



20 Jahre Pustertaler Bier (1999 – 2019)

Unternehmensbericht 2019

Informazioni brevi Short information

Nel 1999 sei imprenditori della *Val Pusteria* hanno depositato il marchio di birra *Pustertaler Freiheit*. Da quel momento fino ad ora il marchio rappresenta lo stile di birrificazione tradizionale della fabbrica di birra *Huberbräu* situata nel cuore del *Tirol*. La fabbrica fu fondata nel 1727. Fino alla fine della seconda guerra mondiale la sua storia è stata piuttosto volatile. Poco dopo è iniziato il passaggio costante dalla piccola azienda di famiglia alla fabbrica di birra di qualità. La capacità produttiva è stata aumentata costantemente e nel 1999 la produzione annuale di birra aveva raggiunto il volume di 17.000 ettolitri. Nello stesso anno, la fabbrica iniziò a produrre oltre alla propria birra anche la birra del marchio *Pustertaler Freiheit*. La storia ci racconta il perchè:

Nel 1998, un birrifico sudtirolese aveva l'idea di produrre una birra che contiene solamente malto d'orzo sudtirolese. Gli imprenditori hanno parlato con diversi agricoltori del posto e li hanno convinti che la produzione di orzo locale potrebbe essere una interessante nicchia di mercato. Invece di pagare il prezzo di mercato per l'orzo, agli agricoltori è stato promesso il triplo di esso. Mentre i contadini coltivavano diligentemente l'orzo, il sudetto birrifico è stato assorbito dalla concorrenza e l'affare svanì in fumo. Cosa fare con l'orzo?

Gli agricoltori fecero di necessità virtù e istruirono il maestro birraio pusterese *Alexander Weissteiner* con la produzione di una birra, fatta con il 100 % di malto d'orzo proveniente dalla *Val Pusteria*. Per la produzione di questa birra, il maestro birraio ha trovato consoci in una malteria in Baviera e nel birrifico *Huber* a *St. Johann in Tirol*. Nell'ottobre del 1999 il primo carico di birra *Pustertaler Freiheit* viaggiò da *St. Johann* verso la *Val Pusteria* e molti altri seguirono.

The *Pustertaler Freiheit* beer brand was founded in 1999. It speaks for the traditional brewing art of *Huber* brewery, situated in the market town of *St Johann in Tyrol*, which style and technique was preserved from 1999 until now. The Brewery was established in 1727. From its early foundations upon the end of World War II, its history was rather unstable. Soon after, the brewery achieved a massive uplift. It transformed from a successful family business to a high quality brewery. In the year 1999, the annual beer output was as high as 17,000 hectolitres. In the same year, the Brewery began to brew in addition to its own *Huber Beer*, the beer of the brand *Pustertaler Freiheit*. History tells, how the business came to this point and why it stayed the same over the years:

In 1998, a *South Tyrolean* roadhouse brewery had the idea to produce beer out of *South Tyrolean* barley only. The brewery convinced local farmers to explore this corner of the market and found agreements with them. Instead of paying the farmers a low world market price for the commodity, they were promised a price three times higher. While the farmers started to grow the barley busily, the very roadhouse brewery had been overtaken by competitors and the deal vanished into thin air. You wonder what happened with the barley?

The Farmers made a virtue of necessity and instructed master brewer *Alexander Weissteiner* with the production of a beer, made out of 100 % barley originating from *Puster Valley*. For the production of this very special beer, master brewer found partners in a malthouse in *Bavaria* and in the brewery *Huber* in *St Johann in Tyrol*. In October 1999 the first charge of *Pustertaler Freiheit* beer rolled from *St Johann* to *Puster Valley* and many others followed.

Inhalt

I. HISTORISCHER KONTEXT

Pustertaler Brautradition	4
Huberbräu	5

II. ENTSTEHUNGSGESCHICHTE

Vorgeschichte	6
Auftrag	
Planung	
Umsetzung	7
Ergebnis	8
Wandel	

III. DAS GESCHÄFTSJAHR 2019

Betriebswirtschaftliche Kennzahlen	9
Geschäftsentwicklung	
Investitionsprogramm	
Zukunftsaussichten	
Bierverkauf an Gastronomiebetriebe	10
Rampenverkauf und Sommerausschank	
Heimdienstverkauf	11
Abschlussbemerkungen zum Jahr 2019	
Sorten- und Gebindestatistik	



I. Die Pustertaler Braugeschichte von 985 bis 1914



Im Pustertal ist die Geschichte des Bieres mittlerweile über 1 000 Jahre alt. Die erste Erwähnung fand man in *Olang*, dort sind bei den Zehentabgaben eines Hofes im Jahr 985 aufgeführt: „10 situle vini“ und „20 situle cerevisie“¹⁾.

