

Antrag

der Abg. Dr. Patrick Rapp u. a. CDU

und

Stellungnahme

**des Ministeriums für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz**

Brauereien in Baden-Württemberg

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,

1. wie viele Brauereien es in Baden-Württemberg gibt (unter Angabe der jeweiligen Unternehmensgröße, des Brauereityps, der Produktionsmenge, des jeweiligen Vertriebsgebietes, der Arbeitsplatzsituation, insbesondere Anzahl der Beschäftigten nach Berufsabschluss und offene Stellen sowie der Ausbildungssituation für Brauerei-Fachkräfte, insbesondere Bewerberanzahl und Ausbildungskapazitäten);
2. welchen Stellenwert die baden-württembergischen Brauereien, insbesondere auch die Badische Staatsbrauerei Rothaus AG, für das Land und die jeweilige Region haben;
3. wie sich das Sortiment der Brauereien in Baden-Württemberg darstellt und welche Potenziale gerade kleine unabhängige Familienbrauereien oder mittelständische Brauereien mit sich bringen;
4. wie sich der Bierabsatz in den vergangenen zehn Jahren deutschlandweit und in Baden-Württemberg entwickelt hat;
5. wie viele Brauereien in Baden-Württemberg in den vergangenen 20 Jahren schließen mussten oder verkauft wurden (unter Angabe der Gründe);
6. welche Bedeutung die Biersteuermengensstaffel für die kleineren und mittleren Brauereien, insbesondere auch in Baden-Württemberg, hat bzw. hatte und wie in diesem Zusammenhang die diesbezügliche Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts von Dezember 2018 zu sehen ist;

7. ob aus ihrer Sicht eine Rückkehr zu den früheren (vor 2004) ermäßigten Biersteuersätzen zielführend wäre und falls ja, wie sie dies unterstützen möchte;
8. welche Kooperationen es zwischen Brauereien und landwirtschaftlichen Betrieben gibt und wie diese im Einzelnen ausgestaltet sind;
9. ob ihr die Zusammenarbeit der Brauereien Ganter, Lasser, Bauhöfer und dem Brauwerk Baden mit regionalen landwirtschaftlichen Betrieben bekannt ist und wie sie dies mit Blick auf die Themen Regionalität, Vermarktungsstrukturen, Transparenz bei der Verarbeitung aus ihrer Sicht bewertet;
10. inwieweit das Beispiel Ziffer 9 aus ihrer Sicht für andere Brauereien und landwirtschaftliche Betriebe im Land Impulsgeber sein kann;
11. wie viele reine Bio-Brauereien existieren und welche Herausforderungen und Chancen sich für Bio-Brauereien ergeben (unter Angabe – sofern bekannt – des jeweiligen Bundeslands, Unternehmensgröße, Produktionsmenge Sortiment und Nachfrage);
12. welche Rolle Craft Beer oder Biermischungen mit Blick auf die baden-württembergischen Brauereien und deren Zukunft spielen;
13. ob aus ihrer Sicht die Brauereien im Land für die Zukunft gut aufgestellt sind oder ob es gegebenenfalls noch Ausbaupotenzial gibt und wenn ja, an welcher Stelle.

02.03.2020

Dr. Rapp, Burger, Epple, von Eyb, Hagel, Hockenberger CDU

Begründung

Baden-Württemberg verfügt über eine Vielzahl von Brauereien und mit der Badischen Staatsbrauerei Rothaus AG ist Baden-Württemberg selbst im Besitz einer Traditionsbrauerei. Bei vielen dieser Brauereien handelt es sich um kleine, in der Region stark verankerte Betriebe. Mit dem Antrag sollen zum einen die baden-württembergischen Brauereien und deren Bedeutung für das Land näher beleuchtet werden. Zum anderen soll aber auch ein Blick auf die Potenziale und Herausforderungen geworfen werden.

