

medianet: Welche Restriktionen haben das Unternehmen besonders hart getroffen?

Schörghofer: Die lange Schließung der Gastronomie hat natürlich alle Brauereien am härtesten getroffen. Aber auch die Absagen von Events und Sportveranstaltungen sind ein großer Verlust. Unser klares Ziel ist, nach Bewältigung der aktuellen Ausnahmesituation wieder mit allen Kunden den österreichischen Bierliebhabern bestes, frisch gezapftes Bier bieten zu können.

medianet: War und ist die aktuelle Coronakrise für größere Unternehmen einfacher zu meistern als für kleinere Brauereien?

Schörghofer: Diese Krise trifft alle Unternehmen, egal welcher Größe oder welcher Branche. Speziell in diesen Zeiten heißt es, gemeinsam durch die Krise zu steuern. Wir haben ein großarti-

”

Die Schließung der Gastronomie hat die Brauereien am härtesten getroffen. Aber auch die Absage von Events und Sportveranstaltungen.

Klaus Schörghofer
Vorstandsvorsitzender
Brau Union Österreich

ges Fundament in Österreich als Industriestandort. Eine funktionierende Wirtschaft ist eine wesentliche Säule unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens. Wir hoffen, dass alle Brauereien diese Krise so unbeschadet wie möglich überstehen, damit die Biervielfalt in Österreich erhalten bleibt.



© Brau Union Österreich

medianet: Vor welchen Herausforderungen steht das Unternehmen derzeit?

Schörghofer: Die Umsätze sind natürlich reduziert, da der Lebensmittelhandel die lange Schließung der Gastronomie nicht ausgleichen kann. Wie es in den nächsten Monaten weitergeht, hängt davon ab, wie schnell wir zu einem ‚neuen normalen‘ Alltag zurückkehren können.

medianet: Welche wirtschaftliche Strategie ist für die Zeit nach der Coronakrise geplant?

Schörghofer: Unser Ziel ist es weiterhin, Österreich zum Land mit der besten Bierkultur Europas zu machen. Dabei wollen wir einen wesentlichen Beitrag zum ressourcenschonenden Umgang mit unserer Umwelt zu leisten. Österreichweit bieten wir mittlerweile viele regionale Biere an. Außerdem treiben wir die Entwicklung neuer Getränkekategorien und Trends wie etwa alkoholfreie und -reduzierte Biere, Bierspezialitäten oder Cider gemeinsam mit unseren Braumeistern ständig voran. Und wir werden in Zukunft noch mehr in Richtung Digitalisierung gehen müssen.

medianet: Inwiefern hat sich das Konsumverhalten der Österreicher während der Coronakrise verändert?

Vorstand

Seit 1. Mai 2020 ist Klaus Schörghofer Vorstandsvorsitzender der Brau Union Österreich.

Schörghofer: Covid-19 hat gezeigt, dass Regionalität und Nachhaltigkeit immer mehr an Bedeutung gewinnen. Für die Brauereien ist das eine Herausforderung, das zeigt sich an der Verfügbarkeit von Braugerste. Grundsätzlich wird in Österreich zu wenig Braugerste angebaut, um den gesamten Biermarkt des Landes zu versorgen. Die Brau Union Österreich hat sich auf die Verwendung von Wintergerste aus Österreich eingestimmt.

medianet: Welche Strategie verfolgt die Brau Union hinsichtlich Innovationen?

Schörghofer: Innovationen sind ein Teil unseres Erfolgs, und gerade in Zeiten wie diesen sind neue Ideen und innovative Zugänge unumgänglich. Wir arbeiten agil und zukunftsorientiert, das haben wir auch in der jüngsten Vergangenheit bewiesen. Wir haben zuletzt die App ‚Schnips‘ weiterentwickelt. Von der Idee, die Konsumenten über die App ins Lokal zu holen, wurde abgeleitet, dass Schnips die Gastrologen bei der Abwicklung des Abhol- und Lieferservice unterstützt hat.

medianet: Welche Produktneheiten können Konsumenten in diesem Jahr noch von der Brau Union erwarten?

Schörghofer: Unsere Innovationen wurden bereits im März eingeführt und vorgestellt. Mit der internationalen Marke SOL haben wir zum Beispiel ein mexikanisches Original nach Österreich gebracht. Aber auch bei regionalen Marken hat sich einiges getan: Ab sofort gibt es das Zipfer Kellerbier auch für ein breiteres Publikum. Bei Wieselburger haben wir anlässlich des 250. Jubiläums die Sorte Wieselburger Zwickl eingeführt. Und schließlich gibt es nach fast 40 Jahren auch das Linzer Bier wieder in und im Raum Linz.

19
Tausend

„Schnips“

Konsumenten können die App Schnips für einen Lokalbesuch nutzen und erhalten dabei ein Seiterl gratis. Dies gilt für 19.000 Seiterl in jenen Wiener Lokalen, die die App auch verwenden.

“