



Fan Club POST

DIE ZEITUNG FÜR MITGLIEDER DES PAULANER FAN CLUBS

Nr. 1 · MÄRZ 2008



Ein besonderer Augenblick für zwei Paulaner Fans: Robert Sammler (links) und Irene Rödl treffen Michael Lerchenberg (mitte), den Darsteller des Paulaner Mönchs „Bruder Barnabas“, direkt nach seiner Fastenpredigt hinter der Bühne.

Bruder Barnabas begrüßt Paulaner Fans

ZWEI PAULANER FAN CLUB-MITGLIEDER SICHERTEN SICH EINEN EHRENPLATZ BEIM STARKBIERANSTICH AM NOCKERBERG UND ERLEBTEN EINEN UNVERGESSLICHEN TAG MIT DER POLIT-PROMINENZ

Da sitzen sie nun am Nockherberg und lauschen dem „Derblecken“: Kurt Beck, Claudia Roth, Edmund Stoiber, Guido Westerwelle, Irene Rödl und Robert Sammler... Wem die letzten beiden Namen nichts sagen, muss sich keine Sorgen um sein Politikwissen machen. Denn Frau Rödl

und Herr Sammler sind keine Prominente – sondern Paulaner Fan Club-Mitglieder, die bei dem Weihnachtsgewinnspiel des Paulaner Fan Clubs einen unvergesslichen Tag am Nockherberg gewonnen hatten. Irene Rödl ist auch zwei Wochen nach der Veranstaltung, die am 21. Februar in Mün-

chen stattfand, restlos begeistert: „Super war es, perfekt!“ Und auch Robert Sammler denkt gerne zurück: „Die Atmosphäre, die Stars, die vielen Fotografen und Kameras – der Starkbieranstich am Nockherberg war so, wie ich es mir erhofft hatte: Optimal!“ **Mehr auf Seite 2**

IN DIESER AUSGABE

FANFRAGE:

Wie wird das Paulaner Hefe-Weißbier gebraut – Braumeister Martin Zuber antwortet

MEHR AUF SEITE 2

PAULANER FAN CLUB PORTRAIT:

„Zur Eiche“ – die erste Paulaner Runde stellt sich vor

MEHR AUF SEITE 3



FANSHOP:

Der Frühling kann kommen

MEHR AUF SEITE 3

BIERROHSTOFFE:

Beste Hopfen für bestes Bier

MEHR AUF SEITE 5

VERLOSUNG:

Mitmachen und gewinnen: Die Paulaner Fan Club Post verlost 500 original Paulaner Klappdeckel

MEHR AUF SEITE 8



BIERWISSEN

„Prost!“ Der Ursprung des Zuprostens und Anstoßens

MEHR AUF SEITE 8

NEU!

Die Paulaner Fan Club Post

EXKLUSIV FÜR PAULANER FAN CLUB-MITGLIEDER

Gestatten: Mein Name ist Paulaner Fan Club Post. Jedes Mitglied des Paulaner Fan Clubs bekommt mich ab sofort und mehrmals im Jahr „frei Haus“.

In jeder Ausgabe präsentiere ich Ihnen Neuigkeiten aus der Welt des Paulaner Fan Clubs und eine unserer Paulaner Runden. Und natürlich erzähle ich Ihnen etwas über das Bier von Paulaner, die Geschichte des Biertrinkens, Paulaner in der weiten Welt und habe jede Menge Vorteile für Sie im Gepäck.

Und ich liefere Ihnen einen Fax-Bogen. Mit diesem können Sie meinen Machern sagen, wie ich Ihnen gefalle und ihnen weitere Anregungen geben.

Geschätzte Paulaner Fans, liebe Leserinnen und Leser,

Es ist mir eine große Freude, Ihnen die Erstausgabe der Paulaner Fan Club Post zu präsentieren.

Zunächst darf ich mich vorstellen: Ich heiße Michael Bartholl und bin Geschäftsführer der Paulaner Brauerei GmbH. In meiner Position verantworte ich die Aufgabenfelder Marketing, PR, Paulaner Bräuhaus Consult und den Vertrieb unserer Biere auf nationaler und internationaler Ebene. Ich lebe in München, bin verheiratet und stolzer Vater von fünf Kindern.

Stolz bin ich auch auf den jüngsten Spross unserer Paulaner Kommunikation, die Paulaner Fan Club Post – ein weiterer Schritt, damit aus der Gemeinschaft der Paulaner Fans eine große Familie wird: Mit Wurzeln in München, einem festen Stamm in Deutschland

und Verästelungen in aller Welt.

Um die Familie zusammen zu halten, ist es wichtig, miteinander zu reden und sich gegenseitig auf dem Laufenden zu halten. Deshalb gibt es die Paulaner Fan Club Post, die ab sofort mehrmals im Jahr erscheint, unseren E-Mail-Newsletter, der bald startet und unsere Internet-Plattform www.paulaner-fan-club.de.

Wir würden uns sehr freuen, wenn auch Sie mit uns in Kontakt bleiben. Beispielsweise durch die Foto-Grüße, die Sie auf unsere Homepage stellen können oder durch den Fax-Bogen, der dieser Ausgabe beiliegt. Wir verspre-



chen Ihnen: Für Ihre Anliegen haben wir stets ein offenes Ohr.

Jetzt aber erst einmal wünsche ich Ihnen viel Spaß und gute Unterhaltung beim Lesen unserer Paulaner Fan Club Post!

Ihr Michael Bartholl

Geschäftsführer
Paulaner Brauerei GmbH & Co. KG



Bruder Barnabas begrüßt Paulaner Fans

Fortsetzung von Seite 1

Der Höhepunkt für die beiden Paulaner Fan Club-Mitglieder war gekommen, als sie kurz nach der Fastenpredigt von Bruder Barnabas alias Michael Lerchenberg hinter die Bühne durften, um den Schauspieler zu treffen: „Lerchenberg hat alles gegeben. Ihn nach der Rede zu treffen, war sehr beeindruckend. Da hat man gesehen, wie anstrengend sein Auftritt war“, erinnert sich Irene Rödl.

Die 52-jährige Landshuterin hatte ebenso wie 300 weitere Paulaner Fan Club-Mitglieder beim Gewinnspiel anlässlich des Weihnachtmailings von Paulaner mitgemacht – und war gemeinsam mit dem 33-jährigen Robert Sammler eine der beiden glücklichen Gewinner. Die Landshuterin und der Wirt aus Kinding wurden daraufhin von Paulaner zum Starkbieranstich auf dem Nockherberg eingeladen. Hier versammelt sich einmal im Jahr die gesamte deutsche und bayerische Polit-Prominenz sowie viele Stars, um dem bayerischen Brauch des Politikerderbleckens beizuwohnen – und natürlich um den berühmten Salvator von Paulaner zu trinken, der an diesem Tag angezapft und ungefiltert getrunken wird.

