

Privatbrauerei Zwettl konnte auch 2016 Dank neuer alkoholfreier Getränke zulegen



Mag. Karl Schwarz

Credit: Privatbrauerei Zwettl

Fotograf: Foto Liewehrs

Utl.: 23,6 Millionen Euro Umsatz, Gesamtausstoß von 206.100 Hektolitern Bier, alkoholfreien Getränken und Handelswaren =

Zwettl (OTS) -

~

- Waldviertler Rohstoffe als Erfolgsfaktor: 30 Jahre lokaler Hopfenanbau & intensive Kooperation mit Gerstenbauern
- „Ein Prost auf die Gastronomie“: Gastro-Umsatz wächst
Zielpunkt Wegfall kompensiert

~

Die Privatbrauerei Zwettl und die zum Unternehmensverbund gehörende Bierwerkstatt Weitra blicken auf ein ereignisreiches Jahr 2016 zurück: Der Umsatz lag bei 23,6 Millionen Euro, der Gesamtausstoß bei 206.100 Hektolitern - davon 187.500 Hektoliter Bier. Damit hält der Erfolgskurs der letzten Jahre an. „Wir erleben permanent Veränderungen des Getränke-Marktes und freuen uns, dass unsere Produkte sowohl in der Gastronomie als auch bei Endkonsumenten so gut ankommen“, erklärt Mag. Karl Schwarz, Geschäftsführer und Inhaber des Traditionsbetriebes. Sein Erfolgsrezept: Regionale Rohstoffe, Forcierung von Spezialitäten und handwerklich gefertigten Produkten sowie ein Produktportfolio, das in jüngster Zeit auch alkoholfreie Getränke umfasst. Als Wachstumsmotor fungierten im Vorjahr die Bierwerkstatt Weitra (+4,14 Prozent Menge) sowie Spezialprodukte wie Zwettler Zwickl und das Zwettler Premium-Pils Saphir, die sich „dem besonderen Geschmack verschrieben haben.“ Erneut wachsende

Gastronomie-Umsätze sowie das alkoholfreie Neuprodukt „KORL“ trugen das ihre zum Erfolg bei. „Wichtig im ‚Jahr eins nach Zielpunkt‘ war die Kompensation der weggefallenen Umsätze“, so Karl Schwarz. Für das aktuelle Geschäftsjahr stehen die langfristige Absicherung der Rohstoff-Quellen der Brauerei, Craft-Biere sowie ein weiteres alkoholfreies Getränk auf dem Programm. Schwarz sieht sein Unternehmen „gut für die Zukunft aufgestellt.“

Zwtl.: Regionaler Geschmack mit emotionaler Strahlkraft

Karl Schwarz führt die Brauerei in fünfter Generation und erkannte „die Positionierungschance als regionaler Anbieter“. Die Ausrichtung als in der Region verwurzeltes Unternehmen erfährt nicht nur im heimischen Waldviertel einen hohen Wert. „Die emotionale Strahlkraft unserer Marken Zwettler und Weitra Bräu umfasst vor allem auch Wien, daher ist die Bundeshauptstadt ganz klar unser Wachstumsmarkt“, ergänzt Schwarz.

Zwtl.: Kreative bierige Impulse: Traditionsbiere für den modernen Geschmack

Der anhaltende Trend zu „Craft-Bieren“ – die Karl Schwarz trefflich als „handwerklich gefertigte Biere“ beschreibt – wurde im vergangenen Jahr gerade von mittelständischen Brauereien wie Zwettler getrieben. „Unser Anspruch ist es, außergewöhnliche Biere abseits des Mainstreams zu brauen. Wir nehmen uns die Freiheit heraus, Visionen und Vorgaben zu interpretieren und daraus kreative Biertypen zu erzeugen.“ Die Konzentration auf regionstypischen Geschmack gepaart mit innovativen und „mutigen“ Bieren waren und sind Erfolgsfaktoren. So lancierte Zwettler im Vorjahr mit „Black Magic“ und mit dem streng limitierten „Wild Affairs“ – einem obergärigen Indian Pale Ale, welches mehrere Monate in einem Chardonnay-Fass reifen durfte – zwei Neuheiten am heimischen Biermarkt. „Black Magic“, ein tiefschwarzes Austrian Porter, steht für die zeitgemäße Übersetzung eines Bier-Klassikers ins „hier und heute“. Dass sich die Brauerei darauf versteht, belegt die Tatsache, dass „Black Magic“ aufgrund des großen Erfolges aktuell erneut eingebraut wird.

Zwtl.: Bierwerkstatt Weitra auf Erfolgskurs

Die zum Unternehmensverbund gehörende Bierwerkstatt Weitra wächst seit Jahren. Im Norden Niederösterreichs eingebraut, erfreuen sich das „Weitra Helle“ sowie „Hadmar – das BIO-Bier“ besonders in Wien

großer Beliebtheit. Karl Schwarz: „28 Prozent des gebrauten Bieres aus der Kuenringerstadt Weitra gehen nach Wien!“ Insgesamt lag der Weitraer Ausstoß 2016 bei 14.900 Hektolitern Bier.

Zwtl.: Position in der Gastronomie gestärkt: Wirte schenken vermehrt Zwettler und Weitraer Bier aus

2016 konnte Zwettler auch seine Position in der Gastronomie erneut stärken: So erwirtschaftet die Waldviertler Traditionsbrauerei mittlerweile mehr als die Hälfte ihres Ergebnisses in der Gastronomie. Vermehrt schätzen Gastronomen aus Wien die bierigen Produkte der beiden Braustädte, bereits jedes vierte Fass wird in die Bundeshauptstadt geliefert.

Zu den zahlreichen neuen Zwettler und Weitraer Bierpartnern zählen unter anderem die beiden neuen Eatalico-Betriebe der Familie Huth in Wien, das Freiwild in der Josefstadt, das beliebte Cafe Restaurant Augarten in Wien, das Landgasthaus Stockerwirt in Sulz im Wienerwald, Schlosshotel Thalheim im niederösterreichischen Kapelln sowie das Park Hyatt in Wien.

Zwtl.: Bier ist nicht mehr gleich Bier

„Auch Dank der Craft-Bier-Bewegung konnten wir in der Gastronomie eine klare preisliche Differenzierung bei Bier erreichen. Die Gäste wissen mittlerweile, dass nicht jedes Krügerl automatisch 3,90 Euro kostet, sondern es je nach Biertyp, Herstellung und Rohstoffen ganz unterschiedliche Preispositionierungen gibt“, erklärt Karl Schwarz die aktuelle Entwicklung. „Was beim Wein schon lange gang und gäbe war – Unterschiede in Qualität und Preis anzuerkennen – ist jetzt auch beim Bier angekommen.“

Zwtl.: Bierliebe wächst – und davon profitieren auch die Klassiker im Sortiment

Von der wachsenden Begeisterung der Österreicher für Bierspezialitäten profitieren auch die „Klassiker“ im Sortiment der Waldviertler: „Das naturtrübe Fassbier Zwettler Zwickl wuchs 2016 mengenmäßig um 14,93 Prozent, der Bestseller Zwettler Export Lager – seit dem Vorjahr auch im praktischen 6 x 0,5 Liter-Träger erhältlich – auf sehr hohem Niveau um 2,28 Prozent.“ Auch das Zwettler Premium Pils Saphir bekam 2016 deutlichen Aufwind: Die Verkaufsmenge stieg gegenüber 2015 um 11,91 Prozent. Besonders Wiener Bierfreunde

sprechen dem Waldviertler Edel-Pils zu - hier wurde um ein Fünftel mehr Saphir abgesetzt.

Zwtl.: Trend zu alkoholfreien Alternativen: Limonade KORL als Verkaufsschlager - Neuprodukt MITZI 2017

Durchschlagend war der Erfolg der 2016 lancierten Kola-Orangen-Limonade KORL, die sich in der regionalen Gastronomie, bei Veranstaltungen und punktuell im LEH insgesamt mehr als 360.000 Mal verkaufte und damit nahezu doppelt so oft über den Ladentisch ging wie ursprünglich geplant. „Limonaden mit regionstypischem Bezug kommen gut an“, weiß Karl Schwarz.

Dem breiten Zuspruch des alkoholfreien KORL entsprechend bringt Zwettler im Frühjahr „MITZI“ - das Erfrischungsgetränk mit Zitronengeschmack. MITZI wird als „Schwester“ der Kola-Orangenlimonade positioniert und in den gleichen Kanälen regional vertrieben.

Zwtl.: „Regionalität ist das neue Bio“

Insgesamt profitiert Zwettler von einer Entwicklung, die man als das „neue oder andere Bio“ bezeichnen könnte. „Regionalität ist zunehmend ein wichtiges Verkaufsargument“, fasst Prok. Dr. David Pfarrhofer vom Market Institut die Erkenntnisse einer aktuellen Studie zusammen, die im Herbst 2016 durchgeführt wurde. Karl Schwarz ergänzt: „Regionale Wertschöpfung ist schlicht nachhaltiger. Wir bei Zwettler haben Nachhaltigkeit schon gelebt, lange bevor dieser Begriff überstrapaziert wurde. Gerade im Waldviertel gibt es starke lokale Kreisläufe. Seit jeher sind wir uns unserer Verantwortung der Region gegenüber bewusst und setzen daher auf Rohstoffe aus der Heimat.“ Neben dem ökologischen Aspekt profitieren die Zwettler Bierbrauer ja „auch vom regionstypischen Geschmack“, der damit sichergestellt wird und zudem ein bedeutsames Verkaufsargument ist.

Zwtl.: Jubiläum: 30 Jahre Hopfenanbau im Waldviertel und Rekordernte 2016

Den Bezug zur Region lebt die Privatbrauerei Zwettl bereits seit vielen Jahren. So hat der im November 2016 verstorbene KR Karl Schwarz sen. den Hopfenanbau im Waldviertel als Pionier „wiederbelebt“ und vor 30 Jahren rund um die Braustadt Zwettl aktiviert. „2016 konnten unsere sieben Partner-Landwirte aus der

Gegend eine Rekordernte von mehr als 30.000 Kilogramm vorzüglichsten Hopfens, welcher mit der höchsten Auszeichnung - der sogenannten weißen Fahne für Qualität der Güteklasse 1 - dotiert wurde, einfahren", freut sich Karl Schwarz.

Zwtl.: Der Geschmack der Region - Verlängerung der Kooperation mit Gerstenbauern

„Es ist der Wunschtraum jedes Brauers, wenn alle Zutaten aus einer Gegend kommen - denn dann ist das Zusammenspiel ideal und das Bier besonders harmonisch wie auch regionstypisch“, so Karl Schwarz. Dementsprechend erfährt die langjährige Partnerschaft mit den Landwirten aus der Region 2017 eine weitere Intensivierung: Die bestehende Kooperation mit der Erzeugergemeinschaft „Edelkorn“, in der 450 Waldviertler Landwirte zusammengeschlossen sind, wurde für weitere drei Jahre fixiert. „Damit verpflichten wir uns zur gesicherten Abnahme von über 4.200 Tonnen regionaler Braugerste“, resümiert Karl Schwarz. Benefit: Die Landwirte generieren einen „Waldviertel-Zuschlag“ durch die Brauerei.

Zwtl.: 440.000 Euro Investment in Wasserwerk

Beim - nicht nur mengenmäßig - wichtigen Rohstoff Wasser, welches mitentscheidend für Bierqualität und Geschmack ist, setzt Zwettler auf eigene Quellen rund um die Stadt Zwettl. „Unser Brauwasser entnehmen wir den Zisternen naturbelassen, es kann ohne Enthärtung, direkt so, wie es aus den Quellen kommt, zum Brauen verwendet werden“, ist Schwarz stolz. Damit das so bleibt, wird eine „knappe halbe Million Euro“ in das hauseigene Wasserwerk investiert.

Zwtl.: Neuprodukte: Holzfassgereiftes Spezialbier

Auch 2017 wird Zwettler seinem Ruf als „kreative Craft-Bier-Schmiede“ gerecht: Im Frühling wird es das neue holzfassgereifte Spezialbier „Chapeau“ in einer streng limitierten Auflage geben - weitere Überraschungen folgen.

Zwtl.: Waldviertel pur: Aus der Region für die Region

Die Verbundenheit der Privatbrauerei Zwettl zum Waldviertel spiegelt sich neben den Rohstoff-Bezugsquellen auch in der Unterstützung lokaler Aktivitäten wie dem Musikfestival Grafenegg, dem Gourmetfestival in der Wachau, als Partner der Niederösterreichischen

Wirtshauskultur sowie Unterstützer von Veranstaltungen wie „Waldviertel pur“ und dem großen „Erntedankfest“ in Wien wider. Die Verbundenheit macht sich aber auch im Absatz bemerkbar: Obwohl die Wiener immer öfter Durst auf Zwettler oder Weitra Bier bekommen, werden nach wie vor drei Viertel der produzierten Biermenge in Niederösterreich konsumiert.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Rudolf Damberger

Marketingleiter

Privatbrauerei Zwettl

T: +43/2822/500-0

M: +43/676 838 50 535

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/2286/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0091 2017-01-19/11:29

191129 Jän 17

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170119_OTS0091