;
- kann Neues oder bislang Unbekanntes bekannt machen;
- kann Bekanntes immer wieder auf den neuesten Stand bringen;
- kann eine Brücke zwischen Angebot und Nachfrage schaffen;
- kann Entscheider, Führungskräfte und Meinungsbildner erreichen;
- befindet sich in einem professionellen fachlichen Umfeld;
- trifft auf mehrere Leser pro Exemplar;
- kann zu jeder Zeit gelesen und nachgelesen werden;
- ist standortunabhängig und damit mobil;
- benötigt keine Energiequelle.

Aufschlussreich ist die breite Streuung, die durch die Unternehmensgrößen, in denen die BRAUWELT gelesen wird, gegeben ist. So beschäftigen 38,8 Prozent der Unternehmen einen bis neun Mitarbeiter (MA), 17,2 Prozent zehn bis 19 MA, 14 Prozent 20 bis 49 MA, 12,4 Prozent 50 bis 99 MA, 7,6 Prozent 100 bis 199 MA, 4,8 Prozent 200 bis 499 MA, vier Prozent 500 bis

999 MA, 1,2 Prozent 1000 und mehr MA (Quelle: TNS Emnid).

Dazu zwei wichtige Parameter: Das durchschnittliche Investitionsvolumen (nach Klassenmitten) für Anlagen und Hilfsmittel beträgt pro Unternehmen circa 221 400 EUR im Jahr. 34,8 Prozent der Leser nehmen aufgrund von Anzeigen in der BRAUWELT Kontakt mit inserierenden Unternehmen auf (Quelle: TNS Emnid).

Klassische und/oder digitale Anzeigenplätze

In den Druckausgaben der BRAUWELT beginnt der Anzeigenbereich bereits mit der Titelseite und endet mit der Rückseite. Dazwischen sind ganzseitige Anzeigenfor-

Die BRAUWELT bietet Cross-Media-Kontakte zu den Zielgruppen in der Branche

mate bis hin zu 1/32 Seitenanzeigen möglich, in schwarz-weiß bis vierfarbig und auf Wunsch in Sonderfarben realisierbar. Beilagen, Ein- und Durchhefter, aber z.B.

auch Extravagantes wie ein Bierdeckel als Lesezeichen sind in der BRAUWELT gängige Praxis.

Im Online-Newsletter der BRAUWELT können Textanzeigen oder Banner mit entsprechender Verlinkung in Premium-, Top- oder Standard-Platzierung geschaltet werden. Die Laufzeit beträgt dabei einen Monat, in der die Anzeige in jedem der drei deutschen Newsletter oder in dem englischsprachigen Newsletter und den zwei Newsflashes platziert wird. Die Newsletter-/Newsflash-Anzeigen gelangen direkt in den selektiven Wahrnehmungsbereich der Empfänger, zu denen auch die Abonnenten der BRAUWELT gehören.

Auf der deutsch- wie auch auf der englischsprachigen Internetseite (www.brauwelt.de, www.brauweltinternational.com) der BRAUWELT findet man attraktive Werbeflächen. Belegt werden können diese als verlinkte Voll-, Halb- und Drittel-Banner sowie als Skyscraper.

Das sollten Sie wissen

„Wissen ist Macht“. Aktuelles Fachwissen schafft Entscheidungs- und Handlungs-

cherheit. Ein regelmäßiges „Update“ der Fachinformationen ist das Mittel dazu.

Wir beschreiben das BRAUWELT-Abonnement als ein Update des Fachwissens aufgrund der fachlich, technisch und wirtschaftlich dynamischen Entwicklungen in der Brau- und Getränkebranche.

Die BRAUWELT ist ein Wissens-Bereitsteller und ein Wissens-Vermittler in fünf Sprachen für aktuelles Fach-Wissen.

Viele internationale, nationale und regionale Unternehmen greifen, unabhängig von ihrer unternehmerischen Größe, auf das gleiche BRAUWELT-Wissen zu.

Ein BRAUWELT-Abonnement ist sein Geld wert. Im Zweifel versuchen Sie einmal, die veröffentlichten Fachinformationen komplett selbstständig in Erfahrung zu bringen.

Die deutsche BRAUWELT hat rund 10 000 Leser pro Woche.

Die BRAUWELT bietet professionelle Wirkungsmöglichkeiten für Anzeigen.

Die BRAUWELT bietet Cross-Media-Kontakte mit den Zielgruppen in der Branche. ■