

Bier

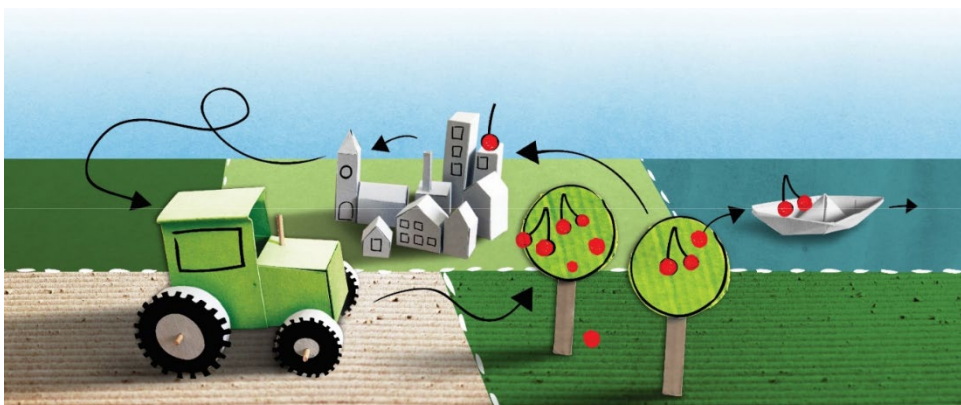
Regionale Wertschöpfung im Portrait

Vorläufige Ergebnisse der Wertschöpfungsanalysen im BMBF-Projekt
ReProLa

Dominik Bertram, Carola Wilhelm, Tobias Chilla

Unter Mitarbeit von: Mirjam Opitz (FhG), Manuela Burkert und Benedikt Fink

November 2022



TAKE-AWAY-MESSAGES:

Räumliche Verteilung zeigt eine hohe Relevanz der Metropolregion

Während der Anbau des Hopfens überwiegend außerhalb der Metropolregion stattfindet, ist sie wichtiger Standort des Gerstenanbaus und der Mälzereien.

Hohe regionale Selbstversorgung

Ein hoher Anteil der Vorleistungen entlang der Wertschöpfungskette kann in Bayern und sogar aus der Metropolregion erbracht werden.

Starke kulturelle Verankerung

Die hohe kulturelle Relevanz ist eine wichtige Grundlage dafür, dass große Teile des Bieres insbesondere in Nordbayern regional konsumiert werden.

Bier als Beschäftigungsmotor

Die hohe ökonomische Relevanz aller Wertschöpfungsstufen schafft in hohem Maße Arbeitsplätze in der Metropolregion.

1. DAS BIER IN DER METROPOLREGION NÜRNBERG

Die Tradition des Bierbrauens ist in Bayern historisch tief verwurzelt. Bereits vor rund ein tausend Jahren wurde die älteste noch bestehende Brauerei der Welt als Klosterbrauerei der Benediktiner, die Bayerische Staatsbrauerei Weihenstephan gegründet. Fast die Hälfte aller deutschen Brauereien befinden sich in Bayern, nahezu ein Drittel davon in der Europäischen Metropolregion Nürnberg: Franken ist heute weltweit die Region mit der höchsten Brauereidichte weltweit. Somit ist das Bier in Franken nicht wegzudenken: nicht nur aufgrund der Beschäftigungsrelevanz, sondern vor allem auch aufgrund der kulturellen Verankerung und touristischen Attraktivität (Bierwanderwege usw.). Die Vielfalt von etwa 40 in Bayern hergestellten Biersorten sowie der Craft-Bier Trend wecken sowohl bei internationalen als auch bei regionalen Liebhabern Interesse. Nicht nur das Oktoberfest oder das Münchner Hofbräuhaus können Gäste aus aller Welt anziehen, auch die international weniger bekannten Bierfeste erleben großen Zulauf. Aber auch im Alltag erfreut sich das regionale Bier beim Einkehren im Biergarten und Felsenkeller oder im Wirtshaus zum „Frühshoppen“ über enorme Beliebtheit gerade auch für die Bevölkerung.

Dieses Portrait führt Forschungsergebnisse aus dem BMBF-Projekt ReProLa (Regionalprodukt-spezifisches Landmanagement in Stadt-Land-Partnerschaften am Beispiel der Metropolregion Nürnberg) zusammen. Hierbei liegt der Fokus auf der Markt- und Beschäftigungsrelevanz sowie regionalen Mustern innerhalb der Wertschöpfungskette des Bieres in Bayern und der Metropolregion Nürnberg. Die Analyse beruht auf Expertengesprächen und sekundärstatistischen Daten, die meist auf der Ebene des Bundeslandes verfügbar sind und nur bei einer breiten Datenverfügbarkeit für eine plausible Regionalisierung eignen. Soweit nicht anders gekennzeichnet sind die Daten für ganz Bayern gültig.

