

Corona, russischer Angriff auf die Ukraine, Inflation, Energie – das Jahr 2022 ist für die direkt betroffenen Menschen schlimm; die Auswirkungen der verschiedenen Krisen wirken indirekt auf die ganze Welt, somit auch auf die Brau Union.

Gabriela Maria Straka, Mitglied des Management Board und Director Corporate Affairs & ESG Sustainability, wirft im Gespräch mit medianet trotzdem einen zaghaft optimistischen Blick auf 2023: „Wir steuern jedenfalls auf ein Niveau zu, das wir auch vor Covid-19 hatten. Für 2023 sind wir vorsichtig optimistisch – auch wenn natürlich die Rahmenbedingungen schwierig und hoch volatil sind, Stichwort Inflation, Ukraine- und Energie-Krise.“

„
Events, Konzerte, Sportveranstaltungen fanden und finden wieder statt, alle treffen sich wieder. Unsere Biere sind und bleiben etwas, das Menschen verbindet.“

Gabriela Maria Straka
Brau Union

Rückblick und Nachhaltigkeit
2022 war in den Anfängen eben noch von der Pandemie geprägt. Recht schnell habe man dann gemerkt, dass die Menschen nach Covid-19 einen starken Aufholbedarf haben. „Events,



Bierige Trends aus dem Bierkulturbericht

Gesundheit, Regionalität

Welche Trends beobachtet der Bierkulturbericht? Etwa ein steigendes Gesundheitsbewusstsein. So ist alkoholfreies Bier gegenwärtig auf dem Vormarsch: 2017 tranken es 17%, mittlerweile 28%. Acht von zehn der Befragten geben an, dass das Angebot von regionalen Bieren für die heimische Bierkultur sehr wichtig bzw. eher wichtig ist. Acht Prozent der Österreicher geben dem regionalen Angebot im Handel die Note 1–2.

Konzerte, Sportveranstaltungen fanden und finden wieder statt, alle Vereine etc. treffen sich wieder. Unsere Biere sind und bleiben etwas, das Menschen verbindet, diese zusammenbringt“, meint Straka. „In der heutigen Zeit ist das wichtiger denn je – ein gemeinsames Bier, ein gemeinsames Prost ist das, was wirklich zählt.“

Das gilt wohl mehr denn je in den auf Covid folgenden Krisen – seit Jahren schwebt die Klimakrise über der Welt. Die Brauerei bemüht sich mit der Strategie „Brew a Better World“ seit Jahren dagegen. „Gemeinsam mit der ganzen Heineken-Familie werden wir als erstes

Nachhaltigkeit, Information

Als Kriterien für eine verantwortungsvolle und nachhaltige Bierproduktion sehen Konsumenten u.a. die Vermeidung von langen Transportwegen (64%), Verwendung von regionalen Rohstoffen (59%) oder auch die Reduzierung des CO₂-Ausstoßes bei der Produktion (38%) als wichtig an. Zudem wünschen sich 45% der Österreicher mehr Informationen zu nachhaltigem Bier.

Brauereiunternehmen weltweit bis zum Jahr 2030 in der gesamten Produktion nachhaltig sein“, sagt sie. Bis 2040 soll das in der gesamten Wertschöpfungskette der Fall sein, somit sogar zehn Jahre vor dem Ziel des Pariser Klimaabkommens.

Wo kommt die Energie her?

Aber wo soll die Energie herkommen, die für das Brauen des Biers verwendet wird? Punkto Photovoltaik sei man bereits gut ausgestattet, schon vor der Krise. So existiert in Villach etwa seit 2019 eine 5.400 m² große Sonnenstromanlage, in Puntigam ist im Jahr 2020 eine noch größere Anlage mit 7.000 m² er-

öffnet worden, Klagenfurt und Wieselburg folgten ebenfalls. Je nach Standort werden Privathaushalte oder die Produktion mit Strom aus der Sonne versorgt. Weitere Anlagen sind in Bau.

Der Arbeitsmarkt

Doch das waren bzw. sind nicht die einzigen Krisen, mit denen sich Unternehmen konfrontiert sehen. Viele produzierende Betriebe beklagen einen Fachkräftemangel. „Unsere Brauereien sind regional in ganz Österreich verankert sowie unsere Mitarbeiter, die unser Erfolgsgarant sind. Bei 2.700 Mitarbeitern in allen Regionen Österreichs gibt es natürlich immer wieder offene Stellen, vom Lehrling bis zum Akademiker“, weiß Straka. In der gegenwärtigen Situation sei es aber schon etwas schwieriger, offene Stellen zu besetzen.

Diesen Aufgaben stellt man sich. Immerhin, führt sie aus, habe man einiges zu bieten. Die Brau Union werde immer wieder als Arbeitgeber ausgezeichnet, setzt beispielsweise unter anderem auf Familienfreundlichkeit. „Je nach Job kann man beispielsweise von einer großzügigen Homeoffice-Regelung profitieren, es gibt Angebote wie Sommerferiencamps für Kinder. Auch bieten wir gute Entwicklungschancen, Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie auch internationale Möglichkeiten in der Heineken-Familie“, zählt sie einige Maßnahmen auf.

Man setzt also nicht nur auf den Status quo, sondern hat Trends, denen andere inner- und außerhalb der Branche entsprechen wollen oder – Stichwort Klima – müssen, vorab umgesetzt. Insofern kann die Brau Union gut vorbereitet in das kommende Jahr gehen – das hoffentlich ruhiger wird als die letzten.