



PAULANER POST

NR. 4 · APRIL 2009

IN DIESER AUSGABE



PAULANER GIBT DEN TON AN
**Das erste Sound-
Glas auf dem Markt**

SEITE 4



WER HAT'S ERFUNDEN?
**8er-Pack erobert die
Schweiz**

SEITE 2



PAULANER IN SÜDAFRIKA
**Das Kap des
guten Bieres**

SEITE 5

EDITORIAL

**Liebe Freunde,
liebe Paulaner Familie,**

dieses Jahr ist ein ganz besonderes für unsere Brauerei: Wir begehen ein Jubiläum, unsere Kunden bekommen was zu Hören und unser verfeinertes Hefe-Weißbier Alkoholfrei feiert Premiere. Die Paulaner Brauerei feiert in diesem Jahr

ihr 375-jähriges Bestehen: Wir sind stolz auf unsere Geschichte und auf den Erfolg, den wir auch durch Sie, unsere Partner im Export, haben -- und in Zukunft haben werden. Darum freuen wir uns besonders, Sie mit dieser Ausgabe über Neuigkeiten aus der spannenden Paulaner-Welt zu informieren.

Eine gelungene Premiere haben wir in unserem Jubiläumsjahr schon gefeiert: Auf der INTERNORGA in Hamburg im März stellten wir das verfeinerte Paulaner Hefe-Weißbier Alkoholfrei vor und haben viel Lob für unser neues Bier bekommen: Mit neuer Rezeptur vereinen wir jetzt vollmundigen Genuss und alkoholfreies Weißbiervergnügen.

Damit Sie unsere Weißbiere von nun an auch mit allen Sinnen genießen können, gibt es dieses Jahr etwas für die Ohren: Das Paulaner Sound-Glas mit der Melodie aus der TV-Werbung ist eine absolute Weltneuheit und nach unserem beliebten Leucht-Glas ein weiteres „Must-have“ für Paulaner-Freunde. Im Handel und in der Gastronomie können Sie sich auf diese neue Zugabe-Aktion freuen.

In diesem Sinne freue ich mich schon auf eine weiterhin sehr gute Zusammenarbeit und wünsche Ihnen natürlich viel Spaß beim Lesen unserer neuen Export Post!

Mit herzlichen Grüßen aus München, Ihr

Marcus Korte – Exportleiter der Paulaner Brauerei



Jetzt mit mehr Inhalt: 8er-Gebinde für 0,5l- Dosen Paulaner Original Münchner Hell

Wer hat's erfunden?

DER 8ER-PACK ERÖBNET AB APRIL DEN SCHWEIZER MARKT

Die Schweiz ist Vorreiter beim Verkauf des neuen 8er-Gebindes für 0,5l-Dosen. Die Schweizer Supermarktkette „Denner“ ist Handelspartner von Paulaner und bietet seit neuestem den 8er-Pack Dosen Paulaner Original Münchner Hell an. „Mit dem 8er-Pack reagieren wir auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden“, sagt Véronique Gilla, International Brand Manager von Paulaner. „Was unser Schweizer Handelspartner vormacht, ist für andere Länder auch denkbar. Wir gehen davon aus, dass auch andere Kunden den 8er-Pack anbieten werden.“ Ab Mitte April ist das 8er-Gebinde für alle Export-Kunden bei den jeweiligen Ansprechpartnern der Paulaner Brauerei erhältlich.

Mehr Aufmerksamkeit – mehr Erfolg

DIE VERSANDKARTONS VON PAULANER BEKOMMEN MEHR FARBE

Ab Mai haben Paulaner-Versandkartons ein neues Design. Das komplette Sortiment wird künftig dreifarbig verschickt. „Wir möchten uns bereits mit der Verpackung stärker vom Wettbewerb abheben. Darum haben wir darauf geachtet, dass unsere Marke noch besser kommuniziert wird“, erklärt Véronique Gilla, International Brand Manager von Paulaner. Bislang waren die

Versandkartons Blau-weiß. Mit den Farben Rot und Gold bekommen die Kartons einen echteren Paulaner-Look. „Die Verpackungs-Verbesserung wird nun schrittweise im gesamten Export Bereich eingeführt: auf Etiketten, Packs oder Kartons. Für den Bereich Kartons und Trays ist es ein erster Schritt. Weitere Neuerungen für bestimmte Sorten folgen bald,“ so Véronique Gilla.



