



Pressekonferenz des Bayerischen Brauerbundes e.V.

Mittwoch, 7. Februar 2024

Statement Georg Schneider Präsident des Bayerischen Brauerbundes

2023 war ein schwieriges Jahr für Bayerns Brauer.

In den vergangenen Jahren konnten wir im Rahmen unserer Pressekonferenzen stets auf eine im Bundesvergleich relativ gute Entwicklung der bayerischen Brauwirtschaft verweisen.

Am vergangenen Donnerstag hat das Statistische Bundesamt nun die Absatzzahlen der heimischen Brauwirtschaft für **2023** veröffentlicht. Der Absatz ist rückläufig, im Bund wie in Bayern.

Das Statistische Bundesamt kommentierte diese Entwicklung wortspielerisch mit „Durststrecke“, was irgendwie etwas von „vorübergehend“ hat.

Wenn wir nur die letzten Jahre betrachten, dann beobachten wir in der Tat ein kurzfristiges Auf und Ab der Absatzentwicklung unserer Branche: Im Zuge der Corona-Krise ging der Absatz der bayerischen Brauereien 2020 in die Knie. In 2021 und vor allem 2022 gab es dann einen Auf- oder Nachholeffekt, es ging wieder aufwärts mit dem Bierabsatz. Und in 2023 ging es halt wieder runter, und zwar deutlich!

Das letzte Jahr hat wehgetan!

Hierfür lassen sich durchaus Erklärungen finden. Der Hochsommer war kalt und verregnet, die Inflation hat den Menschen die Kaufkraft genommen u.s.w.. Man könnte also sagen, der Brauwirtschaft ging es im Prinzip gut, das Jahr 2023 sei ein „kleiner Durchhänger“, von dem die Branche sich schon wieder erholt.

Die Umwälzungen, die das heimische Braugewerbe erlebt und die sich in den Absatzzahlen ja nicht nur des zurückliegenden Jahres, sondern der letzten Jahre, wenn nicht Jahrzehnte, niederschlagen, gehen über eine bloß vorübergehende „Durststrecke“ hinaus, wie den als Anlage diesem Statement beigefügten, kommentierten Charts zu entnehmen ist.

Diese Gesamtabsatzentwicklung setzt sich aus zwei völlig unterschiedlichen Bereichen zusammen. Sie verzeichnen weit auseinanderdriftende Entwicklungen und machen, wenn wir in die Analyse der Daten einsteigen, einerseits deutlich, wo das Problem der deutschen und mit ihr der bayerischen Brauwirtschaft liegt, zeigen aber andererseits auch, dass und wo es Chancen gibt.

Zu unterscheiden sind einerseits der Inlandskonsum und andererseits der Export.

Der Inlandsabsatz schrumpft weiter

Der Inlandsabsatz der bayerischen Brauereien hat im zurückliegenden Jahr um 3,2% abgenommen. Das ist zwar etwas besser als im Bundesschnitt, der ein Minus von 4,2% ausweist, aber nur ein mäßiger Trost. 570.000 hl Inlandsabsatz haben Bayerns Brauer 2023 eingebüßt.

Wenn wir uns vor dem Hintergrund dieser Zahlen fragen, ob die Brauwirtschaft den Turnaround schafft, ob die Kurve des Inlandsabsatzes wieder irgendwann nachhaltig nach oben zeigt, dann bietet der Blick auf die Entwicklung der letzten Jahre wenig Anlass zu Optimismus.

In den letzten Tagen war zu lesen, die Brauwirtschaft setze auf einen schönen Sommer, nachdem der letzte kalt und verregnet war, und auf ein fußballgetriebenes Sommermärchen auch im Getränkemarkt dank EM im eigenen Land mit Public Viewing allerorten und vielen bierdurstigen Zuschauern.

Natürlich würde das helfen! Aber zur Trendumkehr taugt ein schöner Sommer allein - mit und ohne Fußball - dann aber eben doch nicht.

