

08.08.12 | **Übernahmeschlachten**

Das Milliarden-Monopoly der Bierwelt

Die Brauerei-Branche ist im Übernahmefieber. Fast täglich werden neue Rekordsummen aufgerufen. Nur die deutschen Konzerne sind außen vor – woran sie nicht ganz unschuldig sind. *Von Carsten Dierig*



© Bloomberg

Objekt der Begierde: Für die populäre Marke Tiger Beer will Heineken mehr als drei Milliarden Euro zahlen. Doch die Niederländer sind nicht der einzige Interessent

Das ein oder andere Siegerbier dürfte bereits geflossen sein im Hause [Heineken](#) (Link: [/boerse/aktien/Heineken-NV-NL0000009165.html](http://boerse/aktien/Heineken-NV-NL0000009165.html)) . Schließlich sahen sich die Holländer bei ihrem jüngsten Coup bereits am Ziel. Für 3,3 Milliarden Euro sollten sie die Mehrheit am Konkurrenten Asia Pacific Breweries (APB) mit der populären Marke Tiger Beer erhalten. So hatte es das Management des bisherigen Anteilseigners Fraser&Neave entschieden.

Doch während beide Seiten noch über die Details der Transaktion sprachen, ist mit dem thailändischen Unternehmen Kindest Place urplötzlich ein neuer Bieter für die Brauerei aus Singapur aufgetaucht. Und der will zehn Prozent mehr für die Beteiligung bei APB bezahlen. Fraser&Neave zeigt sich aufgeschlossen. Experten rechnen nun mit einem Bieterwettstreit um Tiger Beer.

Wettrüsten um Marktanteile

Diese Auseinandersetzung ist das jüngste Beispiel in einem erbitterten Konkurrenzkampf in der internationalen Bierwelt. Die größten Brauereien der Welt liefern sich derzeit ein Wettrüsten um Verkaufszahlen und Marktanteile. Beinahe im Wochenrhythmus kommt es dabei zu Übernahmen. Und Geld spielt in diesem zugespitzten Konzentrationsprozess offenbar keine Rolle.

Dieser Eindruck jedenfalls drängt sich auf, wenn man die Summen betrachtet, die für Brauereien aufgerufen und bezahlt werden, von denen in Europa allenfalls Insider mal etwas gehört haben. Kürzlich zum Beispiel hat der weltgrößte Bierkonzern AnheuserBusch Inbev stattliche 20 Milliarden US-Dollar für 50 Prozent der Anteile am mexikanischen Konkurrenten

Grupo Modelo bezahlt (Link: <http://www.welt.de/107303914>) und den Hersteller von Marken wie Corona damit komplett übernommen.

Fünf Giganten dominieren den Markt

Mit der Shopping-Tour setzt AB Inbev die Konkurrenz unter Druck. Kein Wunder also, dass Heineken (Link: [/boerse/aktien/Heineken-NV-NL000009165.html](http://boerse/aktien/Heineken-NV-NL000009165.html)) mit dem Vorstoß bei Tiger Beer reagiert hat. Andere Branchengrößen wie SAB Miller, Carlsberg oder China Resource dürften ebenfalls bald folgen. So nämlich ist es schon seit Jahren. Und so hat sich dieses Quintett bereits gut 50 Prozent des Weltmarktes gesichert.

Auch Stephan Barth rechnet fest mit einer Fortsetzung dieses Trends. "Die Konsolidierungswelle wird mit Wucht zunehmen, weil Geld so billig ist und Synergien schnell zu heben sind", sagt der Geschäftsführer des weltgrößten Hopfen-Produzenten Joh. Barth & Sohn aus Nürnberg. Dazu passt eine Aussage von Carlos Brito: "Wir analysieren systematisch den Markt und schauen uns nach Übernahmezielen um", hatte der Vorstandschef von AB Inbev 2011 im Interview mit der "Welt" gesagt.

(Link: <http://www.welt.de/12654178>) Dabei gehe es nicht um Größe, sondern darum, "strategisch und geografisch richtig aufgestellt zu sein".

Das Wachstum liegt in Asien

Im Fokus der großen Braukonzerne stehen derzeit vor allem Latein- und Südamerika sowie Asien. "In diesen Regionen steigt der Anteil der erwachsenen Bevölkerung besonders stark und auch die verfügbaren Einkommen legen deutlich zu", begründen Experten. Der Bierdurst der Chinesen hat die weltweite Produktion zuletzt sogar auf eine neue Rekordhöhe getrieben. 1,93 Milliarden Hektoliter Bier wurden 2011 weltweit gebraut, heißt es im neuen Barth-Bericht. Das sind 70 Milliarden Hektoliter mehr als im Vorjahr.

