

**SÜDWESTRUNDFUNK  
SWR2 Wissen – Manuskriptdienst**

**Hopfen und Malz verloren  
Deutsches Bier und die Globalisierung**

Autorin: Mechthild Müser

Redaktion: Udo Zindel

Regie: Michael Utz

Sendung: Freitag, 24. April 2009, 8.30 Uhr, SWR2

---

**Bitte beachten Sie:**

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Mitschnitte auf CD von allen Sendungen der Redaktion SWR2 Wissen/Aula (Montag bis Sonntag 8.30 bis 9.00 Uhr) sind beim SWR Mitschnittdienst in Baden-Baden für 12,50 € erhältlich.

Bestellmöglichkeiten: 07221/929-6030

---

Entdecken Sie den SWR2 RadioClub!

Lernen Sie das Radioprogramm SWR2 und den SWR2 RadioClub näher kennen! Fordern Sie unverbindlich und kostenlos das aktuelle SWR2-Programmheft und das Magazin des SWR2 RadioClubs an.

SWR2 RadioClub-Mitglieder profitieren u.a. von deutlichen Rabatten bei zahlreichen Kulturpartnern und allen SWR2-Veranstaltungen sowie beim Kauf von Musik- und Wort-CDs. Selbstverständlich erhalten Sie auch umfassende Programm- und Hintergrundinformationen zu SWR2. Per E-Mail: [radioclub@swr2.de](mailto:radioclub@swr2.de); per Telefon: 01803/929222 (9 c/Minute); per Post: SWR2 RadioClub, 76522 Baden-Baden (Stichwort: Gratisvorstellung) oder über das Internet: [www.swr2.de/radioclub](http://www.swr2.de/radioclub).

**SWR 2 Wissen können Sie ab sofort auch als Live-Stream hören im SWR 2 Webradio unter [www.swr2.de](http://www.swr2.de)**

Besetzung:  
Erzähler  
Ansagerin  
Übersetzer/Zitator

### **O-Ton – Brauerei-Führung:**

Insgesamt trinken die Menschen schon seit 7000 Jahren Bier. Wundert jetzt vielleicht einige Leute, aber das Bier hat nicht mit dem deutschen Reinheitsgebot angefangen. Das Bier kommt eigentlich aus dem heutigen Nordirak, dort hat der Legende nach damals eine Frau aus Zufall das Bier erfunden, und zwar hat die einen Brotteig zum Kühlen nach draußen gestellt und aus irgendeinem Zufall ist das mit Regenwasser zusammen gekommen und mit Hefe aus der Luft, auf jeden Fall ist das vergoren nach ein paar Tagen. Das war schon das erste Bier.

### **Erzähler:**

Besucherführung bei der Bremer Brauerei Beck's, die heute zum belgischen Brau-Konzern InBev gehört. Das Werk ist eine sterile, computergesteuerte Hightech Anlage – wie bei allen Brau-Unternehmen, die auf dem Weltmarkt agieren. Den Besuchern führt man deshalb lieber die musealen Teile vor, mit Gerste und Hopfen zum Anfassen – ein nostalgischer Blick auf 7000 Jahre Bier-Geschichte.

### **O-Ton – Brauerei-Führung:**

So ungefähr 2000 Jahre hat's dann noch gedauert bis das erste Bier in Ägypten gelandet ist und die Ägypter haben es den Römern beigebracht so um Christi Geburt, und die Römer, die waren fast überall in Europa, die haben dann den Leuten das Bierbrauen beigebracht, und die Europäer haben es in den letzten 500 oder 600 Jahren in die ganze Welt getragen.

### **Ansagerin:**

Hopfen und Malz verloren. Deutsches Bier und die Globalisierung. Eine Sendung von Mechthild Müser.

### **Erzähler:**

Brauen als Handwerk findet in heutigen Großbetrieben nicht mehr statt. Gigantische Kessel, Pumpen und Röhrensysteme nehmen auf und bewegen, was zueinander finden soll. Hopfen, Gerste, die zu Malz gekeimt ist, Hefe und Wasser. Deutsches Bier – nach dem bald 500 Jahre alten Reinheitsgebot gebraut – wird seit Jahrzehnten in alle Kontinente verkauft. Dieser weltweite Handel war der erste Schritt zur Globalisierung. Inzwischen ist ein Drittel des deutschen Biermarktes in der Hand internationaler Konzerne.