Stellungnahme

Mit Schreiben vom 26. März 2020 Nr. Z(22)-0151.5/527F nimmt das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz im Einvernehmen mit dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau und dem Ministerium für Finanzen zu dem Antrag wie folgt Stellung:

*Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,*

1. wie viele Brauereien es in Baden-Württemberg gibt (unter Angabe der jeweiligen Unternehmensgröße, des Brauereityps, der Produktionsmenge, des jeweiligen Vertriebsgebietes, der Arbeitsplatzsituation, insbesondere Anzahl der Beschäftigten nach Berufsabschluss und offene Stellen sowie der Ausbildungssituation für Brauerei-Fachkräfte, insbesondere Bewerberanzahl und Ausbildungskapazitäten);

Zu 1.:

Die Gesamtanzahl der Brauereien in Baden-Württemberg betrug im Jahr 2019 210 Brauereien. Der Jahresgesamtausstoß belief sich auf 6.246.894 hl.

Die Brauereilandschaft in Baden-Württemberg ist vornehmlich mittelständisch geprägt. Viele Brauereien befinden sich im Familienbesitz. Etwa 75 % der baden-württembergischen Brauereien haben einen Jahresausstoß von 50.000 hl bis 500.000 hl, ungefähr 15 % haben einen Jahresausstoß von 15.000 hl bis 50.000 hl, ca. 2,5 % haben einen Jahresausstoß der über 500.000 hl liegt und die restlichen 7,5 % verteilen sich auf Brauereien, die weniger als 15.000 hl Bier pro Jahr herstellen. Hierunter fallen in der Regel auch die Craft-Brauereien.

Die Größe des jeweiligen Vertriebsgebiets richtet sich in der Regel wesentlich nach der Größe der Brauerei. So hat eine größere Brauerei ein entsprechend größeres überregionales, teils länderübergreifendes Vertriebsgebiet als eine kleine mittelständische Brauerei. Vereinzelt werden Biere auch von kleinen Brauereien länderübergreifend vertrieben, dies geschieht vornehmlich über Online-Portale.

Detailliert Angabe zur Beschäftigungssituation und -struktur im Braugewerbe sind leider nicht verfügbar. Die Beschäftigten sind beispielhaft an drei Brauereien unterschiedlicher Größe aufgeführt:

Brauerei 1:

Jahresgesamtausstoß ca. 700.000 hl; 181 Beschäftigte, davon 67 gewerbliche Arbeitnehmer/-innen, 106 Angestellte und 9 Auszubildende.

Brauerei 2:

Jahresgesamtausstoß ca. 51.000 hl; 41 Beschäftigte, davon 20 gewerbliche Arbeitnehmer/-innen, 18 Angestellte und 3 Auszubildende.

Brauerei 3:

Jahresgesamtausstoß ca. 7.000 hl; 9 Beschäftigte, davon 6 gewerbliche Arbeitnehmer/-innen, 3 Angestellte und keine Auszubildenden.

Aktuell herrscht ein Fachkräftemangel, sodass in der Regel alle Auszubildenden einen Arbeitsplatz erhalten.

2. welchen Stellenwert die baden-württembergischen Brauereien, insbesondere auch die Badische Staatsbrauerei Rothaus AG, für das Land und die jeweilige Region haben;

Zu 2.:

Viele baden-württembergische Brauereien bestehen seit Jahrzehnten oder gar Jahrhunderten und sind daher regional verwurzelt. So ist auch die Badische Staatsbrauerei Rothaus AG (Rothaus) nun seit fast 230 Jahren fest mit dem Schwarzwald verbunden. Als wesentliche Arbeitgeber in oft industrieschwachen ländlichen Gebieten bieten die Brauereien in einer Zeit des Wandels beständige Arbeitsplätze und sind seit jeher wichtige Unterstützer für Vereine und kulturelle Angebote. Doch nicht nur als direkte Arbeitgeber oder Unterstützer fördern sie ihre jeweilige Region, vielmehr verwenden die baden-württembergischen Brauereien oft heimisches Braugetreide und tragen somit auch zum Erhalt landwirtschaftlicher Strukturen bei. Dies wird insbesondere auch am Beispiel von Rothaus deutlich, deren Braugetreide vornehmlich regional angebaut und von Mälzereien in Baden-Württemberg und den angrenzenden Regionen vermälzt wird. Zudem ist die Brauerei mit dem Angebot von Besichtigungen, einem „Schmeck den Süden“-Brauereigasthof (2 Löwen) mit Tagungsräumen und Gästezimmern sowie Fanshop ein besonderes Ausflugsziel und touristischer Anziehungspunkt. Somit eröffnet dies die Nutzung weiterer regionaler Wertschöpfungsketten mit der Land- und Ernährungswirtschaft über diese kulinarischen und touristischen Angebote.

