

# Der Brauerei-Boom geht zu Ende

Zum ersten Mal seit dreissig Jahren stellen weniger Firmen Bier her – nicht nur aufgrund des Ukraine-Krieges

DANIEL GERNY

Während Jahrzehnten kannte der Brauerei-Boom in der Schweiz keine Grenzen. Von 32 Brauhäusern im Jahre 1991 explodierte die Zahl auf 1278 im 2021. Selbst Corona konnte dem Aufwärtstrend nichts anhaben, die Schweiz blieb ein ewiges Bier-Paradies. Alleine in den beiden Pandemie Jahren entstanden hierzulande fast 150 zusätzliche Brauereien. Jede Region, mancherorts sogar fast jede Gemeinde, pflegt mit viel Liebe und Leidenschaft ihre eigene Braukultur und stellt nicht selten mehr als ein halbes Dutzend eigene Kreationen her. Bier – das ist längst kein Massenprodukt mehr, sondern ein Trendgetränk mit enormem Nischenpotenzial. So wurde die Schweiz im Verlaufe der letzten Jahrzehnte zum Land mit der grössten Brauereidichte in ganz Europa.

Doch nun scheint dieser Aufwärtstrend an ein Ende zu kommen – wenn nicht gar zu brechen. 2022 gab es in der Schweiz erstmals weniger Brauereien als im Vorjahr, nämlich nur noch 1179. Damit sind innert eines Jahres fast hundert Häuser vom Markt verschwunden. Dies geht aus den aktuellen Zahlen des Bundesamtes für Zoll- und Grenzsicherheit (BAZG) hervor. Das Amt ist zuständig für die Erhebung der Biersteuer und führt deshalb die aussagekräftigste Brauereistatistik. Die Biersteuer fällt für alle Brauereien an, die mehr als 400 Liter pro Jahr produzieren. Brauereien, die nicht kommerziell, sondern in Vereinen organisiert sind, dürfen 800 Liter steuerfrei brauen.

## Nach 25 Jahren ist Schluss

Der grösste Teil der Brauereien sind kleine Bierboutiquen, die oft als Hobby betrieben werden und weniger als 500 Hektoliter pro Jahr herstellen. Über 90 Prozent der Brauereien gehören dieser Kategorie an. Sie haben den Boom zum grossen Teil ausgemacht – und sie sind es auch, die nun hauptsächlich in die Defensive geraten. Zu den Brauereien, die sich in Liquidation befinden, gehört die Brauerei Seetal AG aus dem luzernischen Hochdorf. Sie wurde vor über 25 Jahren ganz zu Beginn des Schweizer Brauerei-Booms gegründet und brachte es auf einen Ausstoss von rund 200 Hektolitern. Ihre Biere verkaufte die Seetal Brauerei vor allem ab Rampe und an verschiedene Restaurants. Ausserhalb der Region waren sie bei Kennern zwar beliebt, jedoch kaum erhältlich. Gegenüber der «Luzerner Zeitung» nannte Gründer und Braumeister Marco Jutz gestiegene Preise als einen der Gründe für die Geschäftsaufgabe.

Zu schaffen machen den Brauern die Folgen des Ukraine-Krieges. So sind die



Craft-Bier-Brauerei in Oberhofen (AG): Bier ist ein energieintensives Produkt.

SIMON TANNER / NZZ

Preise der Rohstoffe, vor allem Hopfen und Malz, im letzten Jahr teilweise drastisch angestiegen. Malz wird zum grossen Teil aus speziell für Bier angepflanzter Braugerste hergestellt, deren Preis wie jener der übrigen Getreidesorten als Folge in die Höhe schoss. Nach Kriegsbeginn hatten sie sich innert eines Jahres verdoppelt.

Die gleichzeitig angestiegenen Energiepreise verschärfen das Problem zusätzlich. Bier ist ein äusserst energieintensives Produkt: Es wird bei der Herstellung mehrfach erhitzt und gekühlt. Folgen hat dieser Kostenanstieg bei Energie und Rohstoffen nicht nur für die Brauereien, sondern auch für die Konsumenten. Gemäss dem Comparis-Konsumentenpreisindex vom Mai haben sich die Bierpreise gegenüber dem Vorjahr um durchschnittlich 77 Prozent erhöht. Andere Brauereien bestätigen in einem Artikel des Online-Magazins «Zentralplus», dass ihnen die gestiegenen Rohstoffpreise zum Verhängnis wurden. Die Entwicklung ist nicht auf die Schweiz beschränkt, auch in Deutschland kam es deswegen zu Geschäftsaufgaben.

Allerdings ist die produzierte Biermenge in der Schweiz in der gleichen Zeit nicht zurückgegangen. Die Schliessungen müssen deshalb weitere Gründe als die Rohstoffpreise haben. Gemäss

BAZG-Zahlen ist 2022 wieder mehr Bier ausgestossen worden (3,68 Millionen Hektoliter) als in den beiden vorangegangenen Jahren (3,4 Millionen Hektoliter). Erklären lässt sich dies mit dem Ende der Corona-Krise, was den Bierkonsum in Restaurants und Bars wieder ermöglicht.

