

**Bayerischer
Brauerbund e.V.**



seit 1880

Ihr kompetenter Partner.

Jahrespressekonferenz des Bayerischen Brauerbundes e.V.

Mittwoch, 20. Februar 2019

**Statement des Präsidenten
des Bayerischen Brauerbundes,
Georg Schneider**

Einleitung:

Ein Wort des Dankes!

An den Beginn unserer heutigen Pressekonferenz darf ich ein herzliches Wort des Danks stellen: Danke für die wohlwollende Berichterstattung über unsere Branche im hinter uns liegenden Jahr, danke für die positive Begleitung unserer Verbandsarbeit zum Wohle der bayerischen Brauwirtschaft.

„Fake-News“ stehen für den Versuch der Beeinflussung der öffentlichen Meinung durch wahrheitswidrige Fehlinformationen oder auch das bewusste Verschweigen von Fakten. Lautstarke Minderheiten versuchen weit über ihre tatsächliche Bedeutung hinaus politisches Gewicht zu erlangen – nicht selten auf dem Rücken der Wirtschaft, leider dann und wann auch auf dem Rücken der Brauwirtschaft.

Wir wissen seriösen Qualitätsjournalismus – gleich ob Print, Funk oder Online – zu schätzen. Und wir brauchen ihn auch – gerade weil die tägliche Informationsflut so unüberschaubar groß geworden ist.

Wir wollen Ihr **kompetenter** Partner und als Bayerischer Brauerbund erste Adresse sein, wenn es um Informationen rund um das Bierland Bayern geht. Zahlen und Fakten, Hintergründe, Einschätzungen zu branchenrelevanten politischen oder wirtschaftlichen Entwicklungen - Nutzen Sie unser Informationsangebot.

Was bleibt vom „Jahrhundertssommer“?

Das war es also, das Jahr mit dem „Jahrhundertssommer“. Und einer Fußball WM, von der wir uns vor Jahresfrist an selber Stelle noch hoffnungsvoll wertvolle Impulse gerade für unserer Branche versprochen. Geblieben ist trotz 6 Monaten Sommer am Stück und WM ein bundesweites Plus von gerade einmal 458.000 hl oder 0,5 %.

Als das Statistische Bundesamt diese Zahlen vor 3 Wochen veröffentlichte, titelte die FAZ: „*Die Deutschen trinken wieder mehr Bier*“. Schön wär's, stimmt aber nicht.

Die Deutschen **haben** 2018 etwas mehr Bier getrunken, gemessen an den Rahmenbedingungen, vor allem den

Witterungsverhältnissen, die (zumindest für uns) nicht besser hätten sein können, allerdings überraschend wenig mehr.

Dafür erfreulich mehr Bayerisches Bier. Die bayerischen Brauereien konnten wie gesehen Marktanteile gewinnen – im In- wie auch im Ausland.

Witterungs- und WM-bereinigt stehen die Zeichen für den deutschen Biermarkt indes bestenfalls auf Stagnation. Wenn die bayerische Brauwirtschaft mit insgesamt etwa 26,7 Mio. hl Gesamtabsatz (einschließlich alkoholfreien Bieres) das beste Absatzergebnis seit 25 Jahren ausweist, dann nur, weil der Export und die Nachfrage nach alkoholfreiem Bier den kontinuierlichen Rückgang des traditionellen, alkoholhaltigen Bieres im Inland mehr als ausgeglichen haben. Auf beiden Feldern verzeichnen wir ein Allzeithoch!

Ein verändertes Freizeitverhalten, das Mühen um eine gesundheitsbewusstere Ernährung, die demographische Entwicklung, ..., diese und andere Gründe für den Rückgang des Pro-Kopf-Bierkonsums in Deutschland sind hinlänglich bekannt. Unsere Erwartungen bestätigen sich einmal mehr auch in 2018:

Wenn der Bier-Pro-Kopf Konsum (jetzt erst einmal ohne alkoholfreies Bier, hier liegen uns bundesweit erhobene Zahlen noch nicht vor) unter optimalen Rahmenbedingungen gerade einmal um gute 0,5 l steigt – im ganzen Jahr! – dann lässt sich erahnen, wo die Reise hingeht, wenn es zwischen April und September auch einmal regnet und etwas kühler ist.

Und dann?