### **Zitator:**

Ich definiere Globalisierung als die Freiheit unserer Firmengruppe zu investieren, wo und wann sie will, zu produzieren, was sie will, zu kaufen und zu verkaufen, wo sie will, und alle Einschränkungen durch Arbeitsgesetze oder andere gesellschaftliche Regulierungen so gering wie möglich zu halten.

### **Erzähler:**

So postulierte Percy Barnevik, ehemals Präsident der Asea-Brown-Boveri-Gruppe – und bekannte sich damit zu schrankenlosem Wirtschaftsliberalismus. Dem folgen

auch die wenigen Konzerne, die den Weltbiermarkt heute unter sich aufteilen. In den vergangenen Jahren kauften sie in allen Regionen der Erde Brauereien auf, fusionierten und investierten, was das Zeug hielt.

**O-Ton – Dieter Ammer:**

Wir sind völlig anders strukturiert in Deutschland als die normalen anderen Märkte dieser Welt. Also fast alle großen klassischen Biermärkte der Welt sind heute von Oligopolen oder sogar Monopolen beherrscht. D. h. einer oder ganz wenige teilen sich den Markt.

**Erzähler:**

Dieter Ammer, ehemaliger Geschäftsführer von Beck & Co, verkaufte die hanseatische Brauerei im Jahr 2002 an den belgischen Bierkonzern Interbrew, heute InBev, zwei Jahre nachdem der an die Börse gegangen war. Wer als Brauer auf einem globalisierten Markt mitspielen wolle, müsse sich zu größeren Einheiten zusammenschließen, befand Ammer – so wie die Brauer in den USA, Großbritannien, Belgien, Frankreich und Italien.

**O-Ton – Dieter Ammer:**

Sie finden fast Monopolstrukturen in Dänemark, in Skandinavien überhaupt, in der Schweiz, d. h. da sind es ganz wenige, die den Markt beherrschen. Und wenn wir uns jetzt Deutschland dagegen ansehen, obwohl es ein sehr großer Markt ist, ist Deutschland völlig anders strukturiert. Deutschland besteht aus 1290 Brauereien, plus minus 10, diese Brauereien sind sehr viel mehr als wir insgesamt eigentlich außerhalb von Deutschland in ganz Europa haben.

**Atmo:**

Bier wird in ein Glas eingeschenkt

**Verschiedene Stimmen (überlappen):**

Adam-Riese Urtrunk, Bamberger Klosterbräu, Colbitzer Heidebock, Distelhäuser Premium, Erdinger Weißbier, Feldschlösschen Hopfenperle, Göller Lagerbier, Haller Löwenbräu, Ingobräu Edel Weisse, Jever Pilsener, Kaltenberger König Ludwig Dunkel, Lambräu Zwickel, Mayer's Stammhaus Export Urtyp, Neder Kellerbier, Ochsenbräu Dinkel, Päßgen Kölsch, Recken Export, Sankt Jakobus Bock, Tucher Übersee Export, Urfels Alt, Veltins Pilsener, Wasserburger Hefe-Weißbier Dunkel, Zeltbräu Hofer Hell.

**O-Ton – Dieter Ammer:**

Von diesen Brauereien sind ungefähr 1000, etwas weniger als 1000, ganz kleine regionale Brauereien. Das ist der klassische bayerische Braubetrieb, der in einem Dorf sitzt, oder in Baden-Württemberg: Vater braut, Sohn macht die Logistik, Mutter macht die Buchführung. Das ist so der klassische Betrieb. Diese Betriebe haben eigentlich die deutsche Bierkultur ganz wesentlich geprägt.

