BIER im Überfluss

Die deutschen Brauer stehen unter Druck: Im Januar sank ihr Absatz so stark wie noch nie, und eine Wende ist nicht in Sicht. Jetzt spitzt sich der Preiskampf erneut zu – und die Warnungen vor einer Pleitewelle werden lauter

GETTY IMAGES/JACK ANDERSEN

Auch weil die Gastronomie weiter geschlossen ist, sinkt der Bierabsatz in Deutschland deutlich

Lebensmitteleinkäufe sind dieser Tage eher Last als Lust. Zwar melden Supermärkte und Discounter durchweg gute Geschäfte. Aus Angst vor Ansteckungen mit dem Coronavirus gehen die Verbraucher Marktforschern zufolge aber seltener in die Läden als zu Vorpandemiezeiten. Auch die Zahl der genutzten Einkaufsstätten hat sich reduziert. „One-Stop-Shopping" nennen Experten dieses Phänomen: Die Verbraucher möchten ihren Bedarf mit nur einem Einkauf decken, um die Zahl der Kontakte gering zu halten. Die Händler versuchen daher, mit aggressiven Angeboten zum Geschäft der Wahl zu werden. Und dabei spielt Bier eine entscheidende Rolle.

VON CARSTEN DIERIG

„Bier ist ein stabiler und wichtiger Frequenzbringer", heißt es zum Beispiel von der Supermarktkette Rewe. „Speziell das Segment um zehn Euro pro Kiste." Und tatsächlich scheint dieser Wert für die Handelsketten derzeit wieder zur Messlatte zu werden. Das zeigt der Blick in die Angebotsblättchen der Einzelhändler, in denen die Bieraktionen meist auf der ersten oder letzten Seite abgebildet sind, um besonders gut sichtbar zu sein. Der aktuelle Prospekt von Rewe in Berlin zum Beispiel bewirbt eine Kiste Radeberger Pils mit 20 Halbliterflaschen für 9,99 Euro, das sind 32 Prozent unter Normalpreis. Kaufland verlangt in Leipzig glatte zehn Euro für den Kasten Warsteiner, auch das ist ein Nachlass von rund einem Drittel. Discounter Netto bewirbt in Frankfurt sein „Super-Wochenende" mit Krombacher Pils für 9,99 Euro, und Großhändler Metro bietet Bitburger quer durchs Land für 9,98 Euro.

Das war auch schon anders. Vor der Corona-Krise jedenfalls lagen die Aktionspreise für Markenpils locker zwei Euro höher als jetzt. Und selbst 2020 stand im Durchschnitt meist noch eine elf vor dem Komma, wie der aktuelle Insertionspreisindex von Markt- und Preisforscher Drotax aus Bad Homburg zeigt. Nun aber scheint das Thema Wertigkeit von Bier, um das sich in den vergangenen Jahren mit dem Aufkommen der Craft-Szene und dem Siegeszug der deutlich teureren Sorte Helles zahlreiche Diskussionen gerankt haben, komplett verflogen. „Die Schärfe in der Auseinandersetzung nimmt wieder zu", beobachtet Axel Dahm, der Geschäftsführer von Branchenriese Bitburger.

Eigentlich hatte er schon 2020 mit einem noch schärferen Preiskampf gerechnet. Zu Lockdown-Zeiten sei der Lebensmittelhandel schließlich der letzte verbliebene große Absatzkanal für die Brauereien. Trotzdem habe es noch eine vergleichsweise stabile Lage gegeben. „Die Vernunft hat regiert", meint Dahm. Nun fürchtet der Manager, dass sich der Preiskampf weiter zuspitzt und Bier zunehmend verramscht wird. Marken aus dem Preiseinstieg nähern sich bereits der Fünf-Euro-Marke. „Je nachdem, wie lange die Krise noch dauert und wie heftig es die Brauereien trifft, kann es überall Ausreißer geben."

Wie prekär die Lage für die Bierhersteller mittlerweile ist, zeigt der Blick in die Januarbilanz des Statistischen Bundesamtes. Für den Bierabsatz in Deutschland wird dort ein Minus von 27 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat ausgewiesen: Statt 6,5 wurden bei den Brauereien nur noch gut 4,7 Millionen Hektoliter abgeholt. Das ist der höchste Monatsverlust seit Beginn der Statistik, heißt es vom Deutschen Brauer-Bund (DBB). Besonders heftig waren die Absatzrückgänge in Hessen mit 46,8 Prozent und Schleswig-Holstein/Hamburg mit 37,5 Prozent. Die geringsten Verluste gab es in Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen/Bremen und Thüringen mit jeweils rund 13 Prozent.

Als Grund für den Absturz haben die Brauereien neben der weiter geschlossenen Gastronomie unter anderem angestaute Vorräte im Keller der Verbraucher ausgemacht – weil es weder Weihnachten noch Silvester zu Zusammenkünften kommen durfte und damit Konsumanlässe weggefallen sind. Also muss das für den Verwandtenbesuch einkalkulierte Bier nun sukzessive alleine weggetrunken werden. Gleichzeitig wirke sich anhaltende Kurzarbeit negativ auf das Konsumverhalten aus. Und als Sondereffekt kommen auch noch deutlich weniger Order von Handel und Getränkemärkten hinzu. „Die haben sich die Lager im Dezember noch mal vollgemacht, um die verminderte Mehrwertsteuer auszunutzen", erklärt Brauereichef Dahm.

