

BRANCHENARTIKEL

Oktober 2020

### Die Pandemie als Chance für den Export?



Eine neue Ära hat begonnen. Die Einschränkungen, die gerade jeder Einzelne durch die Covid-19-Pandemie im Kleinen erlebt, haben massive Auswirkungen auf den globalen Biermarkt. Ein Blick in die USA zeigt, wie gravierend die Veränderungen sind. Er zeigt aber auch, welche Chancen sich dadurch für deutsche Brauer ergeben.

#### **Bier-Export von deutschen Brauereien – die Ausgangslage**

Seit 1993 ist der bundesdeutsche Bierabsatz insgesamt um 17,8 Prozent gesunken. Im gleichen Zeitraum hat sich der Inlandsabsatz, laut Destatis, um 27,6 Prozent verringert, während sich der steuerfreie Absatz (Export und Haustrunk) mit einem Plus von 132 Prozent mehr als verdoppelt hat. Der sinkende Bierkonsum in Deutschland führt schon seit geraumer Zeit dazu, dass sich viele deutsche Brauer dem Thema Export widmen. Der europäische Markt stand bei diesen Bemühungen lange im Zentrum – inzwischen haben sich die Ausfuhren in EU- und Nicht-EU-Länder allerdings stark angenähert.

Member of the **Beviale Family**

**Ideeller Träger**

**Honorary Sponsor**

Private Brauereien Bayern e.V.  
Thomas-Wimmer-Ring 9  
80539 München  
Germany

**Veranstalter**

**Organizer**

NürnbergMesse GmbH  
Messezentrum  
90471 Nürnberg  
Germany  
T +49 9 11 86 06-0  
F +49 9 11 86 06-82 28  
braubeviale@nuernbergmesse.de  
www.braubeviale.de

**Vorsitzender des Aufsichtsrates**

**Chairman of the Supervisory Board**

Albert Füracker, MdL  
Bayerischer Staatsminister der  
Finanzen und für Heimat  
Bavarian State Minister of Finance  
and Regional Identity

**Geschäftsführer**

**CEOs**

Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

**Registergericht**

**Registration Number**

HRB 761 Nürnberg

„Seit der Finanzkrise hat es eine außerordentliche Verschiebung bei den Absatzmärkten der deutschen Brauindustrie gegeben“, betont auch Rodger Wegner, Geschäftsführer des Verbands Deutscher Ausfuhrbrauereien Nord-, West- und Südwestdeutschlands e.V. (VDA). „2008 gingen 22 Prozent der Ausfuhren in Drittländer, der Rest in die EU, im letzten Jahr lag der Anteil der Drittländer dagegen schon bei 50 Prozent, aktuell liegen wir bei ca. 56 Prozent und das schon nach Bereinigung des Brexits. Insgesamt eine dramatische Verschiebung, die sich jetzt noch einmal verstärkt“, so Wegner weiter.

### **Was bedeutet die Covid-19-Pandemie für die globale Getränkeindustrie?**

Für Spiros Malandrakis, der für Euromonitor den globalen Markt für alkoholische Getränke analysiert, ist die aktuelle Krise weitaus schlimmer als die Finanzkrise 2008/2009. Es gibt laut Malandrakis Schätzungen, wonach jede dritte Bar schließen könnte, vor allem kleine und unabhängige Gastronomiebetriebe werden davon betroffen sein.

Weltweit haben sich durch die Covid-19-Pandemie die Absätze massiv von der Gastronomie hin zum Handel verlagert. Die gravierenden Einbrüche im on-trade Bereich konnten durch deutliche Zuwächse im off-trade Bereich kompensiert werden.

„Die globalen Warenflüsse haben sich durch die Krise ebenfalls verändert“, erklärt Logistikexperte Horst Müller, Global Head VinLog der Kühne + Nagel Group. Die Reedereien haben weniger Containerschiffe im Einsatz, die Verfügbarkeit von Containern hat sich verringert, weil viele Container aktuell in den Häfen geparkt und nicht entladen werden. Bis sich diese Lage wieder entspannt hat, muss mit höheren Kosten für den Containertransport gerechnet werden.

All diese Entwicklungen haben natürlich auch Auswirkungen auf den Export von Bier.

### **Welche Auswirkungen hat die Krise auf den deutschen Bier-Export?**

Eine der ersten spürbaren Auswirkungen der Corona-Krise war für die deutschen Brauer zu Beginn des Jahres der Einbruch der Bier-Exporte nach China. In den europäischen Kernmärkten Italien (- 500.000 hl dt. Bier-Export gegenüber Vorjahr), Frankreich (- 100.000 hl) und Spanien (- 40.000 hl) erleben wir laut Wegner seit Jahresbeginn eine dramatische Absatzkrise in der Gastronomie. Und auch der Markt in China schwächelt immer noch. Ein

weiteres Sorgenkind in Sachen Exportmarkt ist Lateinamerika – hier kommen zur Corona-Krise noch massive politische und gesellschaftliche Probleme hinzu.