**Erzähler:**

Die Zahl der kleinen Brauereien in Deutschland ist stabil, mit leichten Verschiebungen. In den letzten zehn Jahren stieg sogar – vor allem in den neuen Bundesländern – die Zahl der Zwergunternehmen mit bis zu 5.000 Hektoliter Ausstoß. Dagegen sind einem Bericht des Deutschen Brauerbundes zufolge zwischen 1997 und 2007 mehr als 120 mittelständische Brauereien mit einem

jährlichen Ausstoß von bis zu 500.000 Hektolitern vom Markt verschwunden. Der Trend setzt sich fort. Gleichzeitig entstehen große und immer größere Holding-Gesellschaften und international agierende Brauerei-Konzerne, die sich die Anteile am Geschäft streitig machen. Das bestätigt auch Wolfgang Burgard. Er ist Geschäftsführer der Carlsberg Deutschland GmbH und Präsident des Deutschen Brauerbundes:

**O-Ton – Wolfgang Burgard:**

Diejenigen, die sich beteiligt haben wie Interbrew oder InBev heute, wie Carlsberg oder Heineken, das sind auch Brauereigruppen, die in Europa ihre Position ausbauen wollen und dann ist ja auch der deutsche Biermarkt, der ja der zweitgrößte in Europa ist – Russland ist größer – natürlich auch interessant ist für diese Brauereigruppen.

**Erzähler:**

Jahrelang hatten ausländische Konzerne erfolglos versucht, die Herzen der deutschen Bierliebhaber mit ihrer Variante des Gerstensaftes zu erobern. Für das dänische, schottische, holländische, amerikanische, mexikanische und australische Gebräu fehlte bislang die Kundschaft und sie war auch mit raffinierten Marketingstrategien nicht zu gewinnen. Die Deutschen blieben stur und protesteten sich weiterhin mit ihrem Stammbier zu.

**O-Ton – Dieter Ammer:**

Bier braucht Heimat! Als Vergleich: ein Franzose wäre ähnlich empfindlich bei seinem Rotwein, seinem Käse, es ist DAS deutsche Produkt, mit dem der Deutsche sich sehr stark identifiziert. Das hat dazu geführt, dass die Importquote immer bei drei Prozent fest hängt. Egal, was passiert, über die letzten Jahre hat sich da fast nichts verändert, das sind rund drei Prozent des deutschen Biermarktes, was wir an Import haben.

**Erzähler:**

Da zeigt sich die Macht der Konsumenten. Und der Wert einer regionalen Einbindung, die nicht nur Brauer und Biertrinker, sondern auch jene Landwirte einschließt, die Gerste und Hopfen anbauen. Agrarsoziologin Veronika Bennholdt-Thomsen meint:

**O-Ton – Veronika Bennholdt-Thomsen:**

Es gibt eben auch gewachsene Beziehungen zwischen den Brauereien und den Lieferanten des Urproduktes, die sich über Generationen hergestellt haben, und die sich deshalb herstellen, weil die Brauereien regionale Brauereien sind, die auch daran interessiert sind, die regionalen Urprodukte einzukaufen. Und wenn dieser Zusammenhang – Marktbeziehung ist ja auch eine soziale Beziehung – wenn der verloren geht, dann ist es umso mehr zu befürchten, dass es zu einer Konzentration im Bereich der Urproduktion kommt, und die anderen müssen zumachen, die Kleinen.

**Erzähler:**

Jahrzehntelang war der deutsche Biermarkt ausländischen Investoren verschlossen geblieben. Ausgerechnet aus Bayern – dem Stammland deutscher Braukunst – kam dann der Anstoß, ausländisches Kapital zu werben. 2001 hatte der Münchener Unternehmer Stefan Schörghuber den niederländischen Großbrauer Heineken für

das Gemeinschaftsunternehmen Brau Holding International erworben, zu dem unter anderem die Paulaner-Salvator-Thomas-Bräu und die Hacker-Pschorr-Bräu gehören. Erklärtes Ziel sei, so berichtete die Financial Times Deutschland, „eine verstärkte Konzentration der traditionell zersplitterten Branche in Deutschland.“

**O-Ton – Dieter Ammer:**

Wenn man sich dann diese Transaktionen ansieht, dann sind das ja keine Leute, die sich irgendeine Zahl ausdenken, auf ein Blatt Papier schreiben, und irgendwo rüberschieben und sagen: das geben wir für euch aus, sondern das sind hochdiffizile, sehr komplexe Berechnungen in die Zukunft rein, indem man immer wieder sagt: Was können wir aus diesem Unternehmen machen, was es heute nicht ist, und welche Ergebnisse können wir daraus erwirtschaften. Und das mal einem bestimmten Faktor ergibt den maximalen Kaufpreis, den man bereit ist zu zahlen. Ein Unternehmen, das 60 Brauereien in der Welt betreibt, hat andere Erfahrungen über das Betreiben von Brauereien als einer, der nur eine Brauerei hat. Diese Effekte sind nicht zu unterschätzen. Die sogenannten Synergien.

