



DIE UNBEUGSAMEN

VON BERNHARD ECKER

Als ein übereifriger Werber kurz nach Auftauchen des FPÖ-Ibiza-Videos im Mai zu einem Bild des Freistädter Bio-Zwickls den Slogan „Zwickl statt Kickl“ postete, musste Ewald Pöschko rasch zurückrudern. Das Posting sei „nicht mit uns abgesprochen“ gewesen und „nicht in unserem Sinne“, ließ der Geschäftsführer der Braucommune Freistadt blitzartig per Aussendung wissen. Damit fing er den sich abzeichnenden Shitstorm gerade noch ein, nur ein FPÖ-Bezirksgeschäftsführer protestierte.

Die Freistädter haben derzeit einen Lauf sondergleichen, und den wollen sie sich durch überschäumende politische Pointen nicht vermasseln. Die Mühlviertler Brauerei, im Besitz von 150 Gesellschaftern der Bezirkshauptstadt, hat 2018 erstmals mehr als 100.000 Hektoliter Bier gebraut, vom „Ratsherrn Premi-

Während im Handel ruinöse Bier-Rabattschlachten der Riesen toben, lassen sich die MITTELSTANDS-BRAUEREIEN nicht beirren – und profitieren vom Craftbier-Hype der letzten Jahre.

um“ bis zum „Rotschopf“. Und dieses Jahr ist sie trotz eines in der Branche beklagten extrem schwachen Mais „in Richtung 120.000 unterwegs“, so der Chef. Damit hat sie sich in einem Jahrzehnt nahezu verdoppelt – durch konsequenten Fokus auf die Herkunftsregion, die Landeshauptstadt Linz und neuerdings auch die Gefilde südlich der Donau. Entgegen den langjährigen Empfehlungen der Wirtschaftskammer ging Pöschko nicht in den Export und sieht sich nun bestätigt: „Alle haben immer gesagt: Du musst exportieren. Aber ich kümmerge mich nicht darum.“

Bereits vor zehn Jahren hat sich die traditionsreiche Braucommune mit sieben anderen Mittelständlern ihrer Branche zur losen Kooperation „Die Kulturbrauer“ zusammen geschlossen (siehe Kasten oben). Mit ihrem gemeinsamen Auftritt als stark in ihren jeweiligen Regionen verwurzelte, unabhängige Familienunternehmen, aber auch mit gemeinsamen Produktkreationen – 2018 etwa einem Austrian Lager – wollen sie den Großen mehr als nur Symbolik entgegensetzen. Als Lieblingsfeindbild und -reibebaum hält der „übermächtige“ Heinekenkonzern her, der mit heimischen Topma-

DIE ACHT „CULTURBRAUER“

- 1 HIRTER BIER.** Unter Leitung von Klaus Möller ist der Pils-Spezialist - Jahresausstoß 150.000 Hektoliter - zuletzt bei den Kärntner Wirten gewachsen.
- 2 ZWETTLER.** Karl Schwarz führt die Waldviertler Brauerei mit den Marken Zwettler und Weitra Bräu und 193.000 Hektolitern Ausstoß.
- 3 MURAUER.** Der volumensmäßig größte der acht Culturbrauer (ca. 253.000 Hektoliter pro Jahr) mit Sitz in der Weststeiermark, geführt von Josef Rieberer.
- 4 MOHRENBRÄU.** Rund 175.000 Hektoliter Bier werden jährlich in Dornbirn gebraut, Geschäftsführer ist Heinz Huber.
- 5 SCHREMSENER.** Die kleinste der kooperierten Mittelstandsbrauereien mit 33.000 Hektolitern. Geschäftsführer der Waldviertler ist Karl Trojan.
- 6 EGGENBERGER.** Der Traditionsbetrieb mit Sitz in Vorchdorf setzt auf Regionalität - Jahresausstoß: ca. 165.000 Hektoliter.
- 7 FREISTÄDTER.** Unter der Führung von Ewald Pöschko haben die Mühlviertler 2018 die 100.000-Hektoliter-Marke gesprengt.
- 8 TRUMER.** In bereits achter Generation führt Josef Sigl die innovative Brauerei im Bundesland Salzburg. Jahresmenge: 70.000 Hektoliter.

rken wie Gösser, Zipfer oder Puntigamer auf einen Marktanteil von deutlich über 50 Prozent kommt.

Die Zahlen geben den unbeugsamen acht recht: Der Ausstoß in ihren Brauereien hat sich seitdem um über 100.000 auf über eine Million Hektoliter gesteigert, was in einem stagnierenden Markt (siehe Tabelle rechts) wachsende Marktanteile bedeutet. Und während die Absätze um zehn Prozent gestiegen ist, haben die Umsätze der Culturbrauer in diesem Zeitraum sogar um 20 Prozent zugelegt. Pöschko & Co. haben überdies noch nicht genug: „Wir werden den anderen weiterhin Marktanteile wegnehmen, und das ist nun einmal hauptsächlich der Heinekenkonzern“, sagt der Chef der Brauergemeinschaft.

