

# Was ein Zeppelin in der Brauerei macht

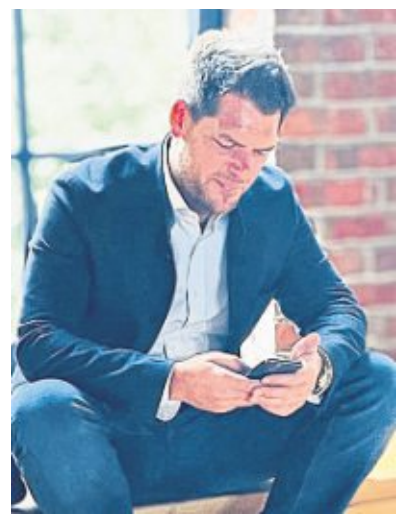
So stellt sich das Hachenburger Unternehmen für die Zukunft auf - Geschäftsführer Jens Geimer im Interview mit unserer Zeitung

**Hachenburg.** Seit mehr als 160 Jahren wird in der Westerwald-Brauerei in Hachenburg Bier gebraut. In dieser Zeit hat sich das Unternehmen immer wieder weiterentwickelt. Auch jetzt sind einige Herausforderungen zu bewältigen. Welche das sind, wie der Familienbetrieb dasteht und wie Pläne für die Zukunft aussehen, erzählt der geschäftsführende Gesellschafter Jens Geimer im Interview mit unserer Zeitung.

**Beginnen wir mit einem ganz aktuellen Thema, nämlich der Fastenzeit. Macht sich der Verzicht der Menschen beim Absatz der Westerwald-Brauerei bemerkbar?**  
Wir merken die Fastenzeit und auch den „Dry January“, also den trockenen Januar, zunehmend. Beides sind auch Gründe dafür, warum wir unser alkoholfreies Sortiment etwa mit kaltem Kaffee und zusätzlich ab diesem Monat der „Braucher Brause“ ausgedehnt haben. Gerade der „Dry January“ ist ein Trend, der vor vielen Jahren in den Großstädten begann, aber mittlerweile auch bei uns auf dem Land angekommen ist.

**Also unabhängig von der Kirche spielen Fasten, Verzicht und gesundheitsbewusstes Leben eine größere Rolle?**  
Das ist unser Gefühl. Deswegen sind alkoholfreie Getränke bereits jetzt ein großes Entwicklungsfeld für uns. Wir sind eine Brauerei, und wir werden auch eine Brauerei bleiben, aber wir werden uns auch weiter in diesem alkoholfreien Bereich entfalten.

**Wie ist die Situation in der Branche insgesamt?**  
Die Braubranche steht katastrophal da. Der deutsche Bierabsatz ist 2023 um viereinhalb Prozent zurückgegangen, liegt insgesamt immer noch gut zehn Prozent unter dem Jahr 2019. 1990 hat jeder Bun-



Die Digitalisierung der Systeme ist für Jens Geimer, Geschäftsführender Gesellschafter der Westerwald-Brauerei, ein wesentliches Ziel. Nur so kann die notwendige Effizienz der Abläufe gewährleistet werden.

Foto: Selina Thran/Westerwald-Brauerei

desdeutsche im Jahr etwa 150 Liter Bier getrunken, 2023 waren es noch 85 Liter. Der Absatz pro Kopf geht deutlich zurück, die Kapazitäten im Markt sind aber immer noch da.

**Was sind die Gründe für den sinkenden Pro-Kopf-Konsum?**  
Früher sind viele Leute nach dem Besuch einer Kneipe betrunken Auto gefahren. Auch in Firmen wurde tagsüber Bier und Alkohol getrunken. Hier muss man ganz klar sagen: Diese Zeiten sind zum Glück vorbei! Und es ist sehr lobenswert, dass gerade die Jugend da sehr konsequent ist. Das sind Mengen, die der Branche fehlen. Des Weiteren steigt das Durchschnittsalter der Bevölkerung, und je älter man wird, desto weniger wird durchschnittlich auch getrunken.

**Wie macht sich der sinkende Konsum am Markt bemerkbar?**  
Er führt zu einem riesigen Preiskampf, den die Großbrauereien in aller Regel gewinnen. Abgesehen von Baden-Württemberg und Bayern verschwinden die mittelständischen Brauereien, so wie wir eine sind, nach und nach vom Markt. Unabhängige Brauereien gehen in die Insolvenz oder werden geschluckt. Das ist leider ein Trend, der seit 25 Jahren zu beobachten ist.

