

Touristik

CLPPPNG SERVICE

"WIR SIND VORREITER" (1/3)

hotel & touristik essenz Ausgabe 01/2022 | Seite 34, 35, 36 | 25. Februar 2022 Auflage: 19.754 | Reichweite: 57.287

respACT

BIERKULTUR

"WIR SIND VORREITER"

Regional und International

Von Thomas Schweighofer

Welche Rolle spielt die Gastronomie noch und wie stellt sich das größte Brauunternehmen des Landes künftig auf? Der Vorstandsvorsitzende der Brau Union Österreich, Klaus Schörghofer, und Gabriela Maria Straka, Mitglied der Geschäftsleitung, im Gespräch.

Die Brau Union Österreich ist dank ihrer Stärke besser durch die Krise gekommen als andere. Wie schmerzhaft waren die letzten beiden Jahre wirtschaftlich dennoch?

Klaus Schörghofer: Natürlich haben sich die Lockdowns spürbar auf die Sparte Gastronomie ausgewirkt, während sich im Lebensmittelhandel positive Entwicklungen durchgesetzt haben, mit denen wir jedoch nicht das Minus in der Gastronomie kompensieren konnten.

Die vergangenen beiden Jahre haben Gastronomie und Hotellerie geschwächt. Hat das die Bedeutung der Sparte innerhalb der Brau Union Österreich gemindert?

Schörghofer: Nein, wir haben die Zeit genutzt und sogar viel Arbeit in die Sparte investiert, um Projekte für noch mehr Kundenorientierung und Serviceleistung umzusetzen. Denn die Österreicher trinken ihr Bier nach wie vor am liebsten in Gesellschaft. Über ein Drittel (Anm.: 36 Prozent) der Österreicher geben laut aktuellem Bierkulturbericht an, dass ihnen Bier unterwegs, das heißt in Lokalen, Gasthäusern, Bars und so weiter, besser schmeckt.

Die Inflation ist so hoch wie schon lange nicht, Rohstoffe, Baustoffe et cetera sind zuletzt deutlich teurer geworden. Werden wir uns künftig auf deutlich höhere Bierpreise einstellen müssen?

Gabriela Maria Straka: Um unseren Rohstoffbedarf abzudecken, setzen wir auf langjährige Kooperationen mit Landwirten in Österreich. Der Rohstoffmarkt ist wetterabhängig und unterliegt somit Schwankungen, die sich in der Vergangenheit auch im Bierpreis niedergeschlagen haben.

Zeiten der Krise verlangen Innovationen voranzutreiben und Mut für Investitio-

nen zu haben. Was haben Sie im Unternehmen umgesetzt oder planen Sie?

Schörghofer: Wir haben die Zeit genutzt, um Projekte im Unternehmen voranzutreiben, die die Brau Union Österreich zukunftsfit machen, damit wir unsere Kunden in der Gastronomie ganzheitlich noch besser servicieren können.

Straka: Weiters wurde wie bisher auch an bierigen Innovationen gearbeitet, die im Frühling wieder auf den Markt kommen werden und auf die Bedürfnisse der Konsumenten abgestimmt sind. Investiert wird vor allem in die "Green Agenda", um unser Nachhaltigkeitsziel, in der Produktion bis 2030 CO2-neutral zu sein, zu erreichen. So ist mit Februar 2022 bereits die dritte Grüne Brauerei in Vorarlberg, die Grüne Brauerei Fohrenburg, umgesetzt und weitere nachhaltige Investitionen sind am Standort geplant wie die Umstellung auf ein Holzheizwerk für den Dampfkesselantrieb.

Herr Schörghofer, ihr Vater hat schon für die Brau Union Österreich gearbeitet, sie selbst haben in den Ferien als Bierführer gejobbt, nach dem Studium beim Betrieb begonnen. Was begeistert Sie am Unternehmen?

Das Bierbrauen hat mich schon immer fasziniert. Mein Vater war in unserem Haus als Logistikleiter beschäftigt und hat immer wieder erzählt, dass man sich in der Brau Union Österreich aufeinander verlassen kann. Seit meiner Zeit als Praktikant hat mich die Branche dann selbst nicht mehr losgelassen. Wir haben einen großartigen Zusammenhalt im Unternehmen – durch den ist auch die starke Identifikation entstanden. Und entscheidend war für mich, dass ich ständig Möglichkeiten hatte, mich weiterzuentwickeln, neue Aufgaben in Angriff zu nehmen, und dass mir großes Vertrauen entgegengebracht wurde.

"Am Ende entscheidet der Konsument." Klaus Schörghofer

"Nachhaltigkeit ist ein

kontinuierlicher Prozess."

Gabriela Maria Straka

APA DEFACTO





"WIR SIND VORREITER" (2/3)

hotel & touristik essenz Ausgabe 01/2022 | Seite 34, 35, 36 | 25. Februar 2022 Auflage: 19.754 | Reichweite: 57.287

respACT



BIERKULTUR

Braumeister wollten Sie nie werden?