**Erzähler:**

2002 erwarb Interbrew die traditionsreiche Hannoveraner Brauergilde mit ihrem Zugpferd Hasseröder. Für eine einzige Aktie zahlte der Konzern 275.000 Euro. Ein Geldregen für die Aktionäre, auch für die Stadt Hannover, die traditionell zehn Prozent der Aktien hielt. Herbert Schmalstieg, damals Oberbürgermeister der Stadt, erzählt:

**O-Ton – Herbert Schmalstieg:**

Das heißt also, dass man da schon sehr schwach werden konnte und auch schwach werden musste, nachdem das so eskalierte. Es gab ja hier Demonstrationen in Hannover, es gab ja Versammlungen, wo bei strömendem Regen die Mitarbeiter über 40.000 Unterschriften gesammelt haben gegen den Verkauf der Aktien, nur sie haben nicht die Aktionäre hindern können daran. Und für einen, der 5 oder 10 solche Aktien hatte, war das natürlich ein ganz schöner Schluck aus der Pulle, sag ich mal. Der dann auf einmal 2 Millionen plus x an Euro aus diesem Aktienverkauf erzielen konnte.

**Erzähler:**

Wieder ein Jahr später, 2003, stieg Interbrew bei der über 600 Jahre alten Münchner Spaten-Löwenbräu-Franziskaner-Gruppe ein. Zur Spaten-Gruppe gehörte zu 52 Prozent auch die Stuttgarter Brauerei Dinkelacker Schwabenbräu, eine der führenden Marken in Baden-Württemberg. Sie wurde ab 2004 von der Interbrew-Tochter Beck & Co in Bremen geführt. Doch nur für drei Jahre: 2007 kaufte der frühere Miteigentümer Wolfgang Dinkelacker seine Brauerei zurück. Was sich für die Großkonzerne nicht rechnet, stoßen sie möglichst schnell wieder ab. Dieter Ammer:

**O-Ton – Dieter Ammer:**

Konsolidierung findet statt in dem Kreis der mittelgroßen, in dem Kreis, die 100.000, 200.000, 500.000 Hektoliter herstellen, da findet die Konsolidierung statt. Da sterben auch welche. Früher unvorstellbar, aber heute ist das so.

**Erzähler:**

„Konsolidierung“, das klingt so positiv, denn darin steckt das Wort ‚solide‘. Aber was bedeutet es in diesem Zusammenhang?

**O-Ton – Dieter Ammer:**

Konsolidierung heißt immer Zusammenführung, heißt immer Rationalisierung, ja das hat als Folge und Auswirkung, dass im Schnitt die Zahl der Beschäftigten zurück geht. Das ist aber eine Tendenz, die wir seit Jahren auch erleben, wenn wir uns die Zahl derjenigen, die in den Brauereien beschäftigt sind, ansehen, dann sinkt die kontinuierlich seit 20 Jahren, das wird weitergehen.

**Erzähler:**

Wenn ein Großkonzern einen mittelständischen Betrieb übernimmt, beginnt bei den Mitarbeitern das große Zittern. Denn die Zahl der Beschäftigten geht ja nicht einfach so zurück, die Mitarbeiter werden schlicht gekündigt. Verschlinkung der Verwaltung, Verdichtung der Arbeit, Abbau erkämpfter Sonderkonditionen, Rationalisierung, Ausschöpfung aller Synergieeffekte, Outsourcing. Wolfgang Burgard weiß, warum das so ist:

**O-Ton – Wolfgang Burgard:**

Ein Punkt ist sicherlich: Der Druck auf die Ergebnisse, der Druck auf die Margen, der Druck auf die Performance, auf die Entwicklung der Gruppen, der ist ein anderer und der zweite Punkt ist sicherlich die Unternehmenskultur. Nehmen wir mal ein Beispiel aus dem Sport: Wenn Sie permanent in der Champions-League spielen, bei Betriebsvergleichen, haben Sie einen anderen Druck, als wenn Sie in der Bundesliga spielen.