3. wie sich das Sortiment der Brauereien in Baden-Württemberg darstellt und welche Potenziale gerade kleine unabhängige Familienbrauereien oder mittelständische Brauereien mit sich bringen;

Zu 3.:

Die aktuelle Situation und die weiteren Entwicklungen am deutschen Biermarkt sind eine große Herausforderung. Insbesondere aufgrund der demografischen Entwicklung sinkt der Bierabsatz insgesamt, mit Ausnahme der alkoholfreien Biere. Neue Sorten und regionale Spezialitäten sowie weniger bittere Hellbiere gewinnen bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern an Beliebtheit.

Die Branche reagiert laut Deutschem Brauerbund mit einer Angebotsverbreiterung und -individualisierung auf diese Entwicklungen und die Zahl der Biermarken in Deutschland nimmt zu. Laut Brauerbund gibt es derzeit mehr als 6.500 verschiedene deutsche Biersorten inklusive der rund 500 alkoholfreien Sorten.

Transparente und nachvollziehbarer Regionalität ist ein Erfolgsfaktor, um sich in diesem schwierigen Biermarkt erfolgreich zu behaupten, und gerade kleine und unabhängige Familienbrauereien können dieses Potenzial zur Alleinstellung durch eine konsequente strategische Ausrichtung nutzen. Für Transparenz und Nachvollziehbarkeit stehen den baden-württembergischen Brauereien dazu die von der EU-notifizierten Qualitätsprogramme des Landes, das Qualitätszeichen Baden-Württemberg (QZBW) und das Biozeichen Baden-Württemberg (BioZBW), zur Verfügung. Diese Programme stehen für gesicherte Qualität und nachvollziehbare Herkunft sowie für ein dreistufiges, neutrales Kontrollsystem.

Eine weitere Profilierungsmöglichkeit bietet sich durch die Weiterentwicklung der Braukunst im Sinne von „Handwerkskunst“ und die Rückbesinnung bzw. das Wiederbeleben „alter“ Brauhandwerksverfahren mit moderner Technologie. So sind gerade kleine unabhängige Familienbrauereien und mittelständische Brauereien häufig sogenannte Vollsortimenter und warten mit einem vielfältigen Angebot an Biersorten auf.

Mit entsprechenden brautechnischen Anlagen haben sie das Potenzial, schneller auf marktspezifische Trends eingehen bzw. diese auch setzen zu können und den regionalen Markt mit diesen Bierspezialitäten zu bedienen. Dies hat zunehmend auch der Handel erkannt, der zum Thema „Regionalität“ nun verstärkt in seinen Regalen immer mehr Bierspezialitäten – teilweise schon exklusiv – präsentiert. Durch das individuelle Profil der Familienbrauereien und mittelständischen Brauereien in der Region können sie die regionale Verbundenheit und ein entsprechen-