Die aktuelle Situation der Brauwirtschaft in Bayern lässt sich an 4 Themenkomplexen festmachen: Am Rechtsrahmen, innerhalb dessen wir uns bewegen, an Herausforderungen, mit denen das Umfeld der Brauwirtschaft uns konfrontiert, an den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Branche und schließlich an den Chancen, die ungeachtet des schwierigen Umfeldes für das Braugewerbe in Bayern durchaus bestehen.

1. Der Rechtsrahmen

15 Jahre Ringen um das Haushaltsbegleitgesetz 2004

Heute vor einer Woche hat das Bundesverfassungsgericht die von uns lange unterstellte Verfassungswidrigkeit des Haushaltsbegleitgesetzes 2004 – sie hören richtig: 2004! – bestätigt. Damals war unter Missachtung einschlägiger Rechtsnormen unter anderem eine schmerzhaft Biersteuererhöhung beschlossen worden, von der allerdings ausschließlich mittelständische Brauereien betroffen waren.

Wer allerdings glaubt, wenn der Staat ohne Rechtsgrundlage Steuern kassiert, bekäme die betroffene Branche sie

zurück, wenn das höchste deutsche Gericht die Unrechtmäßigkeit der Steuererhebung bestätigt, der irrt.

Bei aller Wertschätzung des Bundesverfassungsgerichts: Ich halte das für skandalös.

Die Biersteuermengenstaffel stellt ein seit vielen Jahrzehnten funktionierendes Korrektiv dar, das durch eine etwas niedrigere Biersteuerbelastung kleinerer Brauereien zumindest einen Teil des Kostennachteils ausgleicht, den sie gegenüber großen Brauereien nun einmal haben. So sichert sie die Wettbewerbsfähigkeit und das Überleben von vielen kleinen und mittleren Brauereien, hilft sie, die einzigartige Struktur unserer Branche zu erhalten.

Nun stellt das oberste deutsche Gericht fest, dass die Staffel verfassungswidrig zum Nachteil ausschließlich des Mittelstandes geändert wurde, sie also mehr Steuer zahlen müssen, aber von den widerrechtlich zu viel eingezogenen Steuern gibt es keinen Cent zurück.

Hunderte Brauereien haben 15 Jahre lang Monat für Monat gegen ihren überhöhten Biersteuerbescheid Beschwerde eingelegt. Den Brauerbund hat die Begleitung des langen Verfahrens einen sechsstelligen Betrag gekostet. Und was haben wir, was haben die betroffenen Brauereien davon? Recht. Sonst nichts.

Da wird das Wort „Mittelstandsfreundlichkeit“ zur politischen Worthülse und das Vertrauen in den Rechtsstaat mit Füßen getreten! Ich mache aus meiner Enttäuschung kein Hehl.

Bier darf nicht bekömmlich sein

Zu Irritationen führt wiederholt auch die enge Auslegung der EU-Health-Claims Verordnung. Für Getränke mit mehr als 1,2 Vol. % Alkoholgehalt darf nicht mit gesundheitlich positiven Wirkungen ihres Konsums geworben werden. Dass höchststrichterlich deshalb das Attribut „bekömmlich“ zur Beschreibung eines Bieres verboten wurde, mutet schon befremdlich an. Wenn einer niederbayerischen Brauerei nun sogar das „wohl bekommm's“ auf der Bierflasche untersagt wird, nimmt das Ganze in meinen Augen schlicht lächerliche Züge an. Ich erwähne dies als Beispiel dafür, wie der Branche – und so geht es ja nicht nur uns – durch die eigenen Vollzugsbörden und die pingelige Auslegung von Rechtsnormen das Leben vermeidbar schwer gemacht wird.

Der Brennwert – die Brauer haben nicht zu verbergen

An anderer Stelle sind wir selbst aktiv und gehen über die rechtlichen Anforderungen an unsere Erzeugnisse sogar hinaus: Die deutsche Brauwirtschaft hat sich bereiterklärt, ihre Biere neben dem Zutatenverzeichnis **freiwillig** auch mit einer Brennwertdeklaration zu versehen. Bei Produkten mit mehr als 1,2 Vol. % Alkohol müssten wir das nicht. Wir

erkennen jedoch ein wachsendes Verbraucherinteresse an einer bewussteren Ernährung. Und Bewusstsein setzt Wissen voraus. Umfragen haben gezeigt, dass viele Verbraucher bzgl. des Brennwertes einer Halben Helles, eines kleinen Weißbieres von völlig falschen Voraussetzungen ausgehen, häufig schätzen sie den Kaloriengehalt von Bier höher ein, als er ist, z.T. deutlich.

