BITTERER ERNST. DEN POLEN SCHMECKT DER WODKA NICHT

Noch stärker haben sie sich vom Bier abgewandt.

Die Ergebnisse des Alkoholumsatzes in Polen im Jahr 2021 erscheinen wie ein Traum von Suchttherapeuten und Abstinenzaktivisten, die seit Jahren verschiedene Ideen zur Einschränkung des Konsums ins Gespräch bringen. Für die Spirituosen- und Brauereiindustrie hingegen sind solche Resultate eine wirtschaftliche Katastrophe.

Schon während der Pandemie zeigte sich, dass die Polen seltener zur Flasche greifen. Man könnte annehmen, dass Menschen, die zu Hause eingesperrt sind, dazu neigen, sich mit Alkohol aufzuheitern oder ihren Kummer darin zu ertränken.

In der anderen Waagschale jedoch lagen Partys, die nicht stattfanden , geschlossene Restaurants und Kneipen. Das war letztendlich ausschlaggebend für den Rückgang des Verbrauchs. Im Jahr 2020, als alle Angst vor COVID-19 hatten, kauften die Polen 51,4 Millionen Liter Alkohol weniger als im Jahr zuvor.

Die Auswahl an alkoholischen Getränken ist in Polen schier unermesslich.

Am meisten darunter gelitten haben die den Markt anführenden Brauereien . Der Biermarkt schrumpfte damals um 2,1 Prozent, d. h. im

Laufe des Jahres 2020 wurden 135 Millionen Halbliterflaschen Bier weniger verkauft. Die Hersteller von Wodka, des am zweithäufigsten gekauften alkoholischen Getränks, verzeichneten einen Umsatzrückgang von 0,8 Prozent.

Gleichzeitig wurden weitere Veränderungen in der Nachfrage immer offensichtlicher. Gefragter sind teurere, hochwertige Spirituosen. Zu den Spitzenreitern beim Umsatzwachstum gehört der Whisky, von dem 2020, also während der Pandemie, gut 20 Prozent mehr verkauft wurden als 2019.

Der Apfelwein. Eine flüchtige Liebe

Mit dieser Entwicklung enden auch die überzogenen Hoffnungen, Polen werde sich zu einer Apfelwein-Macht entwickeln. Wach sind noch die Erinnerungen daran, als vor einigen Jahren prophezeit wurde, dass dieser Markt, bei einer solchen Apfelproduktion, und Polen ist der drittgrößte Hersteller der Welt, geradezu zum Erfolg verdammt sei. Schlagzeilen verkündeten damals: „Die Polen haben sich in den Apfelwein verliebt“.

Den besten Apfelwein (polnisch: cydr) gibt es angeblich in der Gegend von Lublin.

Doch es war eine flüchtige Liebe. Seit mindestens fünf Jahren schrumpft der Apfelweinmarkt stetig. Allein im Jahr 2020 wurden 21 Prozent weniger verkauft als im Jahr zuvor. Die Abwärtsspirale wurde durch die Hersteller selbst in Gang gesetzt, als sie versuchten, statt eines wohlschmeckenden und relativ günstigen Getränks, vergleichsweise teure und geschmacklich mäßige Apfelweine an den Mann zu brin-

gen. Bisher schafft die Branche es nicht, da wieder herauszukommen.

Bierbäuche so klein wie vor zehn Jahren

Heute wissen wir, dass das polnische Trinkverhalten im Pandemiejahr 2020 Bestandteil eines schon früher begonnenen Trends gewesen ist: In Polen wird einfach immer weniger Alkohol getrunken.

Der Markt ist im Jahr 2021 noch weiter geschrumpft, und wiederum war das Bier am stärksten betroffen. Bereits im Jahr 2020 lag der Verbrauch in Polen bei 96 Liter pro Kopf und war damit der niedrigste in den letzten zehn Jahren. Im Jahr 2021 ging der Bierabsatz um weitere 4 Prozent zurück.

„Witajcie“ – „Seid willkommen“. Bierfest im oberschlesischen Katowice/Kattowitz.

Das ist ein schwerer Schlag für die Brauereien, denn nicht nur der Trend des sinkenden Absatzes hat sich verfestigt, sondern auch das Umsatzergebnis ist zum ersten Mal gesunken (um 1,1 Prozent): von 18 Milliarden Zloty (ca. 3,83 Milliarden Euro) im Jahr 2020 auf 17,8 Milliarden Zloty (ca. 3,79 Milliarden Euro) im Jahr 2021.

Der markanteste Rückgang ist vor allem bei den beliebtesten, den schlichten und preiswerten Lagerbieren zu verzeichnen. Sie machen zwar immer noch einen großen Teil des gesamten Bierabsatzes (80,3 Prozent) aus, verlieren aber seit Jahren einige Prozentpunkte an alkoholfreie Biere und aromatisierte Lagerbiere.

Im Jahr 2021 lag der Einbruch bei Lagerbieren bei bis zu 5 Prozent im Vergleich zu 2020. Der Verkauf von Starkbieren, mit einem höheren Alkoholgehalt, war in gleicher Weise rückläufig.