Vorneweg seien ein paar Kennzahlen für die Metropolregion Nürnberg genannt, die als Näherungswerte zu verstehen sind¹.

- Die für die Erzeugung von **Hopfen** und **Sommergerste** genutzte Fläche **entspricht in etwa der Fläche des Bayerischen Waldes**
- Mit der Erzeugung von **Hopfen** und **Sommergerste** wird ein **Umsatz von ca. 37 Mio. Euro** erzielt
- Die Herstellung von **Malz** und **Bier** generieren gemeinsam einen **Umsatz von etwa einer Mrd. Euro**, wobei eine **Bruttowertschöpfung von knapp 120 Mio. Euro** entsteht

¹ Die in dieser Entwurfsfassung präsentierten Zahlen befinden sich im Prozess der Validierung.

2. DIE WERTSCHÖPFUNGSTUFEN – ÖKONOMISCHE RELEVANZ UND REGIONALE MUSTER

2.1. ERZEUGUNG

Hopfen

In Deutschland liegen ca. ein Drittel (ca. 20.000 ha) der weltweiten Hopfenanbauflächen, davon befinden sich etwa **16.000 Hektar in Bayern** (Chilla et al. 2020; Bayerisches Landesamt für Statistik 2016).

Abb. 1 zeigt die **bayerische Anbaufläche für Hopfen** in Hektar. Je dunkler die grüne Einfärbung, desto höher ist die Flächennutzung für die Erzeugung von Hopfen in diesem Landkreis oder dieser kreisfreien Stadt zu beschreiben. Die blaue Umrandung fixiert den Perimeter der Europäischen Metropolregion Nürnberg.

