



Anschläge 10 20 30 40 50

Rudolf L. Schreiber
Inhaber einer Beratungsgruppe für ökologisch orientierte Unternehmensberatung und Umweltkommunikation

"Selbstmord auf Raten: Anmerkungen über die Zukunft der Brauwirtschaft"

Referat anlässlich der zweiten Mitgliederversammlung des Vereins PRO MEHRWEG am 11.6.1985 in Düsseldorf

Das Thema Pfandflasche oder Getränkedose erhitzt seit einiger Zeit die Gemüter und damit sie nicht abkühlen ein emotionaler Beitrag vor dem Hintergrund "apokalyptischer" Perspektiven. Wer die Phantasie hat, sich vorstellen zu können, was sein kann, wird mir recht geben. Wer glaubt, daß nicht sein kann, was nicht sein darf, wird diese Ausführungen als Unfug abtun. So hat jeder ein Recht auf seine eigene Meinung.

Ich finde, daß es in der Umweltdiskussion selten einen so klaren Fall wie die Getränkedose gegeben hat: Sie ist sowohl aus ökologischer als auch ökonomischer Sicht eine scharf gemachte Bombe. Zwar, das wäre gänzlich falsch, darf man sie nicht generell abtun, denn sie hat in bestimmten Segmenten ihre Funktion, doch, daß sie in den letzten Jahren stetig an Marktanteilen gewinnt, 1 % pro Jahr, kann als systemgefährdend beurteilt werden.

Das weiß auch die Bundesregierung. Steigende Abfallberge und Beseitigungskosten einerseits und die Gefährdung eines heute noch vitalen Mittelstandes andererseits bereiten ihr Sorge. Primär zielen jedoch die Maßnahmen des Gesetzgebers auf eine Verbesserung der Umweltsituation hin. Damit ist das Ziel klar. Mit der 4. Novelle des Abfallbeseitigungsgesetzes soll eindeutig die Müllbelastung sowie die Umweltschädigung reduziert werden. Zur Erreichung dieses Zieles wäre die beste Entscheidung ein Verbot von Einwegverpackungen für Getränke. Die Zweitbeste wäre die Abgabe. Die Drittbeste die Erhebung eines Pfandes für Einweg-Getränkeverpackungen. Wie entschieden wird bleibt abzuwarten.

Auch im Handel zeigt sich Bewegung. Aldi realisiert Testmärkte, in denen Einwegware angeboten wird und lenkt damit von seinen anderen Märkten ab. Tengelmann empfahl dem Saffthersteller Granini die Abfüllung in Mehrwegflaschen und hat ihm sicher ein Angebot unterbreitet, bei dem man als Hersteller nicht nein sagen konnte. Die Dosenindustrie forciert ihre



Anschläge 10 20 - 2 30 40 50

Werbung, löst die klassische Kampagne "Klassiker in Blech" ab, steigt auf das Thema Recycling um und suggeriert damit dem Verbraucher: "Sei kein Frosch, kauf' die Dose".

Und was macht der Verbraucher? In den repräsentativen Untersuchungen renommierter Verlagshäuser spricht er sich in Interviews für umweltfreundliche Produkte aus und geht anschließend in den Supermarkt und kauft dort, nicht nur wegen der Bequemlichkeit, sondern auch wegen des so günstigen Preises, Bier in Dosen. Bleibt zuletzt der Getränkefachgroßhandel und die bundesdeutschen Brauereien, die dieses Thema aus vielen Gründen zutiefst bewegt. Was machen sie? Sie schlafen!

Ja merkt denn niemand, daß wir auf einem ökologischen-ökonomischen Zeitzünder sitzen? Wann werden wir denn endlich wach? Da stirbt der Wald mit rasanter Geschwindigkeit. 1983 waren 34 % der bundesdeutschen Waldfläche geschädigt, 1984 bereits 50 %. Bei einer solchen Entwicklung müßten wir bereits den Notstand ausrufen, doch wir sitzen auf Tagungen herum und werfen uns immer wieder unterschiedliche Zahlen und lächerliche Prozentsätze an den Kopf. Was die Gesamtsituation angeht, kann jedoch niemand die einfache Frage beantworten: Wieviel Prozent ein Loch in einem Luftballon ausmacht. Oder - anders ausgedrückt: Ökosysteme und Wirtschaftssysteme können unwiederbringlich geschädigt sein, bevor ein bestimmter Prozentsatz erreicht wird.

Kommen wir vom Waldsterben auf das Brauereisterben. Ich glaube, dieser mittelständische Wirtschaftszweig siecht seinem potentiellen Ende entgegen, wenn nichts geschieht, d. h. sich die Betroffenen zu einer entschiedenen Einheit formieren und gegen den "Selbstmord auf Raten" - nämlich das Forcieren der Dose in den eigenen Reihen - auflehnen.