Mit neuem Anstrich werden die Versandkartons künftig in allen Export-Ländern von Paulaner eingesetzt.



Münchner Bier im Land der Elche

SCHWEDEN SAGEN GERNE „SKÅL“ MIT PAULANER-BIER

Seit 2008 arbeitet Paulaner mit „Spendrups Bryggeri AB“, der zweitgrößten Brauerei Schwedens, zusammen. Dank dieses neuen Importeurs ist die Münchner Brauerei auch im Handel mit Paulaner Hefe-Weißbier Naturtrüb, Paulaner Hefe-Weißbier Kristall in der Flasche und saisonal mit Paulaner Oktoberfest Bier gelistet. Im Land der Elche reguliert der Staat den Alkoholverkauf und nur wer auf seiner Liste steht, darf in den Läden des Alkoholmonopols „Systembolaget“ verkauft werden.

„Die Entwicklung in Schweden ist großartig: Im schwedischen Handel vertreten zu sein, ist wirklich erfreulich. Wir haben im

vergangenen Jahr beachtliche 2.800 Hektoliter unserer Biere verkauft – also ein voller Erfolg auf ganzer Linie“, sagt Markus Nozicka, Area Sales Manager von Paulaner.



Dieses Jahr strebt die Paulaner Brauerei wieder gute Zahlen an und hat dafür bereits ein Erfolgsrezept: In Stockholm veranstaltet Paulaner ein großes Oktoberfest und bringt die bayerische Tradition samt Münchner Bier ins Land.

Alkoholfrei und vollmundig

PAULANER HEFE-WEISSBIER: NEUE REZEPTUR



Pünktlich zum 375-jährigen Jubiläum der Brauerei präsentiert Paulaner das neue Hefe-Weißbier Alkoholfrei. Die Paulaner Brauerei war 1986 die erste Brauerei, die alkoholfreies Weißbier anbot – und setzt mit dem neuen Paulaner Hefe-Weißbier Alkoholfrei einen weiteren Meilenstein in diesem Wachstumsmarkt.

Michael Bartholl, Geschäftsführer der Paulaner Brauerei, erläuterte das neue Brauverfahren bei der Weltpremiere auf der INTERNORGA 2009 in Hamburg: „Durch das perfekte Zusammenspiel aus der Entalkoholisierung und der gestoppten Gärung erreichen wir einen Geschmack,

der kaum oder gar nicht vom Original Paulaner Hefe-Weißbier zu unterscheiden ist.“ Jetzt geht das neue Paulaner Hefe-Weißbier Alkoholfrei in den Handel und in die Gastronomie.

Schluss mit dem Einheitslook

DIE NEUE PAULANER HEFE-WEISSBIER DOSE



Wo steht eigentlich geschrieben, dass Bierdosen immer gleich aussehen müssen? Eben. Deshalb macht Paulaner für seine Export-Kunden jetzt Schluss mit dem Einheitslook und präsentiert ab Mitte Mai die Paulaner Hefe-Weißbier Naturtrüb Dose in neuem Gewand: Die Dose strahlt in einem frischen blauen Ton und ist damit zweifelsfrei von den anderen Paulaner-Dosen zu unterscheiden. Das macht dem Kunden den Griff ins Regal leichter – und erfreut auch gleichzeitig das Auge.

Was bleibt, ist die Abbildung des Biergartens – denn der ist schließlich eines der Markenzeichen der Traditionsbrauerei. Auch die Texte bleiben erhalten – sie stehen jetzt nur an anderer Stelle, nämlich auf der Rückseite und nicht mehr zwischen den Motiven.