Alle weiteren Infos zum diesjährigen Salvator-Anstich unter www.br-online.de.

1. Starkbieranstich-Atmosphäre. 2. Impressionen aus dem Singspiel. 3. Schankwirte vom Nockherberg. 4. Gäste am Nockherberg: Die Paulaner Fan Club-Mitglieder Irene Rödl (re.) und Robert Sammler (li.). 5. Michael Lerchenberg als Bruder Barnabas. 6. Edmund Stoiber im Gespräch mit Guido Westervelle. 7. Kurt Beck mit den Schauspielern Helmut Schleich (mi.) und Corinna Duhr (re.). 8. Der doppelte Erwin Huber – links der echte, rechts Winfried Frey. 9. Erzbischof Reinhard Marx mit Paulaner Geschäftsführer Michael Bartholl. 10. Ministerpräsident Günther Beckstein und Paulaner Geschäftsführer Andreas Steinfatt (re.) beim traditionellen Salvator-Trinkspruch. 11. Da lacht er: Münchens OB Christian Ude.



Paulaner Fan Torsten Bohrer aus Einhausen in Hessen stellt die erste Fan-Frage an einen Paulaner Experten.

FAN-FRAGE – In jeder Ausgabe beantwortet ein Paulaner Experte eine Fan-Frage

Wie wird das Paulaner Hefe-Weißbier gebraut?

„**U**nsere Hefe-Weißbier wird aus besten Rohstoffen unter ständiger Kontrolle unserer Braumeister gebraut. Weizen- und Gerstenmalz beziehen wir ausschließlich von deutschen Mälzereien, und der Hopfen für die Paulaner Biere kommt aus der Hallertau (mehr dazu auf Seite 5). Zum Brauen können wir auf unser eigenes, biologisch absolut reines Brauwasser zurückgreifen. Unsere Hefe züchten wir in unserem Betriebslabor selbst. Der dabei verwendete

Hefestamm hat sich über Jahre bewährt und ist mit ein Garant für die gleichbleibend hohe Qualität.

Die Rezeptur der Malz- und Hopfenmischung ist natürlich Betriebsgeheimnis. Man kann aber sagen, dass wir bei der Würzeherstellung auf ein traditionelles Verfahren bauen, für den weiteren Prozess der Gärung und Reifung jedoch viele neue Technologien entwickelt haben. Bei unserem Verfahren reift und lagert das Weißbier nach viertägiger Hauptgärung noch zwei bis drei Wochen im Lagerkeller. Nach

wenigen Zwischenschritten gelangt es dann unfiltriert in die Flasche oder ins Fass.

Die Menge an Bier, die wir täglich abfüllen, variiert je nach Saison. Im Sommer kommt es schon öfter vor, dass wir 20.000 Hektoliter an einem Tag abfüllen.“



Diesmal antwortet Paulaner Diplombraumeister Martin Zuber.

Wollen Sie auch eine Frage an einen Paulaner Experten stellen? Siehe beiliegender Fax-Bogen!

„Zur Eiche“ – die Größten im Club

DIE PAULANER RUNDE „ZUR EICHE“ MIT 66 MITGLIEDERN STELLT SICH VOR

Kennt man Langenbogen, fallen keinem Weinberge ein, das Salztal oder der Saalekreis. Kaum jemand würde auf die Idee kommen, dass hier, in Sachsen-Anhalt, die größte Paulaner Runde mit 66 Mitgliedern ihren Sitz hat.

Die Paulaner Runde „Zur Eiche“ gründete sich im Juli 2007. Neun Monate davor hatte die Familie Ost in Langenbogen eine Wirtschaft namens „Zur Eiche“ eröffnet und schenkt dort seitdem Paulaner aus. Im Dorf kam das Bier aus Bayern gut an und im Juli 2007 besuchte Paulaner Außendienstmitarbeiter Bernd Oemisch die Osts und berichtete vom neu gegründeten Paulaner Fan Club. Es dauerte keine Stunde und die ersten 16 Mitglieder hatten sich unter dem Titel „Zur Eiche“ im Paulaner Fan Club zusammen gefunden. Ein Stück Fan Club-Geschichte war besiegelt.

Markus Ost ist von Beginn an Vorsitzender der Runde und rührt kräftig die Werbetrommel. Bis zum März 2008 vergrößerte sich die Paulaner Runde auf 66 Mitglieder. Neben der Vorliebe für Paulaner Bier verbinden die Mitglieder der Runde viele weitere Interessen: „Wir spielen Skat, Schach oder Tischfußball. Jeden Dienstag trifft sich unsere Kegel-



Zu Besuch auf dem Nockherberg: Paulaner Fan Club-Mitglieder Tobias Pohl, Andreas Schmidt, Christoph Rost, Sebastian Pohl, Markus Schmudde, Marcus Klappach und Mirko Teuchert (v.l.).

truppe und zwei Mal im Monat veranstalten wir ein großes Dart-Turnier“, fasst Markus Ost die Aktivitäten zusammen. „Aber im Sommer ist es bei uns natürlich am Schönsten. Wir machen Weinwanderungen und anschließend gibt es ein großes Lammessen. Oder wir sitzen mit Familie und Freunden in unserem kleinen Biergarten und genießen ein frisch gezapftes Paulaner.“

Der eigene Biergarten war das erste große Projekt der Fan Club-Mitglieder: „Wir wollten den vielen Wanderern in der Gegend ein kühles Plätzchen zum Ausruhen und Krafttanken anbieten“, so Ost. Das große Vorbild dafür war natürlich der Paulanergarten am Nockherberg in München, den viele der Mitglieder im letzten Sommer besuchten.

Auch an der für Paulaner Fans kostenlosen Brauereiführung nahmen schon 30 Mitglieder teil und waren begeistert: „Wenn man sieht, mit wie viel Aufwand und Sorgfalt das Bier gebraut wird, dann schmeckt es danach noch besser“, sagt Markus Ost. Im Fan Club

„Zur Eiche“ überwiegen übrigens die Hellbiertrinker. „Die meisten trinken Original Münchner Hell oder Paulaner Premium Pils. Doch sobald es Saison-Spezialitäten wie den Salvator gibt, wird der natürlich auch gekostet“, sagt der Vorsitzende des Fan Clubs und macht Paulaner eine Liebeserklärung: „Die bayerische Tradition ist uns sehr sympathisch. Wir lieben die Gemütlichkeit und Biergartenkultur, die es ja bei uns in der Form leider noch nicht gibt.“



„ZUR EICHE“

Wollen Sie auch mit Ihrer Paulaner Runde in der Fan Club Post vorgestellt werden? Siehe beiliegender Fax-Bogen!