So richtig konnte sich das Bier im *Pustertal* während der Regentschaft von *Erzherzog Ferdinand II.* etablieren (ab 1564). Er soll ein „*Leidenschaftlicher Böhmischer Biertrinker*“ gewesen sein, als solcher förderte er den Anbau von Gerste und die Errichtung von Brauereien.

Die Hochblüte erlebte das Pustertaler Brauwesen zur KuK-Zeit. Nach einer Aufstellung für *Tirol* von 1839 war das *Pustertal* die wichtigste Brauregion, hier gab es 11 Brauer und an der Etsch einen. Andere Regionen *Südtirols* sind nicht ausgewiesen. Aus einer Zeitungsnotiz von 1906 geht hervor, dass die Pusterer Biere reißenden Absatz fanden.

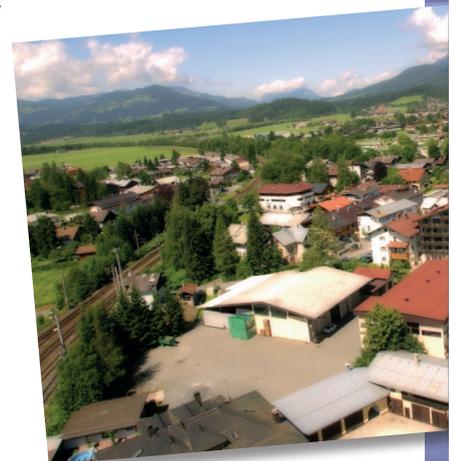
Die wichtigsten Brauereien im Pustertal befanden sich in *Bruneck*, *Sand in Taufers*, *Toblach* und *Lienz*. Alte Ortseinwohner aus *Toblach* erzählten 1987, man habe das Bier mit Sechsspännern nach *Cortina d'Ampezzo*, nach *Venedig*, ja sogar bis nach *Ungarn* geliefert. Mit Hilfe der Spedition *Harrasser* soll *Toblacher Bier* später sogar bis in den *Köln-Düsseldorfer* Raum geliefert worden sein.

Im Pustertal erzeugten die Landwirte zur gleichen Zeit große Mengen Braugerste. Das war sehr wichtig, denn Gerste ist der wichtigste Rohstoff für die Bierbereitung.

Die Pustertaler Brauereien stellten ihre Produktion mit dem 1. Weltkrieg ein. Da es sich durchwegs um Kleinbrauereien handelte, litten sie besonders unter den Folgen des Krieges und dem überholten Steuersystem²⁾.

1) Redlich, *Acta Tirolensia* 1, Nr.17

2) W. D. Speckmann, 1995

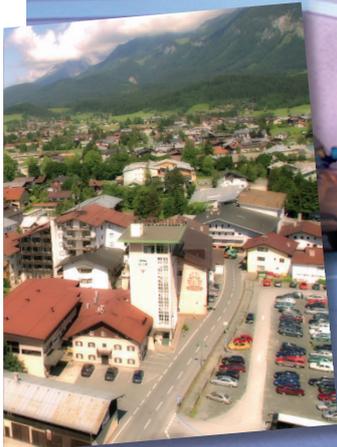


Pustertaler Freiheit seit 1999

Nach mehr als 80 Jahren Durststrecke gelang es, *Pustertaler* Braugerste und traditionelle *Tiroler* Braukunst wieder zu verbinden. Im Frühjahr 1998 bauten 30 Landwirte im *Pustertal* auf 60 Hektar Fläche Braugerste an. Im Sommer 1999 wurde die Biermarke *Pustertaler Freiheit* beim Marken- und

Patentamt angemeldet, kurz darauf kam das Bier auf den Markt.