**Erzähler:**

Da kommt es dann zu „schmerzlichen Prozessen“, wie Burgard mitfühlend sagt. Bei Beck & Co z. B. wurden der Fernfuhrpark und die EDV-Abteilungen komplett ausgelagert. Sämtliche Unternehmensbereiche, die nicht direkt oder indirekt mit dem Bierbrauen zu tun haben, wurden in eine Service-Tochterfirma überführt. Dort gelten niedrigere Tarife als im Braugeschäft. Den Logistikern drohten damit Gehaltseinbußen von 600 Euro im Monat, ein Fünftel ihres Bruttoeinkommens. Erst nach langen Verhandlungen ließ sich Interbrew, heute InBev, darauf ein, die übernommenen Beschäftigten weiterhin so zu entlohnen wie zuvor. Doch wer dort neu anheuerte, verdiente weniger als seine Kollegen.

**O-Ton – Wolfgang Burgard:**

Für jemanden, der irgendwo in der Welt an einem Schreibtisch sitzt und sagt, ich muss jetzt sehen, wie ich meine Finanzsituation verbessere oder begradige, und damit bestimmte Dinge auf den Prüfstand stellt, der ist ja unter einem ganz anderen Entscheidungsdruck und Entscheidungszwang und der hat natürlich nicht diese Nähe zu dem einzelnen Objekt oder der einzelnen Brauerei wie jemand, der jetzt Privatunternehmer in 3., 4., 5., oder 10. Generation ist.

**Erzähler:**

Anfang 2004 verleibte sich der dänische Carlsberg-Konzern die Hamburger Holsten Gruppe ein und avancierte damit zum Marktführer in Norddeutschland. Auch die innerdeutsche Konzentration ist in vollem Gang. Wie im Fischteich fressen die ganz Großen die etwas weniger Großen. So stieg die Frankfurter Radeberger Gruppe, eine Tochter des Bielefelder Lebensmittelriesen Oetker, Ende 2003 bei der Stuttgarter Hofbräu ein mit dem Ziel, den regionalen Biermarkt in Baden-Württemberg besser auszuschöpfen. Wenig später übernahm Oetker für 25 Millionen

Euro auch noch die frisch sanierte Dortmunder Brau und Brunnen AG und wurde mit inzwischen mehr als 40 Biermarken größter deutscher Bierbrauer. Oetker ist als einziger in der Lage, den ausländischen Multis Paroli zu bieten.

**O-Ton – Dieter Ammer:**

Die klassischen deutschen Brauereifamilien haben immer gesagt: reicht doch. So viel müssen wir gar nicht verdienen. Nun kommen internationale Wettbewerber auf den Markt, die sagen: nein, wir kriegen das Kapital von unseren Kapitalgebern nur, wenn wir es rentabel einsetzen. Also erwarten wir auch vom deutschen Markt eine vernünftige Mindestrendite.

**Erzähler:**

Weltkonzerne sind in ihrer Wachstumsgier allerdings kaum zu stoppen. 2004 fusionierte Interbrew per Aktientausch mit dem brasilianischen Brauunternehmen AmBev und wurde damit zum weltgrößten Braukonzern. Neuer Name: InBev. Der amerikanische Brauriese Anheuser-Busch wurde auf Platz 2 verwiesen. 2008 folgte dann der ganz große Coup: InBev schluckte Anheuser-Busch für 52 Milliarden US-Dollar. 45 Milliarden hatte InBev dafür als Kredite aufgenommen, das Dreifache seines Jahresumsatzes. Doch dann schlug die Wirtschaftskrise zu und die Probleme begannen. Zur Finanzierung des Größenwahns will InBev nun große Teile seines Deutschlandgeschäfts an den Oetker-Konzern verkaufen. Noch wurde man nicht handelseinig. So trifft es erst – wieder einmal – die Beschäftigten. 90 Arbeitsplätze bei Gilde und 65 bei Beck & Co stehen auf der Kippe. Obwohl beide Brauereien schwarze Zahlen schreiben.

