



BURGER KING® Österreich passt an: nach Einführung des Haferdrinks von Oatly auch Kuhmilch im Angebot – BILD

ID: LCG25321 | 27.10.2025 | Kunde: BURGER KING® | Ressort: Chronik Österreich | APA-OTS-Meldung

Gäste haben bei BURGER KING® die Wahl zwischen Oatly Haferdrink und klassischer Kuhmilch.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – BURGER KING® ist in Österreich Pionier für Plant-Based-Produkte im Bereich der Quick Service Restaurants. Mit der Einführung des Oatly Haferdrinks Baristamatic hat die Restaurantkette ihr nachhaltiges, pflanzenbasiertes Sortiment erweitert. Die Resonanz in den ersten Tagen der Einführung ist überwältigend positiv, trotzdem haben viele Gäste den Wunsch, ihren Kaffee mit Kuhmilch zu genießen. Bei BURGER KING® fließen die Präferenzen der Gäste laufend in die Weiterentwicklung und Gestaltung des Angebots ein. Deswegen wird es künftig sowohl die pflanzliche Option von Oatly also auch Kuhmilch aus österreichischer Produktion in den 63 Restaurants in Österreich geben.

„Die Verstärkung des Kaffeesegments mit dem Haferdrink des Marktführers Oatly ist ein weiterer wesentlicher Schritt zur Vervollständigung unserer bereits bestehenden pflanzenbasierten Produktalternativen im Burger-Bereich und des Ausbaus unserer Führerschaft in diesem Marktsegment in Österreich. Bei BURGER KING® ist aber der Gast König und wir orientieren unser Angebot immer nach den Präferenzen unserer Gäste, sowohl bei Speisen als auch Getränken“, betont **Hartmut Graf**, CEO des österreichischen BURGER KING® Masterfranchisenehmers The Eatery Group.

Über BURGER KING®

BURGER KING®, gegründet im Jahre 1954, ist die zweitgrößte QSR-Marke (Quick Service Restaurant) der Welt und begrüßt täglich über elf Millionen Gäste. Mehr als 19.800 Standorte werden in über 100 Ländern betrieben. Nahezu 100 Prozent aller BURGER KING® Restaurants werden von unabhängigen Franchisenehmern betrieben, die Großteils als Familienbetriebe geführt werden und oftmals bereits seit vielen Jahrzehnten bestehen. Weitere Informationen auf burgerking.at, [Facebook](#) und [Instagram](#)

Über The Eatery Group

The Eatery Group (vormals TQSR Group) ist Teil der in österreichischem Familienbesitz stehenden THEOPHIL Group und zentrale Holdinggesellschaft der Gruppe für den Geschäftsbereich mit Schwerpunkt Gastronomie. Mit über 1.000 Mitarbeitern wird ein Jahresumsatz von rund 100 Millionen Euro erwirtschaftet. Seit 2015 ist The Eatery Group als Masterfranchisenehmer für das BURGER KING® System in Österreich zuständig und damit für sämtliche nationale Aktivitäten von BURGER KING® verantwortlich. Diese Zuständigkeiten umfassen unter anderem Marketing und PR, Development, Supply Management, Monitoring, Training und Verrechnung. Nach Übernahme von Rosenberger® im Frühjahr 2019 sowie Coffeeshop Company® im Februar 2021 beschäftigt The Eatery

Group in Österreich im Jahresschnitt über 1.000 Mitarbeiter. Die Firmengruppe betreibt 34 eigene BURGER KING® Restaurants, zwölf Rosenberger® Raststätten, fünf Coffeeshop Company® Standorte, fünf Rosehill Foodparks® sowie mit 24/7 Shop N' Go® ein innovatives Retail-Automatensystem. Für das Jahr 2025 ist die österreichweite Expansion der Marken BURGER KING® und Rosehill Foodpark® sowie Coffeeshop Company® geplant. Besuchen Sie die Websites auf rosehill.at, burgerking.at und coffeeshopcompany.com. Weitere Informationen zur Unternehmensgruppe auf eatergroup.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfremen Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at

(Schluss)