Die *Brauerei Huber* in *St. Johann in Tirol*, die das Bier *Pustertaler Freiheit* seit 1999 ununterbrochen herstellt, existiert seit 1727. Von der Gründung bis nach dem 2. Weltkrieg war die Geschichte der Brauerei sehr wechselvoll, danach begann der konsequente Aufstieg des erfolgreichen kleinen Familienbetriebs zur modernen regionalen Qualitätsbrauerei. Die Produktionskapazität wurde kontinuierlich ausgebaut und im Jahr 1999 lag der jährliche Bierausstoß bei rund 17000 hl. Genau zu diesem Zeitpunkt begann die Brauerei, zusätzlich zum eigenen Bier auch Bier der Marke *Pustertaler Freiheit* zu brauen. Wie es dazu kam und warum das heute noch so ist, darüber gibt die Entstehungsgeschichte Auskunft.



Seit 1999 braut *Huberbräu* in Tirol die *Pustertaler Freiheit*



II. Die Entstehungsgeschichte

DIE VORGESCHICHTE

Im Jahr 1997 hatte die Südtiroler *Gasthausbrauerei Greiter* die Idee, ein rein aus *Südtiroler Gerste* hergestelltes Bier zu brauen. Der Inhaber redete mit mehreren Bauern aus dem *Pustertal* und überzeugte sie, dass Braugerste eine Marktnische sein könnte. Statt des Weltmarktpreises für Braugerste versprach er den Bauern einen dreimal so hohen Erlös. Während die Bauern im Sommer 1998 fleißig Gerste anbauten, wurde die besagte Gasthausbrauerei von der Konkurrenz übernommen und das Geschäft zerschlug sich. Was tun mit der Gerste?

DER AUFTRAG

Die Bauern machten aus der Not eine Tugend und beauftragten im Oktober 1998 den jungen Braumeister *Alexander Weissteiner* mit der Produktion eines Biers, hergestellt aus 100% *Pustertaler Gerstenmalz*.

Bereits nach kurzer Zeit legte der Braumeister eine Kostenkalkulation und einen Absatzplan vor. Für ihn war es der richtige Auftrag im richtigen Moment, er hatte sich nämlich in den vorangegangenen Jahren intensiv mit der Planung einer Brauerei im Kloster Neustift bei Brixen beschäftigt und kannte die zu bewältigenden Herausforderungen, sowohl in technischer als auch in betriebswirtschaftlicher Hinsicht, bestens. Seine Auftraggeber und er waren sich dann auch rasch einig, dass die *Pustertaler Braugerste* im Lohnverfahren vermälzt und das Bier im Lohnverfahren gebraut werden sollte. Zum zentralen Unternehmensthema ernannte der Braumeister den Gerstenanbau im *Pustertal*. Anbauverträge mit Bauern aus der Umgebung sollten die erfolgreiche Umsetzung des Auftrags langfristig sicherstellen.

DIE PLANUNGSPHASE

Unterstützt von *Birgit Holzer* und den Auftraggebern ging *Alexander Weissteiner* an alle Details der Bierherstellung und des Biervertriebs systematisch heran. Ab Mitte November 1998 wurden zahlreiche Fahrten in den süddeutschen Raum organisiert und Besprechungen mit potentiellen Partnern aus der Malz- und Brauindustrie absolviert. Nach Abschluss der Sondierungen konnte die *Mälzerei Erharting* bei *Mühdorf* als Lohnmälzerei gewonnen werden, und die *Familienbrauerei Huber* in *St. Johann in Tirol* erklärte sich bereit, für eine Produktionsmenge von 500 000 Liter Bier pro Jahr – aus *Pustertaler Gerstenmalz* im Lohnbrauverfahren hergestellt – zu garantieren. Im Frühjahr 1999 waren alle Details der Bierherstellung geklärt, und kurze Zeit später wurden erste Sude mit dem frischen *Pustertaler Malz* aus der Ernte 1998 durchgeführt.

Während dieser Vorbereitungsphase kümmerte sich *Alexander Weissteiner* intensiv darum, genaue Marktdaten zu erheben und das effektive Absatzpotential kennenzulernen. Es wurde schließlich eine Kalkulation für den Biervertrieb erstellt, die 80% Flaschenbier und 20% Fassbier vorsah. Bei einer Gesamtmenge von 500 000 Liter Bier entsprach dies jährlich etwa 50 000 Kisten Bier à 8 Liter und 3 500 Fässer Bier à 30 Liter, etwa 5% Marktanteil im *Pustertal*. Die gewonnenen Daten fielen bescheiden aber realistisch aus und sie führten dazu, dass auch die Auslieferung und der Verkauf des Biers ausgelagert wurden. Die zukünftigen Gesellschafter fanden eine Einigung mit dem Getränkehändler *Harpf*, dieser war mit der Auflage einverstanden, für eine Abnahme von ca. 200 000 Liter Bier pro Jahr im Raum *Pustertal* zu garantieren.