AKTIONITIS. Ganz stimmt die Guter-David-gegen-böser-Goliath-Geschichte allerdings nicht. Nennenswerte Einbrüche

gibt es bei der Brau Union, seit 2003 in vollständigem Besitz des holländischen Bier-Multis Heineken, nicht: 4,64 Millionen Hektoliter hat der unbestrittene Marktführer 2008 in Österreich abgesetzt, zuletzt waren es 4,77 Millionen. Der Konzern ist hoch profitabel: Bei 732 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2017 betrug der Jahresüberschuss satte 89 Millionen Euro.

Und schwächelt der Bierkonsum einmal, drückt die Brau Union ganz einfach auf einen anderen Knopf. Beim Cider, nach eigenen Angaben derzeit die „am stärksten wachsenden Getränkekategorie des Landes“, ist der Konzern mit der Eigenmarke „Stibitzer“ und der internationalen „Strongbow“ dick da.

Unter Druck gekommen sind eher die privaten Großbrauer. Wiens größte Brauerei, Ottakringer, zu der auch die Mineralwasserfirma Vöslauer gehört, setzte 2018 mit 488.600 Hektolitern am Heimmarkt um rund 80.000 weniger Bier ab als noch vor zehn Jahren. Ähnlich stark dürften die Rückgänge bei Stiegl in Salzburg sein, die 2009 das Durchbrechen der Eine-Million-Schallmauer feierten, heute aber laut Brancheninsidern nur dank stark gewachsener Exporte in dieser Größenordnung spielen. Genaue Zahlen werden von Stiegl schon lange nicht mehr genannt, man bestätigt aber eine Verdreifachung des Exportanteils auf 15 Prozent seit 2010.

Tatsächlich darf inzwischen wohl Egger den Titel der größten heimischen Privatbrauerei des Landes führen. Die Niederösterreicher, im Besitz der gleichnamigen Tiroler Spanplattendynastie, haben dank einer offensiven Handelsmarken- und Lohnabfüllerstrategie sowie starken Auslandsaufträgen auf über eine Million Hektoliter zugelegt - ein Plus von mehr als 30 Prozent im Jahrzehntabstand. Das Wachstum fand dabei

dort statt, wo seit jeher die natürliche Egger-Stärke ist: im Supermarktregal. Nur drei Prozent beträgt bei Egger der Gastronomie-Anteil. „Wir wollen weiterhin gegen den Trend wachsen, und das geht natürlich zulasten des Marktführers“, gibt sich Egger-Chef Bernhard Prosser rhetorisch angriffslustig.

Doch das Imperium schlägt verlässlich zurück. Sowohl Egger als auch Ottakringer begründen ihre Inlandsrückgänge im letzten Jahr mit den aggressiven Rabattschlachten im Handel, bei denen man nicht mehr rundherum mitmachen wolle. Heineken-Brau-Union dagegen nimmt die margenverwässernde Aktionitis in Kauf: 80 Prozent habe der Aktionsanteil bei den Heineken-Marken im ersten Quartal 2019 betragen, berichtet Egger-Chef Prosser - bei Egger waren es unter 60 Prozent.

ZU DEN WURZELN. Die Betrachtung rein nach Menge ist für die mittelständischen Häuser aber ohnehin nicht vorrangig: Wer mit Bierspezialitäten, Regionalitätsnachweis und Lifestyle höhere Wertigkeit signalisieren kann, kann auch seine Preise steigern. Karl Schwarz, Chef der Zwettler Brauerei in Niederösterreich, kann zum Beispiel ein erstes Halbjahr 2019 feiern, in dem er in der Menge zwar nur um 1,4 Prozent, beim Umsatz aber um sechs Prozent gewachsen ist. Derzeit verdoppelt er die Kapazitäten in seiner Brauwerkstatt in Weitra. Vor allem in der Gastronomie in Wien erkennt er große Chancen, „es gibt dort einen starken Trend zum Zweit- und Drittbier“, so Schwarz.

„Ertragskraft und Markenstärke“ nennt folglich auch der innovationsfreudige Josef Sigl, der in Obertrum bei Salzburg die Trumer Brauerei in achter Generation führt, seine absoluten Topprioritäten. Statt mit Hektoliternmengen und exzessiver Rabattpolitik beschäftigt er sich lieber mit einem stylischen Trumer-Podcast, in dem er ausführlich Querdenker wie den Regionalitätspionier Heini Staudinger zu Wort kommen lässt. Slow Brewing und die Frage, aus welchen regionalen Quellen er seinen Hopfen beziehen kann, sind Sigl tendenziell wichtiger als Marktanteile.

