

Datum: 09. Februar 2014

Schmerzgrenze liegt bei zehn Euro pro Kiste

Bernd Wientjes

Die Bitburger Braugruppe scheint das vergangene Jahr trotz Umsatzrückgangs noch vergleichsweise gut abgeschlossen zu haben. Im Vergleich zu anderen Brauereien hält sich der Rückgang des verkauften Bieres in Grenzen. Trotzdem muss die Bitburger kämpfen.

Bitburger. Wer bei der Bitburger Brauerei nach dem Bierkartell fragt, der stößt in der Unternehmenszentrale in Bitburg auf ein Kartell. Auf ein Kartell des Schweigens. Außer der seit Wochen nach außen getragenen Botschaft, dass man die im Januar bekannt gewordene Kartellamtsstrafe wegen illegaler Preisabsprachen mit den anderen großen Brauereien wie Veltins, Krombacher und Warsteiner akzeptiere, gibt es keinerlei offizielle Auskünfte. Auch eine Bestätigung, dass Bitburger 30 Millionen Euro an Strafe gezahlt hat, gibt es nicht.

Nach TV-Informationen hat das Unternehmen das Geld sogar bereits im vergangenen Jahr bezahlt. Monate, bevor das Kartellamt die Gesamtstrafe von 106,5 Millionen Euro gegen die ersten Brauereien, die am Bierkartell beteiligt waren, bekannt gegeben hat. Und als die Bitburger im Oktober vergangenen Jahres die Preise erhöhte, war dem Unternehmen wohl schon bekannt, wie hoch die Strafe der Bonner Kartellwächter ausfallen würde. Dass damit ein Imageschaden für die Bitburger verbunden ist, liegt auf der Hand. Von einem "Super-Gau" soll auf der Führungsebene die Rede gewesen sein.

Monatelang hatte man wohl mit der Bonner Behörde verhandelt. Etwa auch darüber, wie hoch der sogenannte Kronzeugenbonus ausfallen könnte, wenn man - wie die anderen Brauereien auch - mit zur Aufklärung der illegalen Preisabsprachen beiträgt, die es zwischen 2006 und 2008 gegeben hat. Bezahlen musste aber nicht nur Bitburger, sondern auch deren früherer Chef, Peter Rikowski, der wohl an den Absprachen, etwa bei Sitzungen des Brauerbundes, beteiligt gewesen sein soll. 2008 hatte Rikowski das Unternehmen verlassen. Nach unbestätigten Informationen hat das Unternehmen seine Strafe ebenfalls bezahlt.

Es ist aber nicht nur die Strafe, die die Braugruppe belastet. Wie alle Brauereien leidet der Bitburger Konzern unter dem rückläufigen Biermarkt. Die Deutschen trinken immer weniger Bier. Und wenn, dann soll es möglichst billig sein. Bei zehn Euro liegt bei den typischen Biertrinkern die Preismarke für eine Kiste. Der Einzelhandel nutzt Aktionspreise bekannter Biermarken gerne als Lockmittel für den Wochenendeinkauf. Daher, das weiß man auch bei Bitburger, sind höhere Preise nur schwer durchzusetzen. Doch aufgrund steigender Kosten und geringer werdenden Umsatzes führt aus Sicht des Unternehmens wohl kein Weg an den regelmäßigen Preiserhöhungen vorbei.

Bier steigt moderat

Laut Statistischem Bundesamt ist der Bierpreis in den vergangenen zehn Jahren um rund zehn Prozent gestiegen - im Vergleich dazu sind Wein um 15, Sprudel und Limo um 21 und Fleisch sogar um 31 Prozent teurer geworden. Schuld an den höheren Bierpreisen sind aber nicht die klassischen Pilsmarken, sondern vor allem Preissteigerungen bei Weizen und Kölsch. Laut Marktforschungsunternehmen ist der Pilspreis in den vergangenen Jahren sogar mehr oder weniger konstant um die zehn Euro geblieben, wegen des enormen Preisdrucks teilweise sogar gesunken.

Daher ist man bei Bitburger - allerdings deutlich später als andere Brauereien - auf den Trend der Mischgetränke aufgesprungen. Das wohl auch, wie man hört, gegen den Widerstand einiger Gesellschafter. Doch das scheint sich nun auszuzahlen. Laut unbestätigten TV-Informationen ist der Absatz des alkoholfreien Bieres, das es eigentlich schon seit 2007 bei Bitburger gibt, aber im vergangenen Jahr in neuer Mischung und in den zusätzlichen Geschmacksrichtungen Radler und Apfel auf den Markt gekommen ist, 2013 um 60 Prozent gestiegen. Für alkoholfreies Bier müssen die Brauer übrigens keine Biersteuer zahlen. Für normales Bier sind rund neun Cent pro Liter an Steuern fällig. Bitburger hat im vergangenen Jahr 55,6 Millionen Euro an Biersteuern bezahlt. Das Absatzplus beim 0,0-Prozent-Bier wiederum hat wohl dazu beigetragen, dass die Marke Bitburger ihren Absatz stabil bei vier Millionen Hektoliter halten konnte. Auch dürfte das ein Grund sein, warum sich das Absatzminus bei der Braugruppe, zu der neben Bitburger auch König Pilsner, Köstritzer, Licher und Wernesgrüner gehören, im Vergleich zu anderen mit 0,8 Prozent in Grenzen hält. Beck's verlor 7,2 Prozent beim Absatz, Veltins 3,1. Warsteiner und Krombacher legten allerdings zu.