

11. Marktforum 2016

Die Marktbedeutung der Wertschöpfungskette „Bayerisches Bier“

Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte
Dr. Peter Sutor
Josef Huber
Sabine Neuberger

München, 17.03.2016

Wertschöpfungskette „Bayerisches und Münchner Bier“

1. Bedeutung

- Entwicklung der Biererzeugung
- Braugetreide / Malz
- Hopfen
- Bier

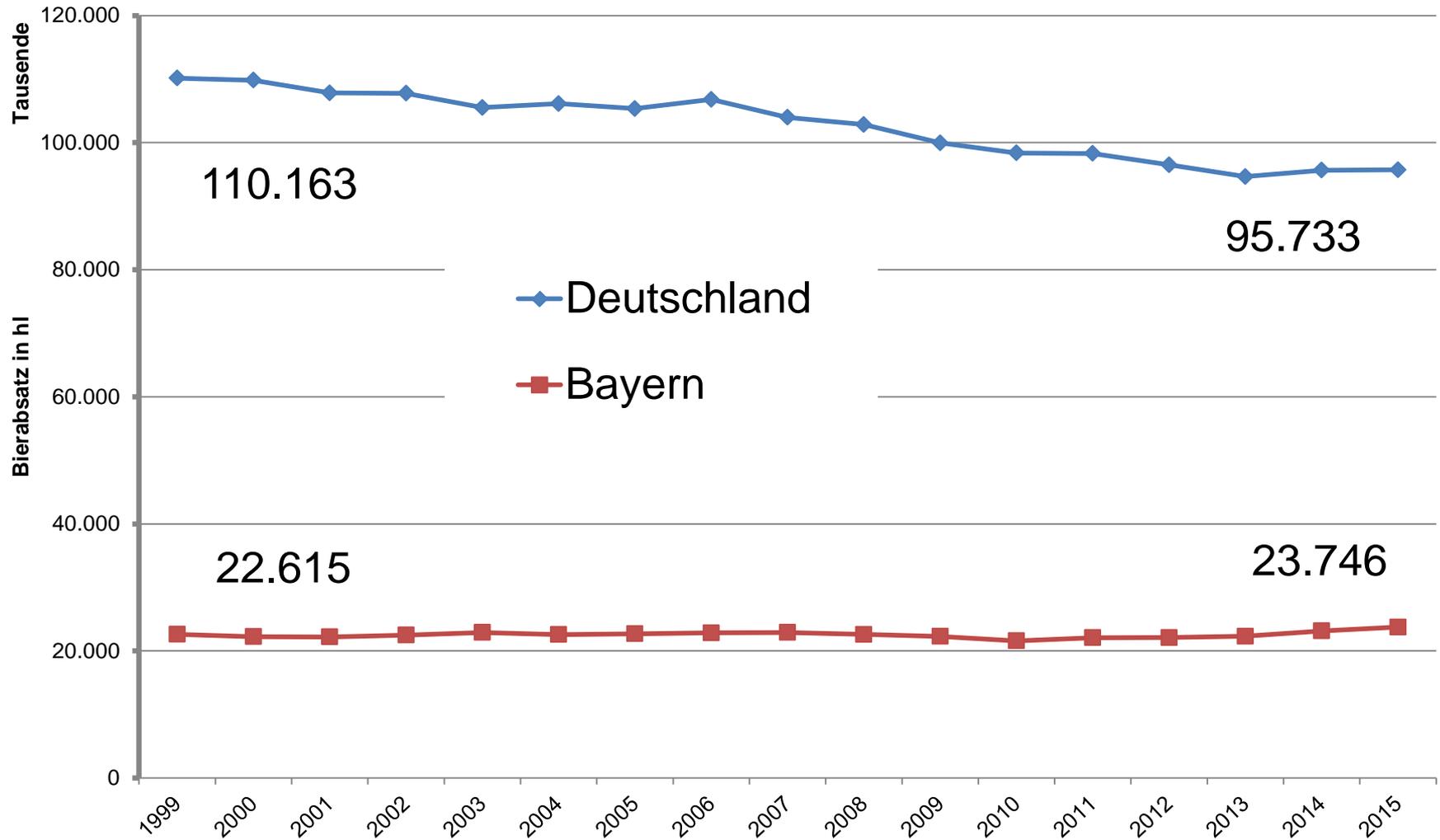
2. Absatzsituation

- Lieferung aus und nach Bayern
- Rente „Bayerisches und Münchner Bier“

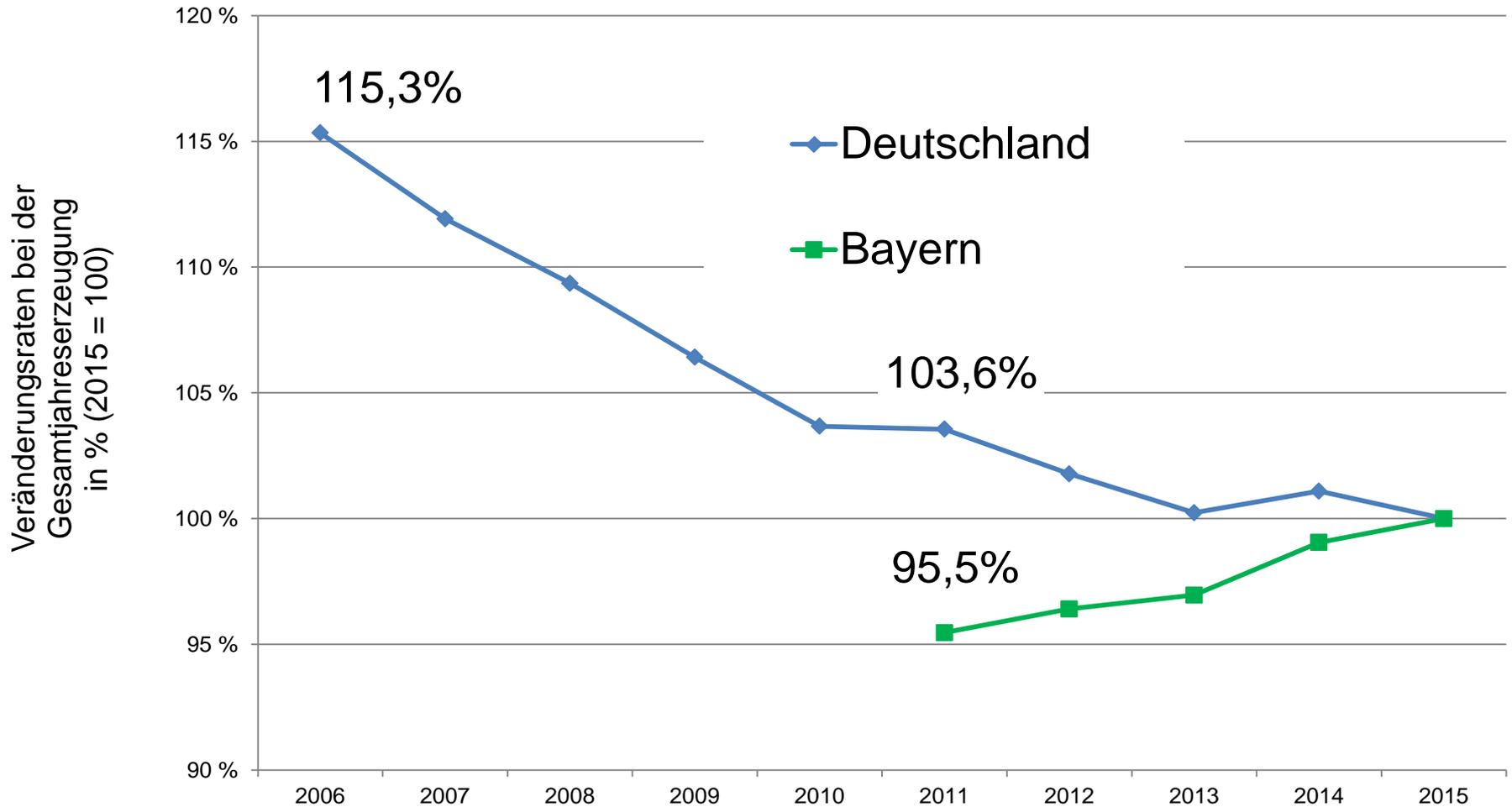
3. Absatzsicherung und -ausdehnung

- Sicherung der Standards versus/ und Offenhalten der Märkte
- Kommunikation mittels g.g.A. und g.U. bei Bier, Hopfen, (Gerste)
- Weitere Vernetzung Hopfen - Getreide - Bier (Verträge)

Bierabsatz Deutschland / Bayern



Veränderung der Biererzeugung in %



Marktkennzahlen Bier für D und BY 2015

Position	D (Mio. hl)	BY (Mio. hl)	D (Mio. €)	BY (Mio. €)
Erzeugung heimisch	88.423 93 %	22.935 98 %	7.267 94 %	2.089 99 %
Importe	6.499 7 %	354 2 %	430 6 %	20 1 %
Saldo Bestand	--	--	--	--