Hirter Bier wiederum, ebenso wie Trumer stark beim Pils, ist laut Geschäftsführer Klaus Möller in letzter Zeit vor allem dort gewachsen, wo es herkommt: in Kärnten, und da vor allem in der Gastronomie. „Bei den Wirten ist Regiona- ▶

BIER- UND BRAULAND ÖSTERREICH

	2008	2018
Bierausstoß (in hl)	8,55 Mio.	8,56 Mio.
Pro-Kopf-Konsum	110 Liter	104 Liter
Brauereien nach Größe (Hektoliter-Ausstoß)		
> 500.000	8	7
100.000-500.000	7	9
20.000-100.000	16	15
< 20.000	142	267

Quelle: Verband der Brauereien Österreichs

FOTO: NIELAS STADLER



DER NAME DER DOSE. Die niederösterreichische Brauerei Egger, bekannt vor allem für Billig-Dosenbiere, darf sich wohl inzwischen größte Privatbrauerei Österreichs nennen. Angekündigt wurden zuletzt jedoch auch zwei Craftbiere.

► lität wichtiger geworden“, beobachtet Möller. Und die Kärntner Studenten in Wien sind wie eh und je die verlässlichsten Markenbotschafter in der Bundeshauptstadt.

Dass das Regionalitätsthema noch nicht ausgereizt ist, zeigt Marcus Mautner-Markhof, der ursprünglich aus dem „Senf-Zweig“ der berühmten Wiener Bierbrauerdynastie („Schwechater“) stammt und 2018 die Brauerei Grieskirchen in Oberösterreich – Bierausstoß 44.000 Hektoliter – gekauft hat. Seit 2015 braut er für das Ausseerland, in dem Traditionalität seit jeher besonders offensiv zelebriert wird, ein „Loser Bier“. „Für uns sind das interessante Mengen. Eine Brau Union würde das niemals machen“, ist Mautner-Markhof überzeugt.

MINI-KONSOLIDIERUNG. Die große Bereinigung wird in den nächsten Jahren eine Etage unterhalb der etablierten Marken und Braustätten stattfinden, glaubt der Grieskirchner-Chef, der sich als offen für Kooperationen bezeichnet. Er erwartet die Konsolidierung dort, wo dem Bier in den letzten Jahren ein kräftiger Schub in Sachen Aufmerksamkeit, Leidenschaft und Kreativität verliehen wurde: in der Craftbier-Szene mit ihren unzähligen Garagenbrauereien und experimentierfreudigen Jungbrauern. 267 Brauereien unter 20.000 Hektoliter Jahresausstoß gab es in Österreich 2018, das bedeutet fast eine Verdopplung gegenüber 2008. Vom gepflegten Indian Pale Ale (IPA) über speziell gehopfte Sorten bis zum Stout aus der Wirtshausbrauerei – die Geschmäcker sind auf diese Weise vielfältiger und die Ansprüche vieler Konsumenten höher geworden.

Doch in der Menge macht Craftbier in Österreich nur rund ein bis zwei Prozent des Absatzes aus, während es etwa in den USA volumensmäßig 2018 über 18 Prozent des Gesamtmarktes erobert hat. Viele Minibrauer gehen hierzulande so schnell, wie sie gekommen sind; wenige werden sich so dauerhaft halten können wie etwa das Salzburger Gusswerk, das mit rund 4.000 Hektolitern pro Jahr auch schon akzeptable Skaleneffekte erzielen kann.

Spuren hinterlässt die Revolution dennoch dauerhafte. Durch die Konzen-



IM KASTEN. Der Aktionsanteil von Brau-Union-Marken wie Güsser war im ersten Halbjahr exorbitant hoch, sagen Brancheninsider.

tration aufs pure Handwerk sei die Aufmerksamkeit für das Produkt und dessen Herstellung erfreulich gestiegen, sagt Zwettler-Chef Schwarz. Er rühmt sich, mit dem Zwettler „Black Magic“ inzwischen zu Österreichs größtem Porter-Brauer aufgestiegen zu sein. Mehr als eine weitere Sortenexplosion erwartet der Waldviertler aber in Zukunft eine Rückbesinnung etwa auf ein „handwerklich sauber gebrautes Pils oder Märzen“.

Die Innovation mag folglich weiterhin in den Klein- und Kleinsteinheiten entstehen – der kommerzielle Erfolg sprudelt anderswo aus dem Zapfhahn. Marktführer Brau Union experimentiert seit Langem in seiner kleinen Brauerei im Salzburger Kaltenhausen, um im kreativen Kampf der Geschmäcker vorne mit dabei zu sein. Was massentauglich wird, landet bei den großen Marken, etwa das „Zipfer Meisterwerke Pale Ale“ oder die „Stifts Zwickel“ aus der Reihe der „Gösser Brauschätze“.

Selbst Egger, vor allem für seine Billig-Dosenbiere bekannt, hat kürzlich zwei eigene Craftbiere angekündigt. „Am meisten profitieren von diesem Boom die kleinen regionalen Brauereien, aber auch wir schwimmen mit“, sagt Geschäftsführer Prosser. Die Craftbier-Revolution hat ihre Kinder zwar noch nicht gefressen. Aber sie nährt insbesondere die Eltern.

Rundherum entspannt blickt Braucommune-Freistadt-Chef Pöschko auf diese kleinen und größeren Scharmützel in seiner Branche. Er will sich weiterhin nicht beirren lassen, und nur darum kann er, der derzeit so schnell wächst wie keiner in seiner Branche, kokett sagen: „Ich will gar nicht groß werden.“