Woher dieser Wandel? Fachleute sprechen von einer Kombination aus mehreren Umständen. Da war die Pandemie mit einer langen Phase, in der die Gelegenheit zum geselligen Treffen „auf ein Bier“ gefehlt hat. Die Gewohnheiten der Menschen scheinen sich durch die Pandemie dauerhaft etwas verändert zu haben. Hinzu kommt die Inflation. Nicht nur Energie, Kraftstoffe und Lebensmittel, auch das Bier wird teurer. Zudem wurde die Verbrauchssteuer auf Alkohol leicht angehoben. Da wird eben auf Geselligkeiten, die oft mit dem Biertrinken verbunden sind, verzichtet.

Unwiderstehliche Äffchen

Und warum trinken die Polen weniger Wodka? Einer der Gründe ist die Einführung der Zuckersteuer, denn viele polnische Wodkasorten sind süß. Es ging vor allem darum, den gigantischen Absatz von sogenannten Äffchen einzuschränken. So heißen im Volksmund preiswerte Flachmänner mit 0,1 l Füllmenge.

Äffchen. Bescheidene Auswahl aus einem reichhaltigen Angebot.

Tag für Tag gingen in Polen drei Millionen von ihnen über den Ladentisch, davon eine Million bereits bis zwölf Uhr mittags. Jährlich eine Milliarde Stück. Die „Kurzen“ mit 0,1 l Inhalt lagen noch im Jahr 2020 mit gut 40 Prozent an erster Stelle aller in Polen verkauften Wodkaflaschen. Es folgten die 0,25 l-Fläschchen mit 30 Prozent, der halbe

Liter kam auf einen Marktanteil von 26 Prozent. Die restlichen 4 Prozent machten die 0,7 l sowie die Literflaschen aus.

Forscher haben seinerzeit knapp zweihundert Verkäufer befragt und mehr als zehntausend Kassenquittungen eingesehen. Ergebnis: drei Viertel der Kunden kauften nur das Äffchen, beziehungsweise sie nahmen noch ein Getränk zum „Nachspülen“ und/oder eine Kleinigkeit (Schokoriegel, verpacktes Würstchen u. ä.) als Zubiss dazu.

Der Flachmann ist rasch beschafft: im Laden oder an der Tankstelle. Er lässt sich unauffällig verstauen: im Handschuhfach, in der Mantel-, Hand- oder Aktentasche. Er ist fix geleert: beim Gassi gehen mit dem Hund, auf dem Nachhauseweg von der Arbeit, in der Mittagspause, auf der Parkbank, in der Bürotoilette. Die leere Flasche landet diskret im städtischen Müllbehälter oder irgendwo im Grünen.

Wer seinen Alkoholspiegel kurzfristig erhöhen möchte ohne gleich aufzufallen, ist heute mit etwa 8 Zloty (ca.1,70 Euro) dabei. Der Inhalt der „Kurzen“ wird in Polen nur geringfügig teurer angeboten als in der normalen Flasche. In Deutschland sind Preisunterschiede von rund einhundert Prozent bei Flachmännern im Vergleich zu den handelsüblichen Flaschen die Regel, nicht selten ist das sogar die untere Grenze.

Wodka muss in Polen mindestens 37,5 Prozent Alkohol aufweisen. Meistens hat er 40 Prozent. Anders verhält es sich mit Äffchen-Eigenkreationen der Brennereien, die in größere Flaschen gar nicht erst abgefüllt werden.

Ausgetrunkene Äffchen. Schnell gekauft, schnell getrunken, schnell entsorgt.

Deren Inhalt hat etwas weniger Prozente, wird dementsprechend geringer besteuert und als „Spirituosengetränke“ geführt, was den meisten Käufern erst gar nicht auffällt. Kirsche und Zitrone, dicht gefolgt vom Quitten- und Himbeergeschmack sind die Renner. Aromastoffe und der hohe Zuckeranteil kaschieren die schlechtere Qualität des Wodkas. Der Gewinn steigt, neue Kunden, vor allem Frauen, werden angelockt.

Die neue Zuckersteuer auf stark gesüßte alkoholische und nichtalkoholische Getränke, und eine Sonderabgabe für Wodka und „Spirituosengetränke“ in Flaschen bis zu 0,3 l Inhalt sollten die Äffchen-Vorherrschaft brechen. Auf die Sonderabgabe regierten die Brennereien, noch bevor sie in Kraft trat, indem sie Flaschen mit… 0.35 l auf den Markt brachten.

Die Zuckersteuer traf den Absatz von Äffchen besonders hart. Der Preis für ein 0,1 l Fläschchen stieg von 5,70 bis 6,50 Zloty (ca. 1,20 – 1,40 Euro) auf 8 bis 8,50 Zloty (um die 1,70 Euro) an. Das genügte, um den Verkauf um 30 Prozent zu reduzieren. Es war der größte Rückgang im Wodka-Segment im Jahr 2021. Insgesamt betrug er 11 Prozent im Vergleich zu 2020.

Hersteller von Limonaden und Fruchtsäften begannen schnell, den Zuckergehalt zu verringern. Bei den Äffchen ist das nicht möglich. Angesichts der minderen Qualität des Alkohols wären sie ungesüßt oder deutlich weniger gesüßt für ihre Liebhaber ungenießbar.