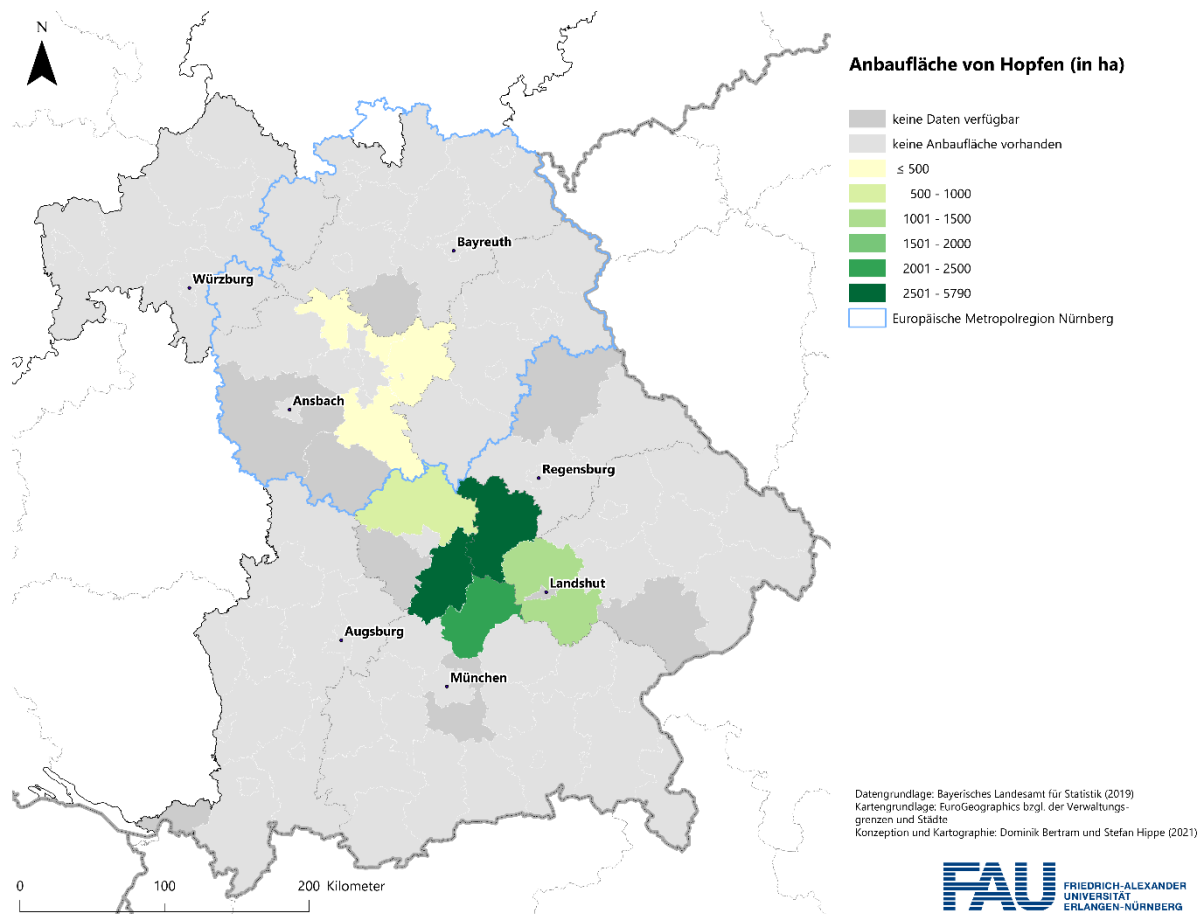


Abbildung 1: Anbaufläche von Hopfen in Hektar in Bayern

Die Karte zeigt eine starke räumliche Konzentration der Hopfenerzeugung im **weltweit größten zusammenhängenden Anbauggebiet Hallertau** in Ober- bzw. Niederbayern (insgesamt ca. 15.500 ha, v.a. in den Kreisen Eichstätt, Freising, Pfaffenhofen a. d. Ilm, Kelheim und Landshut). Etwa zwei Prozent (ca. 300 ha) der bayerischen Hopfenan-

baufäche liegen **innerhalb der Metropolregion Nürnberg** (Datenschutz in einigen Kreisen). Hierbei lassen sich vor allem kleinere Anbaugelbiete wie z.B. in **Spalt** (Kreis Roth), **Eckenthal** (Kreis Erlangen-Höchstadt) und **Hersbruck** (Kreis Nürnberger Land) finden (LfL Invekos 2018a).

Abb. 2 verdeutlicht diese räumliche Verteilung auf einer kleinräumigeren Ebene anhand der Darstellung des **Standortquotienten für Hopfen** im Vergleich zur gesamten landwirtschaftlich genutzten Fläche in Bayern auf Gemeindeebene. Neben den Gemeinden in den genannten mittelfränkischen Anbaugelbieten, ist die Erzeugung von Hopfen in den Gemeinden der oben genannten ober- und niederbayerischen Kreisen im bayerischen Vergleich überdurchschnittlich präsent (LfL Invekos 2018a).