Alleine ein Viertel der Jahresmenge wird mittlerweile in der Volksrepublik gebraut, die drei Anbieter China Resource, Tsingtao und Yanjing gehören deswegen sogar zu den zehn größten Bierbrauern der Welt. Platz zwei im Länderranking belegen die USA vor Brasilien und Russland, Deutschland schließlich folgt auf Platz fünf. Wobei der Trend hierzulande sogar gegenläufig ist.

Während die Produktion in den erstplatzierten Ländern regelmäßig zulegt, ist sie in der Bundesrepublik rückläufig (Link: <http://www.welt.de/13819874>) . Gerade noch 96 Millionen Hektoliter waren es im vergangenen Jahr. Und 2012 droht ein weiterer Rückgang. Zum Halbjahr jedenfalls gab es bereits ein Minus in Höhe von 2,4 Prozent.

Nebenrolle für Deutschland

Ohnehin spielt Deutschland in der internationalen Bierwelt nur eine untergeordnete Rolle. Radeberger, Deutschlands mit Abstand größter Bierkonzern, folgt gerade mal auf Platz 23 der Weltrangliste. Billiganbieter Oettinger liegt in der Barth-Liste auf Rang 29, Bitburger als deutsche Nummer drei landet auf Platz 37.

Zwar würden die deutschen Brauereien gerne mehr Bier im Ausland verkaufen. Aktuell liegt die Exportquote dem Deutschen Brauerbund zufolge bei rund 15,6 Prozent. Die Ausfuhren beschränken sich aber vorwiegend auf die beliebten Urlaubsregionen der Deutschen wie zum Beispiel Spanien oder Italien.

"Die lukrativen Märkte sind weitgehend verteilt", begründet Stefan Huckemann, Partner und Getränkeexperte bei der Beratungsgesellschaft Deloitte. Und falls sich doch noch Möglichkeiten ergeben wie derzeit bei APB mit der Marke Tiger Beer, haben die vorwiegend mittelständisch geprägten deutschen Brauer nicht annähernd die finanziellen Möglichkeiten, um sich beim Milliarden-Monopoly gegen die Weltkonzerne durchzusetzen zu können.

Hohe Gewinnmargen im Ausland

Das Geld für die Übernahmen erwirtschaften die Braukonzerne mit ihrem Engagement in den aufstrebenden Schwellenländern. AB Inbev etwa meldet nach einem deutlich gestiegenen

Bierabsatz in den Zukunftsmärkten Asiens und Südamerikas einen Halbjahresgewinn in Höhe von fast zwei Milliarden Dollar. Denn in Ländern wie China, Brasilien oder Russland lassen sich Margen erzielen, von denen die Brauer hierzulande nur träumen können. "In Deutschland tobt ein ruinöser Preiskampf", bestätigt Experte Huckemann. Mittlerweile sei das Bier hierzulande so billig wie nirgends sonst in Europa. SAB Miller zum Beispiel habe deswegen nie ernsthaft Interesse am deutschen Markt gehabt.

"Warum sollte ein Konzern in Deutschland investieren, wenn er in anderen Ländern erheblich bessere Margen erzielen kann", fragt Huckemann. Zwar sind andere Große im Gegensatz zu SAB Miller hierzulande aktiv, das Engagement ist aber begrenzt: AB Inbev gehören zum Beispiel die Marken Becks, Hasseröder und Franziskaner, Carlsberg setzt auf Holsten, Feldschlösschen und Lübzer und [Heineken](http://boerse/aktien/Heineken-NV-NL000009165.html) (Link: /boerse/aktien/Heineken-NV-NL000009165.html) hält einen Minderheitsanteil an der Brauholding International (BHI), zu der unter anderem Paulaner und Kulmbacher gehören.

Riesen aus Holland und Belgien

Dass die großen Player in der internationalen Bierwelt dabei aus Belgien, Holland oder Dänemark kommen und damit aus Ländern, die deutlich kleiner sind als Deutschland, ist kein Zufall. "Die Heimatmärkte von Inbev, Heineken und Carlsberg waren schnell zu klein, also mussten die Brauereien in den Export gehen. Das war ihre einzige Chance zu wachsen", erklärt Huckemann.

Die Deutschen dagegen haben den richtigen Moment für eine erfolgreiche Internationalisierung verpasst. "Für sie war der Heimatmarkt lange Zeit groß genug. Alle konnten wachsen und so gab es weder einen Konsolidierungsdruck noch den Zwang zu exportieren." Und jetzt, wo die Absatzzahlen dauerhaft rückläufig sind, sei es zu spät um im Spiel der Großen mitzuspielen.