Als Boommärkte der letzten Jahre stechen hingegen Russland und Korea heraus. Erste Anzeichen deuten laut Rodger Wegner darauf hin, dass der Boom sich fortsetzt. Die deutschen Exporte ins Vereinigte Königreich und in die USA entwickeln sich ebenfalls positiv – in allen vier Märkten teilweise sogar trotz Corona und schlechter Wechselkurse.

Die USA sind für die deutschen Brauer nicht nur aufgrund der Größe des Exportmarktes interessant, sondern auch wegen der hohen Preise, die dort für deutsches Bier verlangt werden können. Ein Beispiel des VDA: Der Durchschnittspreis für deutsches Flaschenbier liegt weltweit bei 97 EUR/hl; in den USA liegt der Preis bei 120 EUR/hl; bei deutschem Dosenbier liegt der Preis weltweit durchschnittlich bei 59 EUR/hl und in den USA bei über 90 EUR/hl.

„Die USA sind allein schon deshalb ein interessanter Absatzmarkt“, so Wegner. Allerdings ist dieser Markt auch mit Risiken verbunden – Stichwort Strafzölle im Handelsstreit. Es gibt also eine ganze Reihe von Gründen, sich beim Thema Export von deutschem Bier mit den USA zu beschäftigen.

### **Der US-Biermarkt im Fokus**

Bill Earle, Unternehmensberater und Kenner des US-Bier-Markts, geht davon aus, dass sich die Gastronomie in den USA nicht so bald von der Corona-Krise erholen wird. Daraus ergeben sich aber neue Chancen im Handel. Eine gute Nachricht für alle Exporteure ist, dass sich die US-Regierung und die EU im Tarifstreit in kleinen Schritten wieder annähern. So wurden beispielsweise die Strafzölle auf europäisches Bier für 120 Tage ausgesetzt. Nach der Präsidentschaftswahl werden die Karten neu gemischt.

Laut Michael Urich, Founder & Chief Economist, Seventh Point Analytic Consulting, hat sich die Menge der von Amerikanern konsumierten Alkoholeinheiten in den letzten zehn bis 20 Jahren praktisch nicht verändert. „Amerikaner werden nicht aufhören, Alkohol zu trinken, aber sie werden ändern, was sie trinken“, so Urich. Die Entwicklung geht in Richtung billigeres Bier, Hard Seltzer, Whisky und Wodka.

„On trade is gone“, so Urich. Fassbier ist im freien Fall. Vor der Krise hatte Fassbier einen Anteil von 30 Prozent am deutschen Bierexport in die USA.

Das muss sich jetzt ändern. Kurzfristig kann man auf die Auswirkungen der Krise reagieren, indem man Gebinde und Preise anpasst.

Derzeit gibt es laut Uhrich eine riesige Nachfrage nach Dosenbier, damit kann man auf dem US-Markt aktuell punkten. Der Handel wird seine Regalaufteilung verändern, das ist ebenfalls eine Chance für deutsche Brauer, um einen Regalplatz zu ergattern. Uhrich empfiehlt, von Flaschen auf Dosen umzusteigen und von Sixpacks auf größere Packungen wie beispielsweise Twelfpacks.

Viele Brauereien und Bars werden schließen, das führt zu einer gravierenden Veränderung der Konkurrenzsituation auf dem US-Markt. Einerseits eine Chance für deutsches Bier auf dem US-Markt, aber auch einen Herausforderung. „Deutsche Brauer werden mit Boston Beer Company, Sierra Nevada und New Belgium konkurrieren müssen“, erklärt Uhrich.

Aber die beiden Branchenkenner sind sich einig: Wer in den USA Fuß fassen will, sollte das jetzt tun – die Pandemie ist auch eine Chance.

### **Globale Trends für alkoholische Getränke**

Spiros Malandrakis von Euromonitor macht weltweit sechs große Trends für die Getränkebranche aus, die sich teilweise in den letzten Jahren bereits abgezeichnet haben und nun durch die Covid-19-Pandemie verstärkt werden.