Allianz Arena exklusiv

DIE „MÜNCHNER LOUNGE“ BIETET PLATZ FÜR BIS ZU 100 PAULANER-GÄSTE

Über 69.000 begeisterte Fußballfans strömen Woche für Woche in Europas modernstes und mondänstes Fußballstadion und bejubeln ihre Stars. Die Paulaner Brauerei bringt als Premium-Partner des FC Bayern München ausgewählte Fans in erstklassige Stimmung: In der „Münchner Lounge“ können sich insgesamt 100 Paulaner-Kunden und Partner aus Gastronomie und Handel exklusiv auf das Spiel einstimmen. Hier gibt es sowohl vor als auch nach dem Spiel Grund zum Jubeln: bei einem leckeren Paulaner-Bier und köstlichem Buffet feiern die VIP-Gäste bei den Heimspielen des FC Bayern ganz unter sich.

Durch den Namen „Münchner Lounge“ drückt die Paulaner Brauerei einmal mehr ihre große Heimatverbundenheit aus und macht deutlich: „Wir sind

in München zu Hause – genauso wie die Allianz Arena und der FC Bayern.“ Dieses Konzept zieht sich durch die gesamte Gestaltung der Lounge. Deshalb findet man an den Wänden des 330 m² großen Raums typische Münchner Motive wie beispielsweise ein großflächiges, sommerliches Bild der

**Einladend: In der Münchner Lounge kann man sich in gemütlicher Atmosphäre auf's Spiel einstimmen...
...und bekommt dazu ein frisches Paulaner von den charmanten „Paulas“ serviert. (links)**



Münchner Frauenkirche. Genau diese Mischung aus Tradition und hervorragendem Bier in gemütlicher Atmosphäre macht das Besondere der Münchner Lounge aus. Deshalb veranstaltet die Brauerei dort auch an spielfreien Tagen Präsentationen oder größere Meetings.





Paulaner gibt den Ton an

DAS ERSTE SOUND-GLAS VON PAULANER



Bei Anstoß Musik: Mit dem neuen Paulaner Sound-Glas klingt Weißbier trinken erst so richtig bayerisch

Stößt man mit zwei Gläsern unten an, erzeugt das Modul die Original Paulaner Melodie aus der TV-Werbung. „So können wir unseren Kunden im Ausland viel einfacher weitere Rituale rund ums Weißbiertrinken vermitteln“, sagt Véronique Gilla, International Brand Manager von Paulaner. „Denn nur wer auf traditionell bayerische Art richtig anstößt, also unten, wird mit dem Paulaner-Jingle belohnt.“

Nach den beliebten Weißbier-Leuchtgläsern findet die neue Erfindung von Paulaner jetzt Gehör bei allen Musikliebhabern und lässt bayerische Biergartenstimmung an jedem Ort aufkommen. „Wir sind schon gespannt auf erste Reaktionen unserer Kunden und hoffen natürlich, dass das Sound-Glas in aller Ohren sein wird!“, lacht Véronique Gilla.

In diesem Sommer präsentiert die Münchner Traditionsbrauerei ein musikalisches Highlight: das Paulaner Sound-Glas speziell für Paulaner Hefe-Weißbier Naturtrüb. Alle Export-Kunden von Paulaner erhalten das Sound-Glas bei Bestellung eines Gastronomie-Kits als Zugabe.

Die unterstützenden Werbemittel, wie POS-Aufsteller, Tischaufsteller, Poster oder Glas-Untersetzer sind angepasst an den jeweiligen Zielmarkt.

Und so funktioniert's: Im Boden des Glases ist ein Sound-Modul eingebaut.

INTERVIEW



Erfolg gibt es nur im Team

ANDREAS KAHRs IST EIN VERLÄSSLICHER ANSPRECHPARTNER FÜR PAULANER-KUNDEN

Andreas Kahrs ist Area Sales Director Europe & Africa und stellvertretender Exportleiter von Paulaner. Der gebürtige Bremer ist verheiratet und Vater von zwei Kindern.

Export Post: Herr Kahrs, wie hat sich Ihr Bereich in den letzten Jahren entwickelt?