Liebe Paulaner Fans,

als Projektleiter und „Geburtsshelfer“ des Paulaner Fan Clubs stelle ich mich Ihnen ganz besonders gerne in dieser Ausgabe vor: Ich heiße Tobias Thalmeir, bin 31 Jahre alt, lebe in München und arbeite seit 3 Jahren bei der Paulaner Brauerei.



Tobias Thalmeir

Der Paulaner Fan Club ist für mich eine echte Herzensangelegenheit und ich bin sehr stolz auf seine prächtige Entwicklung: Bereits nach wenigen Monaten haben wir fast 2.000 Mitglieder und mehr als 130 Paulaner Runden. Ein wichtiges Zeichen, wie beliebt unsere Marke ist.

Übrigens in ganz Deutschland, denn drei Viertel aller Fans leben außerhalb Bayerns und auch international findet Paulaner immer mehr Freunde. Also, liebe Paulaner Fans: Werben Sie Mitglieder, damit unser Fan Club weiter wächst!

Die allerbesten Oster-Grüße sendet Ihnen

Ihr Tobias Thalmeir

Tauschen Fan-Fotos gegen Erleuchtung

Die „Wall of Fan“ auf der Homepage des Paulaner Fan Clubs (www.paulaner-fan-club.de) soll weiter wachsen. Dazu braucht es Ihre Hilfe: Ob Einzelmitglied oder große Paulaner Runde: Schicken Sie uns Fotos von Ihren Highlights im Paulaner Fan Club an die E-Mail Adresse service@paulaner-fan-club.de.

Im Gegenzug bekommt jeder Einsender für auf der „Wall of Fan“ oder in der Paulaner Fan Club Post veröffentlichte Bilder sieben Paulaner Windlichter geschenkt – für gemütliche Sommerabende.



Markus Ost (l.) traf Wiesnwirt Peter Pongratz.

Der Frühling kann kommen

PAULANER FAN CLUB-MITGLIEDER ERHALTEN IMMER ZEHN PROZENT NACHLASS AUF ALLE FANSHOP-ARTIKEL

Bald geht die Biergartensaison wieder los und die Tage werden endlich wieder milder und wärmer. Mit der exklusiven Paulaner Ausrüstung machen die ersten Besuche im Biergarten oder Ausflüge in die freie Natur doppelt Spaß.

Im Paulaner Fanshop auf der Internetseite www.paulaner.de ist für jeden Geschmack das Richtige dabei. Dort finden Sie auch diese und weitere Fan-Artikel. Und nicht vergessen: Paulaner Fans erhalten 10 Prozent Nachlass auf alle Artikel.



Strickjacke

Genau das Richtige bei wechselhaftem Frühlingwetter: Blaue Paulaner Strickjacke aus 50% Baumwolle und 50% Acryl, mit Reißverschluss und Paulaner Brustlogo. 54,90 Euro
Für Paulaner Fan Club-Mitglieder nur 49,41 Euro Bestellnummer F09520



Zippo

Große Flamme und immer auf Zack: Zippo-Feuerzeug in Chrom gebürstet, mit exklusiver Paulaner Gravur. 25,90 Euro
Für Paulaner Fan Club-Mitglieder nur 23,31 Euro Bestellnummer F09102



Picknick-Rucksack:

Die Ausrüstung für beste Picknick-Stunden: Picknick-Rucksack für vier Personen mit Flaschenkühler, Tischdecke, Tellern, Bechern, Schneidebrett, Brotzeitmesser mit Flaschenöffner, Korkenzieher, Besteck-Set und vielem mehr. 44,90 Euro
Für Paulaner Fan Club-Mitglieder nur 40,41 Euro Bestellnummer F09107



Ein Sushi-Meister im Paulanergarten

DER KULT GEHT WEITER: IN DER PAULANER TV-WERBUNG HABEN DIE DREI IN DER DEN PLATZ AN DER BIERBANK FÜR ZWEI JAPANER FREI GEMACHT



Kamera läuft: Das japanische „Touristenpärchen“ Masatoshi Fukue und Michi Wakabayashi bei den Dreharbeiten zum neuen Paulaner Spot.

Im richtigen Leben sind sie kein Paar, sondern ehemalige Kollegen: Masatoshi Fukue und Michi Wakabayashi spielen die Hauptrollen im neuen Paulaner TV-Spot. In ihm versucht das japanische „Touristenpärchen“ zwei Paulaner Hefe-Weißbier in ihrer Landessprache zu bestellen. Doch die Bedienung „Paula“ versteht erst einmal nur Bahnhof. Zum Glück ist „Max“ zur Stelle, der die Japaner nicht ganz uneigennützig bei der Bestellung unterstützt.

Im echten Leben könnte das den beiden „Touristen“ nicht passieren, denn Herr Fukue lebt seit über 30 Jahren in Deutschland – davon die ersten fünf in München. Mittlerweile hat es ihn nach Hamburg verschlagen. Aber nicht als Schauspieler, sondern als Sushi-Koch und Mitinhaber einer Feinkostkette. Wie er zum Werbe-Helden wurde, ist fast ebenso witzig wie der Paulaner Spot selbst. „Ein Zettel hing an meinem Laden, auf dem stand: ‚Paulaner sucht Statisten‘“, erzählt Masatoshi Fukue. Er hat den Zettel geworfen, „weil ich habe ja genügend zu tun.“ Doch dann kam ein Mann in seinen Laden, zeigte mit dem Finger auf ihn und sagte: „Ich brauche genau dich: deinen Charakter.“ Der Mann war kein anderer als André Kemper, einer der berühmtesten Werber Deutschlands, verantwortlich für die erfolgreiche TV-Werbung von Paulaner und gelegentlicher Mittagsgast

im Restaurant des Sushi-Kochs.

Und so saßen im vergangenen Sommer Herr Fukue und Frau Wakabayashi im Münchner Rosengarten, um den neuen TV-Spot für die Münchner Traditionsbrauerei zu drehen. Michi Wakabayashi wurde übrigens von Masatoshi Fukue dienstverpflichtet: Sie arbeitete früher in dessen Sushi-Restaurant.

Die größte Freude hatte offensichtlich Regisseur Christian Aeby beim Dreh im Münchner Rosengarten: „Das ist mein Lieblingsspot! Darsteller Masatoshi Fukue war einfach genial, weil er in vielen Momenten so unfreiwillig komisch war und mich wirklich zum Lachen gebracht hat. Wir hatten so viele verrückte und spontane Momente am Set...“

Die „Japaner“ laufen nun schon seit Mitte Januar im Fernsehen. In jedem Spot mit dabei: Das Münchner Original „Max“, gespielt von Jürgen Tonkel (siehe Interview auf Seite 5). Der sitzt in einem weiteren neuen TV-Spot von Paulaner gleich doppelt auf der Bierbank – als Zwilling. Der eine trinkt Hefe-Weißbier, sein Zwilling genießt sein Hefe-Weißbier Alkoholfrei. Der Claim klärt auf: „Kaum ein Unterschied. Auch im Geschmack.“

Beide TV-Spots kann man sich unter www.paulaner.de ansehen und herunterladen.