Doch ich glaube nicht daran. Warum soll die Branche jetzt wach werden, wo sie bereits vorher aus mangelnder Einsicht oder Naivität die Verteidigung des Reinheitsgebotes versäumt hat? Anstatt seit einigen Jahren mit einem gemeinsamen massiven Aufwand für das Reinheitsgebot unter dem Motto "Das elfte Gebot" zu werben, führen einige Brauereieinhaber mit einem zudem noch schlecht gemachten Autoaufkleber für das Reinheitsgebot herum und nannten das ihre "Kampagne".

Wie die aktuelle Situation heute im Rahmen der schwierigen EG-Vernetzungen ist, weiß jeder nur zu gut. Ich glaube: fällt das Reinheitsgebot, kommt die Dosen-



Anschläge	10	20	- 3 - 30	40	50
flut; kommt die Dosenflut, kommt der Untergang vieler Brauereien. So einfach ist das! Am Beispiel der USA läßt sich dies verdeutlichen. 1970 gab es in den Vereinigten Staaten noch 56 Brauereien, davon hielten die 10 größten rund 60 % des Marktanteils. 1984 gab es noch 15 Brauereigruppen, davon halten heute die 3 größten 80 % des Marktes. In der Bundesrepublik ist die Anzahl der Brauereien von 1968 von 1.500 auf rund 1.200 im Jahre 1984 gefallen. 70 % des Marktes liegt in den Händen der 70 größten Brauereien. Wenn nur wenige von ihnen in den nächsten Jahren die Dose einsetzen und bundesweit in die Regale des Lebensmittelhandels pumpen, wird Bier bald wie Waschmittel bundesweit problemlos verkauft werden. Ein solcher strategischer Marketing-Feldzug weniger wird viele mittelständische Brauereien von der historischen Seite deutscher Braugeschichte wegradieren, wie ein Pennäler seine Strichmännchen, die er in der Pause gemalt hat. Untersuchungsergebnisse aus USA haben gezeigt, daß das gefährliche Umkippen des Marktes dann passierte, als die Einwegverpackungen einen Marktanteil von rund 35 % erreicht hatten. In der Bundesrepublik liegt der Marktanteil der Einwegverpackungen heute bereits bei 25 %, in Hamburg der für Dosenbier in bestimmten Distributionskanälen schon bei 50 %. Doch was machen die Brauereien? Einige wenige fördern die Dose, die meisten beschwerten sich darüber und sprechen sich für Pro Mehrweg aus und die wenigsten tun etwas. Man schläft seinen unternehmerischen Rausch aus guten Wachstumszeiten aus und realisiert nicht, daß sich die Umwelt verändert und ein neues Unternehmer-Engagement notwendig ist. Dabei kann es nicht so schwer sein zu begreifen, was sein könnte. In der Milchwirtschaft wurde in der Bundesrepublik bereits vollzogen, was der Brauwirtschaft noch bevorsteht: eine tödliche Konzentration. Ein ehemals dezentrales Molkereinetz wurde drastisch reduziert und die Konzentration geht noch weiter. 1982 haben die 16 größten Molkereien rund 25 % des Marktes beherrscht. Es wird vermutet, daß bis zum Jahr 2000 weniger als 10 Großmolkereien rund 70 % des Marktes beherrschen werden. Ich glaube dies nicht, aber das gehört nicht zum Thema. Herauszustellen ist nur die Tatsache, daß bedingt durch diese Konzentration die Milchflasche vom Markt verdrängt wurde. Selbst wenn man sie heute aus					



Anschläge 10 20 - 30⁴ - 40 50

ökologischer Einsicht und weil der Verbraucher sie wünscht, wieder einführen möchte, ginge es nicht. Die Abfüllanlagen sind nicht mehr vorhanden. Das ehemals dezentral funktionierende System wurde zerstört.

Vor diesem Hintergrund ist für mich unverständlich, daß die Mehrheit der Betroffenen zwar klagt und hofft, jedoch nicht handelt. Wird denn nicht realisiert, daß der stetig steigende Einweganteil die Braubranche und den mittelständisch orientierten Getränkefachgroßhandel tödlich bedroht wie steigendes Fieber einen erkrankten Menschen? Liegt ein Brauer heute mit 40 ° Fieber im Bett und steigt sein Fieber morgen um 5 %, dann hat er übermorgen nicht 42 ° Fieber, sondern er ist bereits tot.

PRO MEHRWEG e.V.