

## PROLOG



## Klischee ade!

Caroline Hennemann-Sacherer  
hennemann@meininger.de

Noch immer ist die Braubranche auf den ersten Blick vor allem eine Männerdomäne. Auf den ersten Blick. Denn immer mehr Frauen entdecken ihre Leidenschaft fürs Bier - lassen sich etwa professionell zur Sommelière ausbilden oder bloggen. Auch die Anzahl derer, die gar beruflich in die Branche einsteigen, wächst. Behutsam, aber kontinuierlich. Immer mehr Frauen werden Brauerin, Braumeisterin, arbeiten in Presse, Vertrieb und Außendienst von Brauereien. Das zeigen die aktuellen Zahlen der Deutschen Industrie- und Handelskammer, der TU Weihenstephan und des Deutschen Braumeister und Malzmeisterbundes. Für unser aktuelles **Titelthema auf Seite 6** haben wir einige dieser Frauen befragt.

Mag für die ein oder andere der Start vor einigen Jahren und Jahrzehnten noch holprig verlaufen sein, so hat sich seitdem einiges getan. „Vor allem innerhalb der Branche sind Frauen mittlerweile auf einer ähnlichen Ebene angekommen“, glaubt etwa Elisa Raus, Störtebeker-Pressesprecherin und Weltmeisterin der Biersommeliere. In der öffentlichen Wahrnehmung sehe es jedoch noch anders aus. Hier seien noch immer stereotypische Bilder in der Bierwerbung vertreten.

Auch die Craftbeer-Bewegung hat hier sicherlich einen Beitrag geleistet, hat sie doch viele Frauen wieder oder neu für Gerstensaft begeistern können und allgemein dazu angeregt, Strukturen und Normen kritisch zu hinterfragen.

Dabei ist es eigentlich nichts Neues, dass Frauen ein Händchen für Bier haben. Denn bis ins späte Mittelalter war das Bierbrauen vornehmlich eine weibliche Angelegenheit. Schon im alten Ägypten sollen sie den Braulöffel geschwungen haben. Erst mit der Entstehung industrialisierter Brauereien änderte sich das.

## IMPRESSUM

Herausgeber: Peter Meininger

Geschäftsführung:  
Andrea Meininger-Apfel (-57)  
Christoph Meininger (-57)

Redaktion:  
Pierre Pfeiffer, Chefred. (-52)  
Leska Günther (-90)  
Caroline Hennemann-Sacherer (-92)  
Lars-Henrik Wacker (-85)

Sekretariat: Irina Fischer (-57)

Leitung Produktion/Grafik:  
Patrick Rubick (-55)

Geschäftsleitung Media:  
Ralf Clemens (-81)

Verkaufsleiterin: Susanne Kleber (-66)

Mediaberaterin:  
Nathalie Brust (-47)  
Rebeka Weinrich (-50)

Assistentin GL Media: Silke Geiger (-49)

Verwaltung: Miriam Raffel (-48)

Abonnenten-Service: Martina Wasner (-36)

Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Datenträger, Fotos, und Illustrationen übernimmt der Verlag keine Haftung. Alle in GZ erschienenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Reproduktionen gleich welcher Art, ob Nachdruck, Fotokopie, Mikrofilm oder Erfassung in Datenverarbeitungsanlagen, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

**MEININGER**  
VERLAG

MEININGER VERLAG GmbH  
Maximilianstraße 7-17  
67433 Neustadt an der Weinstraße  
Telefon (06321) 8908-0  
Telefax (06321) 8908-73  
Internet: www.meininger.de  
www.getraenke-zeitung.de  
E-Mail: gz@meininger.de

Jahresabonnement: 120,00 EUR  
inkl. MwSt. und Versandkosten.  
Auslandspreis: 147,80 EUR  
Einzelheft: 5,20 EUR + Versandkosten.  
Die Mindestbezugszeit beträgt 1 Jahr.

Das Abonnement verlängert sich automatisch, jeweils um ein weiteres Jahr, wenn es nicht spätestens 6 Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres schriftlich bei der Meininger Verlag GmbH gekündigt wird.

Anzeigen: Siehe Preisliste Nr. 28  
gültig ab 1. Oktober 2020

Erscheinungsweise: vierzehntäglich  
Druck: westermann DRUCK | pva,  
ISSN 0947-5141

Mitglied der Informationsgemeinschaft  
zur Feststellung der Verbreitung von  
Werbeträgern e.V. (IWW)

**MEININGER ONLINE**  
WEIN GETRÄNKE EVENTS



„Wir packen's an!“

## GASTKOMMENTAR

## „Frauen in der Bierbranche“

Als Personalberater fragt man sich, warum Frauen in der Bierbranche oft noch eine Nebenrolle spielen. Man findet erfolgreiche Damen zum Beispiel im kaufmännischen oder Marketingbereich, aber doch wenige im vertrieblichen oder technischen Umfeld, das eher männlich dominiert ist. Gerade vor dem Hintergrund des stärker hervortretenden Fachkräftemangels macht es Sinn, sich diesem Thema ausführlicher zu widmen. Warum ist dies so und muss dies wirklich so bleiben? Ist es wirklich für Frauen gerade in diesem Umfeld noch eine Herausforderung, sich hier für weiterführende Positionen zu positionieren?