Verfügbare Menge	94.923 100 %	23.289 100 %	7.697 100 %	2.109 100 %
Exporte Rot = *	15.853 17 %	5.701 24 %	1.133 15 %	449 21 %
Export – Erlös je hl			71 €/ hl	79 €/ hl

* = Anteil der „zum Absatz bestimmten Exportproduktion“ bezogen auf den Gesamtumsatz

Nachfrage- bzw. Umsatzvolumen der heimischen Wertschöpfungskette Bier 2015

Position*	Getreide (Mio. €)	Malz (Mio. €)	Hopfen (Mio. €)	Bier (Mio. €)
Deutschland	329	554	53	7.267
Bayern	86	144	14	2.089

* Nettowerte

Quellen: Statistisches Bundesamt: destatis / Genesis; Fachserie 14 Reihe 9.2.2; Bayerisches Statistisches Landesamt: Bodennutzungserhebung; Statistische Berichte; Römer, P., Bier-Gerste und andere Getreide, Hopfen und Hefe; Deutscher Mälzerbund e.V.; BLE: Auszüge aus der ErnährungswirtschaftsmeldeVO; eigene Berechnungen und Schätzungen

Exportquote in % der Erzeugung

Position	Hopfen	Malz	Bier	Gerste (in Fläche Sommergerste)*
Deutschland	74 %	26 %	15 %	-14 %
Bayern	92 %	35 %	21 %	-2 %

* Einfuhrbedarf in % an Braugetreide, für im Inland gebräutes Bier gemessen an der jeweils vorhandenen Sommergerstenfläche