Vier neue Ausreden

EXKLUSIVE VORSCHAU: NEUE MOTIVE FÜR DAS PAULANER ORIGINAL MÜNCHNER HELL

Schon vor dem offiziellen Start der Kampagne für Paulaner Original Münchner Hell zeigt die Fan Club Post den Paulaner Fan Club-Mitgliedern neue Motive.

„Heut’ nimmer, muss Opa noch im Garten helfen.“ – das ist eine der vier neuen Paulaner Original Münchner Hell-Ausreden. Mit feinen Wortspielen zeigen die Plakate augenzwinkernd, wie einfallsreich Original Münchner Hell-Fans sind, um noch ein wenig länger bei ihrem

Lieblingsgetränk im Paulanergarten verweilen zu können.

Vom Studenten in der (Speisekarten-)Vorlesung bis zum Enkel, der dem Opa im (Bier-)Garten hilft – alle Motive haben eines gemeinsam:



Den typischen Paulaner Humor, den die TV-Zuschauer bereits aus den Fernsehspots kennen. „Mit den neuen Plakaten wollen wir vor allem jüngere Kunden ansprechen und dabei unserer Markenlinie treu bleiben.

Die Motive wirken sehr jung und frisch, ohne dabei wild oder künstlich zu sein.“, erklärt Paulaner Produkt Manager Tobias Kratzer.

Die erste Ausreden-Kampagne startete die Paulaner Brauerei im März vergangenen Jahres. Ab sofort machen die neuen Plakate mit witzigen Ausreden und stimmungsvollen Biergartenbildern weiter Lust auf ein Paulaner Original Münchner Hell – das meistverkaufte Münchner Hellbier der Welt.



Reise durch die Welt des Bieres

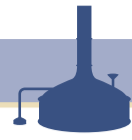
KOSTENLOSER BLICK HINTER DIE KULISSEN DER PAULANER BRAUEREI

Paulaner Fan Club-Mitglieder können kostenlos an einer Führung durch die Paulaner Brauerei teilnehmen.

Nach einem kurzen Film führt Sie die Brauereibesichtigung von den Sudkesseln in die tief gelegenen Lagerkeller, vorbei an den fünf Paulaner Brunnen bis in die Abfüllhalle. Hier klärt sich auf, wie das flüssige Gold den Aufstieg auf den Nockherberg meistert. Um das Gelernte gleich in die Praxis umzusetzen, gibt es zum Abschluss natürlich eine professionelle Bierverkostung.



Um einen Termin für eine Brauereiführung zu vereinbaren, schicken Sie einfach eine E-Mail an service@paulaner-fan-club.de.



Bester Hopfen für bestes Bier

REIN, FEIN UND ANHALTEND – SO SCHMECKT DAS HOPFENAROMA IM PAULANER BIER. DAS GLEICH BLEIBENDE GESCHMACKSERLEBNIS GARANTIEREN DIE PROFIS VON PAULANER

Nur die besten Zutaten kommen ins Paulaner Bier – und die sind nach deutschem Reinheitsgebot Wasser, Malz, Hefe und Hopfen. Der Hopfen ist die „Würze“ des Bieres, seine Seele. Seine Qualität entscheidet maßgeblich über den Geschmack und deshalb begutachten Paulaner Experten die Güte des Hopfens direkt beim Bauern. Die Paulaner Fan Club Post hat im Herbst vergangenen Jahres die Paulaner Hopfen-Tester in die Hallertau begleitet.

Die Hallertau (auch Holledau genannt) in Bayern ist das weltweit größte Hopfen-Anbaugebiet. Für seine Biere bezieht Paulaner den Rohstoff ausschließlich aus der Heimat. „Wir haben den weltweit größten Hopfengarten direkt vor der Haustür – das müssen wir natürlich

nutzen, um die Qualität vor Ort zu überprüfen und den Kontakt zu den Bauern zu pflegen“, so Paulaner Geschäftsführer Michael Doetsch.

In der Hallertau angekommen, begutachten die Paulaner Experten verschiedene Hopfenpartien aus unterschiedlichsten Anbaugärten. Angestrahlt von einem hellen Licht und im Kontrast der Hopfen-Schalen kann ein erstes Qualitätsmerkmal bestimmt werden: Nur satter, grüner und leuchtender Hopfen, also Spitzenware, darf ins Paulaner Bier.

Braune oder gräuliche Stellen deuten zum Beispiel auf Windschlag oder Schädlingsbefall hin, weiß Peter Winter von der Paulaner Qualitätssicherung. Brüchigkeit und Glanzlosigkeit seien typisch für eine zu

starke Trocknung. Am wichtigsten ist die Beurteilung des Aromas. „Es soll rein, fein und anhaltend voll sein. Dies lässt sich am besten durch Reiben der Hopfendolde zwischen den Handflächen und anschließender Geruchsprobe herausfinden“, erklärt Winter.



Der Hopfen ist die Seele des Bieres und sorgt für eine angenehm bittere Note.

Michael Doetsch lässt die Hopfendolde langsam durch die Finger rieseln, schließt die Augen und riecht kräftig an seinen Händen. Dann zerbröseln er die Zapfen, um an der gelben, harzigen Substanz, dem Lupulin, zu schnuppern. So kann er beurteilen, ob der Hopfen richtig gelagert wurde, ob sein Wassergehalt stimmt und sein feines Aroma nicht durch Fremdgerüche überdeckt wird. Ein Lächeln huscht über sein Gesicht: „Das ist ein Spitzenprodukt.“



Riechprobe: Peter Winter und Martin Zuber, Qualitätssicherung Paulaner, überprüfen das Hopfen-Aroma (v.l.).

10 ZEHN ZAHLEN

In **61** Ländern der Welt wird Paulaner Bier getrunken.

Über **12.000** Gastronomiekunden beliefert Paulaner weltweit.

106.750 Euro spendete Paulaner 2007 an die Aktion Sternstunden des Bayerischen Rundfunks zugunsten hilfsbedürftiger Kinder.

Über **3.000** Wirtschaften beliefert Paulaner in Bayern.

Aus **240** Metern Tiefe bezieht Paulaner zum Bierbrauen reines Gletscherwasser.

Über **600.000** Hektoliter setzte Paulaner 2007 im Export ab.

Seit **374** Jahren braut Paulaner feinstes Münchner Bier.