Zum einen wählen noch zu wenige Frauen Ausbildungen in einem MINT-Fach, zum anderen werden sie in vielen Unternehmen noch zu wenig gefördert. Gelingt es den Brauereien aber, qualifizierte Frauen zu entdecken und zu fördern und ihnen eventuell Mentoren zur Seite zu stellen, kann dies bei spezifischen Fragestellungen als Coaching wir-



„**Qualifizierte Frauen entdecken und fördern.**“

ken. Erleben Frauen weitere Unterstützung, wenn es um flexible Arbeitszeiten oder Kindergärten geht, können auch berufstätige Mütter weitere Karriereschritte angehen. Vielleicht haben hier mittelständisch geprägte Familienbrauereien bessere Möglichkeiten, wenn sie persönlicher, mit kürzeren Entscheidungswegen flexibler und mit örtlich stärkerer Vernetzung näher an den Ansprüchen von Frauen sein können.

Ein weiterer Grund für das Vorurteil, dass es Frauen schwerer haben, liegt auch daran, dass sich manche qualifizierte Frau einfach zu wenig zutraut, auch wenn sie es könnte! Dies im Gegensatz zu den meisten männlichen Kolle-

gen. Mit dem Anspruch an die eigene Fach- und Führungskompetenz und der Bereitschaft, die „extra Meile“ auch gegenüber den männlichen Kollegen gehen zu wollen, können sie in der Bierbranche Karriere machen. Voraussetzung dafür ist, dass man die eigene berufliche Schlüsselkompetenz kennt und diese selbstbewusst vertreten kann. Hierfür kann ein kritischer Austausch unter Freunden oder vielleicht sogar mit einem Personalberater hilfreich sein.

Folgende Beispiele über besondere Erfolge und Schlüsselkompetenzen zeigen, dass Frauen in der Bierbranche erfolgreich sind und dem gängigen Vorurteil widersprechen. Eine besondere Leistung war für eine junge Bachelor-Studentin an der HSWT, aus fast 100 Bewerbungen für das Assessment einer Großbrauerei ausgewählt und dann als eine von zehn Trainees eingestellt worden zu sein. Eine Key Account Managerin hat die Fähigkeit, ihre Mitmenschen (auch kritische männliche

Kollegen oder Kunden) zu motivieren, gemeinsam und mit Begeisterung an einer Aufgabe erfolgreich zu arbeiten. Unter anderem wurde sie deshalb Verkaufsleiterin mit der Verantwortung für mehrere Mitarbeiter. Eine Wirtschaftsingenieurin hat mit ihren 40 Mitarbeitern so gut zusammengearbeitet, dass man ihr den Titel „Braumeisterin ehrenhalber“ verlieh. Schließlich sei auf die vielen, oft noch jungen Frauen verwiesen, die in der kreativen Bier- und Craftbeer-Szene ihren „Mann“ stehen und als Bierbrauerin sehr erfolgreich sind. Wenn Frauen sich mehr zutrauen, sich weiter qualifizieren und gegenseitig unterstützen, sind sie eine Bereicherung für die spannende Bierbranche. Dies zeigen schon heute die Unternehmer- und Managerinnen, die die Stellung ihrer Brauerei im harten Wettbewerbsumfeld erfolgreich behaupten.

Dr. Josef Pschorr, zertifizierter Personalberater CERC/BDU für die Bier- und Getränkebranche

## NEUES FORMAT

- monatliche Themenverkostungen für noch mehr Reichweite
- Ausführliche Rückmeldung zu Ihrem Craft Beer
- Auszeichnung mit den bekannten Craft Beer Award Medaillen
- Ausführliche redaktionelle Begleitung in unseren Fachmagazinen
- Neue Online-Formate wie Produktvideos, Verkostungen und Präsentationen

[WWW.CRAFT-BEER-AWARD.DE](http://WWW.CRAFT-BEER-AWARD.DE)

MEININGER'S  
INTERNATIONAL  
CRAFT BEER  
AWARD



## EXPERIMENTAL &amp; FREESTYLE BIER

Anmeldung bis 30.07.2021

Online: [bit.ly/MICBA2021-08](http://bit.ly/MICBA2021-08)

LAND-/KELLERBIER / MÄRZEN /  
FESTBIER / DUNKLES / SCHWARZBIER

Anmeldung bis 03.09.2021

Online: [bit.ly/MICBA2021-09](http://bit.ly/MICBA2021-09)

RAUCHBIER / PUMPKIN ALE / HONIG-  
BIER / BIER AUS ALTERNATIVEM  
GETREIDE / HISTORISCHE BIERSTILE

Anmeldung bis 01.10.2021

Online: [bit.ly/MICBA2021-10](http://bit.ly/MICBA2021-10)