**Wie begegnet die Westerwald-Brauerei diesen Herausforderungen?**  
Wir haben sehr gute Mitarbeitende, die dynamisch sind und aktiv unser Bier nach draußen gut vermarkten können. Wir haben sehr viel Kontakt mit Menschen, das ist uns unglaublich wichtig. Die Großbrauereien haben sich in dieser Hinsicht totgespart. Dort wurde der Service eingestellt, es gibt keine direkten Ansprechpartner mehr. Das ist ein großer Unterschied bei uns auf dem Land. Die Leute wollen noch mit Menschen persönlich zu tun haben. Das können wir bieten. Weiterhin sind unsere Biere echt gut, und - extrem wichtig - wir haben unser Produktsortiment angepasst. Wir haben mittlerweile mehr Getränke mit wenig oder ohne Alkohol im Angebot, als mit.

**Wie steht das Unternehmen da?**  
Wir sind recht zufrieden. Gegenüber dem Jahr 2019, also der Vor-Covid-Zeit, haben wir 2023 gut 20 Prozent mehr Bier verkauft. Der Umsatz hat sich auch ordentlich entwickelt, und wir schreiben stabile Gewinne. Das ist auch wichtig, denn nur so können wir zukunftsfähig investieren. Eine Brauerei, die nicht mehr baut, ist eine Brauerei, die bald nicht mehr braut.

**Erklären Sie dieses Sprichwort, bitte!**  
Gerade weil wir eine sehr energieintensive Branche sind, ist es

ganz wichtig, dass wir auf dem neusten Stand sind, neue Technik haben, die auch energiesparend ist. Gut für die Umwelt sind die Dinge, die energiesparend, aber auch wirtschaftlich sind. Nur dann sind Investitionen sinnvoll und rentieren sich auch für eine Firma.

**Nicht nur als Unternehmer, sondern auch Vize-Präsident der Industrie- und Handelskammer Koblenz erhalten Sie Einblicke in die wirtschaftliche Lage. Wie bewerten Sie den Standort Westerwald?**  
Unterm Strich wirklich gut. Wir als Westerwald-Brauerei fühlen uns hier ziemlich wohl. Wir haben eine ganz gute Infrastruktur, sehr gut ausgebildete Fachkräfte in der Region, gute Schulen, wir haben eine lebenswerte Natur. Als Mitarbeiter fühlt man sich wohl, man kann im Umkreis einer Autostunde wahnsinnig viel unternehmen.