Doch auch gegenüber dem Vor-Corona-Jahr war die ausgestossene

Biermenge 2022 leicht höher. Ebenfalls recht stabil sind die Bierimporte. Und im Vergleich zu anderen alkoholischen Getränken behauptet sich das Bier sogar sehr gut: Gemäss Zahlen des Schweizer Brauerei-Verbandes ging der Konsum von Wein in den letzten Jahren stetig zurück, während Bier immer beliebter wurde. Der Preis alleine hält die Kunden also nicht vom Bier ab.

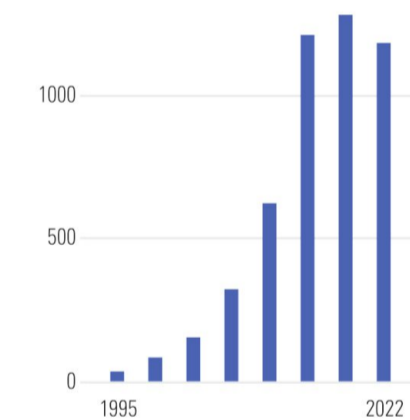
Allerdings wurde der Markt in den letzten Jahren mit lokalen Craft-Bier-Spezialitäten gesättigt – wenn nicht gar übersättigt. Die Gründung von Bierboutiquen, die ihre Kunden nicht nur mit ausgefallenen Rezepturen, sondern auch mit einem perfekten Marketing gewinnen konnten, hat die Grossen der Branche stark beeinflusst.

## Immer noch viele Betriebe

Die industriellen Brauereien bieten eine Vielzahl eigener Spezialitäten und Linien an, die inzwischen sogar in den kleinen Detailhandelsfilialen oder in Quartierläden zu finden sind. Von den Produkten der kleinen Brauereien unterscheiden sie sich für die meisten Konsumenten kaum. Die einstigen Hipster-Biere haben an Exklusivität verloren. Trotz zahlreichen Schliessungen bleibt die Brauereidichte in der

## Erstmals seit 1995 geht die Zahl der Brauereien wieder zurück

Biersteuerpflichtige Brauereien in der Schweiz



QUELLE: BUNDESAMT FÜR ZOLL UND GRENZSICHERHEIT  
NZZ / dgy

# Bürgerliches Ja zur Genfer Elternzeit beflügelt nationale Pläne

Eltern im Westschweizer Kanton erhalten 24 Wochen Urlaub, obwohl ausgerechnet die Linke dagegen war

ANTONIO FUMAGALLI, LAUSANNE

Einmal Ja, einmal Nein – also ist die Erkenntnis klein? Ganz und gar nicht, sagen die Befürworter einer Elternzeit. Schliesslich müsse man vergleichen, was zu vergleichen sei. In der Tat sind die Vorlagen, die am Sonntag in Bern und Genf zur Abstimmung standen, nur im Titel (fast) identisch. Das Berner Elternzeit-Modell wurde nicht nur von den linken Parteien initiiert, es war auch deutlich ambitionierter – zur Debatte stand ein Urlaub von nicht weniger als 40 Wochen. Er blieb chancenlos.

In Genf hingegen ging es um «lediglich» 24 Wochen. Die Arbeitgeber müssen die Massnahme, zusammen mit den Arbeitnehmern, zwar finanzieren – zur Umsetzung können sie jedoch nicht verpflichtet werden. Diese flexiblere Handhabung führte zur paradoxen Situation, dass sich die bürgerlichen Parteien hinter die GLP-Initiative scharten, während die

vereinigte Linke sie bekämpfte. An der Urne resultierte ein klares Ja.

## Grenzübergreifendes Thema

Bestrebungen zur Einführung einer Elternzeit sind auch im Tessin, in der Waadt und im Wallis im Gang. Das Thema macht freilich nicht an den kantonalen Grenzen halt. Das für Arbeitsverhältnisse massgebliche Bundesrecht sowie Abgrenzungsschwierigkeiten sprechen für die Verfechter dafür, eine national einheitliche Lösung anzustreben. Wie geht man zum Beispiel mit dem Vater um, der in Kanton X mit grosszügigem Elternurlaub wohnt und in Kanton Y arbeitet, der nur das eidgenössische Minimum kennt?

Bis anhin sind sämtliche Forderungen, eine über den zweiwöchigen Vaterchaftsurlaub hinausgehende Elternzeit einzuführen, auf nationaler Ebene gescheitert. Erst letzten Freitag lehnte der

Nationalrat eine von der Frauensession 2021 verabschiedete Petition zum Thema ab. Eine parlamentarische Initiative von GLP-Nationalrätin Kathrin Bertschy wurde 2021 begraben. Die Befürworter lassen sich allerdings nicht entmutigen – und verweisen gerne darauf, dass auch die heute unbestrittene Mutterschaftsversicherung zuerst einen kantonalen «Testlauf» absolvieren musste. Es war 2001 ebenfalls Genf, das eine eigenständige Lösung einführte.