Mehr geht nicht

Jahrelang glaubte man, dass die Polen ein besonderes Problem mit dem Alkohol hätten. Denn an der Weichsel stieg der Verbrauch, während er sich in Westeuropa eher stabilisierte bzw. rückläufig war. Schließlich pendelte sich der durchschnittliche europäische Konsum bei etwa 10 Litern reinen Alkohols pro Kopf und Jahr ein. Inzwischen hat der polnische Pro-Kopf-Verbrauch den europäischen Durchschnitt erreicht und zeigt keine Tendenz, erneut anzusteigen.

Da nun nicht mehr die Menge das Problem war, begann man von der

falschen Art des Trinkens als einem polnischen Problem zu reden. Es wurde behauptet, dass die Polen immer noch nicht wegen des Geschmacks, oder um einen Anlass zu feiern, sondern zumeist ohne Anlass sehr exzessiv trinken. Aber auch das ist schon lange nicht mehr der Fall. Aus Untersuchungen geht mittlerweile hervor, dass gerade mal 7 Prozent der erwachsenen Bevölkerung die Hälfte des in Polen konsumierten Alkohols trinken. Das sind all diejenigen, die ein Alkoholproblem haben.

Die Polen trinken weniger, aber das heißt noch lange nicht, dass der Wodka bald nur noch ein Nischendasein im Warschauer Museum des Polnischen Wodkas fristen wird.

Die Mehrheit übt sich eher in Zurückhaltung. Die Zahl der Autos steigt und mit ihr die erzwungene Enthaltsamkeit. Es ist inzwischen undenkbar, was in der kommunistischen Zeit gang und gäbe war: ausuferndes Trinken am Arbeitsplatz. Zudem zeichnet sich schon seit mindestens einem Jahrzehnt eine stete Abkehr von starken Getränken, hauptsächlich zugunsten des Bieres, ab.

Polen wurde zu einem Land der Biertrinker. Der Bierkonsum stieg seinerzeit so rasant, dass Prophezeiungen laut wurden, die Polen werden sogar die Tschechen im Biertrinken überholen. Die Wirklichkeit hat diese hurraoptimistischen Vorhersagen etwas zurechtgestutzt. Während ein Tscheche 182 Liter Bier pro Jahr konsumiert, trinkt ein Pole 96 Liter. Damit trinkt er zwei Liter weniger als ein Österreicher, aber immerhin knapp 4 Liter mehr als ein Deutscher.

Die Absatzzahlen für 2021 zeigen, dass Polen beim Alkoholkonsum den Höhepunkt eindeutig überschritten hat. Der Rückgang zeigt, dass die Polen nicht zu dem Trinkstil zurückgekehrt sind, der ihnen früher, ein

wenig zu Unrecht, kollektiv unterstellt wurde, nämlich so zu trinken, dass es möglichst schnell zu Kopfe steigt.

Wie sieht die Zukunft des Trinkens an der Weichsel aus? Mittlerweile ist bekannt, dass die Polen im ersten Quartal 2022 noch weniger Wodka gekauft haben. Der Absatz war um 10 Prozent geringer als im ersten Quartal 2021.

Auch das Brauereiwesen zeichnet die Zukunft in dunklen Farben. Es erwartet keine Umsatzsteigerung und wäre bereits froh, wenn sich der Rückgang verlangsamen würde.

Konkrete Prognosen wagt niemand abzugeben. Zu viele nicht kalkulierbare Umstände gilt es zu berücksichtigen: Corona, steigende Produktionskosten, die schwankende Verfügbarkeit von Rohstoffen und Verpackungen, der Krieg in der Ukraine und schließlich das Wetter. Denn davon, wie sonnig der Sommer wird, hängt der Bierverkauf am meisten ab.

© RdP

Lesenswert auch: „Äffchen mögen kein Bier“ und „Wie trinken die Polen“

ÄFFCHEN MÖGEN KEIN BIER

Wodka aus dem Flachmann schmeckt den Polen am besten.

Lange Zeit von der sinkenden Nachfrage geplagt, haben die polnischen Wodkahersteller inzwischen wieder viel Land gutgemacht. Ihre Wunderwaffe heißt małpka (fonetisch maupka) – das Äffchen.

So nennt der Volksmund die kleinen gläsernen Flachmänner mit 0,1 L Füllvolumen. Wie in Russland, so heißt diese Menge Wodka auch in Polen seit eh und je „sto gram“ – „hundert Gramm“.

Äffchen. Eine Milliarde von ihnen pro Jahr werden in Polen getrunken.

Die bunten Fläschchen bereiten der Bierbranche und den Alkoholismus--Fachleuten gleichermaßen Sorgen. Den Brauern rauben sie wertvolle Marktanteile am lukrativen polnischen Alkoholmarkt. Mediziner und Soziologen schlagen Alarm, weil sie zu wissen glauben, dass die Kurzen der Trunksucht Vorschub leisten.

Der Wodka hat‘s nicht leicht

Die Bier- und Wodkahersteller bekriegen sich in Polen seit Jahren aufs Schärfste. Gutachten, Umfragen, Untersuchungen und PR-Kampagnen sind ihre Kampfmittel.