Kahrs: Ich freue mich ganz besonders, dass wir unser Volumen in den letzten sechs Jahren verdoppelt haben! Etwa 220.000 hl haben wir im letzten Jahr in unsere Märkte in Europa (mit Ausnahme von Italien) und Afrika exportiert – das

ist ein tolles Ergebnis und für mich ein Zeichen dafür, dass wir unsere Arbeit ordentlich gemacht haben!

Export Post: Wie funktioniert das so schnell und so erfolgreich?

Kahrs: Unser Exportleiter Marcus Korte und ich haben natürlich eine genaue Zielsetzung definiert: Wir wollten unsere Abhängigkeiten von einigen wenigen Märkten etwas verringern und deshalb gezielt neue aufbauen. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir klare Prioritäten bei der Marktbearbeitung gemacht und dann die Regionen →

entsprechend nachhaltig bearbeitet. In unserem Geschäft sind Kontinuität in Kundenbeziehungen sehr wichtig, denn das Biergeschäft ist ein sehr langfristiges. Nur mit einem langen Atem, Verlässlichkeit, Kreativität und Freundlichkeit kommen wir voran. Mit einer exzellente Teamleistung schaffen wir es täglich immer auf ein Neues, die Chancen im Markt mit unseren hervorragenden Partnern, die unsere Marke im Ausland vertreten, zu nutzen!

Export Post: Sind Sie selbst viel im Ausland unterwegs?

Kahrs: Ich bin eigentlich jede Woche im Ausland. Aber das nimmt gar nicht so viel

Zeit in Anspruch, wie man meinen könnte. Schließlich ist der Flughafen quasi um die Ecke und meine Flüge bewegen sich zum größten Teil innerhalb Europas.

Export Post: Wie lässt sich das mit Ihrer Familie und Ihrer Freizeit vereinbaren?

Kahrs: (lacht) Meine Familie kennt das eigentlich gar nicht anders. Und ich glaube, dass ich meine Work-Life-Balance ganz gut im Griff habe, um niemanden zu vernachlässigen. Für Hobbys bleibt da freilich wenig Zeit. Wann immer es geht, versuche ich zu joggen. Im Winter gehe ich gerne Skifahren und ein richtiger Luxus ist es für mich, wenn ich

mal Zeit für ein gutes Buch habe. Das genieße ich dann aber umso mehr!

Export Post: Was bringt 2009?

Kahrs: Es wird noch viele Herausforderungen geben und mit unseren Partnern sind wir diesen sicherlich gewachsen: Hervorragendes Bier brauen und verkaufen, können wir nur gemeinsam und es ist und bleibt unsere Passion, höchste Qualität zu liefern. Denn nur wer eine richtige Basis hat, gerät nicht beim ersten Sturm gleich in Seenot. Wir sind gut aufgestellt und ich bin optimistisch, dass wir gemeinsam auch diese Phase gut meistern werden.

Das Kap des guten Bieres

PAULANER BRÄUHAUS IN KAPSTADT BEREITET SICH AUF DIE WM 2010 VOR

In der einzigen Stadt der Welt, an der sich zwei Ozeane treffen, verschmelzen auch zwei Kulturen: die südafrikanische und die bayerische. Direkt an der Waterfront Kapstadts steht eines der größten Restaurants Südafrikas – das Paulaner Bräuhaus.

Wenn die Sonne scheint, bleibt selten einer der 300 Sitzplätze im Paulanergarten des Paulaner Bräuhauses leer – und dank des guten Klimas ist für Sonnenschein reichlich gesorgt. Eine Etage höher, auf der Terrasse, können die Gäste sogar wilden Seelöwen zuschauen: eine einzigartige Kombination aus exotischem Naturschauspiel und Weißbiergenuss!

Auf Münchner Qualität und den guten Geschmack des Paulaner-Bieres kann man sich auch in Kapstadt verlassen. Das liegt daran, dass der Braumeister Wolfgang Ködel mit besten deutschen Zutaten nach dem bayerischen Reinheitsgebot braut. Hopfen aus der Hallertau und Hefe aus München – da kann nichts mehr schiefgehen. Wenn Wolfgang Ködel nach seinem Bier sehen will, verschwindet er sogar bis unter den Meeresspiegel – weltweit gibt es wohl keine zweite Brauerei, die so tief gelegen ist. Na-

türlich schmeckt das Bier deshalb trotzdem nicht nach Salzwasser!