Im Februar erneuerte die Eidgenössische Kommission für Familienfragen (EKFF) ihre bereits 2010 formulierte Forderung nach einer Elternzeit von 38 Wochen. Sie würde in ihren Augen gleich mehrere Probleme auf einen Schlag lösen: Nicht nur würde die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und die Aufteilung der Betreuungsaufgaben verbessert, auch hätte der Urlaub einen positiven Einfluss auf die Entwicklung des Kindes und würde dem Fachkräftemangel ent-

gegenwirken. Finanziert würde er durch eine Erhöhung der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerbeiträge an die EO um je 0,4 bis 0,5 Prozentpunkte. Dass ein solches Modell derzeit politisch chancenlos ist, haben zuletzt die Abstimmungen in Bern sowie letzten Frühling in Zürich gezeigt. Doch EKFF-Geschäftsleiterin Nadine Hoch ist überzeugt: «Die Schweiz ist reif für eine Zwischenlösung.»

## «Kann mehrheitsfähig sein»

Eine solche gleist nun die Junge Mitte auf. In verschiedenen Kantonen reicht sie derzeit Ständesinitiativen in den Parlamenten ein, wobei eine Elternzeit von jeweils mindestens 20 Wochen gefordert wird. Behandelt ist noch keine Initiative, das Genfer Abstimmungsergebnis verleiht Präsident Marc Rüdösüli aber richtiggehend Flügel. «Es zeigt, dass eine grosszügigere Lösung als heute mehrheitsfähig sein kann, sofern sie nicht

Schweiz immer noch überdurchschnittlich hoch. Auf eine Million Einwohnerinnen und Einwohner kommen – Stand 2022 – 134 Brauereien (Vorjahr: 146). Auf Platz zwei und drei folgen in Europa Tschechien und die Niederlande mit nur etwas über 50 Brauereien pro Million Einwohner. Die Zahlen lassen sich zwar nur bedingt vergleichen, weil sich die Erhebungsart unterscheidet. Dennoch widerspiegeln sie die unvergleichliche Wachstumsphase, auf die die Schweiz zurückblickt. Sie bildet den Gegentrend zur Ausdünnung des Angebotes während der Jahrzehnte unter der Herrschaft des Bierkartells.

Dieses regelte ab 1935 Absatz, Preise, Qualität, Rezeptur und Angebotspalette der Produkte, für die im ganzen Land kollektiv und einheitlich geworben wurde. Selbst für Etiketten, Harassen und Flaschen existierte ein Dicksicht an Vorschriften und Verboten. Wirte durften ihre Biermarke nicht frei wählen. Wer nicht parierte, dem drohte ein Lieferstopp. Die Zahl der Brauereien sank, Neue konnten sich nicht etablieren. Die Stange war landesweit genormt, wie alles andere, was unter der Bezeichnung «Bier» in der Wirtschaft und über den Ladentisch gereicht wurde.

Es war der Basler Hans Jakob Nidecker, der sich in den 1970er Jahren über den unhaltbaren Zustand ärgerte. Das Kartell zwang seine «Fischerstube», eine Quartierbeiz im tiefen Kleinbasel, Anker-Bier aus Frenkendorf statt Wardeck aus der Nachbarschaft auszuschenken. Das Kartell liess partout nicht mit sich reden. Kurzerhand beschloss Nidecker, sein eigenes Kleinbasler Bier zu brauen. Am 13. November 1974 wurde das erste naturtrübe Ueli-Bier gezapft. Die Gäste kamen in Scharen. Immer stärker geriet das Bierkartell in den Folgejahren unter Druck, als der Denner-Gründer Karl Schwenk die Schweizer Brauer unter politischen und juristischen Dauerbeschuss nahm. 1991 brach das Bierkartell schliesslich tief zerstritten zusammen. 32 Brauereien gab es zu diesem Zeitpunkt noch. Dann startete der Aufschwung.

Möglicherweise markiert der Rückgang der Brauereien nach dieser Phase den Beginn einer leichten Konsolidierung. An der Vielfalt wird sich für die Konsumentinnen und Konsumenten aber nichts ändern – im Gegenteil. So ist in den letzten Jahren beispielsweise eine enorme Lebendigkeit bei den alkoholfreien Bieren zu beobachten, die bis vor kurzem kaum trinkbar waren. Auch die Regionalität des Bieres ist kaum in Gefahr: Seit einigen Jahren wird in der Schweiz wieder vermehrt Braugerste angebaut und sogar vermälzt – ein Handwerk, das hierzulande während Jahrzehnten nicht mehr existierte.