

Interessengemeinschaft
unabhängiger
Klein- und Mittelbrauereien



IG-Tagung 2004 "Zukunftschancen von Kleinbrauereien"

**13. Mai 2004
Brauerei Rosengarten, Einsiedeln**

Begrüßung

durch Roland Oeschger, Präsident IG Kleinbrauereien

Politische und wirtschaftliche Bedeutung einer Kleinbrauerei für die Region

Bruno Frick, Ständerat, Einsiedeln

Chancen der Kleinbrauereien im Kampf gegen Giganten

Manfred Gebhard-Euler, Präsident Brau Ring, D-Wetzlar

Erfolgreiche Nischenstrategie einer Kleinbrauerei

Alois Gmür, Inhaber Brauerei Rosengarten, Einsiedeln

Trends im Biermarkt

Innovative Biere und Spezialitäten präsentiert von der jeweiligen Brauerei

Politische und wirtschaftliche Bedeutung einer Kleinbrauerei für die Region

Bruno Frick, Ständerat, Einsiedeln

"Bier ist der überzeugende Beweis, dass Gott den Menschen liebt und ihn glücklich sehen will." (Benjamin Franklin, 1709 - 1790)

Bier spielt seit über 1'000 Jahren eine grosse Rolle im Klosterleben und in der christlichen Religion. Doch der Ursprung ist älter als das Christentum. Die Sumerer entdeckten den Gärungsprozess um 4'000 v. Chr. Die Babylonier sollen bereits fähig gewesen sein, über 20 verschiedene Biersorten zu brauen.

Ein schriftlicher Hinweis findet sich im Gilgamesch-Epos (3. Jahrtausend v. Chr.) bei der Beschreibung der Entwicklung vom Urmenschen zum kultivierten Menschen. *".. nicht wusste Enkidu, was Brot war und wie man es zu Essen pflegt. Auch Bier hat er noch nicht gelernt zu trinken. Da öffnete die Dirne ihren Mund und sprach zu Enkidu: "Iss nun das Brot, o Enkidu, denn das gehört zum Leben, trink auch vom Bier, wie es ist des Landes Brauch." ..Enkidu trank sieben Becher Bier und ihm wurde leicht ums Herz. In dieser Verfassung wusch er sich und wurde so ein Mensch."*

Im Mittelalter begannen die Klöster mit dem Bierbrauen, für den Eigengebrauch und für die Pilger. Vor allem während der Fastenzeit war Bier ein begehrtes Getränk, da es den Hunger stillte.

Bier ist in Einsiedeln seit dem 19. Jahrhundert ein Volksgetränk, zur Blütezeit gab es allein in Einsiedeln 6 Brauereien. Die Brauereien sind mit den Jahren verschwunden, geblieben ist eine einzige, nämlich die Brauerei Rosengarten. Doch diese Brauerei ist ein Stück Heimat, ein Stück Einsiedeln. Es ist Brauch, dass man am Samstag das Bier in der Brauerei holt. Wer ein Fest organisiert, holt das Festmaterial in der Brauerei und die Familie Gmür ist auch am Wochenende stets bereit Getränke und Bier nachzuliefern.

Aus wirtschaftlicher Sicht ist die Brauerei für Einsiedeln sehr wichtig. In den letzten 10 Jahren ist die Brauerei kontinuierlich gewachsen und hat gleichzeitig Arbeitsplätze geschaffen. Derzeit werden rund 20 Mitarbeiter beschäftigt. Der Erfolg ist sicher mit dem Pioniergeist der Familie Gmür verbunden. Mit dem Maisgold, dem Dinkel-Bier und dem Alpenbier werden Spezialitäten angeboten, die über die Region hinaus bekannt geworden sind. Doch trotz des wirtschaftlichen Erfolges ist die Brauerei und die Familie Gmür volksverbunden geblieben.

Wer innovativ ist und gleichzeitig volksverbunden bleibt, hat die besten Voraussetzungen auch wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Die Brauerei Rosengarten kann in diesem Sinne auch für andere Regionen beispielhaft sein.