Wir erleben einen grundlegenden, allmählichen Wandel im Konsumverhalten:

- Die Bevölkerung altert und irgendwann nimmt mit steigendem Alter der Bierkonsum ab.
- Der Konsum in Fabriken oder auf Baustellen ist Geschichte, untertags wird - außer von Touristen im Urlaub - kaum noch Bier getrunken.
- Und selbst abends ist die Halbe zur Brotzeit für die meisten Menschen längst nicht mehr die alltägliche Selbstverständlichkeit als Belohnung für die Mühen des Tages, als die sie früher genossen wurde.
- Das Freizeitverhalten hat sich völlig gewandelt. Fitnessstudio statt Stammtisch.
- Und natürlich wirkt sich auch die sich wandelnde Zusammensetzung unserer Bevölkerung auf den Bierabsatz aus.

Ohne, dass das in irgendeiner Form wertend gemeint wäre: Wenn ein immer größerer Teil der Kinder und Jugendlichen in Haushalten aufwächst, in denen das Bier als fester Begleiter manches Mittagessens und so gut wie jedes Abendessens eben nicht zum genusskulturellen Erbe zählt, dann werden sie vielleicht hin und wieder auch einmal ein Bier trinken, aber eben nicht in dem Maße, in dem wir es über Generationen gewohnt waren. Der Konsum beschränkt sich zunehmend auf bestimmte Situationen: zum Grillfest, in der Gaststätte, beim Fußballschauen, beim Treffen mit Freunden

Insofern muss die Brauwirtschaft sich darauf einstellen, dass aufgrund des Zusammenwirkens einer bekannten demografischen Entwicklung einerseits und eines sich schleichend wandelnden Konsumverhaltens andererseits der Inlandsabsatz weiter abnehmen wird.

Ausweg: Der Export!

Einen Ausweg aus dem schrumpfenden Inlandsmarkt bietet den Brauereien im Freistaat seit Jahren der Export. Aber: Die Wachstumsimpulse, die der Bierexport aus Bayern unseren Brauereien in den letzten Jahren beschert hat, sind 2023 leider ausgeblieben.

Während aber die Exportentwicklung die Brauereien außerhalb Bayerns sogar noch etwas tiefer heruntergezogen hat, ist sie in Bayern wenigstens stabil - was auf dem hohen Niveau, das der Bier-Export aus Bayern erreicht hat, schon als Leistung bezeichnet werden darf - und als Beleg für die außerordentlich hohe Wertschätzung, derer sich Bayerisches Bier weltweit erfreut.

Alkoholfreies Bier als Hoffnungsträger

Was man den amtlich vorgelegten Zahlen nicht entnehmen kann: Es gibt einen zweiten kleinen Lichtblick am Bierhimmel: Das alkoholfreie Bier. Die amtliche Statistik erfasst es nicht, da es nicht mit Biersteuer belastet ist. Der Absatz alkoholfreien Bieres vermochte im zurückliegenden Jahr um 2 % oder gut 42.000 hl auf insgesamt 2,153 Mio. Hektoliter zuzulegen.

Alkoholfreies Bier ist zwischenzeitlich bei den Biertrinkern angekommen. Es ist längst nicht mehr nur die Notlösung für diejenigen, die ein „richtiges“ Bier nicht trinken dürfen (Autofahrer). Alkoholfreie Biere sind als Alternative zum herkömmlichen, alkoholhaltigen Bier anerkannt. Auch, weil es den Herstellern gelungen ist, es als isotonischer Durstlöscher mit einem Zusatznutzen als kalorienarmes Getränk nach dem Sport, vor allem Ausdauersport aufzuladen und dem Bier insgesamt dadurch auch neue Verwendergruppen zuzuführen.