40.000 Flaschen werden bei Paulaner pro Stunde mit Bier gefüllt.

670 Mitarbeiter sind bei der Paulaner Brauerei beschäftigt.

14 verschiedene Biersorten hat Paulaner je nach Jahreszeit im Sortiment.

„Max“ ist ein Münchner Schlitzohr

IM PORTRAIT: „MAX“ AUS DER PAULANER TV-WERBUNG – ALIAS JÜRGEN TONKEL

Seit letztem Sommer gibt es ein neues Gesicht in den Paulaner Werbespots: „Max“, ein bayerisches Original, dargestellt von Schauspieler Jürgen Tonkel, der schon bei vielen deutschen Filmen mitspielte. Als Radiomoderator brillierte Tonkel 2006 in der Komödie „Wer früher stirbt, ist länger tot“. Jürgen Tonkel stammt aus dem 800-Seelen-Dorf Höhenrein bei Wolfratshausen am Starnberger See. Dass er gern Schauspieler werden wollte, erkannte er früh. Doch anstatt eine Schauspielschule zu besuchen, brachte er sich die Kunst kurzerhand selbst bei. Den „Max“ spielt er mit heiterer Leichtigkeit und brachte zu den Dreharbeiten der neuen Paulaner Spots eine große Portion Humor und viele witzige Ideen ein.

Paulaner Fan Club Post: Welche Reaktionen bekommen Sie auf Ihre Rolle als „Max“?

Jürgen Tonkel: Ich muss sagen, dass ich eine außergewöhnlich gute Resonanz auf den „Max“ erhalte. Soviel posi-

tive Ansprache hatte ich ehrlich gesagt gar nicht erwartet.

Werden Sie privat oder auf der Straße schon mal mit „Max“ angesprochen?

Angefangen bei dem Spruch „So isses!“, bis hin zu Rufen wie „Da kommt Mr. Paulaner!“, ist alles dabei. Selbst bei meiner letzten Theater-Tournee im Norden und Westen Deutschlands, wurde ich oft als „Max“ erkannt. Das hat mich sehr überrascht.

Bei der TV-Fortsetzung mit den Kult-Indern waren Sie zum ersten Mal als „Max“ zu sehen. Jetzt zeichnete das Jahrbuch der Werbung den Spot als „TV-Auftritt des Jahres“ mit einem begehrten „Megaphon“ aus. Wie fühlt sich das an?

Phantastisch! Die Auszeichnung ist ein brancheninternes Lob und ein weiterer Beweis dafür, dass Paulaner richtig gute Werbung macht.

Sie sind ja ein Teil des Erfolgs. Wer genau ist eigentlich dieser „Max“, den Sie spielen?

Der „Max“ ist ein Münchner Schlitzohr, das gern gemütlich im Biergarten sitzt und durch seine offene Art vielen Menschen aus aller Welt begegnet.

Und wie viel „Max“ steckt wirklich in Jürgen Tonkel?

Ich glaube ziemlich viel! Man verleiht einer Rolle, in die man schlüpft, immer etwas von seinem eigenen Charakter. Auch ich bin eine fröhliche Natur und sitze gern im Biergarten.



Wird regelmäßig auf seine Rolle als „Max“ angesprochen: Schauspieler Jürgen Tonkel.



Paulaner im Land des Lächelns

OB IN SINGAPUR ODER QINGDAO – IN ASIEN WIRD DER GERSTENSAFT VOM NOCKHERBERG IMMER BELIEBTER

Es gibt das Gerücht, dass Asiaten aufgrund eines fehlenden Enzyms kein Bier vertragen würden. Zu überprüfen, ob das wirklich stimmt, ist eine Aufgabe für Mediziner, aber im Paulaner Bräuhaus in Singapur sieht es jedenfalls nicht danach aus. Hier genießen die Gäste die bayerische Atmosphäre und das Paulaner Bier in vollen Zügen.

Neun Paulaner Bräuhäuser gibt es mittlerweile schon in Asien – acht in China und eben besagtes Bräuhaus in Singapur. Das 1992 eröffnete Bräuhaus in Peking war das erste ausländische Paulaner Bräuhaus. Wie hoch Paulaner bei den Asiaten im Kurs steht, lässt sich

aber nicht nur an der Zahl der Bräuhäuser messen, sondern in erster Linie am Bier-Absatz. 2007 setzte die Paulaner Brauerei im größten Kontinent der Erde 13.388 Hektoliter ab – das sind 44,8 Prozent mehr als im Vorjahr.

Diese Absatzsumme wird Paulaner im Verlauf der nächsten Jahre aber sicherlich noch steigern können: „Der asiatische Raum ist der am stärksten wachsende Bier-Markt. Vor allem Kambodscha hat ein besonders großes Potential“, so Paulaner Geschäftsführer Michael Bartholl.

Neben den Bräuhäusern gibt es aber auch noch andere Orte, an denen man



Die Paulaner Mitarbeiterinnen Bella Lerner und Brigitte Bernsteiner (mitte) vertreten die Brauerei vom Nockherberg auf dem Tsingtao-Bierfest in China.



Die asiatischen Gäste im Paulaner Bräuhaus in Singapur genießen die bayerische Atmosphäre.

den Bierspezialitäten vom Nockherberg begegnet. Zum Beispiel in dem modernen bayerischen Restaurant „brotzeit“ in Singapur. Vor einem halben Jahr eröffnete Dr. Martin Bém, Paulaner Repräsentant Asia/Pacific, dieses Lokal, das einen modernen Look mit traditionell bayerischen Speisen und Getränken verbindet. Er erklärt, was seine Gäste an den Paulaner Bieren so schätzen: „Die Asiaten trinken Paulaner nicht nur weil es ihnen so gut schmeckt, sondern auch weil sie sich sehr für bayerisches Bier und die Braukunst interessieren. Wenn wir die saisonalen Sonderbiere, wie zum Beispiel den Salvator oder das Paulaner

Oktoberfest Bier ausschenken, dann gibt es dazu auch einen kleinen Exkurs in die Biergeschichte.“

Natürlich ist Paulaner auch beim chinesischen Pendant zum Oktoberfest dabei. Auf dem internationalen Festival „Tsingtao“, das einmal jährlich in der ostchinesischen Stadt Qingdao zelebriert wird, war Paulaner 2007 mit einem eigenen Festzelt vertreten. Den Chinesen hat das Münchner Bier offensichtlich gut geschmeckt: Von 6.000 Hektolitern Bier, die während des gesamten Festivals getrunken wurden, kamen rund 500 Hektoliter aus dem Paulaner Festzelt.

