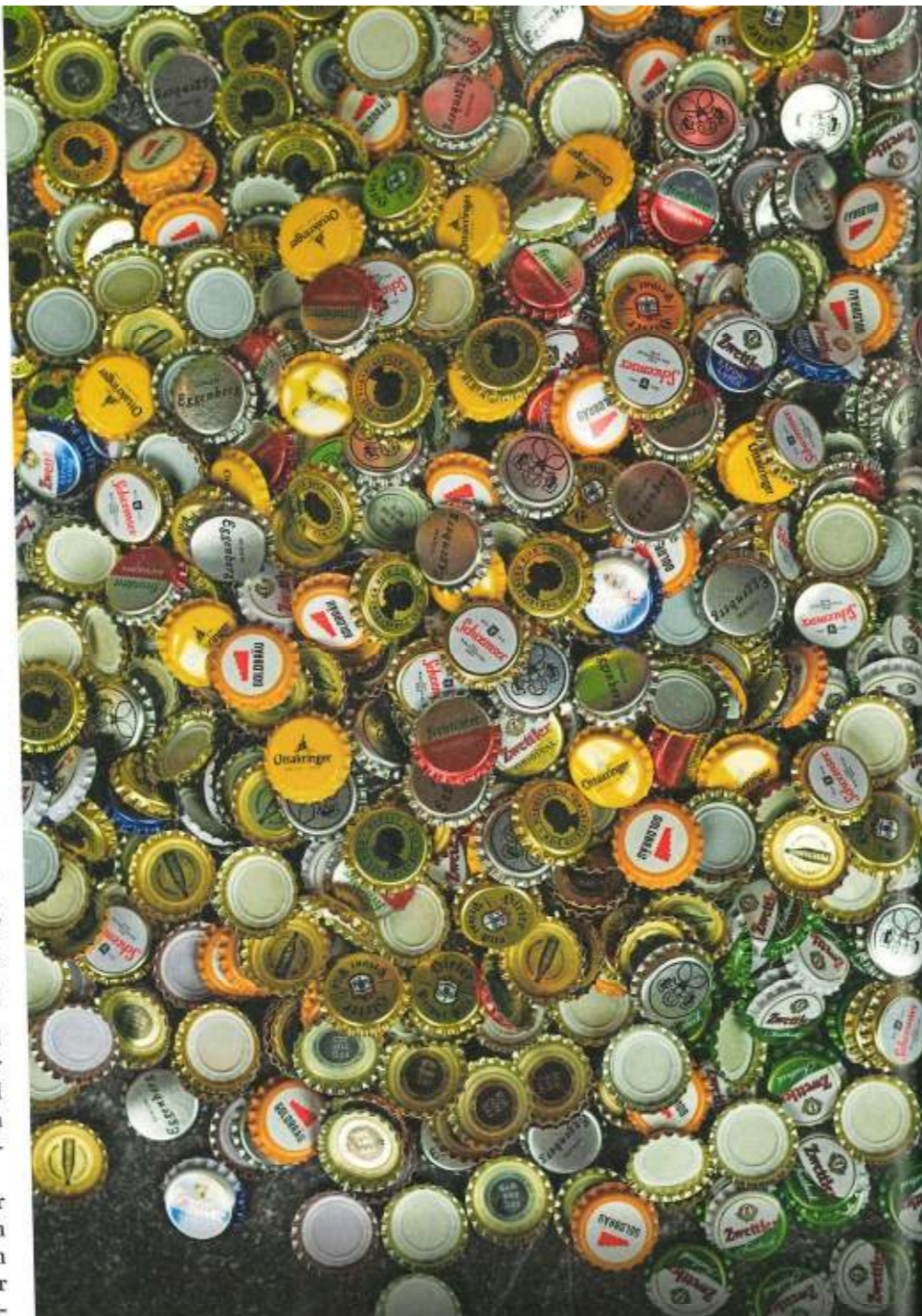


Mit dem Bürgerbräu Innsbruck brachte der böse Konzernmulti die Konkurrenz wieder einmal zum Schäumen. Die von der Heineken-Tochter Brau Union Mitte September unter dem Beifall der Lokalpolitik wiederbelebte Marke wird nicht etwa in der Tiroler Landeshauptstadt hergestellt, sondern in Osttirol. „Ein Bier anderswo zu brauen, als es die Marke suggeriert, das ist Etikettenschwindel und Konsumententäuschung“, poltert Ewald Pöschko. Ähnlich sei es bei der 2020 reaktivierten Marke Linzer Bier, das allenfalls in kleinen Mengen in der oberösterreichischen Landeshauptstadt gebraut werde, so der angriffslustige Obmann der Braucommune Freistadt.