Für die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 steht auch das Bräuhaus in Kapstadt schon in den Startlöchern. Während das Gastgeberland Südafrika noch an vielen Dingen feilen muss, steht die Planung für das Bräuhaus schon im Großen und Ganzen: Der Biergarten wird überdacht und erweitert, die Sitzplätze aufgestockt. Wolfgang Ködel wird auch ein spezielles WM-Bier kreieren. Mehr dazu in den nächsten Ausgaben der Export Post.



1



2



3



4

1 Im Paulanergarten finden bis zu 300 Gäste Platz. 2 Nach getaner Arbeit gönnen sich Braumeister Wolfgang Ködel und Restaurantleiterin Michaela ein kühles selbstgebrautes Paulaner. 3 Die Terrasse des Bräuhauses mit Blick auf die Waterfront Kapstadts. 4 Ein frischgezapftes Paulaner-Bier, bitte!

EVENT

Biergipfeltreffen in China

ZWEITE ASIA/PACIFIC CONVENTION IN SHENZHEN VERTIEFT BAYERISCH-ASIATISCHE BEZIEHUNGEN



Das Paulaner Export Team auf der zweiten Asia/Pacific Convention in Shenzhen

Der asiatische Markt wächst seit Jahren rasant: Während 2004 Paulaner in Fernost 4.000 hl Bier verkaufte, ist der Absatz mittlerweile auf rund 20.000 hl in 2008 gestiegen. Sicher auch ein Verdienst der ersten Asia/Pacific Convention in Singapur 2007 – und ein

guter Grund, das Biergipfeltreffen im März zu wiederholen.

Dieses Mal lud das Paulaner Export Team seine Partner aus dem asiatischen Raum zum interkulturellen Biergespräch ins südchinesische Shenzhen. Die Teilnehmer tauschten auf der Veranstaltung Erfahrungen zu den verschiedenen Märkten aus und entwickelten gemeinsam Strategien für die Zukunft. Natürlich brachte die Asia/Pacific Convention auch die Vertreter aus den verschiedenen Ländern enger zusammen: Trotz des zwölfstündigen Workshops am Samstag ging der

Gedankenaustausch bei einem gepflegten Paulaner vom Fass an der Hotelbar und im chinesischen Bierhaus weiter. Eines von vielen Highlights: Der Besuch auf dem ehemaligen Kreuzfahrtschiff MINGHUA mit einem Paulaner Biergarten auf dem Oberdeck.

MARKETING

Bestens gerüstet

DAS NEUE PAULANER-TABLETT FÜR ALLE OUTDOOR-EVENTS IST DA



Der Sommer-Hit 2009: das Paulaner Becher Tray für alle Outdoor-Fans

Ob beim Fußballschauen im Stadion oder beim Feiern auf Beach-Partys – wenn mal wieder alle durstig sind und eine Runde Paulaner-Bier ansteht, geht ab sofort kein Tropfen mehr verloren, denn: Ab diesem Sommer ist Schluss mit der Eierkarton-Variante! Mit dem neuen Paulaner-Tablett ist Bierholen von nun an ein sicheres Unterfangen.

Das rechteckige Paulaner Becher-Tray ist aus Pappe und hat sechs Öffnungen. Es können sechs Gläser auf einmal transportiert werden, die garantiert nicht umkippen. Für alle Export-Kunden von Paulaner ist das Becher-Tray seit März im Werbemittelkatalog erhältlich (Artikelnummer 801261).

Wo München draufsteht...

... IST AUCH MÜNCHEN DRIN – BALD MIT BRIEF UND SIEGEL!

Der Name „Münchner Bier“ ist zukünftig geschützt. Der Verband der Münchner Brauereien erwirkte diese Entscheidung, die europaweit zum Qualitätsschutz Münchner Biere beitragen soll. Künftig wird auf Verpackungen für den Export Münchner Biere ein Qualitätssiegel gedruckt.

