

## Deutsche Brauereien treibt die Profitgier

von Robert Sauer

Die großen deutschen Brauereien schmieden wieder Entlassungspläne in großer Manier. Nicht etwa rote Zahlen spielen bei den Vorhaben eine Rolle, sondern die globale Gier und ausländische Investoren. Soziale Verantwortung oder das Bewusstsein für eine einzigartige Kultur des deutschen Biers bleiben dabei auf der Strecke.

**Wie der Wein** zu Italien oder Frankreich gehört das Bier zu Deutschland. Fragt man den Deutschen nach seinem Nationalgetränk, so wird mit Sicherheit ein Großteil der Befragten mit „Bier“ antworten. „Bier ist rein. Bier ist Genuss. Bier ist Deutschland“ heißt es dieses Jahr in der Imagekampagne des Deutschen Brauer-Bunds. Sie frönen dem deutschen Reinheitsgebot, das am 23. April 1516 in Kraft getreten ist.

Doch viele Brauereien scheinen sich ihrer kulturellen Bedeutung nicht bewusst zu sein. Sie vergessen diese, sobald sie von der Profitgier ausländischer Investoren beeinflusst werden. Schon seit einiger Zeit kaufen diese sich den deutschen Markt „zurecht“. Wie Heuschrecken mischen die Geldgierigen

aus Übersee Finanzmärkte auf oder zerschlagen Konzerne der Metall- und Autobranche, die bereits seit Generationen eingesessen sind. Seit geraumer Zeit richtet sich ihr Augenmerk auch auf die Bierwelt. Ein Beispiel ist die Weltbrauerei AB InBev. Zum Portfolio des Konzerns gehören Marken wie *Beck's*, *Franziskaner* oder *Löwenbräu*. Im Jahr 2009 konnte InBev allein in Deutschland, Österreich und der Schweiz 250 Millionen Euro Rendite erwirtschaften. Trotzdem möchte die Geschäftsleitung weitere 386 Jobs in Deutschland streichen. So verlangen es die brasilianischen Hauptanteilseigner. Ähnliche Umstände begegnen uns auch bei der Brau Holding International in München, bei der Heineken

große Anteile hält. Dazu zählen Marken wie *Fürstenberg*, *Paulaner* und viele weitere. Stichhaltige Gründe sucht man in Deutschland vergebens. Unsere Brauereien schreiben keine roten Zahlen, es ist vielmehr die globale Gier, die von ihnen Besitz ergriffen hat.

Seit Jahren berate ich nun als CIS die Lebensmittelbranche, darunter auch die Getränkeindustrie. Wir bewegen uns hier auf einem Markt, der mit 1.300 Brauereien und über 5.000 verschiedenen Bieren eine einzigartige Stellung auf der Welt einnimmt. Rund 30.000 Beschäftigte unterhielten die deutschen Braustätten im letzten Jahr. Wenn an einer Branche so viele Arbeitsplätze hängen, bedarf sie natürlich besonderer Aufmerksamkeit. Mit Besorgnis beobachte ich daher das hiesige Biergeschäft. Im Vergleich zum Vorjahr war der Bierabsatz 2009 um 2,8 Prozent rückläufig. In Zahlen sind das jedoch immer noch fast 100 Millionen Hektoliter verkauftes Bier. Der Deutsche konsumiert rund 110 Liter Bier pro Jahr, das sind 66 Prozent mehr als der durchschnittliche Europäer. Die deutschen Brauereien konnten ihre Umsätze in den letzten Jahren stabil halten oder sogar stei-

gern. Seit 2005 beläuft sich der Umsatz der Branche tendenziell stabil auf rund 8,2 Milliarden Euro. Diese werden durch moderate Preisanpassung und Zusammenschlüsse der Brauereien gesichert. Mein Unternehmen möchte sich auch nicht über moderate Preiserhöhungen beklagen. Als Branchenkenner ist es uns bekannt, dass beispielsweise steigende Rohstoffpreise auch eine Preiserhöhung nach sich ziehen. Das entspricht der Logik. Entlassungen trotz schwarzer Zahlen allerdings sind nicht logisch. Das beargwöhne ich, und das ist auch für Branchenfremde einer kritischen Hinterfragung, wenn nicht sogar einer passenden Entgegnung wert.

Wie sollte der deutsche Bierliebhaber dieser Unverschämtheit begegnen, mögen Sie sich jetzt fragen. Ganz einfach, würde ich vorschlagen: Greifen Sie auf Biere oder ganz allgemein Lebensmittel zurück, deren Ursprung Sie sich bewusst sind und deren Unternehmen sich ihrer sozialen Verantwortung stellen. Viele regionale kleine Brauereien beispielsweise leisten hier gute Arbeit. Hier geht es noch um andere Interessen: Bier als eines der faszinierendsten Kulturgüter unserer Gesellschaft. Manch Großer scheint dies vergessen zu haben. Wir nicht.



Robert Sauer (CIS OHG)  
Unternehmensberater  
Schwerpunkt Lebensmittel

Kommentar