GEGENGEWICHT. Wo ist im Bier das drin, was draufsteht? Um mehr Transparenz und Aufklärung für Konsumenten zu schaffen, haben sich soeben zehn der größten Privatbrauereien zu einem Verein zusammenschlossen. Neben regionalen Größen wie Freistädter, Mohrenbräu oder Zwettler (siehe Factbox auf der rechten Seite) und Spezialisten wie Trumer oder Hirter, die schon bisher im losen Aktionsbündnis der „CulturBrauer“ alliiert waren, sind nun auch die zwei größten unabhängigen Unternehmen der Branche an Bord: Stiegl aus Salzburg und Ottakringer aus Wien. Zusammen stehen die zehn für rund 28 Prozent des Gesamtmarktes.

Damit entsteht 18 Jahre nach der Übernahme der Linzer Brau Union durch den holländischen Heineken-Konzern erstmals ein spürbares Gegengewicht der wichtigsten Player. Sichtbar wird der Zusammenschluss auf den Innenseiten von Bierkapseln, auf Flaschenetiketten und auf den Verpackungen der Privatbrauereien in Form eines neuen Siegels, das „100 Prozent Unabhängigkeit“ verspricht und garantiert, dass das jeweilige Unternehmen in österreichischer Hand ist. Die so ausgezeichneten Biere seien zudem „100 Prozent echt und authentisch“.

Die Vereinsmitglieder demonstrieren Einheit, um Vielfalt zu erhalten, sagen sie. Wertschöpfung und Steuerleistung erfolgten zur Gänze im Land. Auf den trend-Einwand, dass auch die Brau Union AG in ihrem letztverfügbaren Abschluss 2019 bei einem Umsatz von 773 Millionen Euro zwar einen Jahresüberschuss von 81 Millionen Euro, aber auch 26 Millionen Ertragssteuern doku-



Einheit zwecks Vielfalt

Die Pandemie hat einmal mehr die Marktmacht der Heineken-Tochter Brau Union offengelegt. Ein **NEUES SIEGEL** der mittelständischen Bier-Konkurrenz soll der Dominanz des Branchenführers etwas entgegensetzen.

VON BERNHARD ECKER

mentiert habe, nennt Ottakringer-Aufsichtsratschef Siegfried Menz ein aus seiner Sicht zentrales Unterscheidungsmerkmal: „Wir können uns nicht so einfach aus dem Staub machen.“

Mit dem Slogan „Für immer konzernfrei!“ aufzutrompfen funktioniert jedoch in der neuen Konstellation nur bedingt: Auch Ottakringer und Stiegl sind als Konzerne organisiert.

Die Kooperation ist natürlich gegen die Brau Union mit ihren acht Brauereien sowie starken Marken wie Zipfer, Gösser, Puntigamer oder Schwechater gerichtet. In der Pandemie brachten die Österreicher-Statthalter der Holländer das Fass zum Überlaufen. Weil die Wirtschaftshäuser über weite Strecken geschlossen waren, verlagerte sich das Geschehen zusehends in den Handel, der inzwischen für 80 Prozent des Gesamtabsatzes

steht, zehn Prozentpunkte mehr als vor Covid. Mit den Kampfpreisen der Brau-Union-Biere – täglich nachlesbar in den Inseraten der Boulevardzeitungen – konnten und wollten Stiegl & Co. aber nicht mithalten. „Das ist, als ob wir unser Bier verschenken würden“, sagt Sigi Menz, Aufsichtsratschef von Ottakringer. Als dann der neue Brau-Union-Chef Klaus Schörghofer via trend ausrichtete, dass nicht er, sondern der Handel die Aktionspolitik mache, war der Zorn perfekt.