Anfang 2019 nachdem die Regierung bekannt gegeben hatte, sie werde ab dem 1. Januar 2020 die Alkoholsteuer für alle Alkoholika um drei Prozent erhöhen loderte der Krieg erneut auf. Dies sei die erste derartige Maßnahme seit sechs Jahren und eine „sehr zurückhaltende“ Anpassung an den allgemeinen Preisanstieg, so die Behörden. Das vorherige Mal hatte die Tusk-Regierung 2013 die Alkoholsteuer gleich um fünfzehn Prozent angehoben, und zwar auschließlich für Spirituosen.

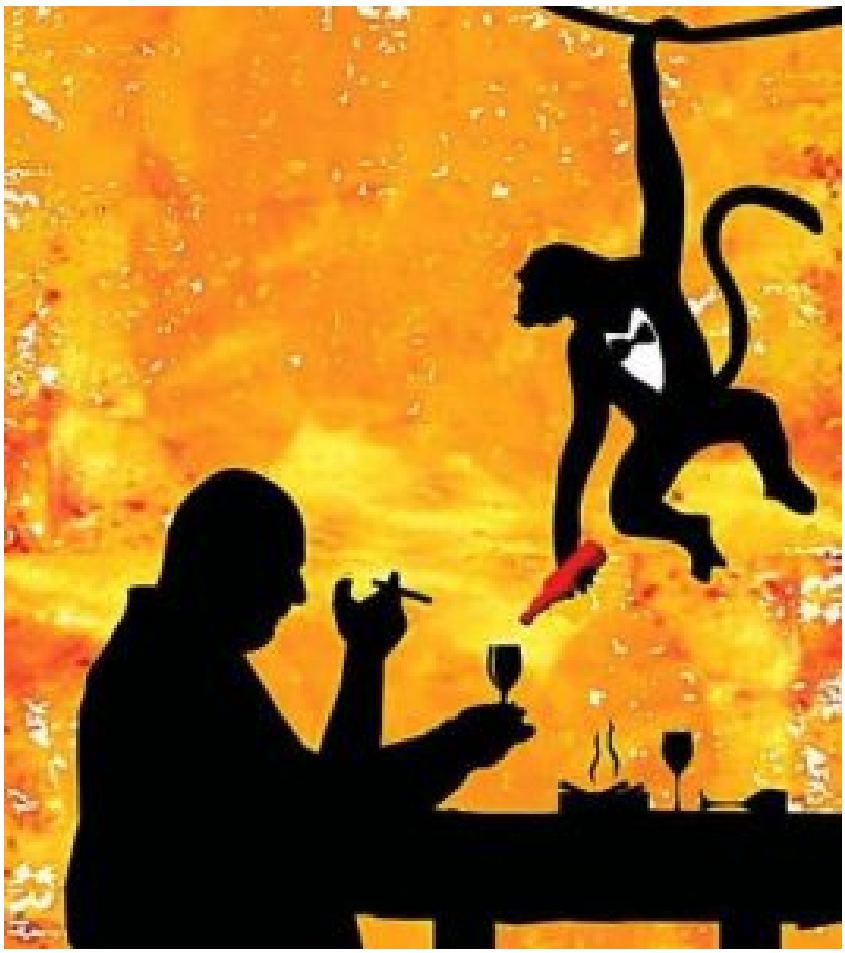
Deren Hersteller klagen vor allem über zu geringe Gewinne und sehen diese durch die geplante Erhöhung noch stärker gefährdet. Ein halber Liter einfachen vierzigprozentigen Wodkas kostet heute im Laden um die 20 Zloty (knapp fünf Euro). Davon entfallen 11,41 Zloty auf die Alkoholsteuer und 3,74 Zloty auf die Mehrwertsteuer. Für Handel und Hersteller bleiben 4,85 Zloty übrig.

Der Steueranteil ist hoch. In Deutschland kassiert der Staat an Alkoholsteuer zum Vergleich umgerechnet 10,89 Zloty, in der Slowakei 9,03, in Tschechien 8,68 und in der Ukraine gar nur 3,81 Zloty.

Im Preis einer 0,5-Liter-Flasche Bier für drei Zloty (gut 70 Cent) sind 0,49 Zloty Alkoholsteuer und 0,56 Zloty Mehrwertsteuer. enthalten. Bleiben 1,95 Zloty für Herstellung und Vertrieb.

Am wenigsten verdient der polnische Staat am Wein. Kostet eine 0,7-Liter-Flasche 15 Zloty, dann kassiert er 1,05 Zloty an Alkohol- und 2,80 Zloty an Mehrwertsteuer. Übrig bleiben 11,15 Zloty.

Der Aufzählung kurzer Sinn: Die Alkoholsteuer für Wodka beträgt in Polen 57 Prozent, für Bier 16 und für Wein nur 7 Prozent.



Äffchen. Zeitgenössische Künstlervision.