"Wenn die Luft so rein wäre wie das Bier - wie würde es der Welt gut gehen!"

Chancen der Kleinbrauerei im Kampf gegen Giganten

Matthias Hajenski, Geschäftsführer Brau Ring, D-Wetzlar

Derzeit befindet sich der Deutsche Biermarkt vollständig im Umbruch. Wir befinden uns mitten in einer Konzentrationswelle und erstmals sind ausländische Braukonzerne in Deutschland eingedrungen. Die bekanntesten Biermarken finden sich heute in der Hand von wenigen Brauereien (siehe Beilage). 5 % der Brauereien beherrschen zwei Drittel des Biermarktes.

Trotzdem hat Deutschland noch immer 1'250 Brauereien, davon 1'000 Brauereien, die unter 30'000 hl produzieren. Diese Brauereien stellen 5'000 verschiedene Biermarken her. Die Bierbranche ist also immer noch mittelständisch geprägt.

Wie reagieren die Kleinbrauereien? Vermehrt werden Kooperationen gesucht, wobei primär wirtschaftliche Vorteile im Einkauf im Vordergrund stehen. Der Brau Ring hat in dieser Funktion eine Vorreiterrolle gespielt. Gegründet wurde er vor 30 Jahren. Er zählt derzeit über 200 Mitglieder in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Was zeichnet eine mittelständische Brauerei aus? Die handwerkliche Produktion garantiert eine hohe Bierqualität und die kurzen Transportwege ein allzeit frisches Produkt, also keine "Konservenbiere".

In Deutschland ist neben der Gastronomie die Distribution über die Getränkemärkte ein wichtiger Erfolgsfaktor. Der Vertrieb über den Lebensmittelhandel ist aufgrund der hohen Listungsgebühren für Kleinbrauereien fast unmöglich. Im Vordergrund steht auf jeden Fall der direkte und persönliche Kontakt zum Kunden. Hierbei spielt die regionale Verankerung ebenfalls eine wichtige Rolle. Man kennt sich; man weiss, was läuft und Flexibilität und Service haben einen hohen Stellenwert.

Wie setzt man die Vorzüge erfolgreich um? Kleinbrauereien müssen auf ihre handwerkliche Braukunst hinweisen und auf die vielen Spezialitäten. Gleichzeitig müssen sie aber stetig in die Produktion investieren, damit die Qualität auf einem hohen Stand gehalten werden kann. Die Biervielfalt war und ist eine Stärke der Kleinbrauereien. Früher wurden sie dafür von den Grossen belächelt. Heute haben auch die Braukonzerne ein grosses Sortiment.

Für die Kleinbrauereien ist es wichtig, nicht alles selber machen zu wollen. Die Zusammenarbeit mit anderen Brauereien kann diverse Vorteile bringen. So ist es sinnvoll, Spezialitäten von anderen Kleinbrauereien zuzukaufen und sein Biersortiment auf diese Art abzurunden. Von der gegenseitigen Kooperation profitieren alle Kleinbrauereien.

Trotz aller Neuerungen und Innovationen darf man die Tradition nicht vergessen. Tradition heisst nicht "verstaubt" wirken, sondern bedeutet Erfahrung und Kompetenz. Zu den traditionellen Werten gehört auch eine hohe Servicebereitschaft; also muss man auch an Wochenenden lieferbereit sein oder schnell auf Probleme in der Gastronomie reagieren können.

Für das Überleben einer Kleinbrauerei ist aber nicht nur ein qualitativ gutes Produkt nötig, sondern die guten Produkte müssen auch zu guten Konditionen verkauft werden. Herstellung und Vertrieb von Billigbieren sind der Untergang für handwerkliche Kleinbrauereien.