Paulaner sucht den Kabarettstar

GEWINNEN SIE KARTEN FÜR DIE VORRUNDE DES RENOMMIERTEN KABARETT-WETTSTREITS „PAULANER SOLO“

Ein loses Mundwerk ist in Fürstentfeldbruck überlebenswichtig – zumindest wenn „Paulaner Solo“ auf dem Programm steht. Mit dem renommierten Kabarett-Wettbewerb, der schon Künstlern wie Django Asül den Weg nach oben ebnete, fördert die Paulaner Brauerei seit 14 Jahren Künstler im Bereich Wort- und Musikkabarett.

In Zusammenarbeit mit dem neuen Partner Veranstaltungsforum Fürstentfeld und einer Fachjury, wurden aus über 60 Bewerbern zwölf Teilnehmer

ausgesucht. In drei Vorrunden kämpfen diese nun um die Gunst der Jury, denn pro Vorrunde erhält nur ein Teilnehmer den Fahrchein ins Finale am 09. November. Hier entscheidet sich dann, wie viel Startkapital die Nachwuchs-Kabarettisten für ihre zukünftige Laufbahn mit nach Hause nehmen dürfen: Der Sieger erhält 4.000 Euro, der Zweitplatzierte 2.000 Euro und der Drittplatzierte immerhin noch 1.000 Euro. Zusätzlich zu diesen Jurypreisen gibt es einen mit 1.000 Euro dotierten Publikumspreis, den die Zuschauer im Finale an ihren Favoriten vergeben dürfen.

Nach der ersten Vorrunde vom 14. März steht bereits ein Teilnehmer der Endrunde fest. Wer die anderen beiden Finalisten sein werden, können Sie live miterleben (siehe rechts).

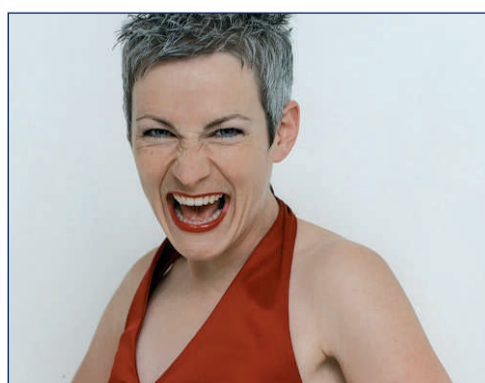
Karten für die Vorrunden am 06. Juni und am 26. September, sowie für das Finale am 09. November, gibt es über den Kartenservice des Veranstaltungsforums Fürstentfeld unter der Telefonnummer 08141/ 66 65 444 oder über die Internetseite www.paulaner-solo.de. Hier finden Sie auch detaillierte Informationen zu den zwölf Teilnehmern.

Mit der Fan Club Post zum „Paulaner Solo“

GEWINNEN SIE 3x2 KARTEN FÜR DEN KABARETT-WETTBEWERB

Die Fan Club Post lädt Sie zur zweiten Vorrunde des Kabarett-Wettbewerbs „Paulaner Solo“ ein. Am Abend des **06. Juni 2008** werden sich die vier Nachwuchskünstler Marcus Preis, Tina Häussermann, Nils Heinrich und Thomas Schreckenberger dem kritischen Urteil der Jury und des Publikums stellen.

Wenn Sie 3x2 Karten für den Wettbewerb im Veranstaltungsforum Fürstentfeld in Fürstentfeldbruck gewinnen möchten, kreuzen Sie einfach das entsprechende Kästchen auf dem beigelegten Faxbogen an. **Viel Glück!**



In der zweiten Vorrunde des Kabarett-Wettbewerbs „Paulaner Solo“ kämpfen Marcus Preis, Tina Häussermann, Nils Heinrich und Thomas Schreckenberger (v.l.) um den Einzug ins Finale.



Paulaner „Hall of Fan“

FÜR FANS NUR DAS BESTE: PAULANER EHRT FC BAYERN MÜNCHEN FANCLUBS IN DER ALLIANZ ARENA

Was für die Paulaner Fan Club-Mitglieder die „Wall of Fan“ unter www.paulaner-fan-club.de, ist für FC Bayern Fanclubs die „Hall of Fan“. Denn dank Paulaner wird FC Bayern Fanclubs im FanTreff der Allianz Arena eine große Ehre zuteil: Nach jedem Heimspiel darf ein Fanclub in die Paulaner „Hall of Fan“ einziehen.

„Was sonst in Amerika nur den größten Sport- und Rock-Superstars vorbehalten ist, das haben sich die Fans des FC Bayern schon lange verdient“, erklärt Marcus Müller, Leiter des Event-Marketing bei Paulaner.

Auf einer großen Ehrentafel im FanTreff wird jeder Fanclub mit seinem Fan-

club-Logo und den wichtigsten Daten verewigt. Bei Heimspielen des FC Bayern München stellt Stadionsprecher Stephan Lehmann einen neuen Fanclub vor, der in die „Hall of Fan“ einziehen darf. Und damit der Einzug in die „Ruhmeshalle“ gebührend gefeiert werden kann, erhält jeder aufgenommene Fanclub von Paulaner an seinem Ehrentag 200 Getränkgutscheine für den FanTreff in der Allianz Arena.



„Paula“ verewigt die FC Bayern Fanclubs.

Für den Einzug in die „Hall of Fan“ bewerben sich die FC Bayern München Fanclubs auf der Paulaner Homepage www.paulaner.de. Dort hat Paulaner ähnlich der „Wall of Fan“ auch eine virtuelle „Hall of Fan“ eingerichtet, auf der sich die einzelnen Fanclubs vorstellen.



Nach jedem Heimspiel ihres Lieblingsvereins darf sich ein FC Bayern Fanclub auf der Paulaner „Hall of Fan“ verewigen. Hier jubelt gerade der Fanclub „Rot-Weiß-Orion“.

Paulaner Brunnenpreis

PAULANER VERGIBT FÖRDERSUMME VON 50.000 EURO

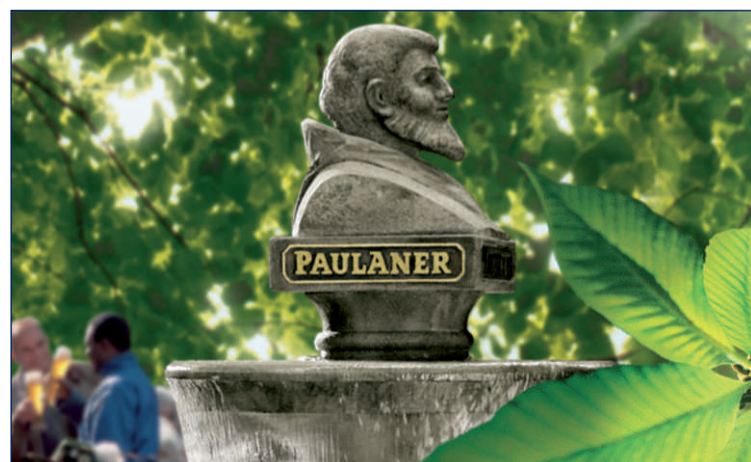
Brunnen sind Wahrzeichen für Heimat, Geselligkeit und Lebensfreude. Wasser steht für Reinheit und Leben. Die Marke Paulaner steht für all diese Werte. Mit dem Brunnenpreis hat Paulaner deshalb einen Wettbewerb ins Leben gerufen, der diese Ideale schützen und kultivieren will.