Schrittweise werden wir im Zuge der kontinuierlichen Beschaffung neuer Etiketten zusätzlich den Brennwert je 100 ml des jeweiligen Produktes ausweisen.

Zur Zeit klären wir mit der zuständigen Lebensmittelüberwachung noch ab, wie groß die Toleranzen zwischen angegebenen und gemessenen Brennwerten sein dürfen. Wir möchten Betriebe nicht leichtfertig in eine vermeidbare Beanstandung ihrer Erzeugnisse treiben, denn auch von freiwilligen Angaben erwartet der Verbraucher zu Recht, dass sie in einer anerkannten Bandbreite zutreffend sind.

Wenn das geklärt ist, legen wir los.

2. Herausforderungen angehen

Die Branche sieht sich mit einer ganzen Reihe von Herausforderungen konfrontiert:

Stichwort Internationalisierung:

Die bayerische Brauwirtschaft braucht einen freien und funktionierenden europäischen Binnen- und Weltmarkt. 5,75 Mio. hl Bierexport zeigen, wie stark die Brauwirtschaft in Bayern unterdessen von Auslandsmärkten abhängt.

Wir benötigen einen innergemeinschaftlichen freien Warenaustausch und Freihandelsabkommen, die uns nicht nur den Zugang zu Drittmärkten öffnen, sondern konsequent auch den Schutz unserer Marke „Bayerisches Bier“ und der gleichnamigen geschützten geographischen Angabe garantieren.

Protektionismus, Handelsbeschränkungen oder neue Behinderungen des freien Warenaustauschs, wie sie Brexit ihn darstellt, schaden (auch) unserer Branche.

Stichwort „Leergut“

Die Brauwirtschaft hat ein Leergutproblem. In Süddeutschland, vor allem Bayern ist der „Individualisierungswahn“ zum Glück noch nicht so weit ausgeprägt. Die weit aus meisten Brauereien nutzen die NRW- oder Euro-Poolflasche.

Allerdings häufen sich Klagen über die Poolqualität. Die Anmutung vieler Pool-Mehrwegflaschen lässt zu wünschen übrig. Längst nicht jeder, der das Poolgebilde nutzt, leistet auch einen Beitrag zur Poolpflege, indem er unansehnlich gewordene Flaschen gegen Neuglas ersetzt. Die Flucht in die Individualisierung als Konsequenz erhöht aber

den Sortieraufwand, damit die Kosten des Leerguthandlings und gefährdet die ökologische Vorteilhaftigkeit des ganzen Mehrwegsystems. Hier gilt es gegenzusteuern.

Ein denkbare Instrument ist die Erhöhung des Flaschenpfandes. Das Pfand von nur 8 ct deckt nämlich weder die Kosten der Neuglasbeschaffung, noch stellt es einen hinreichenden Anreiz zur Leergutrückgabe dar. Hier müssen wir ran: Die 8 ct sind ein viel zu geringer Anreiz, Leergut aufwändig zu sortieren und dann über ggf. weite Distanzen zur ursprünglich füllenden Brauerei zurückzuliefern.

Wenn man dann noch bedenkt, dass die Kosten des Rücktransportes mit dem attraktiven Erlös für das Kunststoffgranulat von geschredderten Kästen konkurrieren, wird Handlungsbedarf in Richtung Pfanderhöhung offensichtlich – bei allen Schwierigkeiten ihrer praktischen Umsetzung.

Stichwort Fachkräftemangel

Ein weiteres Problem (auch) in unserer Branche ist der Fachkräftemangel. Der Beruf des Brauers ist attraktiv, wir beobachten großes Interesse an einer Ausbildung zum Brauer und Mälzer. In Logistik und Fuhrpark aber stoßen wir zunehmend an unsere Grenzen. Es fehlen Fahrer.

Gerade in heißen Sommern, wie dem hinter uns liegenden, sind es neben dem Leergut die Frachtkapazitäten, die knapper und damit teurer werden und zum Engpassfaktor der Branche werden.

