



## Der Krieg der Biere

Eine neue Mega-Transaktion bahnt sich an. Das mexikanische Unternehmen Femsa will seine Bier-  
sparte verkaufen und SABMiller, zu deren Teilhabern die Familie Santo Domingo gehört, wird wahr-  
scheinlich das Rennen machen. Dies ist ein Frontalangriff auf AmBev, das zweite Großunternehmen auf  
diesem Markt, der damit weiterhin in Aufruhr verbleibt.

Mit der Bekanntgabe ihrer Verkaufspläne macht die Femsa-Unternehmensgruppe Mexiko zum Schau-  
platz der Auseinandersetzung. Das Biergeschäft von Femsa, Produzent der Marken Tecate und Sol, wird  
vom Wall Street Journal auf 9 Milliarden Dollar geschätzt.

Die international führenden Getränkehersteller haben sich in den zurückliegenden Jahren konsolidiert  
und trotz der Finanzkrise aggressive Zukäufe getätigt. Ein harter Kampf wurde um den US-amerikanischen  
Markt ausgefochten, aus dem die InBev durch den 52 Milliarden Dollar schweren Kauf von Anheuser  
Busch, Eigentümer der Marke Budweiser, als Sieger hervorging. Damit entstand der weltgrößte Biererzeu-  
ger mit einem Jahresumsatz von 22,4 Milliarden Dollar und einem Marktwert von 43,8 Milliarden Dollar.

Aber SABMiller, zweiter Großakteur auf diesem Markt, blieb nicht tatenlos und gründete vor einigen  
Jahren in den USA das Unternehmen Miller Coors, ein Jointventure mit dem Flaggschiff der Branche  
Molson Coors. Dieses neue Unternehmen deckt mit einem Jahresumsatz von 6,6 Milliarden Dollar 30  
Prozent des US-amerikanischen Biermarktes ab. Weltweit akkumuliert SABMiller momentan einen Jah-  
resumsatz von insgesamt 17 Milliarden Dollar bei einem Marktwert von 23 Milliarden Dollar.

Der Konsolidierungsprozess ging mit der Einsicht der Unternehmen einher, dass wirtschaftliche Größe  
nur durch die Konzentration auf das Kerngeschäft möglich ist. SABMiller etwa gab vor drei Jahren sein  
Saftgeschäft in Kolumbien auf, um sich ausschließlich auf die Biervermarktung zu konzentrieren. Die-  
selbe Logik steckt hinter der Entscheidung von Femsa, der wichtigste Abfüller von Coca-Cola in Latein-  
amerika: Konzentration auf die Vermarktung von Erfrischungsgetränken und Säften durch den Ausstieg  
aus dem Biermarkt, den die großen Multis bereits unter sich aufgeteilt haben.

Anheuser Busch-InBev produziert die Marken Brahma, Quilmes und Beck, die beliebtesten Biere auf  
den nationalen Märkten von Brasilien, Bolivien, Paraguay, Uruguay und Argentinien. Zudem ist es mit  
Budweiser der Marktführer in den USA und auch in Europa aktiv. Durch seinen 50-Prozent-Anteil am  
Brauereiuunternehmen Modelo, Hersteller der Kultmarke Corona, beherrscht es den mexikanischen Markt,  
wo es einen Jahresumsatz von 5 Milliarden Dollar erzielt.

SABMiller hingegen dominiert in Europa, Südafrika und durch den Marktanteil von Bavaria auch in  
Lateinamerika, vor allem in den Andenstaaten. Die Verhandlungen um die Biersparte von Femsa bilden  
die letzte Etappe im globalen Konsolidierungsprozess. Wenn SABMiller der Kauf gelingt, verfügt es über  
starke Marktanteile in fast ganz Amerika, von den USA bis Argentinien. Aber auch Heineken ist an dem  
Geschäft interessiert. Das holländische Unternehmen produziert bereits eine starke Marke, hat aber noch  
nicht die interkontinentale Bedeutung wie InBev und SABMiller.

Gute Nachrichten gibt es für die kolumbianische Unternehmensgruppe Santo Domingo, die 15 Pro-  
zent an der südafrikanischen SABMiller hält. Durch deren aggressive Wachstumsstrategie wurde Santo  
Domingo zum Besitzer eines weltweit aktiven Unternehmens, das sich auf Augenhöhe mit den  
Großen des Geschäftes befindet.

In den kommenden Wochen wird sich herausstel-  
len, wer Tecate und Sol bekommt. Was auch immer  
geschieht, sicher ist, dass sich die Konsumenten  
nun einem Markt gegenübersehen, der von immer  
weniger Großakteuren bestimmt wird.

Aber es wird gewiß nicht an Bier fehlen.

Aus dem Spanischen: **René Steffen**

*Semana.com vom 17.10.2009*



Foto: © Quetzal Redaktion, mcm