**O-Ton – Veronika Bennholdt-Thomsen:**

Also der Glaube, dass die Globalisierung der Märkte etwas ist wie dass der Regen von oben nach unten fällt, ein Naturgesetz, so muss auch dieses passieren, ist ein unglaublich verbreiteter Mythos, der mit unglaublich gut funktionierender Propaganda in die Köpfe getrichtert worden sein muss, denn es stimmt nicht.

**Erzähler:**

Agrarsoziologin Veronika Bennholdt-Thomsen.

**O-Ton – Veronika Bennholdt-Thomsen:**

Wir können ganz klar nachzeichnen, wie dieser Prozess - eigentlich angefangen mit der internationalen Entwicklungspolitik nach dem Zweiten Weltkrieg - einer ist, der immer wieder durch Beschlüsse, Verträge, durch bestimmte Kanalisierungen von Steuergeldern in eine bestimmte Richtung, wie dieser Prozess dadurch gemacht worden ist. Das ist ein politisch gemachter Prozess. Der durch Lobbyarbeit, durch Korruption, in dem an den richtigen Stellen geschmiert worden ist, eigentlich immer weiter gefördert wurde. Und heutzutage könnten wir es gut verfolgen, wie dieser Prozess weiter voran getrieben wird, wenn wir uns genauer ansehen könnten, was z. B. die Verhandlungen im Rahmen der verschiedenen Unterabteilungen der WTO, der Welthandelsorganisation, world trade organisation, wie die geführt werden und was da geplant wird.

**Erzähler:**

Zwar hatten die Befürworter der Globalisierung Gewinn für alle prognostiziert, ein Positivsummenspiel. Doch solche Vorhersagen taugen nur für den Papierkorb, wie

die jetzige Wirtschaftskrise zeigt und wie die Analyse des amerikanischen Soziologen Richard Sennett bestätigt:

**O-Ton – Richard Sennett (am.), darüber Übersetzung:**

Dass der Kapitalismus soziale Ungleichheit erzeugt, sollte nicht überraschen. Das hat er immer getan. Das wirklich Überraschende an den neuen Formen des Kapitalismus ist die Art, wie er diese Ungleichheit erzeugt. Dass die Auflösung der überkommenen Strukturen, die augenscheinlich die Dynamik des wirtschaftlichen Handels behindert haben, dass diese Freisetzung gewaltiger unternehmerischer Energien überhaupt nichts zu einer Verbreitung des Reichtums beigetragen hat, ist tatsächlich erstaunlich. So ist an der Peripherie des globalen Wirtschaftssystems ein dramatischer Prozess der Verelendung eingetreten. Noch weniger vorhersehbar war, was in den westlichen Industrieländern selbst geschah. Der eigentliche Verlierer war die Mittelklasse, waren die mittleren Ränge der Gesellschaft.

**Erzähler:**

Soziale Ungleichheit breitet sich also nicht nur zwischen den Nationen aus, sondern ebenso innerhalb einer Gesellschaft. Auch innerhalb hochentwickelter Industriestaaten. In Deutschland verändert sich als Nebeneffekt der Konzentration auf dem Biermarkt unter anderem die Landwirtschaft. Großkonzerne kaufen Rohstoffe wie Gerste und Hopfen nicht bei einer Vielzahl kleiner Bauernhöfe.

**O-Ton – Veronika Bennholdt-Thomsen:**

Das bedeutet, dass es dort auch zu ner Konzentration kommt. Denn die großen Brauereien wollen natürlich auf einmal große Chargen einkaufen, der gleichen Qualität. Und dadurch wirkt das unmittelbar auf die Lieferanten, die sie sich suchen, zurück, bzw. sie fordern das dann auch.

**Erzähler:**

Dieter Ammer, der sich heute nur noch darum kümmert, seine eigenen Millionen möglichst gewinnbringend anzulegen, bemängelt jedoch zu Recht eine gewisse Ambivalenz bei den Kritikern der Globalisierung in Europa und den USA. Denn die Industrienationen hätten als erste davon profitiert.