Quellen: Statistisches Bundesamt: destatis / Genesis; Fachserie 14 Reihe 9.2.2; Bayerisches Statistisches Landesamt: Bodennutzungserhebung; Statistische Berichte; Römer, P., Bier-Gerste und andere Getreide, Hopfen und Hefe; Deutscher Mälzerbund e.V.; BLE: Auszüge aus der ErnährungswirtschaftsmeldeVO; eigene Berechnungen und Schätzungen

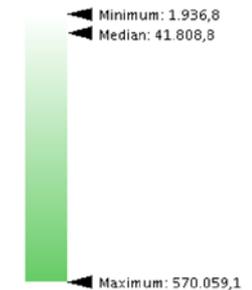
Bedeutung „Bayerisches und Münchner Bier“

1. Der Rückgang der deutschen Biererzeugung verlangsamt sich.
2. In Bayern steigt der Bierausstoß langsam wieder an.
3. Der Anstieg des Bierausstoßes ist weitgehend der positiven Exportentwicklung geschuldet.
4. Im Bereich Braugetreide ergibt sich zunehmend eine Unterversorgung bei Sommergerste.
5. Hopfen, Malz und Bier sind Exportprodukte und im globalen Kontext zu sehen.

Bierausfuhr der Bundesländer in 2015



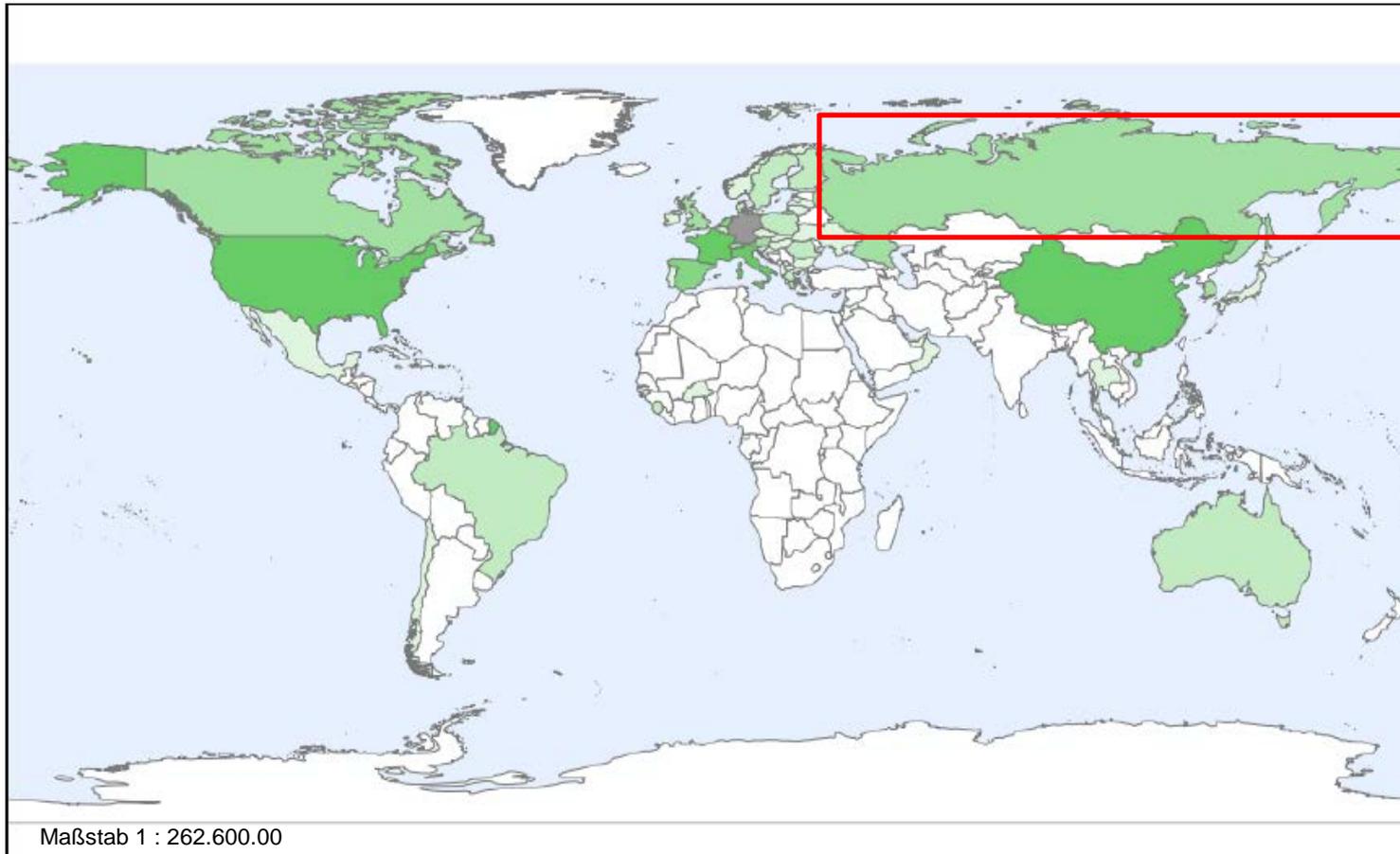
Ausfuhr in t



Maßstab 1 : 8.400.000

Quelle: Statistisches Bundesamt

Außenhandel Bier 2015

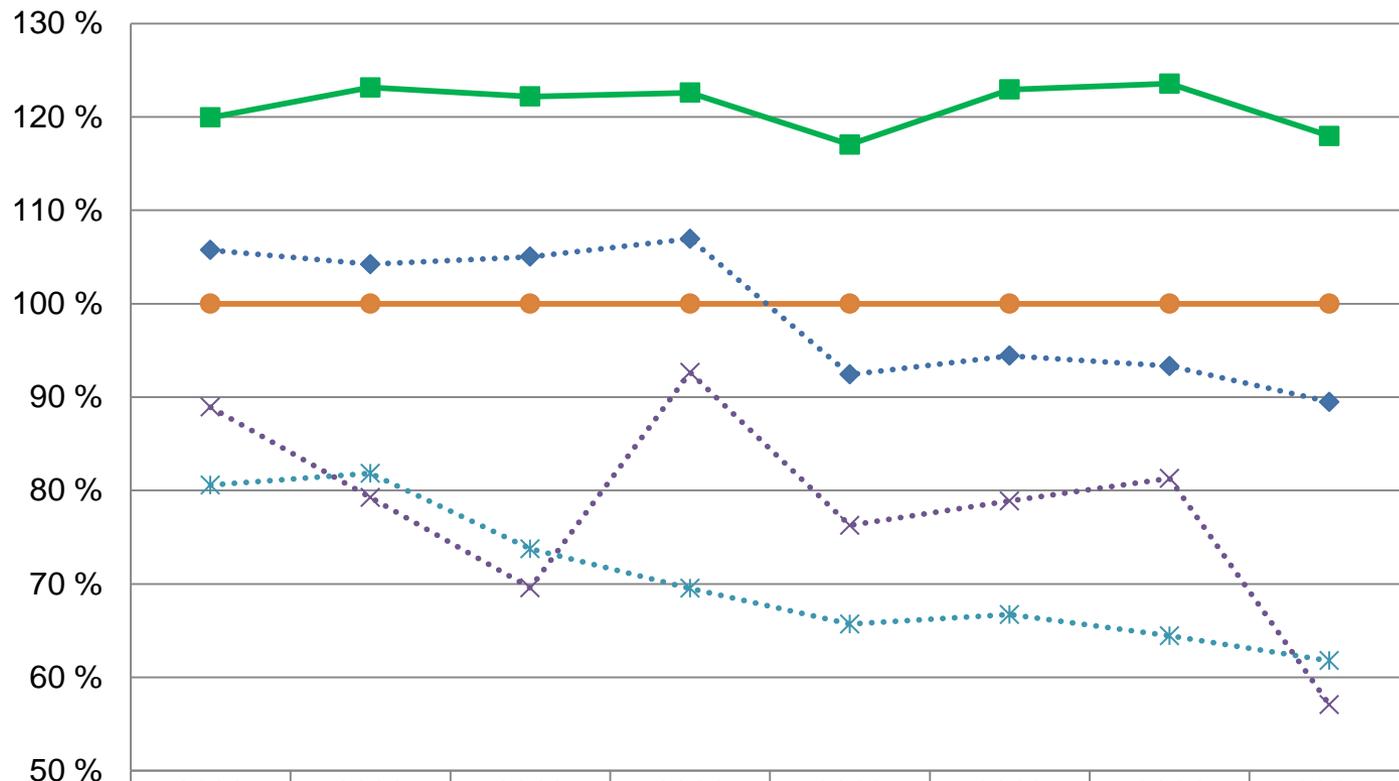


Ausfuhr in Tsd. EUR

Farbe	Wert [Tsd. EUR]	Anzahl
	0 bis unter 1.825	192
	1.825 bis unter 6.060	25
	6.060 bis unter 15.756	10
	15.756 bis unter 36.292	6
	36.292 bis unter 97.911	2
	97.911 bis 228.977	4
	Keine Daten vorhanden	1
	Nicht erfasste Gebiete	

