



## Event-typischer Maßanzug

Große Ereignisse werfen ihren Schatten voraus. Die drinktec 2009 in München naht, und aus diesem Grund hat Ihre heutige BRAUWELT-Ausgabe noch mehr zu bieten als sonst. Zu Ihrer persönlichen Messenvorbereitung haben wir dieser Ausgabe unser zweisprachiges Vorschau-Heft beigelegt. Wir führen Sie Halle für Halle durch die Messe und helfen Ihnen, bei der überwältigenden Zahl an Ausstellern und ihrer neusten Produkte den Überblick zu behalten. Schauen Sie einmal rein, es lohnt sich! Noch ein Tipp für alle, die jetzt verständnislos diese Zeilen lesen und nicht wissen, was ich meine: „Hallo Zweit-, Dritt- und weitere Leser, da war jemand schneller und hat Ihnen unser Vorschauheft vor der Nase weggeschnappt. Aber vielleicht haben wir noch eines für Sie. Einfach unter dem Stichwort „drinktec-Vorschauheft 2009“ per E-Mail bei [abo@hanscarl.com](mailto:abo@hanscarl.com) nachfragen!“

**ZEITLOS GUT** – Die Verbindung von Kunst und Technik ist nicht immer einfach. Wer das über 50 Jahre erfolgreich tut, darf sich feiern lassen. Rastal tat dies mit einer Sonderausstellung „Glas 50“. In der Eröffnung wurde deutlich, wie früh gerade die Brauwirtschaft die Bedeutung einer optimalen Produktpräsentation erkannt hat. Bis heute sind bei Rastal eine Vielzahl im wahrsten Sinne des Wortes ausgezeichnete Glaskreationen entstanden. Es reicht aber nicht mehr aus, wenn die Glasdesigner das Typische einer Getränkemarkte in und auf das Glas bannen. Heute ist vielmehr ein „event-typischer Maßanzug“ gefragt, der als zusätzliches Marketing-Instrument den Konsumenten überzeugen soll (S. 977).

**KURZ, KLAR UND LESERFREUNDLICH** – Im vierten Teil unserer Marketing-Reihe stellt *Sandra Strobel* den Aspekt „Pressearbeit in der Praxis“ vor. Ob Themenpläne lesen, Versand von Pressemitteilungen oder konkrete Textgestaltung – die Autorin gibt Tipps und Anregungen, wie Ihre Presstexte bei Journalisten mit chronischem Zeit- und Platzmangel wirklich an- und weiterkommen. Mit ein wenig gutem Rüstzeug lässt sich Vieles richtig machen. Damit's von Anfang an gleich passt! (S. 986)

**INDIVIDUELLE KUNDENPFLEGE** – Zu Zeiten des guten alten Tante-Emma-Ladens war es noch ganz einfach. Man kannte die Kundschaft und ihre Vorlieben genau, von der Lieblings-Biermarke des Hausherrn bis zur Brause für die Kleinen. Heutzutage wäre jeder hoffnungslos verloren, könnte er bei der Kundenpflege nicht auf moderne Unterstützung zurückgreifen: Datenbanken sind unser digitales Gedächtnis. So wichtig sie sind – sie zu führen und zu pflegen, ist eine ganz eigene Kunst. Ab S. 996 finden Sie praxisnahe Ratschläge für eine optimal geführte Datenbank – und eine maßgeschneiderte Kundenansprache.

*L. Wörlmann*