

Brauerei Uster plant gesundes Wachstum

USTER. Die Brauerei Uster will dieses Jahr 2500 Hektoliter Bier produzieren. Ausgelastet ist sie damit noch nicht. Doch die Chancen für eine stärkere Marktdurchdringung stehen gut.

STEFAN KRÄHENBÜHL

40000 Hektoliter Bier produzierte die Brauerei Uster jährlich, bevor sie im Jahr 1978 ihren Betrieb einstellte. In den folgenden Jahrzehnten sollte lediglich die Adresse «Braueriestrasse» an die einst stolze Ustermer Brautradition erinnern. Bis Anfang letzten Jahres. Am 18. März hat die Brauerei Uster Braukultur AG das Ustermer Bier wiederbelebt und ihren ersten Sud aufgesetzt. Seither hat das Unternehmen rund 1700 Hektoliter Bier produziert, das als «Usterbräu Original», «Ober-

länderbräu» und «Goldküstenbräu» verkauft und konsumiert wurde.

Gastronomie ist ausbaufähig

«Das Interesse an unseren Produkten ist gross», freut sich Verwaltungsratspräsident Hanspeter Bucher. «Man scheint die Marke Usterbräu trotz ihrer langen Abwesenheit nicht vergessen zu haben.» Hauptabsatzmarkt der Brauerei ist Uster mit engster Umgebung, wo die Brauerei knapp 50 Prozent ihres Umsatzes generiert. Mit Absatzkanälen wie Coop, Rio oder Landi sind die Biere in der Grossregion Zürich und im Oberland gut vertreten. Ausbaufähig ist der Bereich Gastronomie. «Bei den Verkäufen an Restaurants wollen wir klar wachsen», sagt Bucher.

Ein Auge hat er ausserdem auf die Stadt geworfen. Bereits heute sind die Biere in einzelnen Zürcher Restaurants erhältlich. Eine stärkere Marktdurchdringung ist realistisch. Zumal

die Brauerei mit der Ustermer Zweifel GD AG einen Vertriebspartner hat, der bereits über ein starkes Beziehungsnetz in der Stadt verfügt. Als mittelfristiges Ziel nennt Bucher ein Volumen von jährlich 3000 Hektolitern. Damit wäre die Brauerei mit ihrer jetzigen Infrastruktur ausgelastet. Realistisch ist ein Erreichen des Zielwerts im Jahr 2014. «Wir wollen unsere Volumen nicht auf Teufel komm raus nach oben schrauben», sagt Bucher. «Das wäre nicht gesund.»

Aktionäre als Botschafter

Kontinuierlich ausbauen konnte die Brauerei in den letzten Monaten indes nicht nur ihren Absatz. Das Aktionariat ist auf über 1100 Aktionäre angewachsen. Besonders in den letzten Wochen war die Nachfrage nach dem Papier gross. «Das liegt daran, dass sich die Aktie gut als Geschenk eignet», sagt Bucher. «Sie ist ein Liebhaber-

titel.» Für die Brauerei ist eine möglichst breite Streuung des Aktienkapitals ein gewichtiger Vorteil. Die Aktionäre sind ideale Botschafter und sorgen durch Mund-zu-Mund-Propaganda für eine stärkere Marktdurchdringung. Noch sind ausreichend Reserveaktien vorhanden. Sollte die Nachfrage plötzlich stark zunehmen, bietet sich dem Unternehmen die Möglichkeit, das Aktienkapital von heute 2 Millionen um bis zu 400000 Franken zu erhöhen.

Vorerst setzt man an der Ustermer Braueriestrasse auf Kontinuität. Grössere Projekte sind keine geplant. «Wir sind schliesslich noch immer ein junges Unternehmen», so Hanspeter Bucher. Für 2013 hat die Brauerei Uster ein Volumen von 2500 Hektolitern budgetiert. Ob sich die Wachstumspläne, die auf eine Vollausslastung abzielen, in der erhofften Frist umsetzen lassen, bleibt abzuwarten. Die Voraussetzungen scheinen zumindest gut zu sein.