



Privatbrauerei Zwettl zieht erfreuliche Jahresbilanz:

„Der Durst ist zurück“

- **216.800 Hektoliter Gesamtausstoß**
- **Gastronomieumsatz nach Corona wieder um mehr als 50 Prozent gesteigert**
- **Vorkrisen-Niveau zum zweiten Mal in Folge übertroffen**
- **Investment in neue Anlagen und Unabhängigkeit – Alternativen zu fossiler Energie im Fokus**

(Zwettl/Weitra, am 11.1.2023) Trotz schwierigster Rahmenbedingungen blicken die Waldviertler Traditionsbrauerei Zwettl und die zum Unternehmensverbund gehörende Bierwerkstatt Weitra auf ein „gutes Jahr“ zurück: So konnte auch 2022 – zum zweiten Mal in Folge – das Vorkrisen-Niveau absatz- und wertmäßig übertroffen werden. In Summe wurden 216.800 Hektoliter Bier und alkoholfreie Getränke aus Zwettl sowie Weitra abgesetzt. Herausfordernd für die Brauerei waren die massiven – und in dieser Form noch nie dagewesenen – Kostensteigerungen in nahezu allen Bereichen. Die Ausgaben für Energie, Rohstoffe, Treibstoffe, Logistik und Verpackung nahmen Dimensionen an, die nach wie vor schwer abbildbar sind; daraus folgende Preisanpassungen waren „unausweichlich“.

Mag. Karl Schwarz, der die Brauerei in fünfter Generation führt, erklärt: „Widerstandskraft ist uns Waldviertlern eigen - genauso wie der Drang zu Unabhängigkeit.“ Beides machte sich (auch) 2022 bezahlt – und mündet in den nächsten Jahren in einem „viele Millionen Euro schweren Investment in die Produktion und neue Anlagen der Brauerei, um uns fit für die Zukunft aufzustellen und mittelfristig von fossilen Energieträgern zu lösen.“ Zugute kommt dem Unternehmen auch, dass Bierkonsumenten „immer bewusster zu Produkten von unabhängigen Privatbrauereien greifen“, so Schwarz.

Ausstoß-Plus von 3,24 Prozent

Trotz der coronabedingten Einschränkungen noch zu Jahresbeginn fällt die Bilanz der Brauerei „sehr zufriedenstellend aus“: 2022 wurden in Summe 216.800 Hektoliter Getränke (+ 3,24 Prozent im Vergleich zu 2021), davon 196.600 Hektoliter Bier (+ 0,72 Prozent) umgesetzt. Damit toppt Zwettler beim Bierausstoß nicht nur das „Vorkrisen-Niveau“, sondern auch jenes aus dem erfolgreichen Vorjahr.¹

Vom Ende der Durststrecke in der Gastronomie

Der Bier-Absatz hat sich 2022 wieder vom Handel in Richtung Gastronomie verschoben und damit nahezu auf dem „sonst üblichen Niveau“ eingependelt - im Jahr davor legte der Bierabsatz im Lebensmittelhandel aufgrund der zahlreichen Gastro-Lockdowns überproportional stark zu. Nach Ende der Corona-Beschränkungen stiegen die Gastronomie-Umsätze deutlich an. Der Sommer 2022 entwickelte sich aus gastronomischer Sicht zu „einem vollen Erfolg“ - vor allem Fassbier war im Vorjahr sehr gefragt. Karl Schwarz: „Wir bemerken nach den beiden von Corona geprägten Jahren einen extremen Auf- und Nachholbedarf bei Festivitäten und Veranstaltungen“. In Summe wurde 2022 mengenmäßig um 51 Prozent – das entspricht über 3 Millionen Krügerl – mehr Bier als im Vorjahr in der Gastronomie abgesetzt, dennoch sei man noch „nicht ganz auf Vorkrisen-Niveau angelangt.“

Zu diesem Erfolg trägt auch die Bierwerkstatt Weitra bei: Die sowohl in Gastronomie als auch Lebensmittelhandel vertriebenen Produkte legten mengenmäßig nochmals um 15,5 % zu. Karl Schwarz zufrieden: „Die Bierwerkstatt Weitra setzte damit 2022 ihren langjährigen Höhenflug fort.“

¹ 2021: 195.200 hl Bier; 2019: 194.400 hl Bier



Vom Bierbrauer zum Durstlöcher: 2,5 Millionen Flaschen alkoholfreie Getränke verkauft

Mussten sich Bierbrauer in der älteren Vergangenheit „nahezu rechtfertigen“, wenn sie alkoholfreie Getränke herstellten, so gehört das breite Angebot heute zum guten Ton und trägt deutlich zu Erfolg und Ergebnis bei. „Wir haben uns hier vom Bierbrauer zum Durstlöcher entwickelt“, schmunzelt Karl Schwarz. Das mittlerweile vier eigene Produkte umfassende alkoholfreie Sortiment und die in Lizenzabfüllung hergestellte Frucade erlebten 2022 ein Allzeit-Hoch: So wurden 1,25 Millionen Liter alkoholfreie Getränke produziert – das entspricht einem Plus von mehr als 30 Prozent zum Vorjahr. Das neu lancierte Fruchtsaft-Erfrischungsgetränk JOHANN konnte „mehr als erfolgreich am Markt eingeführt werden.“