Parallel zur Logistik- und Vertriebsplanung erfolgte der Auftrag zur Schaffung einer Biermarke. Nachdem 3 Entwürfe vorlagen, musste eine Entscheidung getroffen werden. Die Wahl fiel auf den Vorschlag von *Joachim Plankensteiner*, aus *Sand in Taufers* stammend, der die *Pustertaler Freiheit* entwarf. Die Marke wurde am 24.6.1999 beim italienischen Marken und Patentamt hinterlegt.



Ein paar Tage vorher, am 15.6.1999 wurde der Gründungsakt der neuen Gesellschaft *Pustertaler Bier GmbH* unterzeichnet. Neben den Auftraggebern *Anton Mairhofer*, *Reinhold Huber*, *Paul Beikircher*, *Andreas Beikircher*, *Michael Beikircher* zählte auch der Braumeister *Alexander Weissteiner* zu den Gesellschaftern. Ab diesem Zeitpunkt wurde die Aufgabe für ihn zu einem Vollzeitjob, denn er übernahm auch das Amt des Geschäftsführers. Bis zum Verkaufsbeginn im Oktober 1999 konzentrierte sich die Tätigkeit auf die Beschaffung von Flaschen, Bierkisten, Etiketten, Kronenkorken, Fässer, Fasskappen und Schankanlagenmaterial. Zudem wurden die biersteuerlichen Aspekte abgeklärt und zahlreiche Bierverkostungen organisiert.

DIE UMSETZUNGSPHASE

Am 23. Oktober 1999 war es soweit, im *RAGENHAUS* in *Bruneck* fand die großartige Erstpräsentation der *Pustertaler Freiheit* statt. Die Entscheidung, sowohl das Malz als auch das Bier im Lohnverfahren herzustellen, erwies sich von Anfang an als richtig. Die wirkliche Innovation der Unternehmung war nämlich weder das Malz noch das Bier, sondern die Fähigkeit, den *Pustertaler Brauergerstenanbau* als Qualitätsargument so in Szene zu setzen, dass das Bier als hochwertige und innovative *Pustertaler Spezialität*, als absolute Besonderheit, vermarktet werden konnte. Die Werbebotschaft „*Bier aus Pustertaler Gerste*“, passte mit der Marke *Pustertaler Freiheit* und dem Geschmack des Biers von Anfang an perfekt zusammen.

Aus diesen drei Argumenten entwickelten *Reinhold Huber* und *Alexander Weissteiner* eine hocheffiziente Verkaufsstrategie, sie überzeugten qualitätsorientierte Gastwirte zur Umstellung der Zapfhähne auf die *Pustertaler Freiheit*. Die Installation technisch hochwertiger Schankanlagen stellte dabei eine große Herausforderung dar. Durch die großzügige Unterstützung des Tiroler Schankanlagenbauers *Heinz Somweber* war es möglich, diese Herausforderung zu bewältigen. Bereits nach kurzer Zeit war es gelungen, kontinuierlich Bier zu brauen und abzufüllen, denn zahlreiche Kunden kauften das Bier regelmäßig. Einheimische Bierliebhaber sowie Urlaubs- und Ausflugsgäste gleichermaßen lobten die Bierqualität und waren begeistert von der Brauereinitiative, die der Anbau von Braugerste ausgelöst hatte.