Nachdem mein Berufseinstieg in der Logistik war, habe ich den Zauber des Bierbrauens erst später kennengelernt. Wäre ich als Brauer-Praktikant in unser Unternehmen eingestiegen, würde ich jetzt vielleicht in einer unserer grünen Brauereien Bier brauen. Aber auch ohne klassische Brauer-Ausbildung ist das Bieverkosten eine schöne Aufgabe.

Wie gehen Sie Ihre Führungsaufgabe an: Was erwarten Sie von sich selbst und was von Ihren Mitarbeitern?

Von meinen Ferialpraktika als Bierführer an habe ich Einblick in die verschiedensten Arbeitsbereiche des Unternehmens erhalten; das hat sicher meinen Führungsstil geprägt. Der Zusammenhalt von allen Mitarbeitern ist mir ein großes Anliegen. Ich schätze es sehr, dass wir uns über das gesamte Unternehmen und damit in ganz Österreich auf Augenhöhe begegnen! Wir pflegen direkte Kommunikation und sehen wertschätzend formulierte Kritik als Teil unserer Kultur, damit wir uns laufend verbessern.

Unternehmensleitung bedeutet der Umgang mit Bilanzen, Zahlen, Leadership, Vorleben der Unternehmenskultur. Fühlen Sie beide sich überall gleich wohl?

Schörghofer: Jeder hat Stärken, aber auch Entwicklungsfelder – das Schöne in unserem Unternehmen ist, dass ich eine für mich immer wieder beeindruckende Fachkompetenz meiner Kolleginnen und Kollegen in den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen wahrnehme und eine unglaublich starke emotionale Bindung zu unserem Unternehmen besteht. Damit ist es auch gemeinsam gut möglich, unser Unternehmen in den unterschiedlichen Bereichen nachhaltig weiterzuentwickeln. Straka: Mir liegen vor allem unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und das Stakeholder-Management, die Vernetzung in der Wirtschaft und die Kommunikation mit unseren Partnern, um gemeinsam Ziele zu erreichen. Dies gilt insbesondere für unsere ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsziele, die ohne starke Kooperationspartner nicht umzusetzen wären.

Heineken gibt unter dem Motto "Brew a Better World" das Tempo vor. Wie weit ist die Brau Union Österreich auf dem Weg zu CO₂-neutralen Brauereien?

Straka: Mit Februar 2022 gibt es wie bereits erwähnt drei Grüne Brauereien in Österreich: die Grünen Brauereien Göss, Schladming und Fohrenburg. Auch an den anderen Brauereistandorten arbeitet man kontinuierlich am Weg zur CO₂-Neutralität, durch generelle Optimierung von Prozessen, um den Energieaufwand zu reduzieren sowie









HOTEL Touristik

CLIPPING SERVICE

"WIR SIND VORREITER" (3/3)

hotel & touristik essenz Ausgabe 01/2022 | Seite 34, 35, 36 | 25. Februar 2022 Auflage: 19.754 | Reichweite: 57.287

respACT

BIERKULTUR

Umrüstung auf erneuerbare Energien wie Photovoltaikanlagen, die es bereits in den Brauereien Villach, Puntigam, Wieselburg und Schleppe gibt. Bis 2030 werden alle Brauereistandorte CO₂-neutral produzieren und bis 2040 wird auch die gesamte Wertschöpfungskette, also die Logistik, CO₂-neutral sein.

Die Nachhaltigkeitsstrategie hat sechs Schwerpunkte. Bei welchen ist noch am meisten zu tun?

Straka: Nachhaltigkeit ist ein kontinuierlicher Prozess, es gilt bei allen Schwerpunkten beständig Verbesserungen umzusetzen. Beispielsweise verzeichnen die BUÖ-Brauereien bereits internationale Spitzenwerte für geringen Wasserverbrauch im Brauprozess, aber natürlich kann man sich immer weiter verbessern. Konstruktive Partnerschaften für die Zukunft aufzubauen, kann uns in vielen Bereichen auf unserem nachhaltigen Weg unterstützen, gerade in puncto nachhaltige Beschaffung sind wir bemüht, mit Landwirten in den Regionen der Brauereien zusammenzuarbeiten, um kurze Transportwege und regionale Rohstoffe gewährleisten zu können.

Sie sind ja auch respACT-Oberösterreich-Chefin. Welche Ideen von Kollegen aus anderen Wirtschaftsbereichen sind für ein Brauereiunternehmen interessant? Straka: Die Zusammenarbeit mit den oberösterreichischen Unternehmen und Interessenspartnern ist mein wesentliches Anliegen. Oberösterreich ist ein erfolgreiches Industrieland, daher knüpfen wir hier ganz besonders bei der alternativen Energiegewinnung und Innovationen an wie zum Beispiel Entwicklung von Wasserstoff und zahlreichen Synergien in den Unternehmen. Der nächste Jahres-CSR-Tag wird voraussichtlich in Linz stattfinden, dafür habe ich mich tatkräftig eingesetzt.