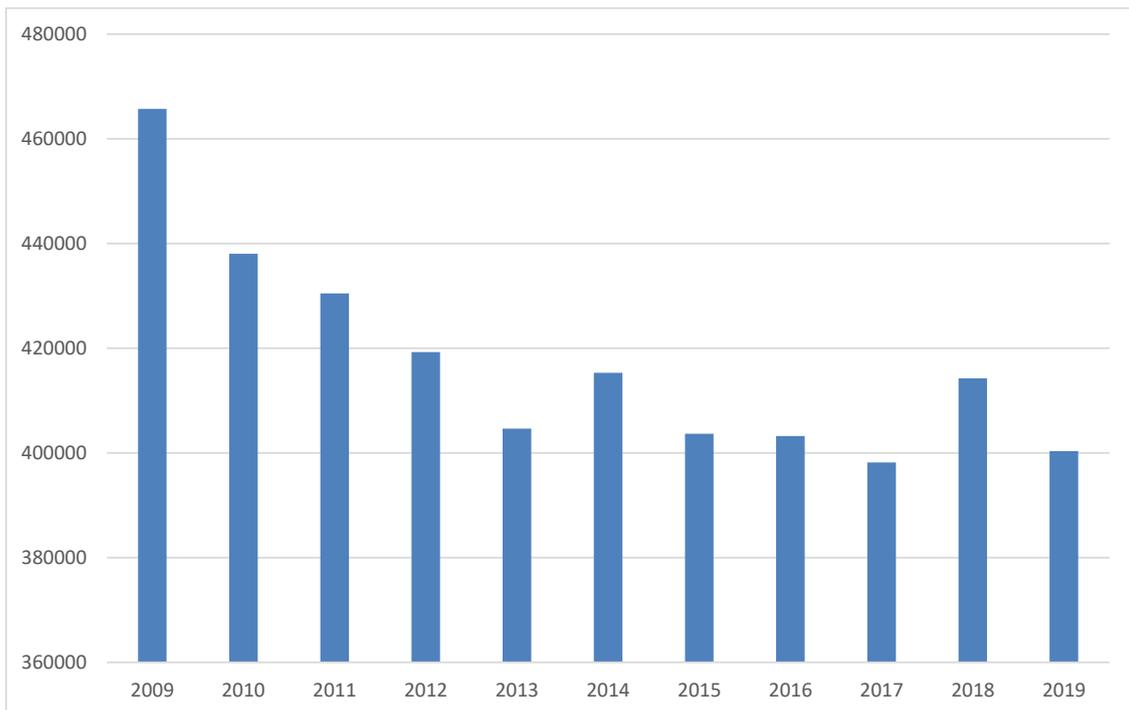
des Kommitment der Verbraucherinnen und Verbraucher „zu ihrer Brauerei aus ihrer Region“ stärker pflegen und somit profitieren.

4. wie sich der Bierabsatz in den vergangenen zehn Jahren deutschlandweit und in Baden-Württemberg entwickelt hat;

Zu 4.:

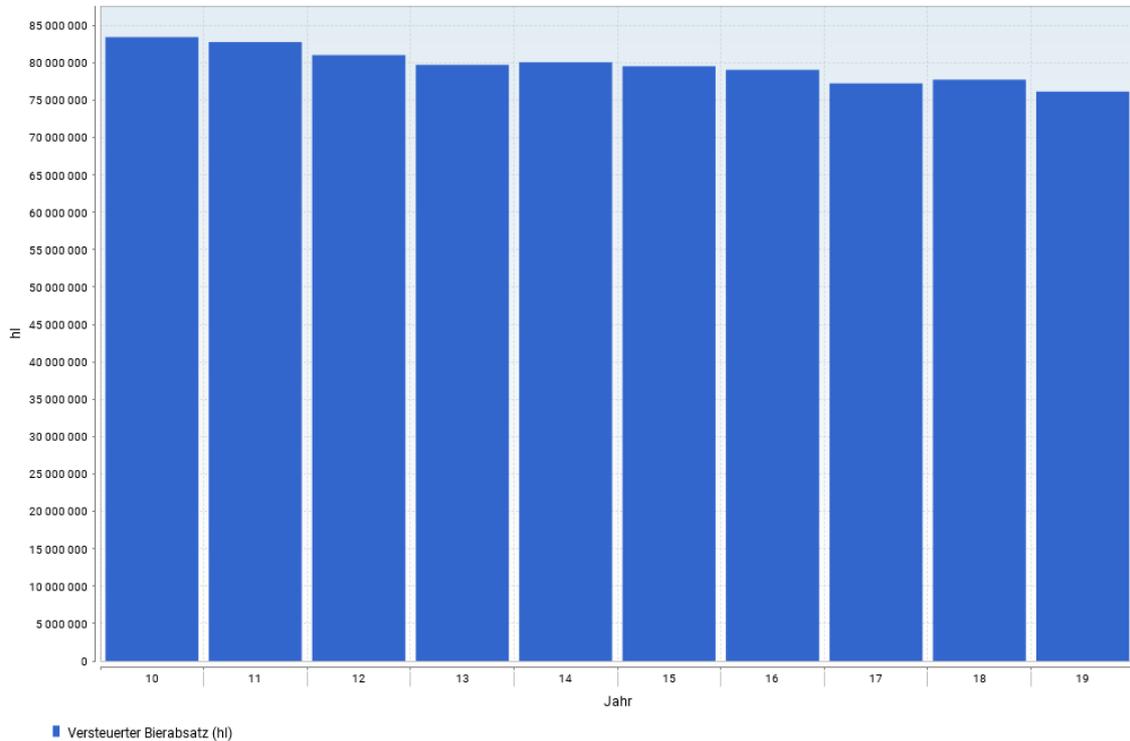
Bei den unten dargestellten Absatzmengen handelt es sich jeweils um den steuerpflichtigen Bierabsatz:

Abb. 1: Steuerpflichtiger Bierabsatz in Baden-Württemberg in hl (2009 bis 2019)



(Quelle: eigene Darstellung nach Zahlen des Statistischen Bundesamtes)

Abb. 2: Steuerpflichtiger Bierabsatz in Deutschland in hl (2010 bis 2019)



(Quelle: eigene Darstellung nach Zahlen des Statistischen Bundesamtes)

5. wie viele Brauereien in Baden-Württemberg in den vergangenen 20 Jahren schließen mussten oder verkauft wurden (unter Angabe der Gründe);

Zu 5.:

Vor 20 Jahren, also im Jahr 2000, gab es zwar in Baden-Württemberg nur 169 Brauereien, und damit vergleichsweise weniger Brauereien als heutzutage mit 210. Die Anzahl der Braustätten allein trägt aber, da, wie in Abb. 1 ersichtlich, zwar die Anzahl der Brauereien gestiegen ist aber der (hier: steuerpflichtige) Ausstoß der Brauereien zugleich in den letzten Jahren deutlich gesunken ist. So haben 189 Brauereien in Baden-Württemberg 2009 einen steuerpflichtigen Ausstoß von 465.719 hl erzielt, aber 2019 mit 210 Brauereien lediglich 400.356 hl steuerpflichtiges Bier produziert. Dies liegt daran, dass vornehmlich mittelständische Brauereien geschlossen werden mussten und im Gegenzug vermehrt i. d. R. kleine Craft-Brauereien neu hinzugekommen sind.

Angesichts eines scharfen Wettbewerbs liegen die Ursachen für die Insolvenzen nach Auffassung des Baden-Württembergischen Brauerbundes e. V., vielfach in falscher Unternehmensausrichtung, hohen Pensionskosten, fehlenden Unternehmensnachfolgern oder in einem zu lange aufgeschobenen Investitionsstau.

6. *welche Bedeutung die Biersteuermengensstaffel für die kleineren und mittleren Brauereien, insbesondere auch in Baden-Württemberg, hat bzw. hatte und wie in diesem Zusammenhang die diesbezügliche Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts von Dezember 2018 zu sehen ist;*

7. *ob aus ihrer Sicht eine Rückkehr zu den früheren (vor 2004) ermäßigten Biersteuersätzen zielführend wäre und falls ja, wie sie dies unterstützen möchte;*

Zu 6. und 7.:

In Baden-Württemberg existieren lt. Statistischem Bundesamt 210 Braustätten. Der durchschnittliche Ausstoß beträgt rd. 23.000 hl. Die Anzahl der Brauereien mit einer jährlichen Produktionsmenge größer 200.000 hl ist gering. Es ist somit davon auszugehen, dass die überwiegende Anzahl der Braustätten im Land den kleineren und mittleren Brauereien zuzuordnen ist.

Die Steuersätze der Biersteuermengensstaffel wurden durch das Haushaltsbegleitgesetz 2004 zum 1. Januar 2004 angehoben. Mit Beschluss vom 11. Dezember 2018 hat das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) diese Änderung wegen Mängeln im Gesetzgebungsverfahren für verfassungswidrig erklärt. Allerdings sieht das BVerfG diese Mängel im Gesetzgebungsverfahren durch die Neufassung des Biersteuergesetzes mit Wirkung zum 1. April 2010 durch das Vierte Gesetz zur Änderung von Verbrauchsteuergesetzen vom 15. Juli 2009 als geheilt an. Außerdem hat das BVerfG eine Weitergeltungsanordnung der Biersteuermengensstaffel in der Fassung des Haushaltsbegleitgesetzes 2004 ausgesprochen, sodass die Biersteuermengensstaffel in der Fassung des Haushaltsbegleitgesetzes 2004 trotz der formellen Verfassungswidrigkeit bis zum 1. April 2010 Anwendung findet.

