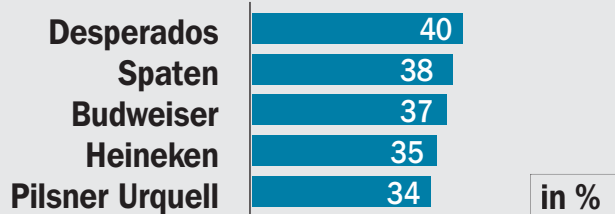


# Ausländische Biermarken:

## Gestützte Bekanntheit



## Markenbindung



Quelle: REGAL / market Institut, 2007

Bei der gestützten Bekanntheit kann Budweiser auf den höchsten Bekanntheitsgrad bauen: 74 % der österreichischen Bevölkerung ken-

nen diese Marke. Die internationalen Biermarken sind der österreichischen Bevölkerung (noch) nicht so ans Herz gewachsen wie die nati-

onalen Marken; einige der internationalen Marken erzielen aber bereits sehr respektable Werte, Budweiser, Heineken oder auch Corona. ■

## Heineken: Starkes Ostgeschäft

Die Region Zentral&Ost-europa mit Sitz in Wien präsentierte sich 2006 als die volumens- und wachstumsstärkste

Region von Heineken.

Mit einem Plus von 19,4% und einem Bierabsatz 46,9 Millionen Hektoliter stellt sich die Ost-Di-

vision unter den fünf Heineken-Regionen klar an die Spitze. „Wir haben nicht nur viel Bier verkauft, sondern auch verdient, sagt Nico Nusmeier (Bild), Präsident Heineken Zentral&Ost-europa. Das Geschäftsergebnis erhöhte sich mit 364 Millionen Euro ebenfalls um fast 20%. Das starke natürliche Wachstum von 8,1% wurde dabei insbe-



Foto: Patricia Steur Photography

sondere von den Märkten Russland, Polen und Rumänien getragen, ein Wachstum von 4,4 Millionen Hektoliter konnte auf Neu-Aquisitionen zurückgeführt werden. Auch heuer sollen Neuerwerbungen für weiteres Wachstum sorgen. Für 2007 erwartet Nusmeier ein Plus zwischen 10 und 13%. Als Hauptsponsor der UEFA Champions League verknüpft Heineken den Premiumgedanken in einer breit angelegten Promotionskampagne in LEH, Gastronomie und Internet. Heineken verlost eine Reise, inklusive Flug und Hotel, zum Finale der UEFA Champions League am 23. Mai in Athen.

## GRIESKIRCHNER PILS

nur 4,8 %  
Alkohol

0,33 l Einwegflasche  
mit Drehverschluss

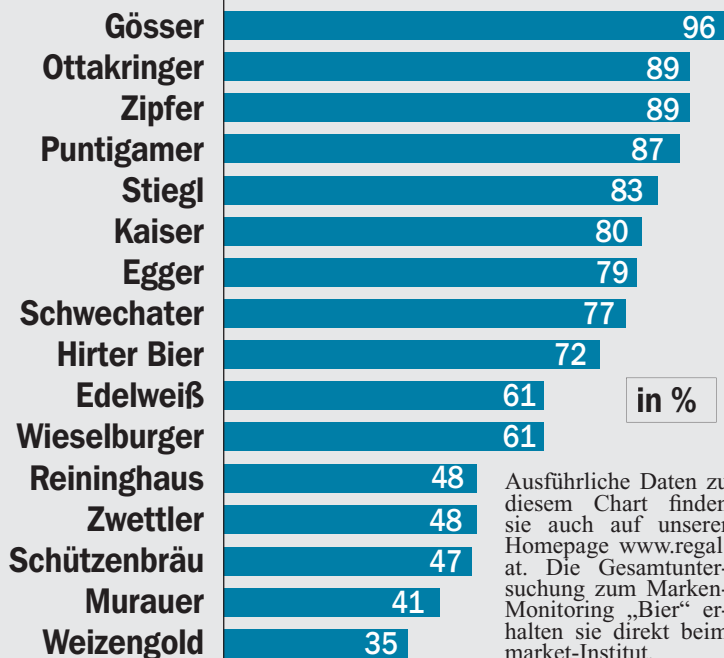
[www.grieskirchner.at](http://www.grieskirchner.at)



- auffälliger 6er-Träger mit hoher Displaywirkung
- Verkaufunterstützung in OÖ ab Mai

# Österreichische Biermarken:

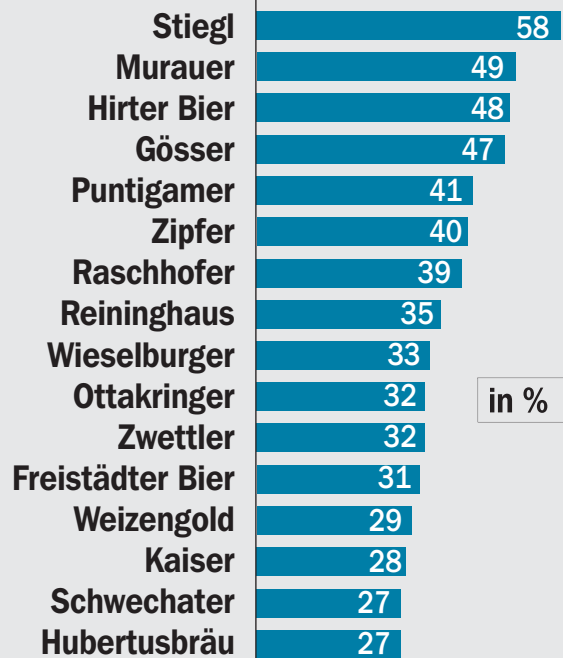
## Gestützte Bekanntheit



in %

Ausführliche Daten zu diesem Chart finden sie auch auf unserer Homepage [www.regal.at](http://www.regal.at). Die Gesamtuntersuchung zum Marken-Monitoring „Bier“ erhalten sie direkt beim market-Institut.

## Markenbindung



in %