Alle Gesellschafter legten großen Wert auf eine absatz- und gewinnorientierte Betriebsführung, ein effizientes Controlling verhinderte von Anfang an Liquiditätsengpässe und Forderungsausfälle. Hart zu kämpfen hatte das Unternehmen in der Anfangsphase mit den Methoden der Konkurrenz, die neue Biermarke und den Geschmack des Biers gezielt anzugreifen und zu diffamieren. Doch ständig steigende Absatzzahlen stärkten das vorhandene Selbstbewusstsein weiter, und mit der Zeit, bissen sich die Konkurrenten an der *Pustertaler Freiheit* regelrecht die Zähne aus. *Reinhold Huber* und *Alexander Weissteiner* waren innerhalb kurzer Zeit zu hoch motivierten Bierverkäufern geworden und wussten die günstige Stimmung zu nutzen. Mit entschlossenen Schritten sowie immer größerem Einsatz, trieben sie den Fassbierverkauf in der Gastronomie voran. Um Absatzschwankungen vorzubeugen, arbeiteten sie Sonderkonditionen für weit entfernte Ganzjahreskunden in Großstädten aus. Ob *Turin*, *Mailand*, *Verona*, *Padua*, *Venedig* oder *Trient* – überall fanden sie für ihr Bier Absatzkanäle. Auf diese Weise war die Auslastung der Produktionsanlagen und des Gebindes auch in jenen Monaten des Jahres gewährleistet, die im *Pustertal* saisonal bedingt absatzschwächer waren. Als Schwachstelle stellte sich immer wieder die jahrgangsbedingt stark schwankende Malzqualität heraus, die sich beim Biergeschmack und bei der Haltbarkeit des Biers negativ bemerkbar machte. Auch die Anfälligkeit gegenüber Produktionsengpässen nahm mit steigender Absatzmenge zu und so sahen sich die Gesellschafter gezwungen, Anpassungen in der Produktions- und Verkaufsstrategie vorzunehmen. Die erfolgreiche Absatzentwicklung wurde jedoch zu keinem Zeitpunkt unterbrochen, die jährliche Zuwachsrate lag immer zwischen 8 und 10%. *Reinhold Huber* beendete die aktive Verkaufstätigkeit im Jahr 2008. Es folgten einige Jahre der Konsolidierung, der Gründungsenthusiasmus war vorbei und die Motivation ließ bei allen Gesellschaftern nach. Zahlreiche Kunden – auf einem großen Territorium verstreut – sorgten aber weiterhin für konstant steigende Umsätze.



DAS ERGEBNIS

Im Jahr 2011 erreichte die Gesellschaft das angepeilte Ziel von 450.000 Liter verkauften Bier. Am Ende des Jahres 2011 war der Betrieb auch zum ersten Mal schuldenfrei. Somit war der Zeitpunkt gekommen, um innezuhalten und eine neue Vision zu entwerfen, denn genau zu diesem Zeitpunkt stand die Lösung einer dringenden Frage an: Wie geht es mit dem Braugerstenanbau im *Pustertal* weiter? Den sechs Gesellschaftern war bereits von Anfang an klar gewesen, dass der Zeitpunkt, an dem die *Pustertaler* Braugerste ausgedient hat, kommt. So war es dann auch, der *Pustertaler* Gerstenanbau, der dem Bier enorm viel Sympathie eingebracht hatte, war ab 2011 nicht mehr zu halten. Alle Gesellschafter äußerten zwar immer wieder den Wunsch, die Anbautätigkeit für einen längeren Zeitraum noch in der bewährten Form aufrechtzuerhalten, doch Ende 2011 wussten alle, dass die Zeit reif war, sich den Marktbedingungen anzupassen. Der Braugerstenanbau und die bestens eingespielte Malzherstellung konnten aus finanziellen Gründen nicht fortgesetzt werden. Warum das vorher mehr als zehn Jahre gut ging, lag auf der Hand, *Karl Klammsteiner* zahlte nämlich für die Braugerstenernte im Herbst 1998 den Marktpreis plus zusätzlich 155 Millionen Lire (ca. € 80 000,-). Dieses geschenkte Geld glich die Mehrkosten, die die *Pustertaler* Gerste in den darauffolgenden Jahren verursachte, für einen Zeitraum von über 10 Jahren aus. Die *Pustertaler* Braugerstenstory war in diesem Zeitraum immer ein wichtiges Verkaufsargument, doch als das geschenkte Geld aufgebraucht war, gab die Kostenrechnung den neuen Kurs vor.

Da die entstandenen Gewinne nicht ausreichten, um die Mehrkosten für den kostspieligen Gerstenanbau, die Erfassung und den Weitertransport der Gerste, die Malzherstellung und den Malztransport in die Brauerei, zu tragen und trotzdem einen vernünftigen Überschuss zu erwirtschaften, wurden der Gerstenanbau und die Malzherstellung schrittweise eingestellt. Die letzte *Pustertaler* Gerstenmalzlieferung von *Erharting* nach *St. Johann* erfolgte im Oktober 2011. Die *Pustertaler* Braugerste spielte ab Mitte 2012 bei der Herstellung des Biers und damit für den Geschmack des Biers keine Rolle mehr.