Fragile Lieferketten: Regionalität als beste Antwort

Die Brauer aus Zwettl waren „immer schon“ regional verankert – so stammen seit mehreren Jahrzehnten die Brauzutaten aus der Region. Nicht zuletzt aus Umwelt- und Klimaschutzgründen sind regionale Bezugsquellen heute mehr denn je sinnvoll. „War ursprünglich die geschmackliche Harmonie der Rohstoffe das Animo zur engen Kooperation mit der regionalen Landwirtschaft, so zeigt sich aktuell, wie wichtig und vorausschauend diese Entwicklung hin zu einer de-facto-Vertragslandwirtschaft bei Hopfen und Gerste war. Nun haben wir den großen Vorteil, langfristig mit Rohstoffen versorgt zu werden“, freut sich Schwarz.

In Zeiten von Engpässen bei Rohstoffen und instabilen Lieferketten auf bewährte Partnerschaften setzen zu können, sichert das Unternehmen ab. „Wir sehen das ganz klar als Geben und Nehmen“, erklärt Schwarz. So wurden den Braugerste-Landwirten mit einem 6-stelligen Betrag die Mehrkosten für Treibstoff und Saatgut abgegolten. Bewusst regional erfolgt auch der Vertrieb der Produkte: „Wir verkaufen unsere Produkte nicht im ganz Land, sondern in einem Radius von rund ca. 200 Kilometer rund um unsere Braustadt.“ Diese regionale Wertschöpfung ist „Teil des Selbstverständnisses.“

„Nicht jammern, sondern handeln“: Zwettler führt die 4-Tage-Woche ein

Auch als Arbeitgeber hat die Brauerei „das Ohr am Puls der Zeit“: So ist für einen Großteil der Mitarbeitenden auf Wunsch die 4-Tage-Woche möglich. „Flexible Arbeitszeitmodelle sind Standard bei uns“, so Karl Schwarz. Erst im Vorjahr wurde unter dem Motto „Wir b(r)auen auf Gesundheit“ die betriebliche Gesundheitsförderung massiv ausgeweitet. Dabei setzt Zwettler auf eine gute Mischung an jungen Nachwuchskräften und erfahrenen Kollegen – aktuell vereint die Brauerei bei 135 Mitarbeiter*innen insgesamt „1.693 Jahre an Erfahrungsschatz“ im Unternehmen.

Grüne Pläne für 2023: Einsparungspotenziale heben und Ökostrom ausbauen

Bei Zwettler richtet man den Blick in die Zukunft und zeigt sich durchaus optimistisch – sind doch gerade lokale Lebensmittel sehr begehrt und werden bewusst nachgefragt. Karl Schwarz zu den Plänen: „Teuerung und Energiekrise führen dazu, dass wir alle Systeme und Abläufe kontinuierlich auf Einsparungspotenziale überprüfen und beispielsweise die Kapazitäten für Ökostrom deutlich ausbauen.“

Bierbrauen „mit der Kraft der Sonne“

2023 wird die bestehende, 980 Paneele umfassende, Photovoltaikanlage um weitere 1.308 Module erweitert. In Summe werden die beiden Anlagen dann jährlich bis zu 800.000 kWh umweltfreundlichen Sonnenstrom erzeugen und damit auch mehr als die Hälfte des Eigenbedarfs der Brauerei abdecken können.

Über Zwettler:

Die Privatbrauerei Zwettl mit Sitz im nördlichen Niederösterreich wird als Familienunternehmen in der fünften Generation von der Brauerfamilie Karl Schwarz geführt. Die anspruchsvollen, regionstypischen



Biere werden in Gastronomie und Handel vorwiegend im Osten Österreichs verkauft. Dank intensiver Kooperationen mit Landwirten stammen Hopfen und Gerste aus der Region, das Brauwasser sprudelt aus eigenen Quellen. Die Begeisterung für das Brauhandwerk ist bei jedem Schluck erleb- und spürbar. Das kreative Spiel mit Hopfen und Malz ist eines der Erfolgsrezepte der Brauerei. Die Bierbrauer „mit Herz und Seele“ leben ihre Leidenschaft für Biere mit immer neuen Biertypen aus.

Zwettler engagiert sich in der Region für Kunst und Kultur und ist Hauptsponsor des Neptun Staatspreises für den Schutz des heimischen Wassers. Die Brauerei ist Mitglied der Interessensgemeinschaft „Die Freien Brauer“ sowie der heimischen „CulturBrauer“, aktiver Partner der „Vereinigung der unabhängigen Privatbrauereien Österreichs“, langjähriger Premiumpartner der „Niederösterreichischen Wirtshauskultur“ und mehrfacher Preisträger des „European Beer Stars“.

www.zwettler.at

www.bierwerkstatt.at

Rückfragehinweis Privatbrauerei Zwettl:

Rudolf Damberger

Marketingleiter Privatbrauerei Zwettl

T: +43/2822/500-0

rudolf.damberger@zwettler.at