Wenn ich in alkoholkritischen Kolumnen, die dem Deutschen pauschal ein problematisches Verhältnis zu alkoholhaltigen Getränken jeder Art andichten, lese, man müsse sich in Deutschland rechtfertigen, wenn man „nur“ ein alkoholfreies Bier bestellt, dann weise ich das als Quatsch zurück. Alkoholfreies Bier genießt mittlerweile hohe Akzeptanz bei den Verbrauchern. Vielleicht ist es auch gerade deshalb der Wegbereiter für andere alkoholfreie Varianten eigentlich alkoholhaltiger Getränke wie Wein oder Sekt.

Und ich behaupte: Auch geschmacklich sind wir Brauer hier Wegbereiter – mit deutlichem Abstand

Es gelingt uns nicht nur, durch weit entwickelte, extrem schonende Entalkoholisierungsverfahren sehr nah an den Geschmack alkoholhaltiger Biere heranzukommen. Es kommen auch neue Hefestämme zum Einsatz, die Alkohol im Bier in relevantem Umfang gar nicht erst entstehen lassen.

Und wir setzen auf die Möglichkeit der sog. „Kalthopfung“, bei der der Hopfen der Würze erst nach der Kochung zugesetzt wird und die leicht flüchtigen, fruchtigen Aromen des Hopfens im Bier verbleiben. So lässt sich das Fehlen des Aromaträgers „Alkohol“ kaschieren und schaffen wir ein besonderes, alkoholfreies Bier-Genusserlebnis, an dem eben auch kleine Brauereien teilhaben können, die sich eine aufwändige Entalkoholisierung nicht leisten können.

Die Brauer leiden unter massivem Kostendruck

Die prekäre Absatzsituation hat den Wettbewerb in der Brauwirtschaft nochmals verschärft. Es gibt erhebliche Überkapazitäten, die den Markt belasten. Bereits angekündigte Preiserhöhungen namhafter Brauereien werden aus Angst vor Absatzeinbußen zurückgenommen. Einzelne Marktteilnehmer ziehen aus der schwierigen Marktlage den Schluss, man müsse die Preise sogar senken, um Volumina zu retten.

Völlig unerklärlich ist, wie namhafte Brauereien sogar den Ausbau von Kapazitäten ankündigen können, nur um den Markt für Billigbier zu bedienen!

Auch die 4 Oligopolisten des deutschen Lebensmittelhandels mischen bei dieser Entwicklung munter mit, ringen ihren Lieferanten aufgrund der zwischenzeitlich erreichten Marktmacht immer neue preisliche Zugeständnisse ab oder fluten den Markt mit ihren billigen Handelsmarken.

Der Kollateralschaden dieses über den Bierpreis ausgetragenen Wettbewerbs: Die Wertanmutung unseres Bieres droht auf der Strecke zu bleiben. Und der Fortbestand gerade mittelständischer Brauereien, die diesem Konditionendruck nicht standzuhalten vermögen, ist latent gefährdet.

Denn die Brauwirtschaft leidet gleichzeitig unverändert unter erheblichem Kostendruck. Energie, Rohstoffe, Flaschen, Paletten, Kronkorken, Packmittel, Etiketten, Kästen, nicht zuletzt Personal - wo Sie auch hinschauen, überall sehen sich die Brauereien durch massive Kostensteigerungen belastet.

Die Ertragslage insbesondere im brauwirtschaftlichen Mittelstand ist ohnehin wie dargestellt angespannt. Wenn es jetzt nicht möglich ist, diese Kostensteigerungen an die Kunden weiterzugeben, geraten die Brauereien in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Meldungen von Betriebsaufgaben haben in den letzten Wochen zugenommen – leider auch in Bayern.

Die Süddeutsche titelte am 2. Februar „Das Brauereisterben hat begonnen“. Dieser Untertitel ist nun insofern falsch, als Brauereien, insbesondere Unternehmen des brauwirtschaftlichen Mittelstandes, traditionelle, oft Jahrhunderte alte familiengeführte Betriebe, schon seit Jahren leise verschwinden, oftmals bemerkt nur in der jeweils unmittelbar betroffenen Region.