Die Geschichte des Münchner Bieres war stets sehr eng mit der Geschichte, Kultur und Wirtschaft der Stadt München verbunden. Es steht somit für lange Erfahrung und Tradition im Brauhandwerk und wird mit höchster Qualität gleichgesetzt. „Mit dem Siegel können wir uns im Ausland noch deutlicher vom Wettbewerb abheben“, sagt Véronique Gilla, International Brand Manager von Paulaner. „Wir werden das Siegel bei all unseren Export-Gebinden nach und nach einführen.“





Einer der schönsten Plätze Münchens: Das Restaurant „Seehaus“ mit seinem Paulanergarten im „Englischen Garten“ ist eine beliebte Attraktion bei Jung und Alt.

Ein Stück Italien in Bayern

DAS SEEHAUS AN MÜNCHENS RIVIERA

Das Ufer des Kleinhesselohes Sees ist für Biergarten-Liebhaber die Münchner Riviera. Und wer schon einmal durch den beliebten Park „Englischer Garten“ spaziert ist, der stellt fest, dass das Restaurant „Seehaus“ an der Uferpromenade des Kleinhesselohes Sees gelegen, eine mediterrane Stimmung aufkommen lässt. Sobald die ersten Sonnenstrahlen locken, treffen sich im Biergarten des Gastronomiebetriebes Jung und Alt. Münchner Tageszeitungen beschreiben das Seehaus als „die Adresse für alle Gelegenheiten mit höchstem Flirt-Faktor“. Kein Wunder also, dass man sich dort ein bisschen wie in Italien fühlt.

Mit seinen 2.500 Biergarten- und 500 Terrassen-Plätzen bietet das Seehaus aber nicht nur den nötigen Raum zum Flirten. Für Speis und Trank sorgt die ausgezeichnete Küche und ein frisch gezapftes Paulaner. Die ganze Sortenvielfalt an Paulaner-Bieren wird hier ausgeschenkt – im Biergarten literweise, im Restaurant im Halb-Liter-Glas. Denn bevor 1985 Wirt Roland Kuffler das Münchner Prestige-Objekt übernahm, war es im Besitz der Paulaner

Brauerei. In der Zwischenzeit hat sich im familiengeführten Betrieb viel verändert – nur das Bier ist gleich geblieben. Der Innenbereich des Seehauses bietet insgesamt 500 weiteren Gästen Platz. Je nach Gusto können sie sich im Bayerischen Stüberl oder im Restaurant-Bereich sowohl über Deftiges als auch mediterrane Köstlichkeiten freuen. Der Pavillon sowie der Bankett-Raum unter dem Dach runden das In-

terieur des Seehauses ab. Für jeden Anlass findet man hier den passenden Raum. Das Erfolgsrezept der Gaststätte liegt für Josef Möglinger, Ansprechpartner „Pacht“ bei Paulaner, auf der Hand: „Das Seehaus befindet sich in exponierter Lage und wird von Familie Kuffler tadellos geführt – eine erfolgsversprechende Mischung, die sich bereits seit Jahren bewährt hat.“

GEWINNSPIEL

Gewinnen Sie mit der Paulaner Export Post

Passend zum Beginn der Biergartenzeit verlost die Paulaner Export Post vier Paulaner-Trachtenhemden. Das weiße Leinenhemd ist das perfekte Outfit – nicht nur für das Oktoberfest! Mit der traditionellen Bayertracht wird auch der Biergartenbesuch ein stilsicherer Auftritt. Machen Sie daher mit beim Gewinnspiel und beantworten Sie die nebenstehenden Fragen. Schicken Sie Ihre Antwort per E-Mail bis spätestens zum 31. Mai 2009 an exportpost@paulaner-presse.de.

Welches Jubiläum feiert die Paulaner Brauerei in diesem Jahr?

- A) 75 Jahre
- B) 125 Jahre
- C) 375 Jahre?

Welche Melodie ertönt beim Anstoßen mit dem neuen Paulaner Sound-Glas?

- A) Deutsche Nationalhymne
- B) Paulaner-Melodie aus der Werbung
- C) Mozarts „Kleine Nachtmusik“