**O-Ton – Dieter Ammer:**

Wir können nicht sagen: wir leben auf der einen Seite ganz stark von den positiven Seiten der Globalisierung, wo wir Produkte in der Welt verkaufen und alle glücklich werden mit deutschen Produkten, gleichzeitig aber sagen wir, in Deutschland wollen wir sie aber nicht gern haben. Mannesmann wollen wir doch nicht an Vodafone weggeben, das wär doch furchtbar, wenn ich plötzlich mit einem ausländischen Telefon telefonieren müsste. Deshalb: gerade wir müssen diese Offenheit haben zu sagen: wenn ich deutsche Produkte ins Ausland verkaufe und wir davon leben, dann muss ich auch mit der anderen Seite leben, dass Ausländer zu uns kommen.

**Erzähler:**

Oder dass eines Tages das Bierbrauen in Billiglohnländer verlegt wird. So wie es im Schiffbau passiert ist. Oder in der Textilindustrie oder der optischen Industrie oder der Unterhaltungselektronik ...

**O-Ton – Dieter Ammer:**



Das kann ich mir bei Bier nicht vorstellen. Wir kommen zurück noch mal zum emotionalen Teil unseres Produktes: Bier braucht Heimat. Sie können natürlich Bier in China sehr viel billiger herstellen, nur, das will hier keiner trinken. Das akzeptiert der Verbraucher nicht.

**Erzähler:**

Doch auch wenn Bier möglichst verbrauchernah produziert wird, macht es einen Unterschied, ob viele kleine Betriebe brauen oder wenige Große. Denn bei den Großen wird das jeweilige Lokalkolorit nur noch als Werbemaßnahme künstlich übergestülpt. Marketing statt gewachsener Tradition.

**O-Ton – Veronika Bennholdt-Thomsen:**

Was passieren wird, ist der Verlust der Vielfalt. Vielfalt auch im Sinn von verschiedenen Spezialitäten unterschiedlicher Regionen. Also die haben anderes Wasser, das macht, dass das Bier anders schmeckt, sie haben unterschiedliche Braumethoden, sie haben unterschiedliche Gerste, sie haben ne unterschiedliche Mälze usw., diese Vielfalt, die ja gerade bei den Lebensmitteln so schön ist und auch die Kultur dieses Landes ausmacht, die wird erheblich leiden. Dann werden wir das haben, dass diese shopping malls, wie unsere neuen Einkaufszeilen an den Bahnhöfen heißen, dass dann dort Folklore inszeniert wird. Dass dann große Konzerne ihre kleinen Stände dort aufschlagen, die überall dieselben sind, aber trotzdem müssen diejenigen, die da als Lohnarbeitende drin sind, die müssen also bestimmte Mütchen, Hütchen anziehen, vielleicht noch nach Region unterschiedlich, um also das zu inszenieren, was doch die Konsumenten und Konsumentinnen so gerne möchten. Diese kulturelle Unterschiedlichkeit.

**Erzähler:**

Nach Einschätzung von Marktbeobachtern werden die kleinen Anbieter auf dem Welt-Biermarkt nach und nach verschwinden. Es sei denn, sie halten sich mit kreativen Ideen über Wasser, wie die 1820 gegründete Traditionsbrauerei Härle im oberschwäbischen Königseggwald. Privatbrauer Martin Härle wandelte sein Unternehmen im Jahr 2003 in eine Aktiengesellschaft um – in die Königsegger WalderBräu AG. Er offerierte 1.600 Aktienanteile zum Preis von je 500 Euro, um ein Kapital von 800.000 Euro zusammen zu bringen, und bot dafür eine besonders süffige Dividende: nämlich fünf Kästen Bier pro Aktie. Bei einem Marktpreis von 11,50 Euro pro Kiste kommen die Aktienzeichner, eine Gruppe von ortsansässigen Bierliebhabern, auf eine Rendite von immerhin 11,5 %. Gebraut wird – wie früher üblich – auf der Basis von Getreide aus der Region.