DER WANDEL

Ende gut – alles gut! Die *Pustertaler* Braugerste war als Alleinstellungsmerkmal mehr als zehn Jahre ein ausgezeichnetes Zugpferd für die Vermarktung der *Pustertaler Freiheit*. Die Herausforderung bestand nun darin, andere Differenzierungsmerkmale des eigenen Bieres gegenüber den Bieren der Mitbewerber hervorzuheben und den Wert dieser Qualitäts- und Imagemerkmale bekannt zu machen. Das wichtigste Qualitätsmerkmal ist der Geschmack der Biere, er hat das Bier bei den Kunden beliebt gemacht und ist dafür verantwortlich, dass die Absatzentwicklung Jahr für Jahr erfolgreich verläuft. Das wichtigste Imagemerkmale ist die fast 300-jährige Brautradition, auf die die *Huberbrauerei* zurückgreifen kann, inklusive Knowhow bezüglich Brautechnik und Fachwissen der Belegschaft. Zusätzlich wurde entschieden, den emotional wichtigen Braugerstenanbau weiterzuführen, damit die Entstehungsgeschichte rund um den Braugerstenanbau im *Pustertal* weiterhin ein prägendes Element für das Brand-Marketing bleibt. Die Kosten für diesen Gerstenanbau für Werbezwecke werden in Schach gehalten, indem sie an den gesamten Werbekosten den Anteil von 25 % nicht überschreiten. Durchgeführt wird der Braugerstenanbau auf der Parzelle „*LANGWIESE*“ in *Niederdorf* in Kooperation mit dem Landwirt *Kühbacher Diether*.



III. Das Geschäftsjahr 2019

GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Das Jahr 2019 verlief für die Gesellschaft erneut erfolgreich. Die hergestellte Biermenge erreichte den Wert von 4 221 hl. Für das Jahr 2020 wird mit einem ähnlichen Ergebnis gerechnet. Aus den zwei nachfolgenden Diagrammen ist der Verlauf der Bierproduktion der vergangenen 21 Jahre ersichtlich.

Absatzmenge stabil. Witterungsbedingt gibt es Abweichungen von ca. 10 % nach oben und nach unten. Die Steigerung der Absatzmenge stellt weiterhin kein vordergründiges Ziel dar, Vorrang hat in nächster Zukunft die Ergebnisverbesserung und die Steigerung des Marktanteils im lokalen Umfeld. Dafür notwendig sind beste Bierqualität und eine optimale Auslastung aller Produktionsfaktoren, daran wird kontinuierlich gearbeitet.

INVESTITIONSPROGRAMM

Um die bestehende Produktions- und Lieferkapazität aufrechtzuerhalten, sind entsprechende Ersatzinvestitionen eingepplant. Die bedeutendste Anschaffung ist der Ankauf eines neuen Lkw's. Weitere wichtige Ersatzinvestitionen betreffen Kühlgeräte, Fasskühlboxen und sonstiges Ausschankmaterial, um den Fassbierverkauf und den Fassbierausschank sowohl qualitativ als auch quantitativ auf einem möglichst hohen Niveau zu halten. Der wichtigste Ausgabenpunkt betrifft den immateriellen Bereich, und zwar das Redesign der Etiketten und Fasskappen sowie die Aktualisierung der Website. Die Finanzierung der genannten Investitionen erfolgt aus den laufenden Erlösen.