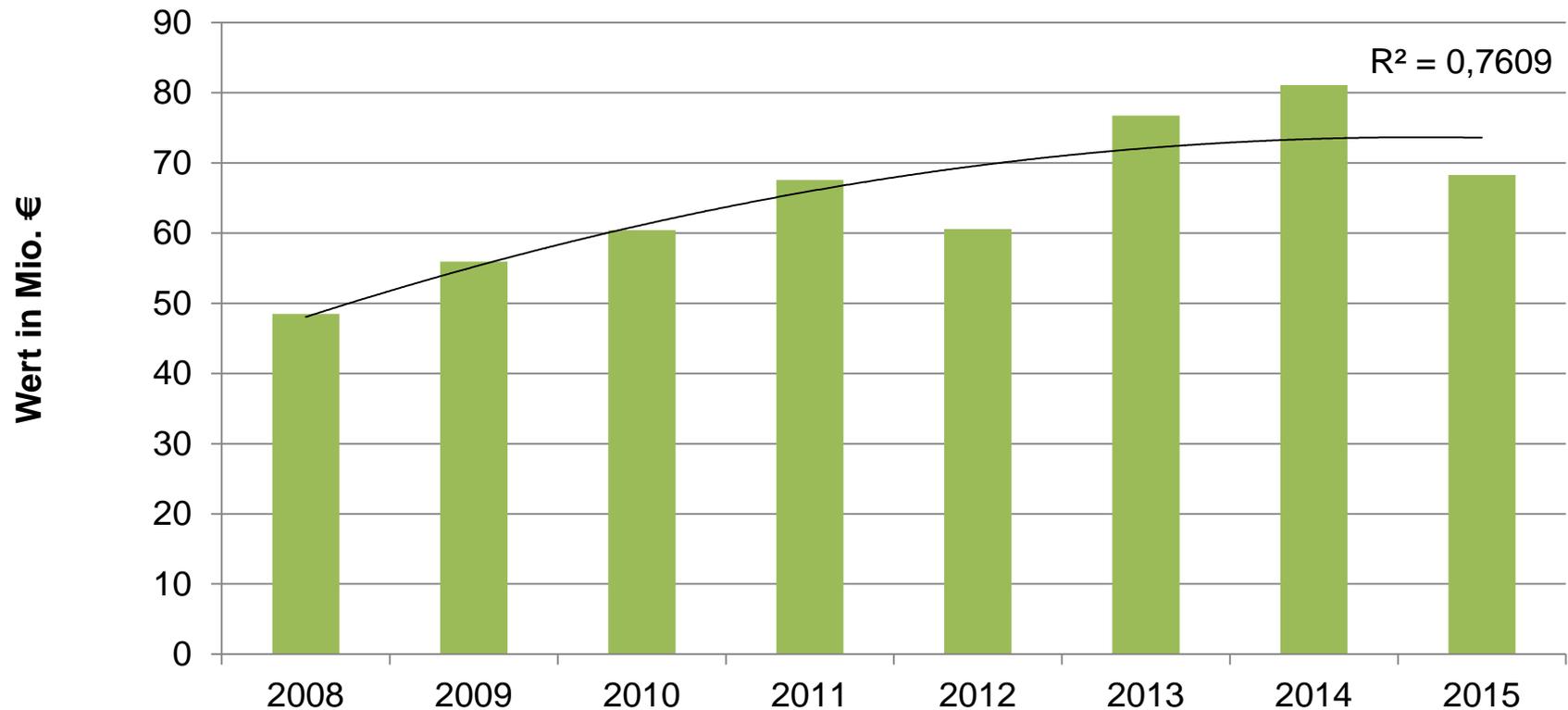
Mehrwert des Bayerischen/Münchener Bieres bei Lieferung außerhalb Deutschlands 2008 bis 2015 in %

Ausfuhrwert je
Mengeneinheit,
ausgedrückt in % des
von allen
Bundesländern
erreichten
Ausfuhrwerts



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
DS Deutschland ohne Bayern	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Saarland	81%	82%	74%	70%	66%	67%	64%	62%
Nordrhein_Westfalen	89%	79%	70%	93%	76%	79%	81%	57%
Baden-Württemberg	106%	104%	105%	107%	92%	94%	93%	89%
Bayern	120%	123%	122%	123%	117%	123%	124%	118%

Wert der Wertschöpfungskette „Bayerisches und Münchner Bier“



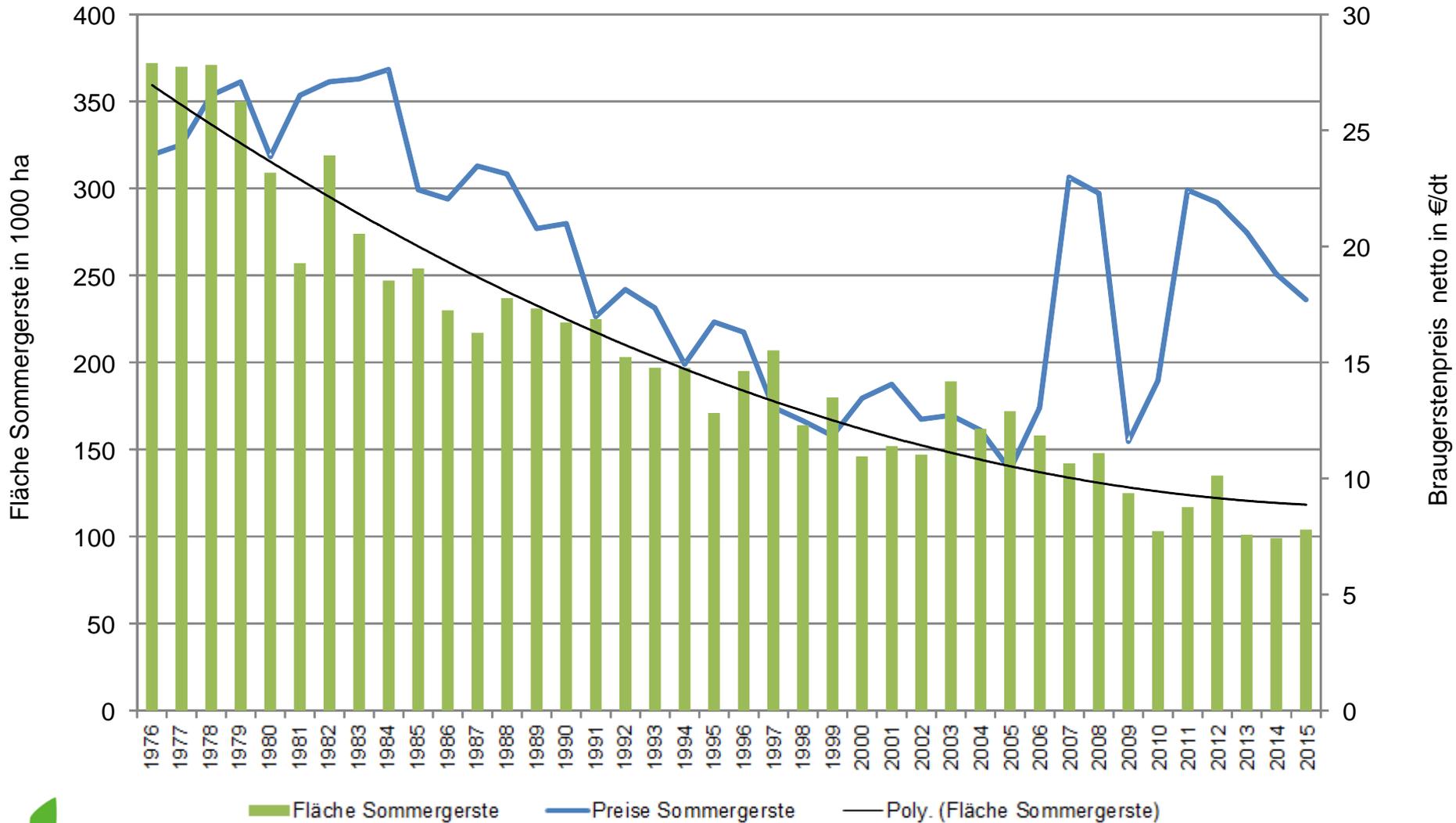
Absatzsituation „Bayerisches und Münchner Bier“