Vor diesem Hintergrund ist eine Änderung der derzeit geltenden ermäßigten Steuersätze nicht geplant. Aus Sicht der Landesregierung hat die Biersteuermengensstaffel aber nach wie vor ihre Berechtigung. Die Biersteuermengensstaffel sieht für kleine unabhängige Brauereien mit einer Jahreserzeugung von weniger als 200.000 hl eine Ermäßigung der Steuer gestaffelt nach der Jahreserzeugung vor. Diese Maßnahme dient kleineren und mittelständischen Brauereien zur Unterstützung der Wettbewerbsfähigkeit und damit auch zum Erhalt von Arbeitsplätzen. Daher hat das Ministerium für Finanzen bereits im November 2009 einen Gesetzentwurf Bayerns, der die Erhöhung der Steuersätze der Biersteuermengensstaffel durch das Haushaltsbegleitgesetz 2004 rückgängig machen sollte, im Finanzausschuss des Bundesrates unterstützt. Der Gesetzentwurf hat jedoch keine Mehrheit gefunden.

8. *welche Kooperationen es zwischen Brauereien und landwirtschaftlichen Betrieben gibt und wie diese im Einzelnen ausgestaltet sind;*

Zu 8.:

Direkte Kooperationen zwischen Brauereien und landwirtschaftlichen Betrieben sind in Deutschland nicht die Regel, da Braugerste oder Brauweizen über den Erfassungshandel an die Mälzereien gehen welche dann die Brauereien beliefern.

Unbeschadet davon sind in Baden-Württemberg erfolgreiche Kooperationen einzelner Brauereien bekannt, die eine direkte Zusammenarbeit mit den Mitgliedern der entsprechenden Wertschöpfungsketten, den Braugetreideanbauern, dem Erfassungshandel und den Mälzereien betreiben. Basis dafür sind meist mehrjährige Verträge.

Unter den Nutzern der Qualitätsprogramme des Landes, dem Qualitätszeichen Baden-Württemberg (QZBW) und dem Biozeichen Baden-Württemberg (BioZBW) gibt es beispielsweise Brauereien, die über viele Jahrzehnte erfolgreiche Kooperationen mit diesen Mitgliedern der Wertschöpfungskette aufgebaut haben und somit ihr Braugetreide von regionalen Landwirten beziehen, mit denen sie vertraglich in Beziehung stehen. Auf landwirtschaftlicher Ebene handelt es sich bei den Kooperationspartnern teilweise auch um Zusammenschlüsse von Braugetreideanbauern, die unter Umständen auch mit mehreren regionalen Brauereien vertraglich in Beziehung stehen.

9. ob ihr die Zusammenarbeit der Brauereien Ganter, Lasser, Bauhöfer und dem Brauwerk Baden mit regionalen landwirtschaftlichen Betrieben bekannt ist und wie sie dies mit Blick auf die Themen Regionalität, Vermarktungsstrukturen, Transparenz bei der Verarbeitung aus ihrer Sicht bewertet;

10. inwieweit das Beispiel Ziffer 9 aus ihrer Sicht für andere Brauereien und landwirtschaftliche Betriebe im Land Impulsgeber sein kann;

Zu 9. und 10.:

Dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz sind die gemeinsamen Aktivitäten der vier Brauereien für eine nachvollziehbare vertikale Wertschöpfungskette vom regionalen Braugetreideerzeuger, über die Erfassungsstufe und die regionale Mälzerei, über die Herstellung bestimmter regionaler Biersorten bis hin zu den Absatzmittlern bekannt. Das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz und die MBW Marketinggesellschaft für Agrar- und Forstprodukte aus Baden-Württemberg stehen im Kontakt mit dieser Kooperation, um diesen Ansatz – auch im Sinne des Ansatzes der Regionalkampagne des Landes „Menschen.Produkte.Geschichten“ – mit den verfügbaren Instrumenten des Gemeinschaftsmarketings, wie z. B. den Qualitätsprogrammen des Landes zur Sicherstellung von Transparenz und Nachvollziehbarkeit des damit verbundenen Produktversprechens, bei der Entwicklung eines entsprechenden gemeinsamen kommunikativen Grundauftritts zu unterstützen.

