



Die Sonderedition "Das tapfere Helferlein" half durch die Krise. Foto: Brauwerk Schwedt.

28.09.2020 12:04 CEST

Brauwerk Schwedt

Brauwerk Schwedt
Gut Trinken und Speisen statt Reisen

Als gastronomische Einrichtung verlor das Brauwerk Schwedt durch die Einschränkungen der Corona-Pandemie praktisch jegliche Arbeit. Doch es entstanden zahlreiche Lösungen, wie zumindest ein Teil der Einnahmen trotzdem gesichert werden konnten. So wurde das in der hauseigenen Brauerei hergestellte Bier kurzerhand in Flaschen abgefüllt und als Sonderedition „Das tapfere Helferlein“ verkauft.

Zum besseren Absatz wurde zudem der Online-Shop „Tante Emma aus Schwedt“ ins Leben gerufen, der den Bierverkauf mit dem Angebot von Waren des täglichen Bedarfs verband. Zur Wiedereröffnung des Brauwerks erstellte der Betrieb außerdem das neue Konzept „Speisen statt Reisen“: Alle zwei Wochen „reist“ das Restaurant nun kulinarisch in ein anderes Land.

Besser vernetzt mit Partnern

Die Projekte, insbesondere der Service „Essen auf Rädern“ und der Stand auf dem Wochenmarkt in Schwedt in der Uckermark haben dazu geführt, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nur teilweise in Kurzarbeit waren. Die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern hat zudem dazu geführt, dass der Absatz bei allen Beteiligten sowie die Aufmerksamkeit für die einzelnen Partner damit erheblich gesteigert werden konnte. Noch immer steht das Brauwerk Schwedt daher mit seinem Netzwerk in einem regen Kontakt, so dass auch künftig gemeinsame Aktionen geplant sind.

Die Betreiber des Brauwerks Schwedt sind Wolf Mieczkowski und Ronald Steinke. Die beiden sind leidenschaftliche Bierbrauer und hatten sich 2018 bei Eröffnung des Hauses die Wiederbelebung der Jahrhunderte alten Schwedter Brautradition auf die Fahne geschrieben. Karthäusermönche brachten einst den Gerstensaft nach Schwedt an die Oder.

Neben dem Aufbau eines Online-Shops hat das Brauwerk Schwedt außerdem während der Corona-Pandemie seine Social-Media-Aktivitäten erhöht. So wurde zusätzlich zum bestehenden Facebook-Account ein Instagram-Kanal eröffnet, um weitere Kundengruppen erreichen zu können.

Weitere Informationen:

www.brauwerk-schwedt.de

www.tourismuspreis-brandenburg.de

Die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH wurde 1998 gegründet. Als Destination-Management-Organisation ist die TMB für die langfristige und nachhaltige Positionierung sowie Entwicklung und Vermarktung der touristischen Angebote im Land Brandenburg verantwortlich. Hierzu zählt insbesondere die Markenführung der touristischen Marke Brandenburg und der damit verbundene Markenprozess. Die Gesellschafter der TMB sind das Land Brandenburg (59 Prozent), die Vereinigung Brandenburgischer Körperschaften zur Förderung der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft GbR (36 Prozent) und die Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin) (5 Prozent).

**TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Am Neuen Markt 1 –
Kabinetthaus, 14467 Potsdam**

Telefon: +49 (0)331 29873-0 | Telefax: +49 (0)331 29873-73
service@reiseland-brandenburg.de | www.reiseland-brandenburg.de

Amtsgericht Potsdam HRB 11403 | Ust-IdNr. DE194533636 Vorsitzender des
Aufsichtsrates: Staatssekretär Hendrik Fischer | Geschäftsführer: Dieter Hütte

Kontaktpersonen



Birgit Kunkel

Pressekontakt

Leiterin Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin

birgit.kunkel@reiseland-brandenburg.de

+49(331)29873-250



Patrick Kastner

Pressekontakt

Pressesprecher

patrick.kastner@reiseland-brandenburg.de

+49(331)29873-253



Matthias Schäfer

Pressekontakt

Pressereferent

matthias.schaefer@reiseland-brandenburg.de

+49(331)29873-254