

# Österreicher halten Bier die Treue

Beim Pro-Kopf-Konsum weltweit an 3. Stelle / Jugendliche trinken öfter



BERG CHRISTANDL

Die Schweizerhaus-Familie holt sich für ihren Budweiser-Großhandel einen Partner ins Boot: Ottakringer steigt ein

VON VERGIL SIEGL

**E**s soll den Stoffwechsel anregen, bei Nierensteinen und Einsamkeit helfen: Das Bier. Trotz Alternativprodukten wie dem Radler erfreut sich der Gerstensaft hier zu Lande ungebrochener Beliebtheit.

2004 hat jeder Österreicher durchschnittlich mehr als 108 Liter Bier getrunken und so die Iren, die den Konsum etwas einschränkten, vom weltweit dritten Platz verdrängt. Nun liegen nur noch Tschechen (158 Liter pro Kopf und Jahr) und Deutsche (115 Liter) vor Österreich.

Markus Liebl, neu gewählter Obmann des Verbandes heimischer Brauereien, sieht auch die Deutschen, die von Jahr zu Jahr weniger Bier trinken, in Reichweite. Der Linzer Marktforscher market hat die Österreicher zum Thema

befragt. Das Ergebnis: Bier steht in erster Linie für Männlichkeit: 76 Prozent der Befragten fanden, dass dieser Begriff besonders gut passt. Zwei Drittel der Befragten verband mit Bier die Begriffe Tradition und Geselligkeit. „Bier ist ein soziales Gleitmittel“, meint market-Chef Werner Beutelmeyer lakonisch.

**JUGENDLICHE** Dass in Zukunft die Zahl der Kunden sinkt, ist nicht zu erwarten. Denn bei Jugendlichen zwischen 16 und 19 Jahren steigt die Frequenz des Konsums: Im Schnitt trinkt diese Gruppe alle drei Wochen Bier; 1997 war es nur ein Mal im Monat gewesen. Problematisch: Ein Prozent dieser Gruppe trinkt das Getränk sogar gleich mehrmals am Tag.

Obwohl die meisten Österreicher der Meinung sind, dass Bier dick macht, glauben

viele auch an gesundheitsfördernde Wirkungen: Knapp die Hälfte der Befragten meint, dass Bier Stoffwechsel und Verdauung unterstützt, einige finden, es helfe bei Nierensteinen oder Herz-Kreislaufkrankungen.

Zwar ist der Gerstensaft eine Männerdomäne, dennoch legt der scheidende Obmann des Brauereiverbands, Johann Sulzberger, seine Hoffnung in die Frauen: „Nur 15 Prozent der Frauen trinken Bier, also gibt es ein Potenzial von 85 Prozent.“

Wie man das nutzen kann, führt Liebl weiter aus: „Erstens braucht es entsprechende Verpackungen.“ So sei der Konsum von Kleinflaschen deutlich gestiegen. „Ein zweiter Punkt“, fährt Liebl fort, „sind die Gläser, denn ein Bierkrügel, oder gar ein Maß, passt nicht in zarte Frauenhände“. Dritter Punkt ist der Geschmack: Frauen wollen es weniger bitter.

Ungemach droht der Branche von den Handelsketten. So bewirbt Spar in seiner aktuellen Kampagne ein Eigenmarkenbier um 35 Cent. Liebl: „Wer da noch etwas verdienen will, weiß ich nicht.“ Doch er hofft, dass die Österreicher auch weiter den Marken die Treue halten.

INTERNET: [www.bierserver.at](http://www.bierserver.at)

## FIRMEN

### Ottakringer beteiligt sich bei Kolarik

Die Familie Kolarik, der das Wiener Schweizerhaus und damit eine Bier- und Stelzeninstitution gehört, holt sich für ihren Großhandel Kolarik & Buben GmbH einen prominenten Partner. Ottakringer beteiligt sich mit 49 Prozent. Kolarik & Buben ist Generalimporteur von Budweiser für Ostösterreich.

Ottakringer (Jahresumsatz 04: 73,5 Mio. €) braut jährlich rund 580.000 Hektoliter Bier, Kolarik vertreibt etwa 100.000 Hektoliter.

Konkret beteiligt sich die Ottakringer-Muttergesellschaft, die zu rund 81 Prozent den Familien Wenckheim und Menz gehört. Die Firma besitzt auch Marken wie Goldfassl und Vöslauer. Das Schweizerhaus bleibt unverändert im Eigentum der Familie Kolarik.

### Beliebteste Biersorten: Weizenbier holt auf

**Vielfalt** Drei Viertel der Österreicher trinken gerne helles Bier (Lager, Märzen), mit sinkender Tendenz. Weizenbier holt auf: 1997 tranken es 16 Prozent gerne, 2005 schon 27 Prozent. In der Gunst gesunken sind sowohl Bockbier als auch alkoholfreies Bier.

**Bundesländer** Im österreichweiten Vergleich sind die Tiroler (140 bis 150 Liter pro Jahr) beim Bierkonsum die Spitzenreiter. Am wenigsten Bier trinken die Burgenländer: Ihr Konsum bleibt deutlich unter 100 Liter Bier pro Jahr. Der Grund: Sie trinken mehr Wein.