Was bringt die Zukunft? In Deutschland erwarten wir eine weitere Zunahme des Konzentrationsprozesses, insbesondere unter den Grossen. Aus diesem Grunde wird die Herstellung von Spezialitäten für Kleinbrauereien von zunehmender Wichtigkeit. Dazu gehört natürlich auch ein professionelles Marketing und ein Markenartikel-Denken.

Gefährlich für Kleinbrauereien ist der Trend, dass die Verpackung wichtiger wird als der Inhalt. Zum guten Glück konnte dieser Trend mit der Einführung des Dosenpfandes - vorübergehend? - gestoppt werden. Auch im Trend liegt das "Anlass-Trinken". Es finden Veranstaltungen statt bei denen gewisse Produkte, die gerade in sind, konsumiert werden.

Doch "bangemachen gilt nicht". So wie die südlichen Länder tausende Winzer haben, so bleiben wir in Deutschland ein wahres Bierland. Mit dem nötigen Selbstvertrauen und einer aktiven Information der Konsumenten ergeben sich im Konzentrationsprozess auch neue Chancen. Je grösser die sinnbildlichen Bälle sind, die gegeneinander drücken, je grösser ist auch der Freiraum zwischen diesen Bällen. Mit diesem Beispiel schliesse ich mein Referat.

Beilage zum Referat von M. Hajenski

Brau-Konzerne in Deutschland

Oetker-Gruppe

Radeberg, Binding, Henninger
DAB, Brinkhoff
Berliner Kindl, Schultheiss
Krostitzer, Reudnitz
Stuttgarter Hofbräu
Tucher, Allgäuer Brauhaus, Sailer Bräu
Brauerei Schlösser
Jever, Kölner Verbund
Rostocker Brauerei

Interbrew Belgien

Gilde, Hasseröder
Becks
Diebels
Spaten-Franziskaner, Löwenbräu
Dinkelacker
Mauritius Zwickau

Heineken, Holland

Paulaner, Hacker Pschorr
Sternquell Plauen
Karlsberg, Königsbacher
Herrnbräu

Bitburger

Bitburger
König
Wernesgrüner
Licher
Köstritzer

Carlsberg, Dänemark

Holsten
Brauerei Lübz
Feldschlösschen Dresden
Landskron Görlitz
Hannen, Gatzweiler

Erfolgreiche Nischenstrategie einer Kleinbrauerei

Alois Gmür, Inhaber Brauerei Rosengarten, Einsiedeln

1. Geschichte der Brauerei Rosengarten

Seit 1872 besteht auf der Liegenschaft Rosengarten, Einsiedeln eine Brauerei. 1905 hat Franz Lindinger (Urgrossvater) den Betrieb gekauft. 1927 stirbt Franz Lindinger und seine Frau Katharina Lindinger führt den Betrieb bis 1956. 1956 wird die Familienaktiengesellschaft gegründet.

2. Der Schweizer Biermarkt

Der Pro-Kopf Konsum liegt bei 58,2 Litern (Vorjahr 56,6 l)

Die SBV (Schweizerischer Bierbrauerverein) Markenbiere sind mit einem Umsatzrückgang konfrontiert. Zugenommen haben die Eigenmarken bei den Grossverteilern.

Der Importbieranteil ist stabil bei 15 %. Die Bierexporte liegt bei nur 0,5 %.

Es findet eine Verschiebung von nationalen zu internationalen Bieren statt.

Die Sortenaufteilung der SBV Markenbiere:

71 % Lagerbier

23 % Spezialbier

6 % Spezialitäten

3. Entwicklung von Spezialitätenbieren in der Brauerei Rosengarten

Maisgold

Seit 1979

Erstes Schweizer Maisbier einer Verbandsbrauerei

Antwort auf Importbiere

Verkaufszahlen steigend

35 % Anteil am Gesamtumsatz

Das Bier mit dem besonderen Geschmack: leicht, süffig, wenig bitter.