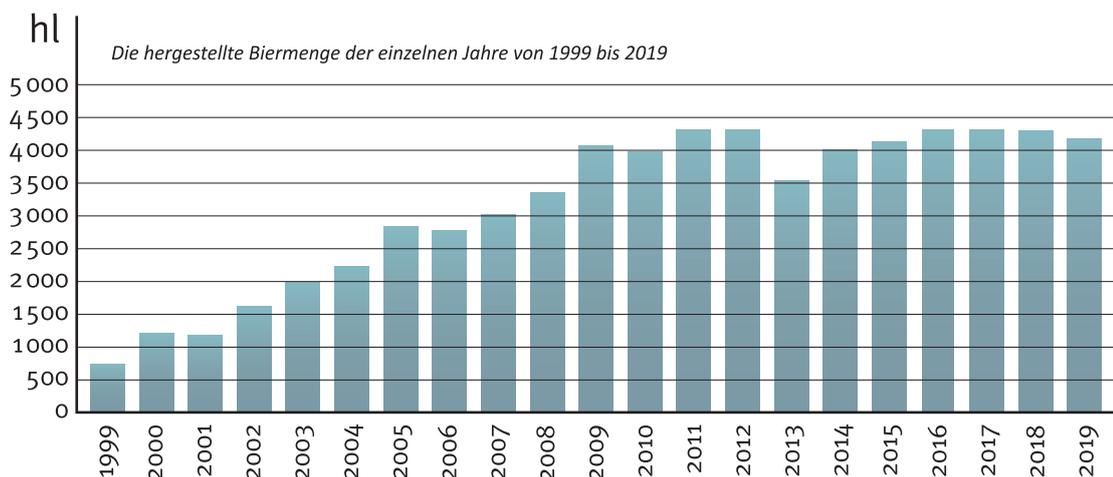
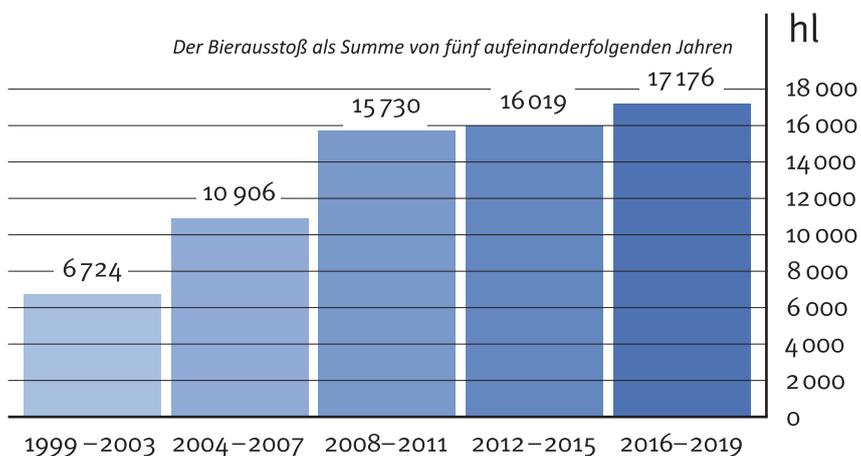
Betriebswirtschaftliche Kennzahlen zur Produktivität und Rentabilität

Mitarbeiter	2
Umsatz	760 000,-
Gesamtleistung je Mitarbeiter	380 000,-
Bier (abgefüllte Hektoliter)	4 221,-
Fassbieranteil	64 %
Anzahl Ausschankbetriebe	> 100
Operativer Cash Flow	18 %

ZUKUNFTSAUSSICHTEN

Wir sehen der Zukunft positiv entgegen. Seit dem Jahr 2011, als zum ersten Mal Kapazitätsauslastung erreicht wurde, ist die

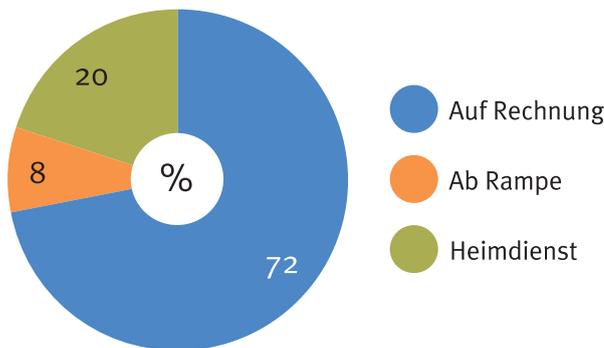
Bierproduktion in Hektoliter



Bierverkauf

BIERVERKAUF AN GEWERBLICHE BETRIEBE

72% des Umsatzes wurde mit den Bierlieferungen auf Rechnung erzielt, der Großteil davon durch Gastronomiebetriebe, die das Bier vom Fass oder aus Flaschen aus-schenken. Es war wieder unser wichtigster Absatzkanal, denn einerseits ermöglichte er die regelmäßige Abfüllung von Frischbier mit kurzer Haltbarkeit in Fässer und Flaschen, andererseits garantierte er einen schnellen Umschlag des Gebindes sowie auskömmliche Erlöse. Die Auslieferung erfolgte aufgrund von vorliegenden Bestellungen, es fielen praktisch keine Bestellkosten an. Die Angreifbarkeit dieses Absatzkanals durch Mitbewerber erwies sich weiterhin als sehr gering, die Kunden sind sehr markentreu und auf einem großen Territorium verstreut. Erforderlich war für diesen Absatzkanal eine konsequente Lieferorganisation, die entsprechend kostenintensiv war. Insgesamt erfolgten 1020 Lieferungen an 102 Kunden, die in 686 Monatsrechnungen abgerechnet wurden.