„Der Markt hat sich polarisiert, durch die Pandemie hat sich das beschleunigt“, fasst Stiegl-Boss Heinrich Dieter Kiener zusammen, warum es jetzt zu der Allianz kommt. Den Marktanteil der Heineken-Tochter schätzen die Rebellen mit zwei Drittel deutlich höher ein als offiziell bisher dargestellt. „Sie rechnen sich klein, Beteiligungen wie Schladminger, Villacher oder Fohrenburger sind in den offiziellen Zahlen nicht enthalten“, behauptet Pöschko.

CLUB 250 PLUS. Die zehn Privatbrauereien, allesamt mit markanten Charakteren an der Spitze, wollen kein geschlossener Club bleiben. Im Gegenteil: „Wir wollen so viele unabhängige Betriebe wie möglich mit dabei haben“, proklamiert Pöschko, der auch Obmann des Vereins ist. Auch Minibetriebe, die sich mit der Ausrichtung identifizieren, seien erwünscht. Ob er auch die Konkurrenzmar-



KONZERNBOSS. Brau-Union-Chef Klaus Schörghofer argumentiert, der Handel mache die Aktionspreise.

BRAU-TRIO. Ottakringer-Aufsichtsratschef Menz, Freistädter-Chef Pöschko, Stiegl-Boss Kiener (v. l.): „Der Markt hat sich polarisiert, durch die Pandemie hat sich das beschleunigt.“

ken vor seiner Mühlviertler Haustür, etwa Neufeldner, Schlägler oder Hofstetner, damit meint? „Die werde ich persönlich akquirieren“, ist Pöschko optimistisch: „Warum sollten am Ende nicht 250 Betriebe zu uns gehören?“ Österreich hat aktuell 319 Braustätten, über 280 davon sind Klein- und Kleinstbrauereien.

Ist es ein Bündnis aus der Not heraus, mit Teilnehmern, die durch die Pande-

mierfahrungen in die Enge getrieben wurden? Nein, betuern die Allianzpartner unisono, auch wenn das erste Coronajahr in der Branche durchwegs schmerzhaft Umsatzrückgänge von 20 bis 50 Prozent gebracht hat. „Die Leute wollen keine seelenlosen Biere mehr, sie wollen Authentizität“, behauptet Kiener. Wechselseitige Verschränkungen seien allerdings nicht angedacht, auch die Produktentwicklung soll streng autonom bleiben.

FACTBOX

Verein: Unabhängige Privatbrauereien Österreichs
Sitz: Wien
Obmann: Ewald Pöschko (Braucommune Freistadt)
Stellvertreter: Heinrich Kiener (Stiegl)
Kassier: Sigi Menz (Ottakringer)
Mitglieder: Ottakringer Brauerei (Wien), Stieglbrauerei zu Salzburg, Braucommune in Freistadt (Oberösterreich), Privatbrauerei Hirt (Kärnten), Mohrenbrauerei (Vorarlberg), Brauerei Murau (Steiermark), Brauerei Schloss Eggenberg (Oberösterreich), Trumer Privatbrauerei (Salzburg), Bierbrauerei Schrenns (Niederösterreich), Privatbrauerei Zwettl (Niederösterreich).
Kombinierte Stärke: 2,2 Millionen Hektoliter pro Jahr, das sind rund 28 Prozent des gesamten österreichischen Biermarktes.



EINHEITSGEBOT. Wohin die Reise am Ende führt, wollen die zehn aber bewusst offen lassen: Das Siegel ist erst der Anfang. Gemeinsame Events und technologische Kooperationen könnten aber folgen. „Im

Kern geht es um die Weiterentwicklung des Biers“, sagt Menz.

Und der böse Konzernmulti? Zeigt sich völlig ungerührt. Zur Ansage der Konkurrenz findet Brau-Union-Sprecherin Gabriela Straka keine anderen Worte als: „Sie dürfen das.“ Die Linzer haben inzwischen ihre Kleinbrauereien wie Kaltenhausen bei Hallein und Linzer Bier in einer eigenen Gesellschaft gebündelt, der 2020 gegründeten Craftvoll GmbH. Dort wird Kleinheit zelebriert, auch wenn sie unter einem Konzerndach stattfindet. Neuester Zugang dieser Tochter: das Bürgerbräu Innsbruck.

FOTOS: NIKLAS STADLER, BRAU UNION, INGOLFANG WOLAK