Dinkel

Seit 1996

Erstes Schweizer Dinkelbier

Antwort auf Maisimage (Diskussion um Gentech-Mais)

Dinkel angebaut in der Region

7 % Anteil vom Gesamtumsatz

Verkaufszahlen stagnierend

Das Bier aus wertvollem Getreide: mild, weniger Alkohol, fruchtig.

Alpenbier Naturtrüb (Knospenprodukt)

Seit 1999

Biobier

Gebraut aus biologisch angebauten Hopfen und Malz

3 % Anteil vom Gesamtumsatz

Verkaufszahlen leicht steigend

Eine Bio-Bierspezialität mit wunderbarem leicht hefigem Aroma.

Spezialität des Grundsortiments

Lagerbier in Einbrandbügelverschlussflasche

Verkaufszahlen steigend

4. Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf

Übersicht über die Produktionszahlen

	Grundsortiment in hl	Spezialitäten in hl	Total in hl
1993	6'413	2'469	8'667
1998	8'202	5'170	13'372
2003	10'762	7'346	18'108

Der Personalbestand hat sich seit 1993 auf 18 Stellen verdoppelt.

Der Fahrzeugpark hat sich verdoppelt.

Es sind Investitionen von Fr. 6 Mio. geplant.

Das Absatzgebiet wurde sukzessiv erweitert:

50 % Kanton Schwyz

20 % Zürich und Umgebung

20 % Westschweiz

10 % Ostschweiz

Trends im Biermarkt

Roland Oeschger von der Brauerei Adler, Schwanden und Präsident der IG Klein- und Mittelbrauereien präsentiert die aktuellen Trendbiere. Generell lässt sich im Schweizer Biermarkt eine rasante Zunahme von Bierspezialitäten verzeichnen. Verantwortlich für diese erfreuliche Vielfalt sind die rund 80 Mikro- und Gasthausbrauereien. Einige wenige dieser Produkte können auch heute vorgestellt werden.

Sehr interessant sind die Entwicklungen bei den Biobieren. Bereits vorgestellt wurde das Dinkel-Bier der Brauerei Rosengarten. Das "Falken Schwarz" wird auf Basis von Emmer hergestellt, einem uralten Getreide aus Schweizer Bioanbau. Dieses Produkt ist eng verbunden mit dem Projekt der Wiederansiedlung der Rebhühner, das durch WWF und der Vogelwarte Sempach geleitet wird. Für die Wiederansiedlung der Rebhühner wurden Landwirtschaftsflächen mit Emmer angepflanzt. Die Brauerei Falken übernimmt den Emmer von den Bauern für die Produktion des Schwarzbieres.

Bei den dunklen Bieren ist noch das dunkle "Rauracher Zwickel" der Brauerei Ziegelhof zu erwähnen, ein mild gehopftes, unfiltriertes Bier.

Daniel Nüesch, Basel präsentierte sein Käppelijoch Bier in der 1 Liter Flasche. Beim vorgestellten Bier handelt es sich um ein naturtrübes Pils nach tschechischer Brauart.

Rugenbräu Interlaken präsentierte ihr Bier "Hopp Schwiiz" zur Europameisterschaft in Portugal; natürlich in der Hoffnung, dass dieses Bier den Schweizer Fussballern auch zum nötigen Erfolg verhilft.

Von der Brauerei Locher werden zwei Biere vorgestellt, einerseits das "Légère" ein Leichtbier mit weniger als 2,6 % alc. sowie das "Sonnwendlig", ein alkoholfreies Bier.

Im Brauhaus Sternen, der früheren Actienbrauerei Frauenfeld wird wieder gebraut. Vorgestellt werden 4 verschiedene Biere; neben dem hellen und schwarzen Bier auch das "Honey Brown Ale".

Sonnenbräu, Rebstein war mit dem "Rheintaler Maisbier" vertreten, einer grünen Relief-Flasche mit Bügelverschluss.

Zu guter Letzt präsentierte R. Oeschger eine eigene Spezialität aus dem Glarner Land, ein Glarner Zwickelbier in dominantem blauen "Tenue".