Stichwort Klimawandel

So schön der Super-Sommer für unsere Absatzsituation war: Wir dürfen auch die Augen nicht vor den quantitativen und qualitativen Hausaufgaben verschließen, mit denen uns der Klimawandel auf der Rohstoffseite konfrontiert. Für uns gibt es – dem Reinheitsgebot geschuldet - zu Braugetreide und Hopfen keine Alternativen. Zudem hätten wir beides gerne aus heimischem Anbau. Der heiße und viel zu trockene Sommer hat uns die Grenzen unserer Versorgungssicherheit aus dem eigenen Land deutlich vor Augen geführt.

Die Rohstoffverbände haben zum Abschluss des Erntejahres 2018 resümiert, dass die Brauwirtschaft noch einmal mit einem „blauen Auge“ davon gekommen sei. Einmal verkraften wir das ...

Dabei dürfen wir nicht übersehen, dass es beim Brauge-treideaufkommen starke regionale Unterschiede, vor allem ein deutliches Süd-Nord-Gefälle gab. Viele landwirtschaftliche Betriebe waren bis hin zum Totalausfall der Ernte betroffen.

Angespannt ist die Versorgungssituation auch im Hopfenmarkt. Obwohl die Hopfenanbaufläche in Deutschland im vergangenen Jahr ein Rekordniveau erreichte, sind nach

zwei unterdurchschnittlichen Ernten die Lager leer und verschiedene Sorten schlicht ausverkauft. Da ist Kreativität und Kompromissbereitschaft gefragt.

Schön ist, dass neue Zuchtsorten auf dem Markt sind, die den veränderten Klimaverhältnissen die Stirn bieten und trotz der Wetterextreme Menge und Qualität liefern.

3. Der wirtschaftliche Rahmen

Den Absatzzuwachs im hinter uns liegenden Jahr in die Zukunft fortzuschreiben, wäre fahrlässig. Wer die wirtschaftliche Situation der Brauwirtschaft angemessen beurteilen will, sollte nicht nur auf die Mengenentwicklung schauen.

2018 hat dem deutschen Biermarkt eine Verschnaufpause beschert. Ja! Am grundsätzlich scharfen Wettbewerb und dem perspektivisch schrumpfenden Inlandsmarkt hat das aber nichts zu ändern vermocht.

70% der deutschen Brauereien produzieren weniger als 5.000 hl Bier pro Jahr. Weder sind sie im Export engagiert noch produzieren sie alkoholfreies Bier – zwei maßgebliche Wachstumssegmente unseres Marktes sind ihnen somit verstellt. Sie trifft die Schärfe des Wettbewerbes mit ganzer Härte, weil die Erlössituation mit der Kostenentwicklung oft nicht schrittzuhalten vermag.

Überkapazitäten belasten den Markt. Die Branche steht einem hoch konzentrierten Handel gegenüber, der seine Marktmacht ausspielt, um Konditionenverbesserungen zu erreichen. Die Brauereien stehen unter Kostendruck, sehen sich mit Kostensteigerungen u.a. für Energie, Rohstoffe, im Rahmen der LKW-Mautausdehnung auf Bundesstraßen und vor allem beim Personal konfrontiert, die es zu kompensieren gilt. Außerdem müssen die Betriebe auch in neue, energiesparende, moderne Anlagen investieren.

4. Unsere Chance: Weg vom Mengendenken!

Es war und es bleibt deshalb ein Fehler, das Heil im alleinigen Streben nach größeren Mengen durch niedrigere Preise zu suchen. Wir haben als Branche damit die Wertschätzung der ganzen Produktgattung aufs Spiel gesetzt. Diese Wertschätzung ist aber unabdingbare Voraussetzung für Wertschöpfung, die allein letztlich das Überleben der Brauerei sichert.

Vielleicht ist gerade das das Geheimnis des Erfolges der bayerischen Brauwirtschaft in den letzten Jahren. Mit unserem breiten Spezialitätenangebot haben wir uns dem „Preisverhau“ im Pilsmarkt entziehen können, in dem etwa 70 % des Marktvolumens in der Aktion über die Theke gehen und die Markentreue erodiert.

Zentrale Bedeutung für die zukünftige Entwicklung unserer Branche im Freistaat hat deshalb der weithin geachtete Spezialitätencharakter des Bieres aus Bayern. Die von uns

erstrittene und seit Jahren ebenso engagiert wie aufwändig verteidigte Eintragung des Bayerischen Bieres als durch die EU geschützte geografische Angabe leistet hier gewiss einen wertvollen Beitrag.