#### 1. Ready to drink Cocktails

Ready to drink Cocktails haben in den USA einen massiven Anteil an dem Corona-bedingten off-trade Boom. Die amerikanische Brauwirtschaft hat diesen Trend bereits vor der Krise voll angenommen und sich darauf eingestellt. Die US-Brauindustrie kann damit Vorbild für die Brauer in anderen Staaten sein. Stichwort Hard Seltzer: eine völlig neue Getränkekategorie, die in den USA gerade durch die Decke geht und nun auf dem europäischen Markt Fuß fasst:

#### 2. „Last orders for Craft?“

Ein Blick in die USA zeigt, dass die dortige Craft Brauereien besonders stark unter der Pandemie leiden, weil ihr bisheriger Erfolg in erster Linie auf dem Verkauf ihres Bieres in eigenen Brewpubs oder Taprooms gründet. Besonders stark leiden auch hier die kleinen und unabhängigen Craft Brauer. Sie haben in den letzten Jahren viel Geld investiert und dafür hohe Schulden gemacht. Wenn ihnen jetzt die Einnahmen wegbrechen, können sie ihre

Kredite nicht mehr bedienen. Fast die Hälfte der Craft Brauereien in den USA rechnet damit, in den nächsten drei Monaten schließen zu müssen, wenn sich die Lage nicht bessert. Allein die großen Craft Brauer scheinen in den USA mit einem blauen Auge durch die Krise zu kommen – unzählige kleine Craft Brauereien kämpfen aktuell ums Überleben. Der Markt wird sich konsolidieren.

### 3. Online-Handel

„In den letzten sechs Monaten ist der Online-Handel mit Getränken um mehrere hundert Prozent angestiegen. Ein weiterer Beleg dafür, dass wir einen fundamentalen Wandel in unseren Konsumgewohnheiten erleben“, so Malandrakis. Viele, die in der Krise online einkaufen, werden das auch nach der Krise weiterhin tun, da sie sich inzwischen daran gewöhnt haben.

### 4. „Hometainment“

Bei diesem Begriff geht es darum, das Entertainment, das man in einer Bar erlebt, in die eigenen vier Wände zu holen. Auf dem Markt gibt es inzwischen verschiedene Geräte, vergleichbar mit Kaffeefullautomaten, mit denen man zu Hause Cocktails mixen und Bier brauen oder frisch zapfen kann. Damit, so das Marketing-Versprechen, lässt sich das „Ausgeh-Gefühl“ ins eigene Wohnzimmer holen. Eine Idee, die in Zeiten von Social Distancing und geschlossenen Bars deutlich an Schwung gewinnen könnte, gibt Malandrakis zu bedenken.

### 5. Premiumisierung ist am Ende

In den USA ist der Premiumisierungs-Trend durch die stark gestiegenen Arbeitslosenzahlen der letzten Monate an sein Ende gekommen, erklärt Malandrakis. Die Effekte der Rezession sind auf dem gesamten Globus zu spüren. Anstelle der Premiumisierung wird die Bedeutung von Unabhängigkeit weiter steigen.

### 6. Cannabis Drinks

„Wenn die Demokraten die US-Präsidentenwahl im November gewinnen sollten, werden wir innerhalb von einem Jahr eine Legalisierung von Cannabis in den USA haben“, prophezeit Malandrakis. „Dadurch entsteht ein Multi-Milliarden-Dollar-Markt für Cannabis-Bier-Mixgetränke.“ Deutschland könnte sich innerhalb Europas zum Epizentrum dieses Trends entwickeln.



# BrauBeviale2020

## Special Edition

Nürnberg, Germany

10. - 12. November

Die Covid-19-Pandemie hat die Getränkebranche weltweit erschüttert und einen Wandel eingeleitet oder beschleunigt, der sich bereits abgezeichnet hat. Entscheidend wird es nun sein, darauf entsprechend zu reagieren und sich auf die neuen Rahmenbedingungen einzustellen. Das gilt sowohl für den deutschen Biermarkt als auch für das Export-Geschäft.

*Sie wollen mehr zum Thema Export erfahren? Dann merken Sie sich die BrauBeviale@stage am 11. November 2020 live auf dem Messegelände in Nürnberg oder virtuell im Livestream vor. Besuchen Sie das Export Forum German Beverages auf der Special Interest Stage ab 10:40 Uhr. Zu den Referenten gehören Rodger Wegner vom VDA, Uwe Aichele von Eichbaum, Jan-Peter Stoelken von Reepbana und die Craft Brauer Georg Fürst von Fürst Wiacek und Enzo Frauenschuh von Frau Gruber.*

### **Ansprechpartner für Presse und Medien**

Sabine Ziener, Christina Freund

T 49 9 11. 86 06-83 55

christina.freund@nuernbergmesse.de

Alle Presstexte sowie weiterführende Infos, Fotos und Videos im Newsroom unter: **[www.braubeviale.de/news](http://www.braubeviale.de/news)**

Weitere Services für Journalisten und Medienvertreter unter:  
**[www.braubeviale.de/presse](http://www.braubeviale.de/presse)**

Mehr als eine Messe – die Beviale Family:  
**[www.beviale-family.com](http://www.beviale-family.com)**