Der Interessenverband der Wodkahersteller, er heiβt Polska Wódka, sieht darin eine schreiende Ungerechtigkeit. „Längst hat sich in Polen eine Wende hin zum Bier vollzogen. Heute entfallen nur noch 35 Prozent

des polnischen Alkoholkonsums auf Wodka, aber wir zahlen 65 Prozent des gesamten polnischen Alkoholsteueraufkommens. So kann es nicht weitergehen.“

Tatsächlich gaben die Polen 2018 für Bier 16,7 Milliarden Zloty (knapp 4 Milliarden Euro) und für Spirituosen 11 Milliarden Zloty (ca. 2,6 Milliarden Euro) aus.

Noch 1995 trank ein Pole, egal ob Säugling oder Greis, statistisch gesehen 39 Liter Bier im Jahr. 2018 waren es 100 Liter, Tendenz steigend. Hinzu kamen 5 Liter Wodka und 7 Liter Wein. Die Deutschen tranken 2018 im Schnitt 102 Liter Bier, Tendenz sinkend. Österreicher 105 Liter. Die Tschechen, Weltrekordhalter im Biertrinken, 138 Liter.

Bier macht dick, Wodka ist nicht schick

Die großen ausländischen Konzerne, allen voran der japanische Asahi Beer (Kompania Piwowarska), Heineken (Grupa Żywiec) und Carlsberg (Carlsberg Polska), überschwemmen das Land mit ihren Erzeugnissen. Ständig kommt etwas Neues auf den Markt: Dunkelbier, Eisbier, Honigbier, Biermixgetränke, niedrigalkoholische und alkoholfreie Biere. So wird das einstige Männergetränk Bier mit Erfolg auch Frauen schmackhaft gemacht.

Die Marktführer geben jährlich 500 Millionen Zloty (ca. 120 Millionen Euro) für Werbung aus. Hauptsächlich geworben wird im Fernsehen. Dort ist das Bier vor allem Durstlöscher, Feierabendbegleiter, es besiegelt und festigt Freundschaften, hebt die Stimmung am Lagerfeuer daheim und in der fernen Südsee, auf Yachten, die ausnahmslos schöne, smarte, ausgelassen urlaubende Yuppies beherbergen. Bierbäuche sind nicht zu sehen.

Auf diese Weise verwandelt sich ein Alkoholgetränk in der Wahrnehmung in erfrischende Brause, obwohl ein halber Liter Bier um die 18 Gramm reinen Ethylalkohol enthält.

Werbung für Spirituosen hingegen ist in Polen nicht erlaubt. Das zu ändern dürfte den Wodkaherstellern in der heutigen Zeit kaum mehr gelingen. Genauso wenige Chancen auf Erfolg hat ihre Forderung, die Alkoholsteuer für Wodka, Bier und Wein zu vereinheitlichen.

„So etwas gibt es nirgendwo auf der Welt“, kontern die Bierbrauer. Gewiss, Alkohol ist Alkohol, ob im Wodka oder im Bier, das räumen sie freimütig ein. Doch das Bierbrauen ist eine Kunst, während die Gewinnung von Spiritus zur Wodkaherstellung nur ein simpler chemischer Vorgang ist. Zudem kann es keinen alkoholfreien Wodka geben. Der Alkoholgehalt ist seine alleinige Daseinsberechtigung. Bier kann im gegensatz dazu sehr gut ohne Alkohol auskommen.

Bier ist die Einstiegsdroge für Alkoholiker. Nein, Bier bewahrt die Jugendlichen vor viel Schlimmerem: dem Wodkatrinken. Bier macht dick, Wodka ist provinziell, usw., usf.

Man könnte über diesen nicht enden wollenden Pingpong nur lachen, wäre da nicht die Tatsache, dass Polen immer noch der größte EU-Wodkamarkt ist und beim Bierverbrauch an vierter Stelle in der EU rangiert. Im Jahr 2018 wurden mit Bier und Wodka insgesamt 28 Milliarden Zloty (also knapp 7 Milliarden Euro) umgesetzt. Schon Bruchteile von nur einem Prozent an diesem Markt sind sehr viel Geld wert.

Eine Milliarde Äffchen im Jahr

In diesem harten Konkurrenzkampf holten die polnischen Bierbrauer vor Kurzem zu einem weiteren Schlag aus. Sie gaben eine Untersuchung in Auftrag, die den Wodka-Kleinflaschenverkauf erforschen sollte.

Die Ergebnisse, die die Wodkabranche nicht in Frage stellt, machen Eindruck. Tag für Tag gehen in Polen drei Millionen Klein-Flachmänner über den Ladentisch, davon eine Million bereits bis zwölf Uhr mittags. Jährlich eine Milliarde Stück.

Mittlerweile liegen die Kurzen mit 0,1 L Inhalt mit gut 40 Prozent an erster Stelle aller in Polen verkauften Wodkaflaschen. Es folgen die 0,25 L-Fläschchen mit 30 Prozent, der halbe Liter kommt auf einen Marktanteil von 26 Prozent. Die restlichen 4 Prozent machen die 0,7 L und die Literflaschen aus.

Die Forscher haben knapp zweihundert Verkäufer befragt und mehr als zehntausend Kassenquittungen eingesehen. Ergebnis: drei viertel der Kunden kauften nur das Äffchen, beziehungsweise sie nehmen noch ein Getränk zum „Nachspülen“ und/oder eine Kleinigkeit (Schokoriegel, verpacktes Würstchen u. ä.) als Zubiss dazu.