1. Bayern ist das „Bierexportland“ unter den deutschen Bundesländern.
2. Märkte für „Bayerisches und Münchner Bier“ sind global; aber praktisch keine Lieferungen in muslimische Länder.
3. Bayern erlöst bei Lieferungen in den EU-Binnenmarkt als auch in Drittländer im Durchschnitt höhere Preise als andere deutsche Lieferanten.
4. Es kann die These aufgestellt werden, dass Bier aus Bayern eine besondere Wertschätzung genießt.
5. Hopfen aus Bayern ist ein defacto vollständig globalisiertes Erzeugnis. Sein Erfolg beruht im Wesentlichen auf der bestens aufgestellten vertikalen Wertschöpfungskette. Dies ist ein Vorbild!

Die Klammer „Bayerisches Reinheitsgebot“

1. Der Ruf des deutschen und insbesondere bayerischen Bieres beruht auf dem Reinheitsgebot (1487 Münchner Bier; 1516 Bayerisches Bier) und ist das zentrale Verkaufsargument, das aus Sicht der bayerischen Brauereien weltweit kommuniziert werden sollte. Dies ist sozusagen das „Patent des (deutschen,) Bayerischen und Münchner Bieres“. Die „Wies'n“ ist weltweiter Ausdruck dieser Qualität.
2. Angesichts einer EU - Biererzeugung von 400 Mio. hl Bier sind die in Bayern gebrauten 23 Mio. hl Bier „überschaubar“ und erlauben den Status von „Etwas Besonderem“ (siehe Folie), das einen Aufpreis wert sein sollte. „Billiges“ bayerisches Bier ist deshalb zumindest im Export nicht sinnvoll.
3. Marketing nach innen für den heimischen Markt erlaubt die Identifikation und Kommunikation mit der Region, ist aber weniger auf „Marketingsysteme“ angewiesen, da Erzeugung und Verbrauch eng zusammenliegen.

Flächen- und Preisentwicklung Sommergerste in Bayern 1976 - 2015



Die Sicherstellung „Bayerisches Reinheitsgebot“

1. Der Verbraucher verbindet mit dem „Bayerischen und Münchner Bier“ **nur** den Einsatz der Grundstoffe Getreide, Malz, Gerste, (Hefe) und Wasser. Vom Grundsatz her erwartet er, dass diese Stoffe möglichst nah und regional in die Wertschöpfungskette eingefügt werden.
2. Die Umsetzung der Wertschöpfungskette „Bier in Bayern“ verlangt folglich:
 - „reines“ Wasser
 - qualitativ hochwertiges Braugetreide
 - besten Hopfen.

Die Brunnen für das Wasser liegen in der Eigenverantwortung der Brauereien und sollten zentraler Bestandteil der Qualitätssicherung sein.

Problematisch erscheint die Erzeugung von Braugetreide, das die Verbrauchererwartungen erfüllt. Hier gibt es nach Auffassung des IEM ein Defizit. Hinweis: Braugerste (Sommergerste) ist kein Körnermais!

3. Die Situation bei Hopfen ist derzeit dank geschlossener interner Wertschöpfungskette positiv zu beurteilen.

Geschützte Herkunftsbezeichnungen



g.g.A. Bier:

- Bayerisches Bier (86 Brauereien)
- Münchner Bier (6 Brauereien)
- Hofer Bier (2 Brauereien)
- Kulmbacher Bier (1 Brauerei)
- Reuther Bier (1 Brauerei)
- Mainfranken Bier (6 Brauereien)



g.g.A. Hopfen:

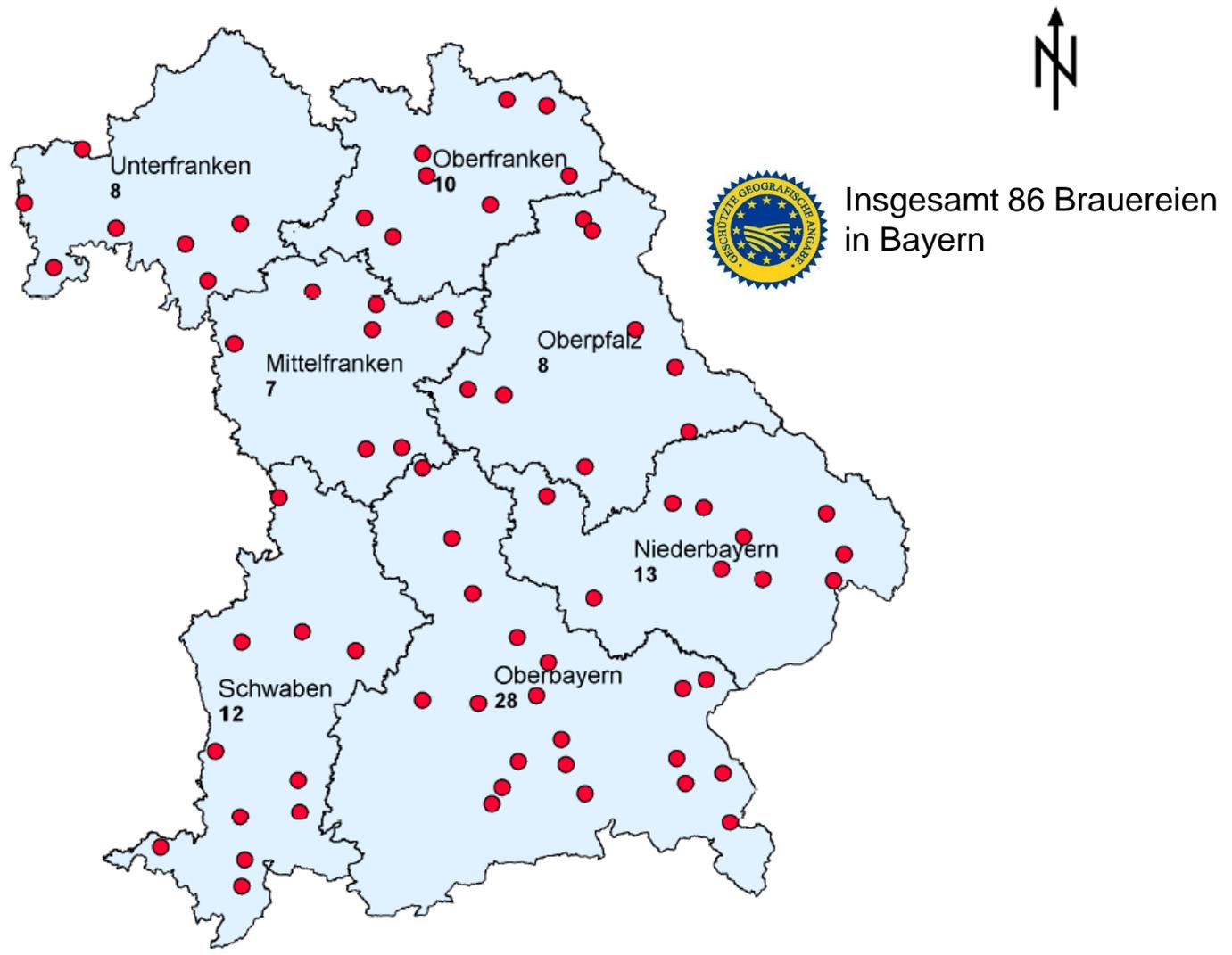
- Hopfen aus der Hallertau
- Tettlinger Hopfen (Baden-Württemberg)
- Elbe-Saale Hopfen (Thüringen, Sachsen-Anhalt)

g.U. Hopfen:

- Spalt Spalter



Brauereien mit der Herkunftsbezeichnung „Bayerisches Bier“



Fazit

1. Fortführung und weitere Vernetzung der Forschung in der Wertschöpfungskette „Getreide, Malz, Hopfen, Hefe, Bier“.
2. Regional, insbesondere aber global sind das Bayerische und das Münchner Reinheitsgebot das zentrale Alleinstellungsmerkmal für Bier aus Bayern (Herstellung über Malz).
3. Die Wertschöpfungskette Bier in Bayern sollte alle Rohstoffbestandteile in hoher Reinheit und regional verwenden und so das Qualitätsversprechen gegenüber dem Verbraucher einlösen.
4. Der Rohstoff „Braugerste“ beeinträchtigt derzeit das Bild der geschlossenen und wahrhaften Wertschöpfungskette „Bier in Bayern“. Durch Vertragslandwirtschaft mit besonderen Reinheitsanforderungen („Öko light“) kann hier Abhilfe geschaffen werden Braugerste (Sommergerste) ist kein Körnermais!.
5. Geschützte Herkunftsangaben sind trotz aller Schwierigkeiten im globalen Handel ein Marketinginstrument, das den Bierabsatz für heimische Brauereien voranbringt. Deshalb sollte „Bayerisches und Münchner Bier“ nicht zum Gattungsbegriff und zur „geschützten traditionellen Spezialität“ werden.
6. Schaffung einer g.U. für „Bayerische Braugerste g.U.“.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