Tatsächlich zeigen Daten aus der Logistik, dass im Januar rund ein Drittel weniger Getränketransporter unterwegs waren, heißt es von einem Bierverlag. Dieses Detail bedeutet aber auch, dass der Rückgang bei den Brauereien nicht automatisch in einem ähnlich hohen Minus im Endverbrauchergeschäft münden muss. Wobei Marktforscher Nielsen für die ersten sechs Wochen 2021 auch für die Abverkäufe im Handel ein Minus ausweist, allerdings nur im einstelligen Prozentbereich.

Im Februar nun scheint sich der allgemeine Abwärtstrend zunächst fortzusetzen, ist von den Brauereien zu hören. Hinzu kommt ein mauer Ausblick auch für den März angesichts der weiterhin fehlenden Öffnungsperspektiven für die Gastronomie. Die einschlägigen Verbände jedenfalls kritisieren die Pläne der jüngsten Bund-Länder-Konferenz, auch wenn dort zumindest für die Außengastronomie Lockerungen auf den Weg gebracht wurden. „Gut möglich, dass der Biermarkt bis Ostern so viel an Menge einbüßt wie im gesamten Vorjahr", erklärt ein Großbrauer.

Der Brauer-Bund warnt daher längst vor einer Pleitewelle. „Von Woche zu Woche geraten immer mehr Brauereien, Brauereigaststätten und Fachgroßhändler unverschuldet in existenzielle Not und sind von Insolvenz bedroht", heißt es in einem offenen Brief, den mehr als 300 Brauereien unterzeichnet haben. Auch Bitburger. Wobei Firmenchef Dahm das Familienunternehmen aus Rheinland-Pfalz nicht in Existenznot sieht. „Auch uns geht es derzeit nicht gut", sagt der Manager. „Wir schlagen uns aber noch vergleichsweise passabel." Um zwölf Prozent auf 696 Millionen Euro ist der Umsatz 2020 eingebrochen, meldet die Braugruppe, zu der auch die Marken Köstritzer, König Pilsener, Licher und Benediktiner gehören. Das Geschäft war zweigeteilt: Während der Gastronomiebereich um 51 Prozent einbrach, gab es im Handel Zuwächse, bei der Marke Bitburger in Höhe von sechs Prozent, bei Benediktiner waren es sogar 40 Prozent.

Dieser Gemengelage ist Bitburger schon 2020 mit dem Abbau von 130 Arbeitsplätzen begegnet. Dahm nennt das „Neuorganisation und Strategieanpassung". „Jetzt können wir auch weitere Lockdowns aushalten", sagt er. „Selbst wenn die Gastronomie das ganze Jahr geschlossen bleibt, werden wir nicht untergehen." Gleichwohl kenne er viele Wettbewerber, bei denen das anders ist. Deswegen befindet sich das Unternehmen auch in Lauerstellung. „Wir sind offen für Zukäufe und hoffen, dass sich durch die aktuelle Situation die ein oder andere Chance bietet", sagt Dahm und nennt neben dem Kauf von Marken die Möglichkeit von Partnerschaften.

Aktuell konzentriere sich Bitburger aber darauf, im Handel Marktanteile zu gewinnen. Und dabei wünsche er sich natürlich andere Preisniveaus. Das jedoch dürfte ein Wunsch bleiben. „Der Handel tritt derzeit extrem selbstbewusst auf gegenüber den Brauereien", heißt es aus der Branche. „Einzelne Unternehmen wollten letztens sogar einen Nachlass für die Stundung der Biersteuer." Dabei sei die Abgabe nur aufgeschoben, nicht gestrichen. Der Rotstift für den Bierpreis dürfte gezückt bleiben.

Flaute bei den Brauern

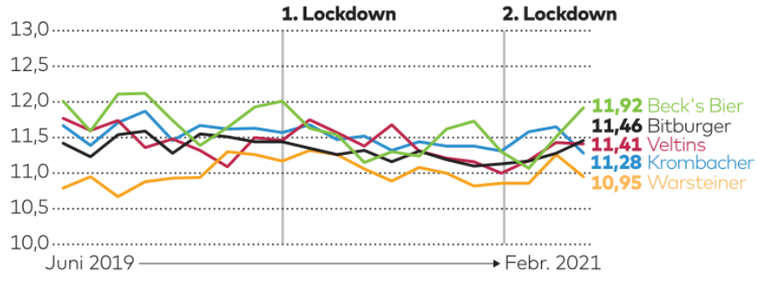
Bierabsatz insgesamt nach Bundesländern in Hektolitern

	Januar 2020	Januar 2021	in Prozent
Baden-Württemberg	448.070	307.230	– 31,4
Bayern	1.684.362	1.242.140	– 26,3
Berlin / Brandenburg	284.177	212.380	– 25,3
Hessen	137.554	73.234	– 46,8
Mecklenburg-Vorpommern	204.721	178.889	– 12,6
Niedersachsen / Bremen	597.924	515.381	– 13,8
Nordrhein-Westfalen	1.540.927	1.063.254	– 31,0
Rheinland-Pfalz / Saarland	413.268	279.505	– 32,4
Sachsen	614.854	443.718	– 27,8
Sachsen-Anhalt	124.138	93.197	– 24,9
Schleswig-Holstein / Hamburg	228.984	143.173	– 37,5
Thüringen	228.060	196.756	– 13,7
Deutschland	6.507.037	4.748.860	– 27,0

WELT Quelle: Destatis

Einkaufsmagnet

Aktionspreise für Pils national* auf Monatsbasis, in Euro



WELT *Mehrweg 20 x 0,5 Liter Quelle: Drotax