Äffchen. Leicht zu verstauen, fix getrunken.

Der Flachmann ist schnell beschafft: im Laden oder an der Tankstelle. Er lässt sich unauffällig verstauen: im Handschuhfach, in der Mantel-, Hand- oder Aktentasche. Er ist fix geleert: beim Gassi-Gehen mit dem Hund, auf dem Nachhauseweg von der Arbeit, in der Mittagspause, auf der Parkbank, in der Bürotoilette. Die leere Flasche landet diskret im städtischen Müllbehälter oder irgendwo im Grünen.

Wer seinen Alkoholspiegel schnell erhöhen muss ohne gleich aufzufallen, ist mit 5,50 bis 6,50 Zloty (etwa 1,30 bis 1,60 Euro) dabei. Der Inhalt der „Kurzen“ wird in Polen nur geringfügig teurer angeboten als in der normalen Flasche. In Deutschland sind Preisunterschiede von rund einhundert Prozent bei Flachmännern im Vergleich mit den handelsüblichen Flaschen die Regel, nicht selten ist das sogar die untere Grenze.

Wodka muss in Polen mindestens 37,5 Prozent Alkohol aufweisen. Meistens hat er 40 Prozent. Anders verhält es sich mit Äffchen-Eigenkreationen der Brennereien, die in größere Flaschen gar nicht erst abgefüllt werden.

Diese Flachmänner haben etwas weniger Prozente, werden dementsprechend geringer besteuert und als „Spirituosengetränke“ geführt, was den meisten Käufern erst gar nicht auffällt. Kirsche und Zitrone, dicht gefolgt vom Quitten- und Himbeergeschmack sind die Renner. Aromastoffe und der hohe Zuckeranteil kaschieren die schlechtere Spiritusqualität. Der Gewinn steigt, neue Kunden, vor allem Frauen, werden angelockt.

Äffchenleichen.

Es gab 2017 und 2018 ernsthafte Erwägungen, die Äffchen zu verbieten. In Supermarktregalen sind die Fläschchen mit Alkohol eine zu große Versuchung für Ladendiebe. Deswegen werden sie fast nur über den Ladentisch verkauft.

Damit käme ein Verbot dem Todesurteil für Tausende von Kleinstläden gleich. Bier und die Flachmänner machen einen Großteil ihres Umsatzes aus. Die nationalkonservative Regierung, die sich das Wohl polnischer Kleinunternehmen an ihre Fahnen heftete, konnte sich das nicht leisten.

Lesenswert auch: „Wie trinken die Polen“

© RdP

WIE TRINKEN DIE POLEN

Alte Regeln und neueste Wodka-Erkenntnisse aus dem Land des weissen Adlers.

In Olszowo (Name geändert) haben sie nichts gehört von den neuesten Untersuchungsergebnissen des Polnischen Verbandes der Spirituosenindustrie vom Juni 2017 über das Trinkverhalten der Polen, die kürzlich hier und da in den Medien zitiert wurden. Hier wird nicht geforscht sondern eifrig praktiziert, und deswegen gibt es in Olszowo kein Erbarmen für den Gast und kein Entkommen.

Auf gutes Gelingen, auf die Heimat, auf dass das Wetter uns nie im Stich lässt, auf, auf, auf . . . Unzählige Trinksprüche, der Kopf wird schwerer und schwerer, immer heftiger werden die Umarmungen, die Freundschaftsausbrüche über den Tisch hinweg.

Irgendwann, sichtlich bewegt und Ruhe erbittend, erhebt sich der Kommandant und spricht allen Anwesenden aus dem Herzen: „Trinken wir auf uns, auf die freiwillige Feuerwehr von Olszowo, die seit Generationen Brände und Durst gleichermaßen gut zu löschen versteht.“ Ringsum feuchte Augen, also hoch mit dem erlahmten Arm und das randvolle Glas, mit weiteren fünfzig Gramm Wodka, „auf ex“ heruntergekippt.

Sofort, wie von Geisterhand, wird nachgefüllt. Alles sprudelt: der Alkohol, die Reden, die Großzügigkeit. Anrührende, ländliche Gastfreundschaft als Heimsuchung, keine Chance, den Fünfziggrammkelch des Leidens bis zur bitteren Neige nicht zu leeren. Noch ist der grausame Morgen danach weit.

Vom Durstlöschen bezahlt. Löschfahrzeug der einheimischen Marke Star, Baujahr 1999.

Anders als der Wodka macht Olszowo nicht gerade schwindlig. Vielleicht achthundert Seelen, ein Laden, die große Kapelle, eine kleine Schule und die „remiza“, das Spritzenhaus: hochtrabende Bezeichnung für einen Geräteschuppen nebst bescheidener Feuerwehrgarage für ein Löschfahrzeug der einheimischen Marke Star, Baujahr 1999.

Wand an Wand zu der Garage das schlichte Klubhaus aus weißem Klinker, Eigentum der freiwilligen Feuerwehr von Olszowo und der Stolz ihres Kommandanten. Versammlungsort und Dorfdisko, Schauplatz von zahllosen Hochzeitsfeiern, Leichenschmäusen, Festen, Gelagen, Raufereien.