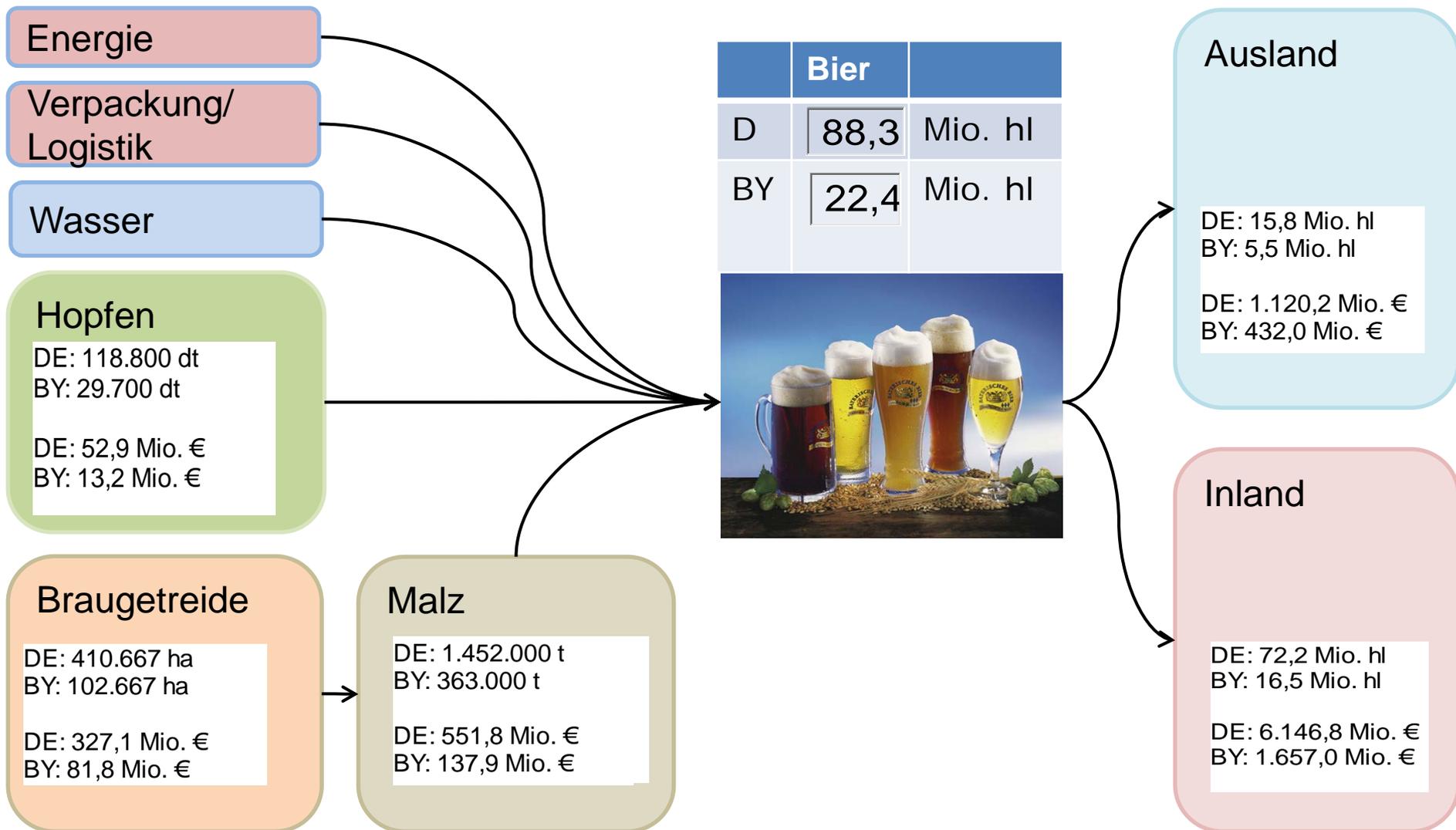
11. Marktforum 2016

Die Marktbedeutung der Wertschöpfungskette
„Bayerisches Bier“

Anhangfolien



Wertschöpfungskettenrechner Bier 2015



Marktkennzahlen Malz für D und BY 2015

Position	D (Mio. t)	BY (Mio. t)
Erzeugung heimisch	1.941 89,7 %	0.552 95,3 %
Importe	0.222 10,3 %	0.027 4,7 %
Verfügbare Menge	2.163 100 %	0.579 100 %
Exporte	0.571 26,4 %	0.203 35,1 %
Bedarf für heimisches Bier Schätzung*	1.458 67,4 %	0,380 65,6 %
Bedarf Braugetreide für heimisches Bier*	1.764 412.533 ha	0.460 107.333 ha
Bedarf Braugetreide insgesamt*	2.617 581.607 ha	0.701 155.687 ha

Quellen: destatis; BIE; eigene Berechnungen und Annahmen

* gemäß Wertschöpfungskettenrechner

Marktkennzahlen Hopfen D und BY

Position	Deutschland (1000 t)	Bayern (1000 t)
Erzeugung heimisch	39 94 %	33 94 %
Importe	6 15 %	6 17%
Saldo Lagerbestand	- 4 - 11 %	- 4** - 11%
Verfügbare Menge	41 100 %	35 100 %
Exporte	30 74 %	19/ (32) 54/ (92) %
Bedarf für heimisches Bier Schätzung*	12 29 %	3 9,5 %

Quellen: destatis; BLE; eigene Berechnungen und Annahmen; Barth Hopfenbericht usw.

* gemäß Wertschöpfungskettenrechner; ** Annahme, dass Hopfen praktisch nur in Bayern gelagert wird.

Anteil Bierausfuhr 2015