50.000 Euro Preisgeld für einen Brunnenneubau bietet Paulaner bayerischen Städten und Gemeinden an, die sich in Form eines Wettbewerbs mit dem überzeugendsten Brunnen-Konzept bei Paulaner bewerben.

Aus allen Einsendungen wählt eine hochkarätige Fach- und Laien-Jury die

drei besten Brunnen-Konzepte aus. Dann haben die jeweiligen Bewerber drei Monate Zeit, einen Künstlerwettbewerb mit dem Ziel eines Brunnenmodells zu gestalten – als Honorar gibt es dafür 4.000 Euro je Gemeinde. In einer weiteren Jury-Entscheidung wird schließlich der Gesamt-Sieger gekürt, der das Brunnenprojekt dann mit der finanziellen Unterstützung der Paulaner Brauerei umsetzen kann.

2007 konnte Kaufbeuren (Schwaben) den Paulaner Brunnenpreis für sich entscheiden. Am 31. Mai wird dort das große Einweihungsfest für den spektakulären Brunnenneubau im Kaufbeurer Spitalhof gefeiert.



Der Paulaner Brunnen, wie er in vielen Paulanergärten zu finden ist, steht Pate für den Paulaner Brunnenpreis, bei dem moderne oder historisierende Brunnenneubauten in bayerischen Gemeinden unterstützt werden.

Paulaner lobt 2008 den Brunnenpreis in Niederbayern aus. Paulaner FanClub-Mitglieder aus Niederbayern sind aufgerufen, ihre Bürgermeister auf den Brunnenpreis hinzuweisen und eine Teilnahme anzuregen. Nähere Infos unter www.paulaner.de/brunnenpreis.

Ein Stadion für Fans

WO SICH PAULANER FANS IN DER ALLIANZ ARENA AM WOHLSTEN FÜHLEN

Viele Paulaner Fans teilen neben der Vorliebe für das bayerische Bier vom Nockherberg auch die Begeisterung für den FC Bayern München. Mit dem Paulanergarten vor der Allianz Arena und dem Paulaner FanTreff verbindet Paulaner diese Leidenschaften.

Ob vor, während oder nach dem Spiel – der Paulaner FanTreff ist der Anlaufpunkt für FC Bayern Fans. In der „Erlebnisebene“ können hungrige und durstige Fußballfreunde in uriger Atmosphäre bayerische Spezialitäten und bestes Bier genießen. Im Paulaner FanTreff befindet sich auch die „Hall of Fan“, an der sich nach jedem Heimspiel ein FC Bayern Fanclub verewigen darf (siehe Artikel oben).

Mit zahlreichen Bildschirmen und Großleinwänden ist der Paulaner FanTreff der ideale Platz um zu feiern, Fußballwissen auszutauschen oder einfach nur ein kühles Bier zu trinken.

BAYERISCH FÜR ANFÄNGER

Das Paulaner Fan Club Post-Wörterbuch

Ihre Fan Club Post stellt in jeder Ausgabe wichtige bayerische Redewendungen und deren hochdeutsche Übersetzung vor. Denn immerhin leben drei Viertel aller Paulaner Fan Club-Mitglieder außerhalb Bayerns. Mit diesen Redewendungen beeindrucken Sie beim nächsten Besuch im Biergarten oder in der Allianz Arena sogar alteingesessene Münchner.

Griasgood / Griasdi
Guten Tag/Grüß dich

Is da no frei?
Ist hier noch frei?

A Maß (mit kurzem a aussprechen!)
Ein Liter Bier

Host mi?
Hast du mich verstanden?

Ja, do legst di nieda!
Donnerwetter! (Ausruf des Erstaunens)

Saupreiß
Saupreüße (Schimpfwort für alle Nichtbayern)

Gaudi
Vergnügen

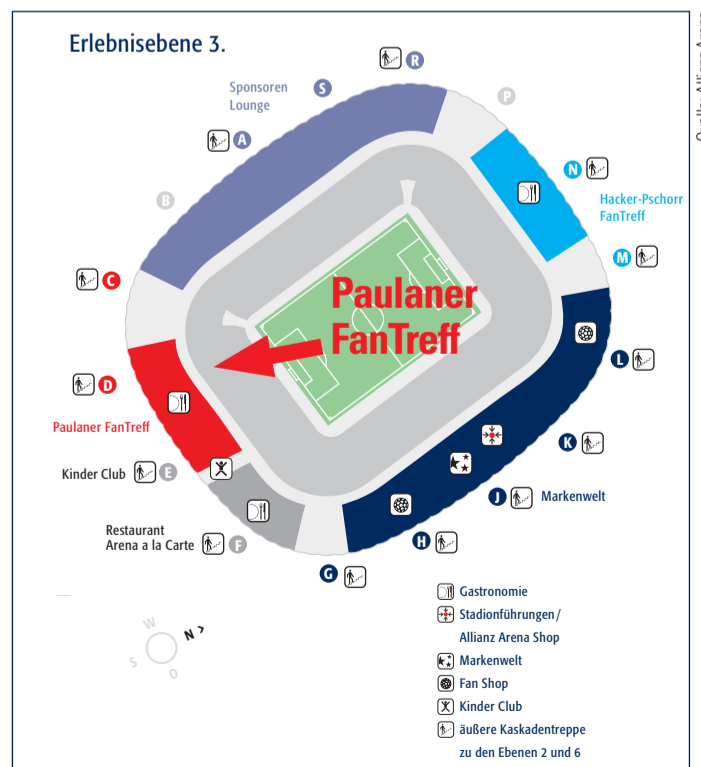
Schleich di!
Verschwinde! Hau ab!

Dangschee
Vielen Dank

Servus / Pfiat di / Pfiaats eich
Auf Wiedersehen / Guten Tag / Grüß dich

Und selbst wenn die Bayern mal weniger erfolgreich spielen – auf der ausgelassenen Aftergame-Party im FanTreff ist die Enttäuschung schnell vergessen.

Bei gutem Wetter treffen sich auch viele Fußballfans im Paulanergarten vor der Allianz Arena. Da können sich Paulaner Fans aller Vereine unter freiem Münchner Himmel auf das Spiel einstimmen.



Der Paulaner FanTreff in der Allianz Arena ist das Eldorado für fußballbegeisterte Paulaner Fans.



„Pauls“

GASTRO-TIPP AUS MÜNCHEN

Wer im Pauls hört, wie eine „Heiße Paula“ bestellt wird, muss sich keine Sorgen machen, dass die Münchener Augustenstraße jetzt zum Rotlichtviertel gehört. Denn die heiße Paula ist eine seriöse Bratwurst – modern interpretiert. Und so ist auch das Pauls: Hier bandelt das bayerische Wirtshaus mit der modernen Kneipen- und Bar-Kultur an.

„Niemand kann sich beklagen, dass es in München zu wenig Wirtshäuser geben würde“, sagt Sybille Holzapfel, Beraterin der Paulaner Gastronomie Consult und Projektleiterin des Pauls. „Die meisten Gaststätten sind sehr traditionell. Deswegen wurde es Zeit, den



Im Pauls gibt es fünf verschiedene Bier-sorten von Paulaner frisch vom Fass.

Münchnern eine zeitgemäße Alternative anzubieten“.

Diese Alternative heißt Pauls: In gemütlicher Größe bietet es ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Steh- und Sitzmöglichkeiten. Die lockere Atmosphäre gibt den Gästen Gelegenheit, neue Menschen zu treffen. Wer unter sich bleiben will, kann den separaten Nebenraum reservieren.

Neben kalten und warmen Brotzeiten und vielen Klassikern gibt es auch Weißwurst-Nuggets oder die Spezialität des Hauses: die besagte „Heiße Paula“ – und Biercocktails. „Unsere Pauls Spezial-Biergetränke, wie zum Beispiel Weißbier mit Holundersirup, sind mittlerweile ein beliebter Aperitif“, sagt Spitzenkoch Florian Riedl, der Chef im Pauls.

Pauls, Augustenstraße 53, 80333 München. www.pauls-münchen.de

Impressum

Herausgeber:
Paulaner Brauerei GmbH & Co. KG
Hochstraße 75, 81541 München

Verantwortlich für den Inhalt:
Tobias Thalmeir, Projektmanager Gastronomiemarketing

Konzept, Redaktion und Grafik:
powerpress medien GmbH, www.pp-m.net

Art Director: Jochen Bayerl

Fotos: Paulaner, www.paulaner-solo.de, sampics

Druck: Medienhaus Spintler, Weiden

Ein Prosit auf die Spurensuche

FAN CLUB POST ERKLÄRT DEN URSPRUNG DES ZUPROSTENS UND ANSTOSSENS

Ob im Biergarten, in der Kneipe oder im Restaurant: Überall ertönt der Klang der Krüge und Gläser beim Anstoßen zusammen mit einem „Prost“. Aber woher kommt eigentlich die Tradition des Zuprostens und Anstoßens?

Das Wort Prost kommt aus dem Lateinischen („prosit“) und bedeutet „Es möge nützen“. Kein geringerer als Friedrich der Große, zu seiner Zeit ein prominenter Bierbrauer, führte das Wort „Prost“ in den deutschen Sprachgebrauch ein.

Die Tradition des Anstoßens geht bis ins tiefste Mittelalter zurück: Damals wurde nicht selten ein Feind mit einem vergifteten Krug Bier aus dem Weg geräumt. Um sicher zu gehen, dass man für den Biergenuss nicht mit dem Tod bezahlen musste, wurden die Bierkrüge am oberen Rand aneinander gestoßen. So schwappte das Bier von einem Krug in den anderen und beide Bierfreunde konnten einander vertrauen.

Weißbiertrinker stoßen heutzutage am unteren Rand des Glasstutzens an. Denn an dieser Stelle ergibt sich ein warmer, satter Klang, der am besten zu dem bersteinfarbenen Farbton des Weißbieres passt. Eine andere Erklärung sagt auch, dass früher der obere Rand der Weißbiergläser so dünn war, dass sie bei einem kräftigen Stoß zerbrachen.

Allen Traditionen um das Anstoßen und Zuprosten ist eines gemeinsam: Ein Bier schmeckt am Besten in guter Gesellschaft. Darauf ein Gläser-kirrendes „Prost“!



„Max“ und einer der beliebten Inder aus dem TV-Spot „Gute Besserung“ machen es richtig: Mit Weißbiergläsern stößt man unten an.

Glacierte Schweinshaxe mit Salvator-Sauce

GLACIERTE SCHWEINSHAXE MIT STARKBIER-SAUCE ZUM NACHKOCHEN

Den Paulaner Mönchen diente der kräftige Salvator einst als Nahrungersatz während der Fastenzeit. In Verbindung mit einer fein gewürzten Schweinshaxe schmeckt das „flüssige Brot“ vielleicht sogar noch besser. Bitte sehr: Das Rezept!

Zutaten für 6 Personen:

- 0,5 l Salvator
- 3 Schweinshaxen (à 400-500 g)
- 0,5 l Kalbsfond
- 3 Knoblauchzehen (gehackt)
- 2 EL Pinienkerne
- 1 EL Wacholderbeeren
- 1 EL Koriander
- Salz, Pfeffer



ZUBEREITUNG:

Backofen auf 200°C vorheizen. Die rautenförmig eingeschnittenen Schwarten der

Haxen mit dem gehackten Knoblauch, den Wacholderbeeren und dem Koriander einreiben. Starkbier mit dem Kalbsfond in einen Bräter geben und im Ofen heiß werden lassen. Dann die Haxen mit der Schwarte nach unten hineinlegen und bei geschlossenem Deckel circa 30 Minuten dämpfen. Nun offen weiter braten und dabei immer wieder übergießen. Nach etwa einer 3/4-Stunde die Haxen mit dem restlichen Salvator bestreichen, aus dem Bräter herausnehmen und auf einer Platte im Ofen warm stellen. Die Sauce durch ein Sieb gießen, salzen und pfeffern. Die Pinienkerne in einer Pfanne rösten, die Haxen damit bestreuen und mit der Sauce anrichten.



Fan Club
POST

Mitmachen – mitgewinnen!

Ein Kreuzchen genügt –
und schon kann einer von

500 Paulaner Klappdeckeln Ihnen gehören!

Preisfrage: Wie lautet der Name des Schauspielers, der in den Paulaner Werbespots das Münchner Schlitzohr „Max“ mimt?

Zu gewinnen gibt es diesmal einen von 500 Paulaner Klappdeckeln mit dem Mönchskopf. Dieses Bier-Accessoire sieht nicht nur hübsch aus, sondern sorgt auch dafür, dass Ihnen im Frühjahr kein Blütenstaub ins Weißbier rieselt und im Sommer keine Wespen ins Glas fliegen.



Um am Fan Club Post-Gewinnspiel teilzunehmen, kreuzen Sie einfach die richtige Antwort auf dem beigelegten Fax-Bogen an und vergessen Sie nicht, uns Ihre E-Mail-Adresse zu nennen. **Viel Glück!**