Die Brau Union ist seit rund 20 Jahren Teil von Heineken: Das bedeutet mehr Abhängigkeiten, aber gleichzeitig mehr Möglichkeiten, um das Unternehmen weiterzuentwickeln. Welche Bilanz ziehen sie aus dieser Zeit?

Schörghofer: Grundsätzlich ist in allen Ländern ein großes Maß an Eigenständigkeit gegeben, da ja auch der Biermarkt in jedem Land anders ist, speziell in Österreich denken die Biertrinker lokal beziehungsweise regional. Für die Brau Union Österreich überwiegen klar die Möglichkeiten, sich weiterzuentwickeln, da wir für die Umsetzung wichtiger nachhaltiger Projekte auch finanzielle Unterstützung erhalten haben. Ohne diese wäre die Grüne Brauerei Göss nicht machbar gewesen, mit der wir weltweit und im Konzern sogar eine Vorreiterrolle

einnehmen. Die Grüne Brauerei Göss zählt zu den 15 wichtigsten Meilensteinen der 150-jährigen Heineken-Geschichte.

Im Vorjahr wurde von Mitbewerbern der Verein "Unabhängige Privatbrauereien Österreichs" gegründet und Vorwürfe wie unter anderem "Einheitsgeschmack" oder "Abhängigkeit von internationalen Großkonzernen" vorgebracht. Ärgert Sie das? Was entgegnen Sie?

Schörghofer: Es ist erfreulich, dass wir in Österreich eine so vielfältige Bierlandschaft haben. Jede Brauerei hat ihre eigenen Rezepturen, jeder Braumeister seine eigene "Handschrift" beim Geschmack. Ich nehme über den Austausch der Braumeister untereinander auch große gegenseitige Wertschätzung für die Qualität aller in Österreich gebrauten Biere wahr. Persönlich wünsche ich mir im Sinne unserer gemeinsamen Kategorie Bier diese weiter zu stärken, um möglichst noch mehr Österreicher von den hervorragenden Bieren der österreichischen Brauer zu überzeugen. Die von mir geschätzte Zusammenarbeit im Verband der Brauereien bietet dafür auch eine gute gemeinsame Plattform. Als Brau Union sind wir mit unseren neun Brauereien und unseren Spezialitätenbrauereien regional in ganz Österreich gut aufgestellt. Dass unsere Braumeister ausgezeichnete, individuelle Biere brauen wird auch durch zahlreiche Prämierungen wie zuletzt beim European Beer Star bestätigt.

Da der Biermarkt in jedem Land anders ist, braucht es ein hohes Maß an Eigenständigkeit, um auf die Marktbedürfnisse entsprechend eingehen zu können. In einer für alle gleichen steuerlichen Gesetzgebung bezahlen wir über 300 Millionen Euro Steuern in Österreich, die direkt in die österreichische Wertschöpfung fließen. Mit unseren zahlreichen Brauereien und Projekten sind wir Vorreiter und Leuchtturmbeispiel für andere Länder. Im Sinne eines wertschätzenden Umgangs sind es aber vor allem unsere in Österreich lokal und regional verankerten Mitarbeiter, die tagtäglich am Markt und in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Konsumenten beweisen dürfen, wofür unser Unternehmen steht.

Der Verband der Brauereien Österreich trommelt immer wieder für die Senkung der Biersteuer sowie generell Steuererleichterungen für Unternehmer/Brauer. Sind Sie mit an Bord bei den Gesprächen mit der Politik?

Schörghofer: Als Verbandsmitglied unterstützen wir bei Gesprächen mit der Politik. Es war ein wichtiges Zeichen in die richtige Richtung, dass die Umsatzsteuer in der Gastronomie zu Beginn der Covid-19-Pandemie gesenkt wurde. Noch wichtiger wäre ein dauerhafter

Zuspruch für unsere Branche und in weiterer Folge auch für die Gastronomie, denn im Ländervergleich hat Österreich deutlich höhere Steuern, beispielsweise eine 2,5-mal höhere Biersteuer als in Deutschland.

Als Marktführer gilt es nicht nur den Abstand zu den nächsten Mitbewerbern zu halten, sondern auszubauen und insgesamt zu wachsen. Wird das immer schwieriger, je größer man wird?

Schörghofer: Am Ende entscheidet der Konsument – wir versuchen daher bestmöglich die Bedürfnisse und das Konsumverhalten der österreichischen Biertrinker zu verstehen und mit Innovationen entsprechend darauf zu reagieren. Speziell das Segment der alkoholfrei gebrauten Biere und Getränke bietet für die gesamte Kategorie noch spannende Wachstumsmöglichkeiten. Unsere jährliche Marktforschung für den Bierkulturbericht gibt dazu gute Aufschlüsse.

Danke für das Gespräch.



Der aktuelle Bierkulturbericht 2021 gibt sic auf die promillefreie Spurensuche in der Geschichte des Bieres von damals bis heute.

36