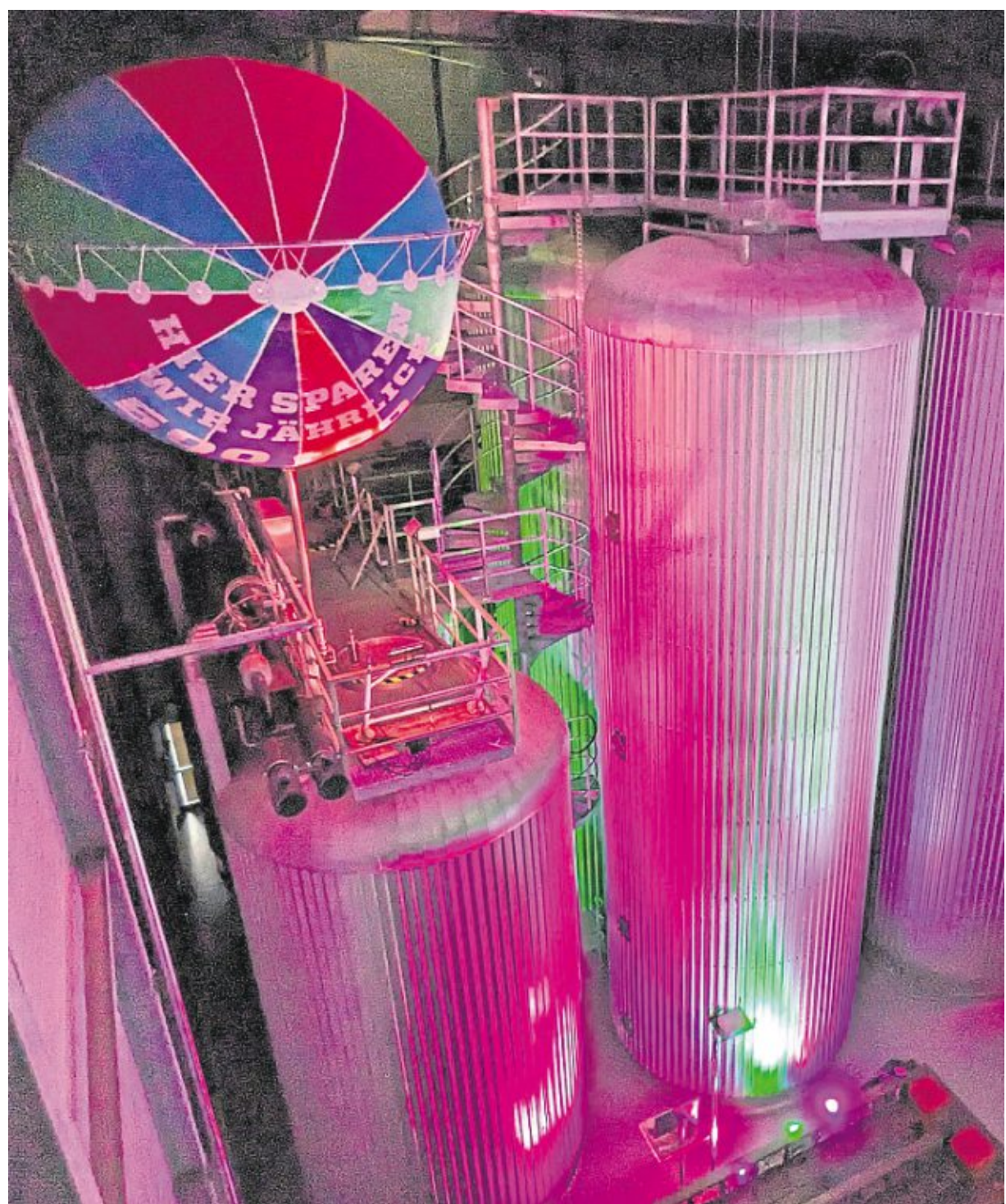
**Was stört Sie?**  
Das Image beziehungsweise das Innenbild der Region könnte besser sein, auch im touristischen Bereich. Es gibt sehr gute Ansätze aktuell, aber die müssen ausgearbeitet werden. Was uns insgesamt stört, sind Bürokratismus und langfristige Verfahren. Das hängt aber in der Regel nicht mit den Behörden bei uns in der Region zusammen, sondern geht in Europa und Berlin los. Man fühlt sich in Systemen oftmals gefangen.

**Heißt: Bürokratieabbau ist ein Punkt, mit dem die Politik Unternehmen unterstützen kann?**  
Das ist ein typisches Schlagwort, das jeder vor sich hinplappert. Ich kann es langsam nicht mehr hören. Große Unternehmen sind genauso bürokratisch. Je größer ein Laden ist, desto mehr Stellen werden für irgendwelche Dinge geschaffen, die man auch effizienter gestalten könnte.

**Welche Punkte stehen also auf Ihrer Liste?**  
Die Infrastruktur muss auch stimmen - die digitale Infrastruktur. Entwicklungen wie autonomes Fahren funktionieren nur, wenn wir rasend schnell sind und unsere Maschinen gut verknüpfen können. Auch Mitarbeitende zu Hause müssen schnell Zugriff haben.

Da wir weiterhin Verkehr auf den Straßen haben werden, brauchen wir den Ausbau von Verkehrsachsen. Ich denke hier an die extrem wichtige B 255. Und stündliche Stopps am ICE-Bahnhof Montabaur. Außerdem müssen wir mehr für den Tourismus tun und dafür, dass die Orte schöner werden. Wenn die Gemeinden weiterhin ein gutes Bild abgeben, fühlen sich Menschen hier wohl, bleiben in der Region und sind dann für uns Konsumenten und Arbeitskräfte.

Die Westerwald-Brauerei ist als



Neuestes Projekt in der Westerwald-Brauerei ist eine Anlage zur CO2-Rückgewinnung. Das System soll bald an den Start gehen und aus Kohlendioxid Kohlendioxid Kohlendioxid gewinnen. Diese wird unter anderem für neue Produkte wie die „Braucher Brause“ verwendet.