RAMPENVERKAUF UND SOMMERAUSSCHANK

Der Direktverkauf ab Lagerrampe machte knapp 8% des Gesamtumsatzes aus. Dieser Absatzkanal ermöglichte einen problemlosen Verkauf von Frischbier mit kurzer Haltbarkeit, die Umschlaghäufigkeit der Flaschen und Kisten litt jedoch stark, da viele Mehrwegflaschen, die von Touristen gekauft wurden, nicht mehr zurückgebracht wurden. Die Abfüllung von größeren Bügelverschlussflaschen (1 und 2 Liter Inhalt) hat sich bewährt, das Angebot wurde von einem kleinen Teil der Kundschaft als Ergänzung kontinuierlich genutzt. Der direkte Konsum von Bier im eigenen Sommerausschank, in den Monaten Juli und August, spielte sowohl mengenmäßig als auch wirtschaftlich keine große Rolle, ist aber ein wichtiger Bestandteil des Angebots, da sehr förderlich für die Gewinnung von neuen Kunden durch Mundwerbung. 2019 wurden ab Rampe 3097 Einzelverkäufe durchgeführt.



Gebindestatistik 2018

Der jeweilige Fassbieranteil ist in dunklem Farbton dargestellt



ABSCHLUSSBEMERKUNGEN ZUM GESCHÄFTSJAHR 2019

Im abgelaufenen Jahr wurde besonders die Umschlaghäufigkeit des Gebindes im Auge behalten. Dieser Aspekt ist für den wirtschaftlichen Erfolg unserer Tätigkeit von höchster Bedeutung. Bei den Bierfässern erreichten wir mit Jahresende 2019 den stolzen Durchschnittswert von über 70 Füllungen pro Fass, bei den Bierkisten und den Bierflaschen sieht die Bilanz wesentlich schwächer aus, hier gilt es in Zukunft große Aufmerksamkeit walten zu lassen. Der Bereich Schanktechnik inklusive Schankhygiene ist für uns weiterhin eine Herzensangelegenheit, in diesem Tätigkeitsfeld ist es für uns jedoch fast unmöglich geworden, die anfallenden Arbeiten termingerecht durchzuführen. Immer wieder müssen in diesem Bereich qualitative Kompromisse eingegangen werden, was nicht in unserem Interesse ist. Es bleibt aber weiterhin unser oberstes Ziel, Frischbier in direkt belieferten Ausschankbetrieben als Fass- oder Flaschenbier und ausschließlich in Mehrweggebinden an die Verbraucher abzugeben. Die Vertriebslogistik war das ganze Jahr 2019 sehr effizient und erfolgreich, die Abläufe in diesem Bereich sind bestens eingespielt. Wirtschaftlich war 2019 das beste Jahr seit der Firmengründung 1999

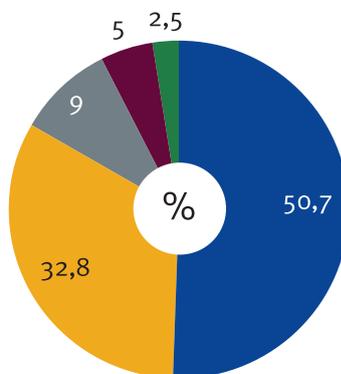
HEIMDIENSTVERKAUF

Die direkte Belieferung von Endverbrauchern erreichte etwas über 20% vom Gesamtumsatz. Diese Art des Bierverkaufs ermöglichte einen unkomplizierten Frischbierverkauf, weil die Kunden in der Regel Sammelbestellungen in Auftrag gaben (volle 3,5-t-Lkw – ca. 1 000 Liter Bier pro Lieferung). So konnten die Kosten niedrig gehalten werden und attraktive Preise für die Verbraucher angeboten werden. Die Leergutrückgabe und das Inkasso erfolgten schnell. Es wurden 135 Lieferscheine ausgestellt und 1 261 Einzelverkäufe getätigt.



Sortenstatistik 2019

Die Anteile der Sorten in Prozent





Pustertaler Bier GmbH
Wiedenhofegg 2
I-39030 Vintl (BZ)

Hausbrauerei und Bierdepot:
Handwerkerstraße 8
I-39039 Niederdorf (BZ)

Tel. +39 0474 74 01 23

info@Pustertaler-Freiheit.com
www.Pustertaler-Freiheit.com