Der Mythos, den Bayerisches Bier umgibt, ist Voraussetzung dafür, dass wir im Inland außerhalb Bayerns erfolgreich bleiben und Marktanteile gewinnen, dass wir unsere Exporterfolge ausbauen können - und dass wir für unsere Biere auch angemessene Preise erhalten.

Ich weiß, dass es außerordentlich ambitioniert ist, in unserer Branche eine Abkehr vom bloßen Mengendenken zu erreichen, wie wir es ja selbst über Jahrzehnte geprägt haben.

Wenn das Statistische Bundesamt jedes Jahr die Bier-Abatz**mengen** veröffentlicht, darf es breiter medialer Aufmerksamkeit gewiss sein. Erfolgsmeldungen aber werden hier absehbar rar – obwohl wir mit einem Pro-Kopf-Konsum von über 100 Litern (in Bayern noch etwas darüber) auf im internationalen Vergleich ziemlich hohem Niveau klagen ...

Wenn der Markt aber kein Mengenwachstum hergibt, müssen wir uns dringend um Wertzuwachs kümmern. Und unser Bier hat ihn verdient!

Die sogenannten Craft-Biere machen es uns vor: Für handwerklich gebraute Bierspezialitäten erzielen sie Preise, die den Herstellern auch bei vergleichsweise geringer Produktionsmenge ein ordentliches Auskommen beschern – weil Biertrinkern das besondere auch wieder mehr Wert ist! Zahlreiche Brauereineugründungen, hinter denen auch eine echte Braustätte steht, legen Zeugnis davon ab.

Menge um jeden Preis (im wahrsten Sinne des Wortes) war gestern! Ich wage die These, dass gerade ein höherer Preis sogar nachfragebelebend wirken kann.

Eine Perspektive auch für Volumenwachstum bietet daneben das Segment alkoholfreies Bier. Diese Produkte sind längst nicht mehr nur die unbeliebte Alternative für den, der ein „richtiges“ Bier nicht trinken darf, z.B. weil er noch fährt.

Alkoholfreie Biere haben sich in den letzten Jahren die Rolle eines eigenen starken Marktsegmentes erarbeitet mit spezifischen Konsumanlässen, z.B. als isotonischer, wohlschmeckender Durstlöscher in Zusammenhang mit Ausdauersportarten. Auch kleinere Brauereien bedienen diesen wachsenden Markt derweil mit Erzeugnissen aus eigener Produktion.

Die Brauwirtschaft ist der einzige Bereich der alkoholhaltige Getränke erzeugenden Wirtschaft, der in nennenswertem Umfang (in Bayern immerhin 8,6%) und auf einem geschmacklich mit herkömmlichem Bier „konkurrenzfähigen“ Niveau alkoholfreie Alternative zum herkömmlichen Biersortiment bietet. Dieses Marktsegment besitzt gewiss noch Potential.

Zum Schluss

Wir dürfen als bayerische Brauwirtschaft zufrieden auf das Jahr 2018 zurückblicken. Es hat uns gut getan – der witterungsbedingte Absatzschub in den Sommermonaten hat die Unternehmen und ihre Mitarbeiter bisweilen aber auch an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit gebracht.

Zurücklehnen dürfen wir uns nicht. Wir sehen uns mit einer Vielzahl von Herausforderungen konfrontiert, die uns klar machen: Der Erfolg der bayerischen Brauwirtschaft der letzten Jahre ist kein Selbstläufer. Was wir zur Fortschreibung der positiven Entwicklung tun können, packen wir beherzt an.

Wir fordern aber auch Politik und Behörden zu mehr partnerschaftlichem Miteinander mit der (Brau)Wirtschaft auf: Helfen Sie uns durch wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen in einem schwierigen Markt und einem scharfen Wettbewerb zu bestehen und werfen Sie uns nicht ohne Not immer neue Knüppel zwischen die Füße. Und als Unternehmer füge ich an: Die wirtschaftspolitische Unterstützung familiengeführter, mittelständischer Traditionsunternehmen, wie sie die Brauwirtschaft unverändert prägen, muss mehr sein als ein inhaltsleeres Lippenbekenntnis.

Es gilt das gesprochene Wort

München, 20. Februar 2019