11. wie viele reine Bio-Brauereien existieren und welche Herausforderungen und Chancen sich für Bio-Brauereien ergeben (unter Angabe – sofern bekannt – des jeweiligen Bundeslands, Unternehmensgröße, Produktionsmenge Sortiment und Nachfrage);

Zu 11.:

Ökologisch erzeugtes Bier ist ein Nischenprodukt. Im Jahr 2012 gab es deutschlandweit 30 vollumgestellte Bio-Brauereien und weitere 60 Brauereien hatten ein oder mehrere Bio-Biersorten im Sortiment. In Baden-Württemberg sind derzeit ca. 23 Brauereien gemeldet. Es handelt sich dabei teilweise um kleine Brauanlagen, deren geringe Mengen lokal vermarktet werden.

Eine Herausforderung für Bio-Brauereien ist es, die kontinuierliche Verfügbarkeit der Rohstoffe in ausreichender Menge und in entsprechender Qualität zu sichern. Angesichts des stagnierenden, rückläufigen Absatzes bei Bier generell und den zunehmenden Verbrauchererwartungen hinsichtlich Nachhaltigkeit und Umweltschutz sowie der erhöhten Nachfrage nach regionalen Bierspezialitäten bietet sich mit der Herstellung und Vermarktung von Bio-Bier dennoch ein interessanter Profilierungsansatz mit Entwicklungsmöglichkeiten, insbesondere für regional verwurzelte Brauereien.

12. welche Rolle Craft Beer oder Biermischungen mit Blick auf die baden-württembergischen Brauereien und deren Zukunft spielen;

Zu 12.:

„Craft Beer“ steht für eine Entwicklung, die ihren Ursprung in den USA hat. D. h. Bierspezialitäten mit eigenständigem Profil (Rohstoffe, Brauprozess, Aufmachung) werden als „Gegenbewegung“ zu den Verhältnissen am Biermarkt in den USA, der von wenigen großen Braukonzernen mit sehr ähnlichen Biersorten dominiert wird, positioniert.

Deutschland, insbesondere Süddeutschland, unterscheidet sich darin. Hier gibt es kleine und mittelständische Brauereien mit teilweise signifikanten Marktanteilen, die schon immer handwerklich brauen. Unbeschadet davon wirkt sich diese Bewegung bzw. Entwicklung auch hier aus.

Die Verbraucher fragen zunehmend Bierspezialitäten und Biermischungen nach. Craft Beer ist ein wichtiger Bestandteil dieser Bierszene und bietet dem Verbraucher einen Beitrag zu einer noch größeren Biervielfalt. Unbeschadet davon ist dies ein Nischenmarkt.

Es ist davon auszugehen, dass sich an diesem Konsumverhalten mittelfristig nichts ändern wird und daher ein weiteres Wachstum in diesem Markt auch auf seine Grenzen stoßen muss.

Biermischgetränke erfreuen sich einem stetigen Wachstum. Nach Auffassung von Experten ist diese Entwicklung noch nicht abgeschlossen.

13. ob aus ihrer Sicht die Brauereien im Land für die Zukunft gut aufgestellt sind oder ob es gegebenenfalls noch Ausbaupotenzial gibt und wenn ja, an welcher Stelle.

Zu 13.:

Die Strukturen in Baden-Württemberg zeichnen sich dadurch aus, dass es zahlreiche kleine und mittelständische Brauereien mit teilweise signifikanten Marktanteilen gibt. Diese Brauereien verfolgen häufig einen Ansatz, der die gesamte Wertschöpfungskette vom Landwirt bis zum Kunden mit einbezieht und sie haben ein hohes handwerkliches Können. Aspekte, die die soziale Verantwortung für Mensch und Umwelt in ihrer Region betreffen, sind teilweise fest in ihren Konzepten verankert.

Da der Absatz an die Gastronomie insbesondere gerade auch für die in ihrer Region besonders verwurzelten Brauereien ein wichtiges Standbein darstellen, hat die weitere Entwicklung in der Gastronomie einen großen Einfluss auf diesen Sektor. Insbesondere der Rückgang der Gastronomie im ländlichen Raum stellt die betroffenen Brauereien vor große Herausforderungen.

Hauk

Minister für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz