

Brauereien in Deutschland: Vom lokalen zum globalen Bier – und wieder zurück?

Im weltweiten Vergleich verzeichnet Deutschland eine besonders hohe Anzahl und Dichte an Brauereien. Eine große Vielfalt an Marken und Sorten prägt den heimischen Markt. Die zehn größten Braukonzerne haben zusammen einen Marktanteil von zwei Dritteln am Gesamtumsatz aller Brauereien. Gleichzeitig nahm im Zuge des Craft-Beer-Trends die Zahl kleiner eigenständiger Braustätten zu, die handwerklich produziertes Bier besonders in den Großstädten anbieten. Deutschlandweit sind inzwischen mehr als die Hälfte der rund 1.500 Brauereien sogenannte Mikrobrauereien.

Von Ulrich Ermann

Die Brauwirtschaft ist ein Wirtschaftszweig, der die wachsenden Spannungsverhältnisse zwischen groß und klein sowie global und lokal besonders gut zeigt. In Verbindung mit neuen Trends der Lokalisierung und Globalisierung von Bier ist dies wohl auch ein Grund dafür, dass sich international die „Beer Geographies“ in den letzten Jahren zu einem sehr beliebten Forschungsthema entwickelt haben (siehe Patterson u.a. 2014).

So lassen sich auf dem deutschen Biermarkt einige auf globaler Ebene beobachtbaren Entwicklungen exemplarisch nachzeichnen: die zunehmende Konzentration auf wenige transnationale Großkonzerne einerseits und der Trend zum handwerklich geprägten Braugewerbe in Form von lokal verankerten Kleinstbrauereien andererseits. Allerdings nimmt der heimische Biermarkt auch eine Sonderstellung ein. Denn in kaum einem anderen Land finden sich so kleinräumig differenzierte und diversifizierte Brauereilandschaften und eine derartige Vielfalt an Biermarken. Hinzu kommt, dass der Marktanteil international führender Biermarken hierzulande äußerst gering ist und der Export- wie auch Importanteil im Verhältnis zur heimisch produzierten Biermenge sehr gering ist. Anders gesagt: Die nationale und tatsächlich eher regionale Selbstversorgung ist höher als in anderen Ländern. Dies hat sicherlich mit der von kleinen und mittleren Betrieben geprägten Struktur zu tun, vermutlich aber auch mit einer ausgeprägten Bodenständigkeit und regionalen Identität bis hin zum Lokalpatriotismus und Regionalchauvinismus, die sich im Bierkonsum widerspiegeln.

Anzahl und Verteilung der Braustätten

Seit dem 19. Jahrhundert war die Standortstruktur des Brauwesens durchweg von starken Konzentrationstendenzen geprägt. Von diesem Brauereisterben waren vor allem Klein- und Kleinstbrauereien betroffen. So gab es im Deutschen Reich im Jahr 1874 mehr als 28.000 gewerbliche Brauereien (Schäder 1999, S. 322). Für die Zahl in der Bundesrepublik Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg finden sich je nach Quelle unterschiedliche Angaben, auf jeden Fall waren es aber noch über 10.000 gewerbliche Braustätten (1952 u.a.). Deren Zahl sank bis 1988 auf nur noch 1.168 (**Grafik 1**); in der DDR arbeiteten zu diesem Zeitpunkt rund 280 Braustätten (DER SPIEGEL 1990, S. 149). Gründe für diesen radikalen Strukturwandel waren die zunehmende Industrialisierung des Brauwesens sowie ein harter Verdrängungswettbewerb, in dem sich große Brauereien durch die Übernahme kleinerer Betriebe eine marktbeherrschende Position sicherten. Außerdem gaben viele Familienbetriebe, die im Haupterwerb beispielsweise Gastronomie oder Landwirtschaft betrieben, ihre Braustätten auf.

Dieser Trend wurde jedoch bereits in den 1980er-Jahren durch ein verändertes Konsumverhalten gestoppt. Damals wurde das Bier von traditionellen ländlichen Kleinbrauereien immer beliebter (vgl. Ermann 2005, S. 255f.). Der Wettbewerbsdruck lastete nun zunehmend auf den mittelgroßen bzw. mittelständischen Betrieben. Überleben konnten vor allem die Brauereien, die ihrerseits durch

Übernahmen expandierten und neue Marktnischen nutzten oder denen es gelang, ihr Bier in besonderer Weise als „regionales Bier“ von dem der „überregionalen“ Anbieter abzugrenzen.

Hinzu kam ab den 2000er-Jahren ein neuer Mikrobrauerei-Trend. Anders als zuvor ging es dabei nicht um die Neuentdeckung traditioneller Klein- und Gasthausbrauereien, sondern ausgehend von Entwicklungen in Nordamerika und Großbritannien um die Ausbreitung eines neuen Modells von Mikrobrauereien: Charakteristisch für diese Microbreweries ist eine enge Kundenbindung durch Ausschank in der eigenen Gaststätte oder Flaschenverkauf als lokale Craft-Beer-Spezialität. Typisch für Craft Beer ist neben der relativ geringen Produktionsmenge und entsprechend kleineren Brauanlagen der Verzicht auf das Reinheitsgebot (ausschließliche Verwendung von Hopfen, Malz, Hefe und Wasser). Geschmacklich orientieren sich die Brauer an Biersorten aus dem angloamerikanischen Raum. Charakteristisch sind intensive Aromen, unkonventionelle Geschmacksrichtungen, insbes. obergärige Ales und India Pale Ales (IPA) mit einem relativ hohen Alkoholgehalt zwischen sechs und neun Volumenprozent.

Mehr als die Hälfte der rund 1.500 Braustätten Deutschlands waren 2017 nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sehr kleine Brauereien mit einem Jahresausstoß von bis zu 1.000 Hektolitern (StBA 2019, **Grafik 2**); ihr Anteil an der Gesamtbierproduktion betrug aber lediglich 0,3 Prozent. 60 Prozent der Gesamtjahreserzeugung verbuchten dagegen die 26 größten Brauereien mit einer Gesamtjahreserzeugung von mehr als einer Mio. Hektolitern. Während durch den Mikrobrauerei-Trend die Zahl der Kleinstbrauereien in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat, stagniert die Zahl der Brauereien aller anderen Größenklassen bzw. ist leicht rückläufig. Insofern ist das Brauereierben nur scheinbar gestoppt.

Wie auf der **Karte 1** zu sehen ist, verteilen sich die aktuell 1.537 Brauereien (Zoll 2018) keineswegs gleichmäßig über das Bundesgebiet. Stattdessen ist ein deutliches Nord-Süd-Gefälle festzustellen. In Bayern (657 Braustätten) und Baden-Württemberg (214 Braustätten) befanden sich 2017 weit mehr als die Hälfte aller Brauereien. Innerhalb Bayerns sticht das westliche Oberfranken rund um Bamberg hervor. In dieser Region findet sich weltweit mit Abstand die höchste Brauereidichte. Die ungleiche Verteilung resultiert unter anderem aus historischen Besonderheiten, insbesondere bei der Erteilung von Braurechten, für die einst die Bischöfe zuständig waren (Ermann 1998).

Im europäischen Vergleich ist festzuhalten: Mehr als die Hälfte der Braustätten in der EU befindet sich in Deutschland, gefolgt vom Vereinigten Königreich (667 Braustätten), Österreich (168) Belgien (115) und Dänemark (105). Daraus resultiert für Deutschland auch der niedrigste Bierausstoß pro Braustätte: durchschnittlich 76.000 Hektoliter pro Jahr (Maack/Haves/Schmid/Stracke 2011, S. 53f).

Karte 2 zeigt, dass im Zeitraum 2004 bis 2017 zahlreiche neue Brauereien entstanden sind. Dabei handelt es sich vorwiegend um Kleinst- bzw. Mikrobrauereien in Großstädten wie Hamburg, Berlin, Nürnberg, Frankfurt a.M. und Leipzig. Allerdings zeigt die Karte auch, dass es im gleichen Zeitraum in fast allen Regionen eine überraschend hohe Zahl an Betriebsaufgaben gab. Die Gesamtzunahme der Anzahl an Brauereien beruht somit auf den vielen Neugründungen, die die ebenfalls nicht geringe Zahl der Stilllegungen übertraf. Von Betriebsaufgaben waren Brauereien aller Größenklassen betroffen.

Eigentumsstruktur

Zeitgleich zur Ausbreitung der neuen Mikrobrauereien seit den 2000er-Jahren fand weltweit und auch in Deutschland ein massiver Konzentrationsprozess in der Zugehörigkeit von Brauereien zu

zunehmend größeren Unternehmensgruppen und durch deren Fusionen zu transnationalen Konzernen statt. Wie die **Karte 3** zeigt, besteht der gesamte Markt von Großbrauereien in Deutschland aus einem Geflecht weniger Firmen, die sich jeweils aus einer Vielzahl von ehemals eigenständigen Brauereiunternehmen, Braustätten und Biermarken zusammensetzen. Die zehn größten Konzerne der Branche hatten 2016 einen Marktanteil von zwei Drittel am Gesamtabsatz aller Brauereien, der in Deutschland einschließlich Export rund 100 Mio. Hektoliter im Jahr betrug (LZ 2017). Oft stehen hinter einem Brauereikonzern noch andere Eigentümer: So gehört die Paulaner-Gruppe in München zu 70 Prozent zur Münchner Schörghuber-Unternehmensgruppe und zu 30 Prozent dem niederländischen Heineken-Konzern in Amsterdam.

Der größte deutsche Brauereikonzern, die Radeberger-Gruppe, lag 2017 im weltweiten Ranking mit einem Bierausstoß von 11,5 Mio. Hektolitern und einem Anteil von 0,6 Prozent der weltweiten Bierproduktion auf Platz 20. Damit rangierte die Radeberger-Gruppe weit hinter der erstplatzierten Brauereigruppe Anheuser-Busch InBev aus Belgien mit 612,5 Mio. Hektolitern und einem Anteil von rund einem Drittel der Weltbierproduktion. Es folgen Heineken mit 11,2 Prozent, die China Resources Snow Breweries mit 6,5 Prozent und der dänische Brauereikonzern Carlsberg mit 5,8 Prozent Weltmarktanteil (Barth-Haas Group 2018, S. 7).

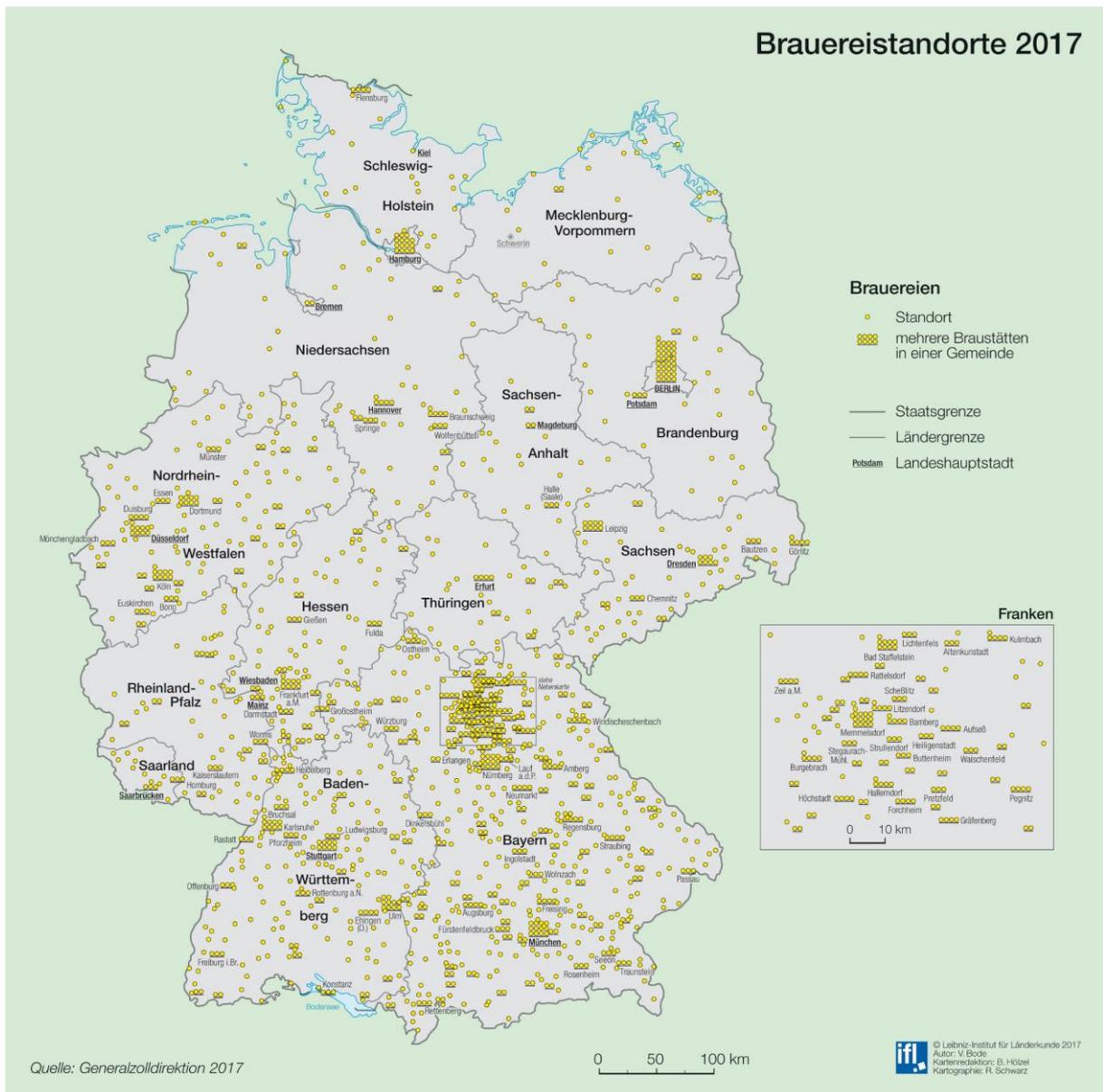
Resümee

Die aktuelle Entwicklung des Braugewerbes und des Biermarktes lässt sich in Deutschland und weltweit durch zwei Tendenzen charakterisieren. Zum einen die zunehmende Bedeutung von „lokalem“ Bier: Während lokale und regionale Beziehungen für Biermarken schon lange von großer Bedeutung waren, hat sich erst in jüngerer Zeit der Craft-Beer-Trend in Klein- und Kleinstbrauereien bzw. Microbreweries konsequent durchgesetzt. Seitdem gibt es vor allem in größeren Städten eine Vielzahl neuer Brauereien, deren Bier als Produkt handwerklicher Braukunst und mit unmittelbarem Bezug zwischen Braustätte und Konsumort vermarktet wird. Zum anderen ist der weltweite Biermarkt quantitativ von starken Globalisierungstendenzen geprägt: Wenige transnationale Unternehmen kontrollieren den weltweiten Absatz.

Der aktuelle Mikrobrauerei-Boom ist also keine Entwicklung vom Globalen zurück zum Lokalen, sondern der Lokalisierungstrend verläuft parallel zur fortschreitenden Globalisierung und Konzentration des Biermarktes. So verbergen sich hinter vielen lokalen und regionalen Biermarken keine eigenständigen Brauereien mehr. Oft handelt es sich um Unternehmenstöchter größerer Brauereikonzerne (**Karte 3**) oder Betriebe globaler Unternehmensgruppen. Zudem kreieren Großbrauereien zunehmend lokale und regionale Biersorten und -marken. Eigenständige Kleinstbrauereien beeinflussen zwar in hohem Maß die Zahl und die Standortstruktur von Braustätten, nicht aber die Aufteilung des Biermarktes als Massenkonsumware.

Zusammenfassend kann man feststellen, dass scheinbar widersprüchliche Prozesse der Lokalisierung, Regionalisierung und Globalisierung von Braustätten und Biermarken nebeneinander ablaufen und zum Teil erstaunlich wenig miteinander in Verbindung stehen.

Karte 1



Karte 2

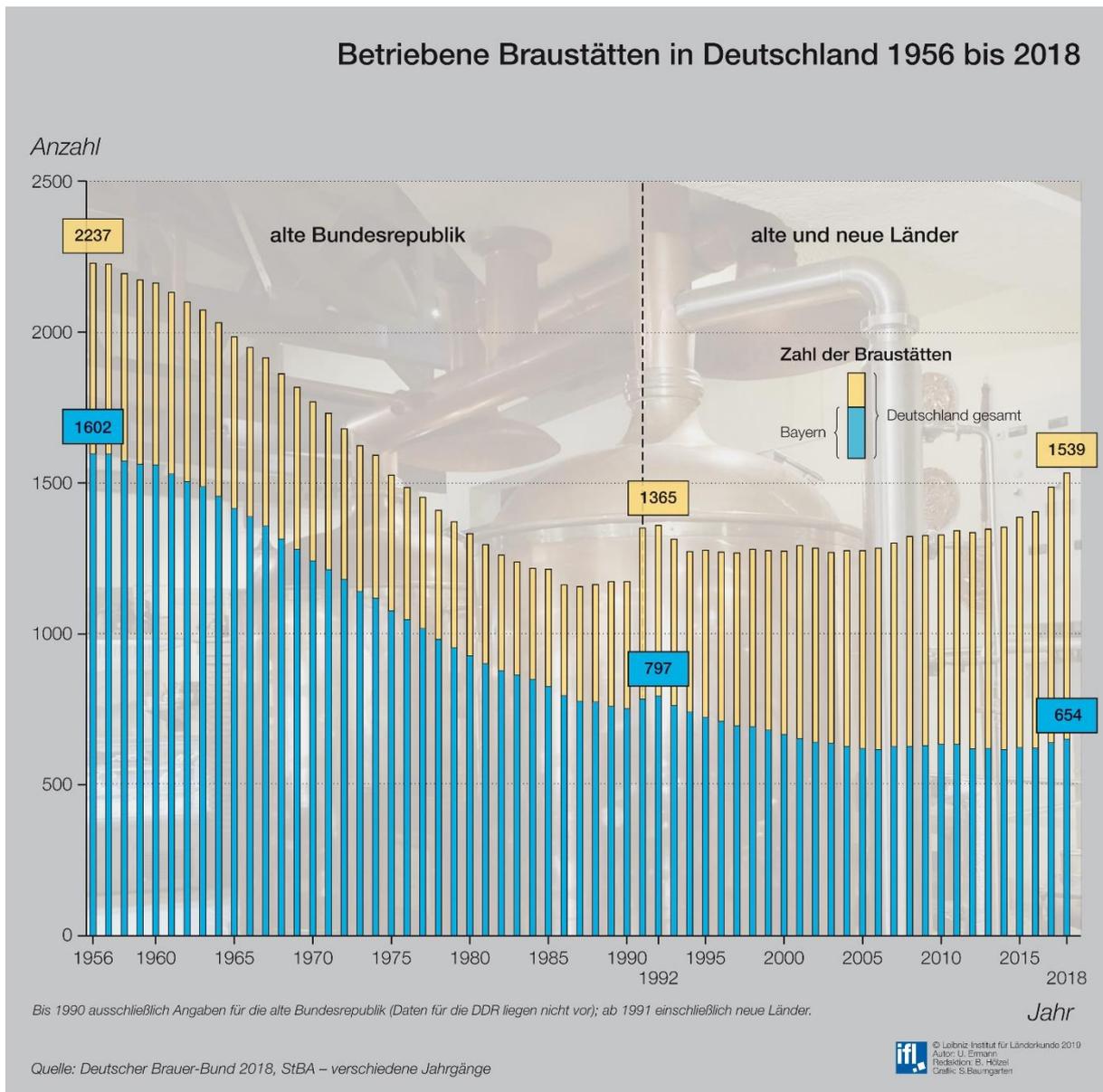
Wandel der Brauereilandschaft 2004/2017



Karte 3



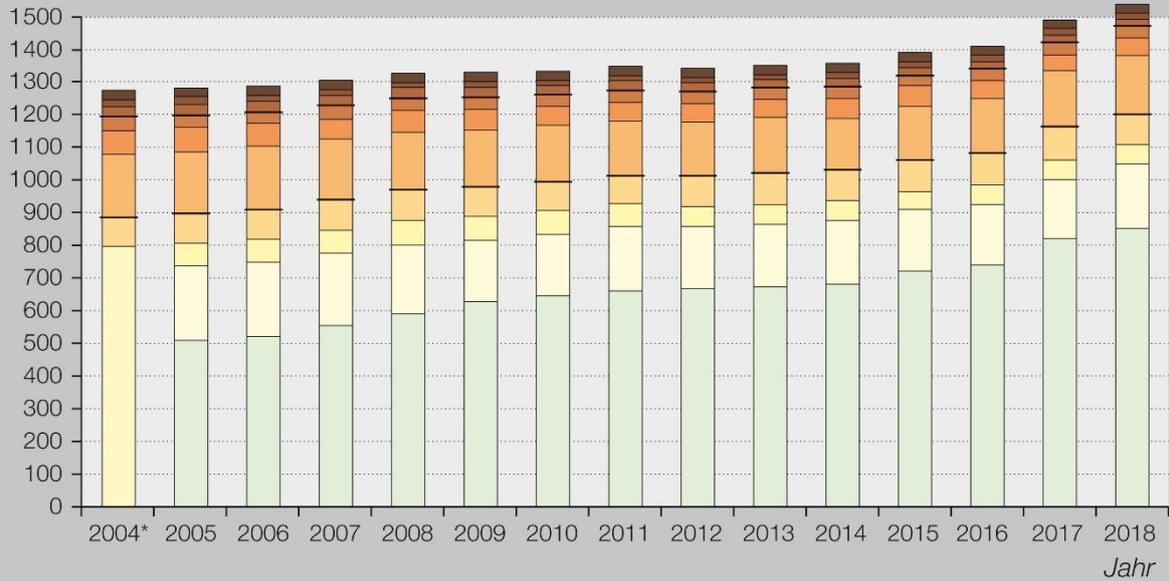
Grafik 1



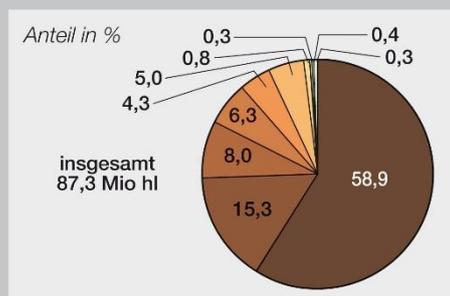
Grafik 2

Brauereien in Deutschland 2004–2018 nach Gesamtjahreserzeugung

Zahl der betriebenen Braustätten



Gesamterzeugung von Bier 2018 nach Größenklassen der Brauereien



Größe der Brauerei
nach Gesamtjahreserzeugung
in hl

- über 1000000
 - bis 1000000
 - bis 500000
 - bis 200000
 - bis 100000
 - bis 50000
 - bis 10000
 - bis 5000
 - bis 3000
 - bis 1000
- Großbrauereien
- Mikrobrauereien

Quellen: StBA – verschiedene Jahrgänge

* Mikrobrauereien bis 5000 hl
Gesamterzeugung sind 2004
nicht näher differenziert.

ifl © Leibniz-Institut für Länderkunde 2019
Autor: M. Eicke
Redaktion: B. Hölzel
Grafik: T. Balcke

Quellen

Barth-Haas Group (2018): Der Barth-Bericht: Hopfen 2017/2018. Nürnberg.

URL: <https://www.barthhaasgroup.com/de/51-mediathek/downloads/barth-bericht/357-der-barth-bericht-2010-2015>

Abrufdatum: 07.01.2019.

Borchert, Axel (2004): Brauwirtschaft – Vielfalt von Marken und Sorten. In: Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland/ 8. - Unternehmen und Märkte / Leibniz-Institut für Länderkunde (Hrsg.). Mitherausgegeben von Hans-Dieter Haas, Martin Heß, Werner Klohn und Hans-Wilhelm Windhorst. - 1. Aufl. München: Elsevier, 2004, S. 72-73.

URL: <http://archiv.nationalatlas.de/?p=4668>

Ermann, Ulrich (1998): Regionale Wirtschaftsverflechtungen fränkischer Brauereien. Perspektiven für eine eigenständige und nachhaltige Regionalentwicklung. (Erlanger Geographische Arbeiten, Sonderband, 25) Erlangen: Palm & Enke.

Ermann, Ulrich (2005): Regionalprodukte: Vernetzungen und Grenzziehungen bei der Regionalisierung von Nahrungsmitteln. (Sozialgeographische Bibliothek, 3) Stuttgart: Steiner.

LZ (Lebensmittel Zeitung) (Hrsg.): 2017: Brauereien unter Anpassungsdruck. In: Lebensmittel Zeitung 14 vom 07.04.2017, S. 14.

Maack, Klaus; Haves, Jakob; Schmid, Katrin u. Stefan Stracke (2011): Entwicklung und Zukunft der Brauwirtschaft in Deutschland. (Hans-Böckler-Stiftung: Edition, 260 Wirtschaft und Finanzen) Düsseldorf: Hans-Böckler-Stiftung.

URL: https://www.boeckler.de/pdf/p_edition_hbs_260.pdf

Abrufdatum: 07.01.2019.

Patterson, Mark. W.u. Nancy Hoalst-Pullen (Hrsg.). 2014. The Geography of Beer. Regions, Environment, and Societies. Heidelberg: Springer.

Schäder, Christian (1999): Münchner Brauindustrie 1871-1945. Die wirtschaftsgeschichtliche Entwicklung eines Industriezweiges. [Zugl.: Regensburg, Univ., Diss., 1998]. Marburg: Tectum.

StBA (Statistisches Bundesamt) (Hrsg.) (2018): Finanzen und Steuern. Brauwirtschaft 2016. [erscheint jährlich]. Wiesbaden.

URL:

https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/FinanzenSteuern/Steuern/Verbrauchssteuer/Brauwirtschaft2140922177004.pdf?__blob=publicationFile

Abrufdatum: 28.06.2018.

StBA (Statistisches Bundesamt) (Hrsg.) (2017a): Finanzen und Steuern. Absatz von Bier. Wiesbaden.

URL:

https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/FinanzenSteuern/Steuern/Verbrauchssteuer/AbsatzBier2140921171104.pdf?__blob=publicationFile

Abrufdatum: 28.06.2018.

StBA (Statistisches Bundesamt) (Hrsg.) (2017b): Finanzen und Steuern. Brauwirtschaft 2016. [erscheint jährlich]. Wiesbaden.

URL:

https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/FinanzenSteuern/Steuern/Verbrauchsteuer/Brauwirtschaft2140922167004.pdf?__blob=publicationFile.

Abrufdatum: 28.06.2018.

StBA (Statistisches Bundesamt) (Hrsg.) (2017c): Finanzen und Steuern. Arbeitsunterlage zu den Verbrauchsteuerstatistiken. Zeitreihe für die Berichtsjahre 2007 bis 2016. Wiesbaden.

URL:

https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/FinanzenSteuern/Steuern/Verbrauchsteuer/Verbrauchsteuerstatistik5791001167004.pdf?__blob=publicationFile.

Abrufdatum: 28.06.2018.

StBA (Statistisches Bundesamt) (Hrsg.) (2013): Finanzen und Steuern. Arbeitsunterlage zu den Verbrauchsteuerstatistiken. Zeitreihe für die Berichtsjahre 2000 bis 2013. Wiesbaden.

URL:

https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/FinanzenSteuern/Steuern/Verbrauchsteuer/Verbrauchsteuerstatistik5791001137004.pdf?__blob=publicationFile.

Abrufdatum: 28.06.2018.

Zoll (Generalzolldirektion) (Hrsg.) (2018): Brauereistandorte in Deutschland. [Im Inland zugelassene Braustätten 2004 und 2017]. Neustadt a.d.W.

Zitierweise

Ermann, Ulrich (2019): Brauereien in Deutschland: Vom lokalen zum globalen Bier – und wieder zurück? In: Nationalatlas aktuell 13 (04.2019) 3 [24.04.2019]. Leipzig: Leibniz-Institut für Länderkunde (IfL). URL: http://aktuell.nationalatlas.de/Brauereien.3_04-2019.0.html

Autor



Univ.-Prof. Dr. Ulrich Ermann

Universität Graz
Institut für Geographie und Raumforschung
Heinrichstraße 36
8010 Graz
Österreich

Tel.: +43 316 380 – 8826

E-Mail: ulrich.ermann@uni-graz.at