

## Privatbrauereien: „Sind mit den Bierflaschen aufgewachsen“

Österreichs Bierbranche ist von Familienbetrieben geprägt. Statt über die Großen zu jammern, zeigen die CulturBrauer, wie man gemeinsam erfolgreich ist.



Acht CulturBrauer, die die gleichen Werte verkörpern und als mittelständische Brauereien lose zusammenarbeiten. – (c) Niklas Stadler

Von Hans Pleininger 04.03.2019 um 16:30

Österreich hat einen bunten Biermarkt mit mehr als 1000 verschiedenen Bieren. Der Markt wird maßgeblich von Familienunternehmen bestimmt. Es gibt 169 gewerbliche Brauereien. Zählt man die Braustätten der Brau Union Österreich weg, des heimischen Marktführers, der zum Heineken-Konzern gehört, bleiben 160 Brauereien, die praktisch alle Familienunternehmen gehören. Weiter gibt es laut Brauereiverband landesweit noch 124 kleine Gasthausbrauereien.

Was den Privatbrauer im Wettbewerb von einem Bierkonzern unterscheidet? „Wir leben die Bierkultur – unser Erfolg hängt von Menschen ab, nicht nur von knallharten Entscheidungen. Da differenzieren wir uns“, sagt Mohrenbrauerei-Chef Heinz Huber.

Der Vorarlberger ist aktuell Sprecher der CulturBrauer – einer losen Verbindung von acht mittelständischen Brauunternehmen, die sich vor mehr als zehn Jahren gruppiert hat als indirekte Folge des Brau Union Deals durch Heineken. Huber: „Wir haben gesagt, was jammern wir rum! Wir müssen schauen, dass wir stärker werden.“ Zu den CulturBrauern zählen neben der Mohrenbrauerei: Trumer Bier, Hirter, Schremser, Zwettler, die Branerei Schloss Eggenberg sowie die Brancommune Freistadt und die Brauerei Murau. Jeder ist unabhängig und eigenständig: „Aber es sind die Werte, die uns halten, bei denen wir uns auch unterstützen können“, betont Huber. „Fast alle leisten sich ein Museum – eine Biererlebniswelt. Ein normaler Geschäftsführer macht so was nicht.“

Die CulturBrauer treffen sich zweimal im Jahr. Man spricht sich ab bei Marketingmaßnahmen und bei Außenwerbung – wie beispielsweise der zweimal im Jahr angelegten Bierbox, die von jedem ein Bier beinhaltet. Oder das gemeinsam kreierte Austrian Lager, das den klassischen österreichischen Bierstil neu interpretiert. Nach der Einführung vor fast zwei Jahren in der Gastronomie kommt das Austrian Lager soeben auch in den Handel. „Belch wird man da nicht. Aber es ist ein Signal, dass es den Mittelstand gibt“, sagt Huber. Außerdem: „Die CulturBrauer verkörpern mit rund einer Million Hektolitern etwa zehn Prozent des österreichischen Biermarktes.“ Man habe zusammen etwa 90 Biermarken und 840 Mitarbeiter.

So wie viele seiner Braukollegen ist Huber von klein auf in der Brauerei: „Wir sind mit den Bierflaschen aufgewachsen.“ Der Bier-Chef verkörpert in der 1784 von Josef Mohr in Dornbirn gegründeten und von Familie Huber 1834 erworbenen Brauerei die sechste Generation der Hubers. Seit 1998 ist er der Chef und hat die Mohrenbrauerei auf knapp 180.000 Hektoliter Bier wachsen lassen.

Fünf Jahre möchte der 59-jährige Huber noch als Bier-Chef gestalten. Für die Übergabe hat er sich mit Jahresanfang einen externen Geschäftsführer an die Seite geholt, der früher zehn Jahre bei Mohrenbräu gearbeitet hat. Denn die siebte Generation werde aus heutiger Sicht ihre Eigenrolle über einen starken Beirat ausüben.