Man trinkt hier gegen die Melancholie, gegen die Misslichkeiten des Alltags und auf die Freude. Zelebriert wird da nicht viel, doch gibt es einen Verhaltenskodex. Dessen Kenntnis macht das Trinken für Außenstehende zwar nicht leichter, aber auf jeden Fall nachvollziehbarer.

Regel eins lautet:

Wer allein zur Flasche greift, ist ein Säufer. Also: Trinke nur in Gesellschaft.

Nun wird es höchste Zeit, den Toast auszubringen auf die nie verblassende Schönheit der anwesenden Weiblichkeit, die genauso wacker zum Wodka greift. Der ist ja im Polnischen auch weiblichen Geschlechts.

Und man merke sich bei der Gelegenheit die

Regel zwei:

Es gibt auf der Welt keine hässlichen Frauen, es gibt nur zu wenig Wodka.

Gelöst die Stimmung, immer leidenschaftlicher die Lieder. Viel zu trinken ist bei solchen Festen oberste Bürgerpflicht. Denn wie hier in Olszowo sind Saalmieten und Erlöse vom Alkoholverkauf oft die wichtigsten Finanzierungsquellen für Polens freiwillige Feuerwehren. Benzingeld, neue Schläuche, kleine Aufwandsentschädigungen für die Feuerwehrleute, dunkelblaue Ausgehuniformen und eine schmucke Fahne, die bei der Fronleichnamsprozession nie fehlen darf. . .

Es muss schon einiges hinter die Binde gekippt werden, um das alles zu bezahlen.

Sehr, sehr viele Kilometer trennen Olszowo und Warschau. Die Hauptstadt liegt mitten in der Moderne, das Dorf dagegen noch hinter solch traurigen Provinznestern wie Łomża und Ostrołęka, eigentlich schon hinterm Mond.

Waldemar „Waldek“ Pawlak. Chef aller freiwilligen Feuerwehrmänner. Mit der „Feuerwehrklausel“ im Alkoholgesetz in die Geschichte eingegangen.

Große Politik, bestehend aus politischen Krächen, vertrackten Korruptionsskandalen, Nato-Ostflanke-Verstärkungsdebatten finden in einer Welt statt, die um Lichtjahre von Olszowo entfernt liegt. Verstanden wird hier nur, was einen unmittelbar betrifft. Zum Beispiel wenn sich, wie einst geschehen, Warschauer Politiker erdreisten, freiwilligen Feuerwehren das Gewohnheitsrecht zu entziehen, nach Belieben Alkohol bei ihren Festen auszuschenken.

Also erheben wir jetzt die Gläser auf „unseren Waldek“. Nur dank Waldeks rechtzeitigem Eingreifen können wir heute so schön beisammensitzen.

Waldemar Pawlak, ehemaliger Ministerpräsident (1993 – 1995), bis vor ein paar Jahren Vorsitzender der Bauernpartei und seit 1992 bis heute oberster Chef aller freiwilligen Feuerwehrmänner zwischen Oder und Bug, hat als erster Alarm im Parlament geschlagen. Das war inzwischen

vor knapp einem Vierteljahrhundert, aber Heldentaten leben ewig, gemeißelt in den Marmor der Legende. Auf sein Betreiben hin wurde das verschärfte Antialkoholgesetz mit einer „Feuerwehrklausel“ versehen. „Zum Wohl also!“

Die Russen mögen Wodka, der so richtig im Hals kratzt. Die Polen lieben es milder.

Regel drei

jedoch gilt in beiden klassischen Wodka-Ländern: Trinke nie ohne Zubiss, polnisch: zakąska (phonetisch: sakonska), russisch: sakuska. Dass in Warschau, wie im Westen, bereits „einfach so“ getrunken werden soll, erregt in Olszowo ungläubiges Kopfschütteln und echtes Mitgefühl. Hering und Aal schwimmen im polnischen Wodka besonders gern.

Kommunistische Tristesse der 70er Jahre. Man trank gegen die Melancholie, die Misslichkeiten des Alltags. „Wodkaleichen“ an der Haltestelle.

Der Korrektheit wegen darf man noch einen weiteren Unterschied nicht unerwähnt lassen. Die Russen trinken Wodka, auf Polnisch aber schreibt sich das Wort: “wódka“, und ausgesprochen wird es “wutka“. Wahre Kenner und Feinschmecker unter den Wodkafreunden wissen natürlich, dass nicht nur der Querstrich über dem „o“ den Unterschied zwischen Wodka Moskowskaja und Wódka Wyborowa ausmacht.

„Ein kultivierter Mensch betrinkt sich nicht“. Antialkoholpropaganda im kommunistischen Polen.

Früher, als die Kommunisten, angeführt von General Jaruzelski, den Alkoholgenuss streng reglementierten, als Kneipen und Monopolläden erst von dreizehn Uhr an Hochprozentiges verkaufen durften, auf dass das Proletariat wenigstens am Vormittag nüchtern sei, da blühten die „melinas“, Schlupfwinkel.