Die beiliegenden Charts zeigen das ganze Ausmaß dieses schleichenden strukturellen Umbruchs in unserer Branche. Um jede Brauerei, die sich zur Aufgabe gezwungen sieht, ist es schade.

Wiederum ermutigend sind einerseits die zahlreichen Brauereineugründungen, die es auch in Bayern gibt. Und andererseits verdient ein anderer positiver Strukturaspekt der bayerischen Brauwirtschaft besondere Beachtung: In Bayern gibt es ihn noch, den relativ starken brauwirtschaftlichen Mittelstand, wie sich ebenfalls aus den beigefügten Zahlen des Statistischen Bundesamtes ablesen lässt.

Diese Struktur, diese Vielfalt ist neben der anerkannt hohen Qualität unserer Biere - auf dem Fundament des Reinheitsgebotes - ausschlaggebend für die Sonderstellung, die Bayern im Biermarkt einnimmt. Viele Brauereien gibt es auch andernorts - meistens mit der Craftbeer-Welle entstandene neue Kleinstbrauereien - aber einen so breiten brauwirtschaftlichen, traditionellen Mittelstand eben nur bei uns in Bayern.

Was muss also passieren, wenn wir ihn erhalten wollen?

Um beim von der SZ gezeichneten Bild des Brauereisterbens zu bleiben: Unser Staat, die Politik in Berlin, leistet an unserer problembeladenen Branche aktuell eine Art Sterbehilfe!

- Sie schaut der Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel tatenlos zu. Hier werden irreversible Machtstrukturen geschaffen, die durch die fortschreitende Vertikalintegration auch vorgelagerter Herstellerstufen in die großen Handelskonzerne noch verstärkt werden.
- Sie bricht ihr Versprechen, die abgesenkte Mehrwertsteuer auf den Verzehr von Speisen in der Gastronomie dauerhaft zu erhalten. Nun mögen Sie beschwichtigend anmerken, für Getränke bleibe es doch bei 19% MwSt., das Bier sei von der Erhöhung doch gar nicht betroffen. Ja, direkt nicht, aber eben indirekt: Wer nicht mehr oder seltener ins Wirtshaus geht, weil ihm das Essen dort zu teuer geworden ist, der trinkt dort auch kein Bier mehr.

Mit sinkender Brauereigröße steigt in unserer Branche aber der Grad der Abhängigkeit vom Absatzweg Gastronomie. Viele kleine Brauereien betreiben selbst ein Wirtshaus, vor allem in ländlichen Regionen, setzen hier einen großen Teil ihres Bieres ab.

Wie so oft, so ist es auch hier: Hauptleidtragende politischer Fehlentscheidungen sind vor allem die kleinen und mittelständischen Brauereien.

- Die Bundesregierung hat die LKW-Maut deutlich angehoben und dehnt sie zur Jahresmitte auf Fahrzeuge ab 3,5 t technisch zulässige Gesamtmasse aus – alles unter dem Siegel des Umweltschutzes.

Das bedeutet: Dieselben Politiker, die von uns ein Bekenntnis zum Mehrweggebinde erwarten, verteuern durch die Mautanhebung den Transport des Bieres in der schweren Mehrwegglasflasche deutlich, zumal wir das Leergut ja auch wieder zur Brauerei zurückführen müssen.

Die Verteilverkehre mittelständischer Brauereien mit kleineren Fahrzeugen unter 7,5 t werden zum 1.7.2024 zusätzlich mit Maut belastet.

Wer also sein Bier in der federleichten Aluminiumdose durchs Land fährt, das leere Gebinde auch nicht wieder zurückschaffen muss, hat einen wachsenden Wettbewerbsvorteil – politisch gewollt.

- Die Bundesregierung arbeitet ebenso wie die EU an neuen rechtlichen Bestimmungen für Verpackungen. Diese Vorschriften, in Deutschland eine Überarbeitung des Verpackungsgesetzes und in Brüssel eine neue Verpackungsverordnung, atmen den Geist sachfremder Ideologie. Würden diese Vorstellungen Realität, das bewährte und in seiner Leistungsfähigkeit einzigartige deutsche Mehrwegsystem wäre in seinem Bestand nachhaltig gefährdet.