**O-Ton – Dieter Ammer:**

Diese große Zahl von kleinen Brauereien können, wenn sie ihr Geschäft richtig betreiben, auch sehr erfolgreich arbeiten. Weil sie müssen sich nur auf das konzentrieren, was sie gelernt haben: mit wenig Leuten ein gutes Bier produzieren und um das Dorf rum das Bier verkaufen, und sie haben selber zwei, drei Gaststätten, in denen sie tätig sind.

**Erzähler:**

Eine Parallelwelt zu den Giganten. Noch existieren lukrative deutsche Privatbrauereien wie Krombacher oder Warsteiner, aber wer weiß, wie lange noch? Die Multis machen ihnen das Leben schwer, denn sie beherrschen inzwischen ein

Drittel des deutschen Biermarktes. Deshalb sei jetzt vor allem die Politik gefordert, meint Veronika Bennholdt-Thomsen:

**O-Ton – Veronika Bennholdt-Thomsen:**

Was wir brauchen, ist den Schutz dieser vielfältigen über Jahrhunderte gewachsenen Struktur, die schon sehr am bröckeln war, aber immerhin, wir haben sie in vielen Bereichen noch, und dann sollen sie doch diese Sorte von internationalem Bier, Weltmarktbier und Einheitsgeschmack ruhig machen. Aber es ist im Interesse von uns allen, dass dann ganz besondere Maßnahmen ergriffen werden, um kleineren und mittleren Brauereien nicht gleichzeitig den Garaus zu machen.

**Erzähler:**

Was Großkonzerne momentan jedoch zurück hält, in Deutschland zu investieren, ist die Tatsache, dass der deutsche Biermarkt schrumpft. Von Jahr zu Jahr wird weniger Bier getrunken. Lag der Pro-Kopf-Verbrauch 1976 noch bei mehr als 150 Litern, werden heute nur noch 110 Liter Bier pro Kopf getrunken. Die Gründe sind vielfältig: die Deutschen werden immer älter, sie trinken mehr alkoholfreies Bier oder Mischgetränke, Stammtische und Kegelclubs haben an Bedeutung verloren. Und die Berufswelt hat sich enorm gewandelt:

**O-Ton – Wolfgang Burgard:**

Wir haben heute ne ganz andere Struktur in der Industrie, denken sie mal daran, es gab früher keine Baustelle, wo nicht die Bauarbeiter auch entsprechend viel Bier getrunken haben, gehen Sie mal heute auf ne deutsche Baustelle und suchen Sie nen Kasten Bier. Wenn ich dran denke, wie vor 30 Jahren im Hamburger Hafen gearbeitet wurde, was die Hafendarbeiter früher getrunken haben, und heute ist das alles weitestgehend Container-Schifffahrt, wo zwei Kranführer sitzen und so'n Schiff entladen, wo früher Hunderte von Leuten körperlich hart gearbeitet haben.

**Erzähler:**

Vielleicht halten diese Entwicklungen weitere Großkonzerne vom deutschen Markt fern. Was nicht schade wäre. Denn die Biergiganten haben nur die Aktionäre bedient und ihre eigenen Taschen gefüllt, für die Beschäftigten und die Verbraucher aber kaum Gutes gebracht. Auch die Bierpreise sind ständig gestiegen: schließlich müssen die hohen Summen für die Übernahmen irgendwie erwirtschaftet werden. Kann es da wirklich ein Trost sein, dass InBev neuerdings Modenschauen in Berlin und „Beck's on stage-Events“ veranstaltet?

\* .. \* .. \* .. \*

Literatur:

Veronika Bennholdt-Thomsen, Brigitte Holzer, Christa Müller (Hrsg.), Das Subsistenzhandbuch. Widerstandskulturen in Europa, Asien und Lateinamerika, Promedia 1999

Claus Leggewie, Die Globalisierung und ihre Gegner, becksche Reihe 2003

Michel Chossudovsky, Global Brutal, Der entfesselte Welthandel, die Armut, der Krieg, aus dem Englischen von Andreas Simon, Zweitausendeins 2002

Maria Mies, Globalisierung von unten. Der Kampf gegen die Herrschaft der Konzerne, Europäische Verlagsanstalt