Foto: Tim Saynisch/Westerwald-Brauerei

**Zukunftsunternehmen 2023 ausgezeichnet worden. Das zeigt, wie in Hachenburg gedacht wird. Wie geht es in dieser Richtung weiter?**  
Den Preis haben wir für zwei wesentliche Aspekte bekommen. Wir sind digitalisiert im Unternehmen, bieten viele Schulungen an. Eine Reihe von Unternehmen kommt regelmäßig zu uns, um das Thema zu diskutieren - unter anderem Luftthansa Technik. Es ist ein permanenter Ansatz, hier gut zu sein, denn es hilft uns, effizienter zu sein. Wir brauchen Effizienz, um uns „Luxusthemen“ für unsere Bierqualität leisten zu können: Aromahopfen ist teuer, die sechs-wöchige Reifezeit des Bieres kostet viel Energie und damit Geld.

**Neben Digitalisierung ist Klimaneutralität der zweite wichtige Aspekt.**  
Klimaneutralität ist ein großes Ziel, an dem wir weiterarbeiten. Dazu gehören viele kleine Maßnahmen wie Wertstoffrecycling oder dass wir eine ressourcenschonende Mehrwegbrauerei sind. Darüber hinaus werden Fotovoltaik und E-Mobilität weiter ausgebaut. Alle Pkw fahren bereits mit Strom, bis Mitte 2026 soll dann auch mehr als die Hälfte der Lkw umgestellt sein. 2026 bauen wir voraussichtlich auch eine effizientere Flaschenabfüllerei. Anfang Mai dieses Jahres

geht die neue Fassabfüllung in Betrieb. Außerdem nehmen wir in wenigen Wochen auch eine CO2-Rückgewinnung in Betrieb.

**Was verbirgt sich hinter einer CO2-Rückgewinnung?**  
Es entstehen bei uns etwa 500 Tonnen CO2 im Jahr, die in die Atmosphäre gelangen. Gleichzeitig kaufen wir Kohlendioxid. Künftig fängt ein Zeppelin das CO2 auf, sodass wir nach einem komplizierten Reinigungsprozess hochreine Kohlendioxid gewinnen können, die wir für unsere Prozesse nutzen und dadurch auch neue alkoholfreie Produkte einführen können.

**Der Begriff Nachhaltigkeit kann auch aufs Personal bezogen werden. Welche Rolle spielt der Fachkräftemangel bei der Westerwald-Brauerei?**  
Wir bilden sehr stark aus, haben derzeit 14 Azubis und versuchen unsere späteren Fach- und Führungskräfte aus diesem Pool zu generieren. Das hat den Vorteil, dass man nach der dreijährigen „Probezeit“ gegenseitig weiß, ob es passt. Ich bin aber auch ein Freund von lebenslangem Lernen. Wir machen intern sehr viel und haben sechs Mitarbeitende, die Studium, Meister- oder Fachwirtschulung neben dem Job bei uns machen. Wir bezahlen, damit die Leute bes-

ser werden. Aus- und Fortbildung kosten viel Geld.

**Durch Investitionen gibt es diesem Bereich also keine Probleme?**  
Nicht unbedingt nur durch Investitionen, sondern eine klare Erwartungshaltung. Wir arbeiten sehr wertebasiert und mit klaren gegenseitigen Erwartungshaltungen. Die Mitarbeiter wissen dadurch, wo sie dran sind. Deshalb hat das Team auch ein großes Mitspracherecht und sucht sich seine Kollegen aus. Dadurch haben wir ein gutes und vor allen Dingen menschlich sehr angenehmes Niveau.

**Neben der Auszeichnung als Zukunftsunternehmen kann die Westerwald-Brauerei auch mit dem besten Brauer-Azubi aufwarten. Was bedeuten solche Auszeichnungen für ein Unternehmen?**  
Wegen der Auszeichnungen allein verkaufen wir keinen Tropfen Bier mehr. Aber sie machen unsere Mitarbeiter stolz, bestätigen das Team und motivieren, weiterzumachen. Gleichzeitig hilft es uns, ein bisschen zu trommeln. Wir haben nicht die Mittel, wie die großen Mitbewerber. Von daher sind solche Themen gut, um auf sich aufmerksam zu machen.