Die Reihe ließe sich fortsetzen: „Entbürokratisierung“ wird allerorten gefordert – tatsächlich gleicht der Kampf gegen die Bürokratie dem gegen die Hydra – der Erfolg des Herakles sei ihm gewünscht, indes ist er alles andere als sicher.

Und die Gesundheitspolitiker, allen voran der Drogenbeauftragte Blienert, werden nicht müde, vor den Gefahren des Alkoholkonsums zu warnen und einen noch geringeren Alkoholkonsum anzumahnen. Mit Blick auf den seit knapp 50 Jahren nahezu anhaltend sinkenden Bierkonsum muss ich fragen: Wie weit soll er denn noch sinken, bis sie zufrieden sind?

Es wäre also schon hilfreich, würde die Politik den Brauern (keineswegs nur in Bayern) nicht permanent neue Knüppel zwischen die Füße werfen.

Ein hoffnungsvoller Ausblick ...

Bei allen aktuellen Schwierigkeiten, vor denen wir die Augen nicht verschließen dürfen, soweit sie den Markt betreffen, die wir aber auch beim Namen nennen müssen, soweit sie unserer Branche von außen, im Wesentlichen durch falsche politische Weichenstellungen bereitet werden: Die bayerische Brauwirtschaft besitzt Potential und damit Grund, positiv gestimmt in die Zukunft zu blicken:

Bayerisches Bier besitzt einen herausragenden Ruf, der uns Wettbewerbsvorteile im außer-bayerischen Inland, aber auch auf Auslandsmärkten beschert, die wir nutzen können und müssen.

Die geschützte geografische Angabe „Bayerisches Bier“ ist hier ein machtvoller Hebel zum Erfolg gerade im internationalen Umfeld.

Der anerkannte Spezialitätencharakter Bayerischen Bieres mit seiner großen Sortenvielfalt hilft uns auch im Inland. Vom aktuellen „Hell-Boom“ z.B. profitiert vor allem das bayerische Original.

Alkoholfreie Biere bieten unseren Unternehmen ein absehbar wachsendes Potential, das aufgrund unterschiedlicher Herstellungsmethoden Brauereien jeder Größe derweil für sich erschließen können.

Und: Junge Unternehmerinnen und Unternehmer übernehmen die Verantwortung für ihre traditionsreichen Familienbetriebe. Sie gehen mit so viel Herzblut ans Werk, investieren mutig in die Zukunft ihrer Brauereien und strahlen nicht nur wohlthuende, unternehmerische Zuversicht, sondern vor allem ansteckende Begeisterung für unser großartiges Produkt aus.

Bier macht Spaß! Bier ist Genusskultur. Bier ist ein Stück Lebensfreude.

An die Politik: Befreit unsere Branche von politischer Gängelei und vom bürokratischen Joch! Lasst den Menschen - frei von ideologisch motiviertem Sendungsbewusstsein - ihren Spaß an einer Halben Bier – und vergesst bei allen politischen Weichenstellungen bitte nicht, dass auch kleine und mittlere Unternehmen den vorgegebenen Weg mitgehen können müssen.

Wenn Kommunal-, Landes- oder Bundespolitiker sich mit dem Anzapfen eines Fasses ins Rampenlicht rücken können, finden sie stets wohlgesetzte, lobende Worte für das mittelständische Brauwesen und seinen besonderen Wert in und für Bayern. Zu Recht!

Würden dem - vor allem auf Bundesebene - immer entsprechende Taten folgen, der Brauwirtschaft ginge es ein Stückweit besser.

Damit die Prophezeiung der SZ vom Brauereisterben aber nicht Realität wird, hilft letztlich nicht klagen, sondern nur ein mäßiger, aber regelmäßiger Bierkonsum.

Es gilt das gesprochene Wort.
München, den 7. Februar 2024