

gebnis dämpfend hatten sich die hohen Kosten ausgewirkt.

Allen Widrigkeiten und der allgemein negativen Entwicklung des deutschen Biermarktes zum Trotz, konnte die Westerwald-Brauerei nach eigenen Angaben mit Ihre Kernmarke Hachenburger ihr "gutes Absatzniveau" im abgelaufenen Geschäftsjahr 2023 halten. Dies sei in doppelter Hinsicht ein Erfolg für die Familienbrauerei, da zu Jahresbeginn sowohl die Handelswaren Kölsch, Alt sowie Hachenburger Schwarzbier aus dem Sortiment genommen worden sei. Die Zugpferde der Privatbrauerei in 5. Generation blieben weiterhin die Kernsorte Hachenburger Pils mit 3 Prozent sowie Hachenburger Hell mit 19 Prozent Zuwachs. Die alkoholfreien Biere und die Marke "Kalter Kaffee" seien um 14 Prozent gewachsen. Laut Westerwald Brauerei habe sie entgegen dem schwächelnden deutschen Biermarkt, der 2023 eine negative Entwicklung um mehr als 4 Prozent verzeichnen musste, sogar entsprechende Marktanteile hinzugewinnen können. Für den Umsatz geben die Westerwälder ein Wachstum im zweistelligen Prozentbereich an.

Dickes Fassbier-Plus dank Neukunden

Für Fassbier habe die Westerwald-Brauerei nach eigenen Angaben dank vieler Neukunden in der Gastronomie und bei Festveranstaltungen in 2023 ein Plus von gut 15 Prozent verzeichnen können und liege damit mittlerweile auch deutlich über dem Absatz im Vor-Corona-Jahr 2019. Hier sollen sich laut Brauerei die Investitionen in den Kundenservice ausgezahlt haben, erläutern Klaus Strüder und Benny Walkenbach, die für den Bereich Feste bzw. Gastronomie verantwortlich zeichnen. Infolge dessen habe die Traditionsbrauerei im abgelaufenen Geschäftsjahr in die Leergutbeschaffung investiert.

Dämpfend auf das Ergebnis der inhabergeführten Privatbrauerei sollen sich nach wie vor hohe Kosten für Braumalz, Hopfen, alle weiteren Hilfs- und Betriebsstoffe sowie steigende Energie- und Personalkosten ausgewirkt haben. Gemäß der an der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) orientierten Unternehmensphilosophie, sieht der geschäftsführende Gesellschafter Jens Geimer hier wenig Einsparpotenzial: "Unsere rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten eine faire Vergütung. Wir haben keinerlei Leiharbeitnehmer, outsourcen keine Leistungen an Billigdienstleister. Deshalb ist unser Personalkostenanteil mit mehr als 20 Prozent etwa doppelt so hoch wie

Maik ist unser Personalkostenanteil mit mehr als 50 Prozent etwa doppelt so hoch wie bei Großbrauereien. Aber: Wir brauchen für unsere Wettbewerbsfähigkeit einfach gute, dynamische Fachkräfte, die alle Prozesse optimal am Laufen halten und unsere Kunden begeistern können."

Neue alkoholfreie Getränke dank neuer CO₂-Rückgewinnungsanlage

Bis Mitte 2024 soll ein Viertel der Hachenburger Biere klimaneutral ausgefahren werden, bis 2026, so der Plan, soll dieser Anteil gar auf über 50 Prozent steigen. Bereits 2023 schaffte die Familienbrauerei mit dem Hachenburger E-Truck einen ersten vollelektrischen LKW an. Aufgrund einer ebenfalls in 2023 installierten Photovoltaikanlage auf den Betriebsgebäuden, soll die Hachenburger Logistikflotte dann mit eigenproduziertem Strom so günstig, wie noch nie zuvor fahren, heißt es unternehmensseitig.

Von einer nach eigenem Bekunden der größten Investitionen 2023 im Bereich Nachhaltigkeit soll die Familienbrauerei bereits 2024 profitieren, wenn im Februar dieses Jahres eine CO₂-Rückgewinnungsanlage in Betrieb gehe. Bei der Anlage handele es sich um ein Leuchtturmprojekt gemeinsam mit einem mittelständischen Unternehmen aus dem Anlagenbau. Die CO₂-Rückgewinnungsanlage ermögliche es der Westerwald-Brauerei künftig, jährlich bis zu 500 Tonnen CO₂ aufzufangen, das bei der Gärung der Hachenburger Biere entsteht und bisher eine Umweltemission darstellte.

"Zukünftig fängt die Anlage das CO₂ auf, reinigt es und bereitet es zu hochreiner Kohlensäure auf", erklärt Maik Grün, Projektverantwortlicher und Leitender Braumeister in Hachenburg. Die Kohlensäure könne dann wiederum für die Herstellung und Abfüllung von Getränken verwendet werden. Deshalb plane die Westerwald-Brauerei für das Frühjahr 2024 die Einführung mehrerer neuer alkoholfreier Getränke mit dem Prickeln aus dem Hachenburger Reifehaus. Darüber hinaus sollen weitere saisonale Produkte das Sortiment erweitern. Brauereichef Jens Geimer sieht einen stetigen Wandel des eigenen Portfolios als Erfolgsfaktor an: "Es wäre falsch, hier über den Staat zu schimpfen, denn die Probleme unserer Branche sind hausgemacht.

Wenn den Biergenießern trotz niedrigster Angebotspreise der Industriebrauereien die Lust aufs Bier vergeht, müssen wir selbst anpacken. Wir, die Brauereien, müssen mit innovativen Ideen und Produkten wieder mehr Begeisterung fürs Bier wecken und uns mehr denn je auch mit alkoholfreien Bieren und Erfrischungsgetränken beschäftigen."

Comeback von Westerwald Bräu

Bei allem Zukunftsstreben wisse man in der 1861 gegründeten Westerwald-Brauerei auch um die eigene Tradition. Deshalb plane die Familienbrauerei wieder einen Tag der "offensten Brauerei" am 22. September 2024 für die gesamte Bevölkerung bei freiem Eintritt. Zum zehnjährigen Jubiläum der Wiedereinführung der Marke "Westerwald-Bräu" - einem Bier, wie es bereits zur Gründungszeit gebraut und getrunken worden sei, seien mehrere kleine, unabhängige Aktionen im Frühjahr geplant. //gz

Schlagworte: Brauereien
Erfrischungsgetränke
Bilanz