Zumeist pensionierte Prostituierte vom Straßenstrich verwandelten ihre grausamen „Liebesnester“ in Alkohollager, zu denen sich durstige Eingeweihte durch bestimmte Klopfzeichen zu jeder Tages- und Nachtzeit Zutritt verschaffen konnten. Bei der „melina“-„Spekulantin“ kostete die Flasche das Vier- bis Fünffache des Ladenpreises.

Im Jahre 1983 konnte man für ein polnisches Durchschnittsgehalt gerade mal 22 Halbliterflaschen Wodka kaufen, 1997 waren es etwa 65, heute sind es 175. Jetzt bedarf es keiner guten Beziehungen zum Oberkellner mehr, um vor dreizehn Uhr Mineralwasser „mit Strom“ zu ergattern. Auch die „melinas“ sind mit dem Kommunismus in der Versenkung verschwunden.

Viele Polen wenig Flaschen, viele Flaschen wenig Polen oder der Triumph der Marktwirtschaft.

Dutzende neuer Wodka-Marken füllen die Regale, verkauft wird in den Geschäften rund um die Uhr, aber gekauft wird weniger. Dreißig Halbliterflaschen im Jahr trinkt ein erwachsener Pole weg. Bier und Wein sind im Kommen. Von den gut zwölf Litern reinen Alkohols, die durchschnittlich im Jahr jeder mündige Einwohner des Landes verzehrt, entfallen 54 Prozent auf Bier, 39 Prozent auf Wodka und 7 Prozent auf Wein.

Das Trinken am Arbeitsplatz, einst eine Plage, hat ohne jegliche Appelle und Propaganda-Kampagnen erheblich abgenommen, weil Arbeit kostbar geworden ist. Dennoch: Es sind knapp eine Million Menschen, die in

Polen als alkoholabhängig gelten.

Mehr als fünftausend Polen machen sich jeden Tag auf den Weg, um landesweit in Wodkafabriken und Brauereien für den Nachschub zu sorgen. Gut 750.000 Tonnen Getreide aber auch 50.000 Tonnen Kartoffeln sind dafür im Jahr notwendig, denn gerade aus den Erdäpfeln versteht man in Polen hervorragenden Wodka zu zaubern. Weitere 89.000 Leute verdienen ihr Geld als Zulieferer der Alkoholindustrie, besorgen den Transport und Verkauf der hochprozentigen Ware.

Nichts geht über einen guten „bimber‘, den Selbsgebrannten, aber nur wenn man seine Herkunft kennt. Filmszene aus dem polnischen Kinostreifen (1984) „Smażalnia story“ („Grillstuben-Story“) mit Iwona Kubisz und Jan Himmilsbach.

Der allerbilligste halbe Liter Wodka kostet beim Discounter um die 15 Zloty (knapp 4 Euro). Doch egal wie hoch der Preis ist, der Staat kassiert immer mit, und zwar knapp 60 Prozent des Preises. Auf diese Weise gelangten im Jahr 2016 gut 12,5 Milliarden Zloty (ca. 3 Milliarden Euro) in die polnische Staatskasse. Zum Vergleich: die jährliche EU-Förderung beträgt im Durchschnitt 9 Milliarden Euro.

Den Kommunismus vorzüglich überlebt hat „bimber“, auch, wie in Russland, „samogon“ genannt: Zucker. Karamell, Hefe, Tomatenmark, sogar alkoholhaltiger Tischlerleim verschwinden vor allem in ärmeren Gegenden aus den Regalen, sobald jemand herausfindet, dass sie sich billig

zu Trinkbarem verarbeiten lassen. Der Selbstgebrannte hat schon manches Opfer gefordert, also sollte man die

Regel vier

unbedingt beherzigen: Von Flaschen ohne Steuerbanderole lieber die Finger lassen.

Die Nacht wird lang, der Schlaf kommt und so mancher Feuerwehrfest-Teilnehmer fällt mit dem Gesicht direkt ins Schweinskotelett. Die Tische haben sich längst in Schlachtfelder verwandelt. Kreuz und quer über die Reste von diversen Mayonnaisesalaten, Karpfenplatten in Gelee und Mohnkuchen-Rückständen hinweg finden Verbrüderungen statt. Doch nirgendwo ist eine einzige leere Wodka-Flasche zu sehen, denn

Regel fünf besagt:

Leere Flaschen auf dem Tisch bringen Unglück.

Aus solchen Gläsern schmeckt der polnische Wodka natürlich noch besser.

Der nächste Tag ist natürlich hin. Doch je übler der Morgen danach, so

die Regel sechs,

desto besser war die Feier. Dem Katzenjammer nach dem Aufwachen kann

man am besten mit einem Hundertgrammglas „auf ex“ beikommen. „Ein Keil treibt den anderen“:

Regel sieben.

Das Titelbild entstammt der polnischen Kult-TV-Serie „Alternatywy-S-trasse 4“ (1983), hier mit dem Schauspieler Witold Pyrkosz. Der Name des Ortes wurde geändert.

© RdP

Lesenswert auch:

„Äffchen mögen kein Bier. Wodka aus dem Flachmann schmeckt den Polen am besten“

„Wieviel verdienen die Polen 2018?“

„Wie recch sind die Polen 2018?“

„Weiss, weisser, deutsch“

„Was traegn die Polen“

„Was essen die Polen“