Die Fragen stellte Markus Eschenauer

# Sie soll Koblenzer Künstlern helfen

Kim Viola Färber ist die erste Kulturlotsin der Stadt

**Koblenz.** Kim Viola Färber heißt die erste Kulturlotsin der Stadt Koblenz. Die 34-Jährige soll in dieser Funktion, die 2023 neu geschaffen wurde, die Schnittstelle zwischen der freien Kultur- und Künstlerszene und der Stadt Koblenz sein. Zudem soll sie Kulturschaffenden bei Anfragen oder der Planung von Veranstaltungen helfen. „Ich freue mich, die Kulturschaffenden in Zukunft durch die Landschaft der Stadtverwaltung zu lotsen und zu unterstützen, wo ich kann“, sagt Färber zu ihrem Amtsantritt. Die Stadt sieht Potenzial in der Zusammenarbeit mit der freien

Kulturszene. Das auszuschöpfen, wird künftig die Aufgabe der Kulturlotsin sein. Sie soll vermitteln und vernetzen, heißt es in einer Pressemitteilung der Stadt. „Gerne können mich Koblenzer Kulturschaffende kontaktieren, wenn sie Fragen, Anliegen oder Anregungen haben“, betont Färber. „Besonders wenn Kulturschaffende bei den Ämtern mit der Veranstaltungsplanung nicht weiterkommen, bitte ich sie, sich mit mir in Verbindung zu setzen.“ Kulturdezernent Ingo Schneider sieht in der neu geschaffenen Position einen wichtigen Schritt für

mehr Offenheit und Bürgerfreundlichkeit im Bereich der Kultur. „Mit Kim Viola Färber hat die Verwaltung für alle Kulturschaffenden, die Rat oder Hilfe brauchen, nun ein neues Gesicht“, so Schneider. Färber hat an der Universität Koblenz und an der Macquarie University in Sydney Kulturwissenschaft im Bachelor of Arts studiert. Von Juni 2022 bis September 2023 betreute sie die Ausstellung „Romanticum“ in Koblenz. Dort übernahm sie Aufgaben in der Kundenbetreuung, Veranstaltungsplanung, Social-Media-Betreuung und im Marketing. Von 2018 bis 2022 arbeitete die Kulturlotsin im Victoria und Albert

Museum in London. Dort war sie im Bereich der Entwicklung und des Einkaufs von Produkten tätig. Ein Praktikum absolvierte sie in der Kultur- und Presseabteilung der Deutschen Botschaft in Hanoi. Ehrenamtlich tätig war sie zudem in England bei „Not1More“ und „Carers Worldwide“ im Projektmanagement und in Recherchearbeit. red

Erreichbar ist Färber über die E-Mail-Adresse [kim-viola.farber@stadt.koblenz.de](mailto:kim-viola.farber@stadt.koblenz.de) oder telefonisch unter der 0261/129 19 15 (in geraden Wochen montags, mittwochs und freitags, in ungeraden Wochen dienstags und donnerstags jeweils von 8 bis 16 Uhr).

# Wie arbeitet die Werkstatt im Landesarchiv Koblenz?

Besucher können Unterlagen sichten lassen

**Koblenz.** Seine Restaurierungswerkstatt stellt das Landesarchiv Koblenz am Dienstag, 23. April, um 18 Uhr vor. Zunächst gibt Restauratorin Petra Schmitz einen Überblick über die Aufgaben der Werkstatt. Sie erläutert Schadensbilder an Archivalien des Landesarchivs und erläutert die sich daraus ergebenden Arbeitsprozesse. Besucher können ihre privaten historischen Unterlagen mitbringen. Nach dem Vortrag versuchen die Restauratorin Birgit Hannusch und Archivar Daniel Heimes In-

formationen zum Zustand, optimaler Lagerung und geschichtlichem Hintergrund dieser Unterlagen zu geben. Das Landesarchiv Koblenz verwahrt mehr als 50 000 Regalmeter Archivalien aus 1200 Jahren Geschichte des Landes. red

Wer seine Unterlagen sichten lassen möchte, muss sich mit aussagekräftigen Fotos der Unterlagen und der verfügbaren Informationen zur Herkunft anmelden bei Christine Goebel, Tel. 0261/912 91 17 oder per E-Mail an [c.goebel@lav.rlp.de](mailto:c.goebel@lav.rlp.de)