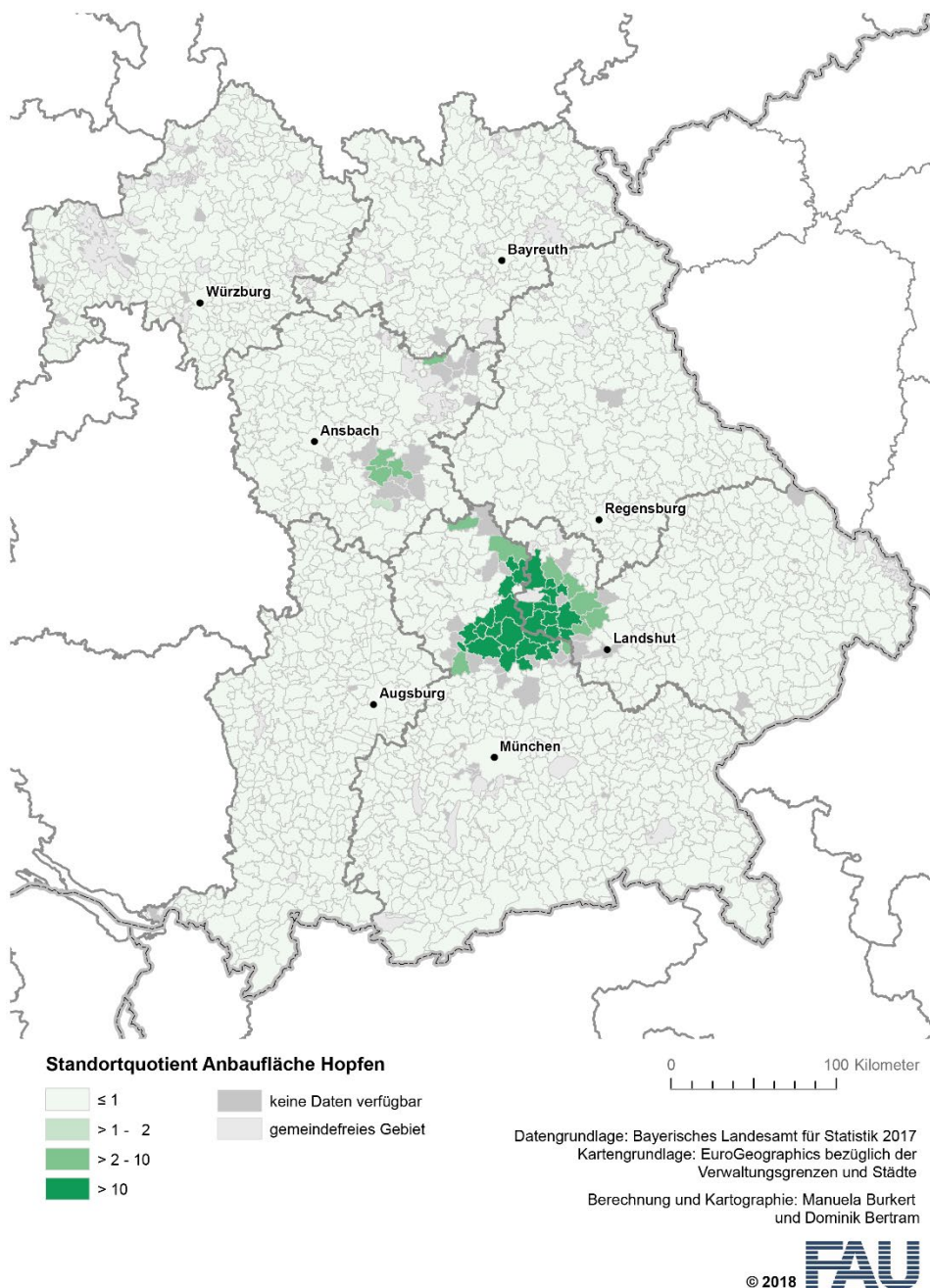


Abbildung 2: Standortquotient der Anbaufläche für Hopfen in Bayern auf Gemeindeebene

Deutschland verfügt über etwa 1.100 Hopfenanbaubetriebe, wovon sich etwa 900 in Hallertau in Bayern befinden. Durchschnittlich bewirtschaften deutsche Hopfenbetriebe ca. 18 Hektar Anbaufläche (Chilla et al. 2020). Es ist jedoch bundesweit, auch in Bayern, ein Rückgang der Erzeugerbetriebe bei nahezu gleichbleibender Hopfenanbaufläche zu beobachten. Dies deutet auf **moderate Konzentrationsprozesse im Hopfenanbau** hin, die gemäß den Experteneinschätzungen die starke Stellung der Hopfenhersteller in einem zunehmend globalisierten Markt stützen. Das durch den langjährigen Anbau entstandene **regionale Know-how** hat die Konzentration des Hopfenanbaus in der Hallertau erheblich begünstigt (FAU Expertengespräche 2019-2020).

Beschäftigungseffekte sind aufgrund von Saisonarbeit schwer quantifizierbar. Abhängig von der Betriebsgröße liegt zu Spitzenzeiten ein erhöhter Einsatz von **Saisonarbeitskräften** vor (zwei- bis dreimal jährlich). In der **Metropolregion Nürnberg** erfolgt der Hopfenanbau vor allem im **Nebenerwerb oder im Vollerwerb mit anderem landwirtschaftlichen Schwerpunkt**. Während in Spalt beispielsweise etwa 55 Hopfenpflanzler aktiv sind, verfügt Hersbruck über 13 Betriebe in der Region, davon zwei Ökobetriebe (FAU Expertengespräche 2019-2020).

Für die Bierherstellung in Deutschland werden insgesamt rund 10.519 Tonnen Hopferzeugnisse verwendet. Der Hopfen weist bundesweit somit ein Wirtschaftsvolumen von etwa 220 bis 450 Mio. Euro auf (LfL und LEL 2016). **Das Anbaugesbiet Hallertau nimmt dabei eine besonders starke Rolle ein (Wirtschaftsvolumen 180-390 Mio. Euro; DHWV 27.11.2017)**. Der durchschnittliche Erlös für den bayerischen Hopfen liegt bei etwa 8,50 Euro pro Kilogramm, oder rund 12.000 Euro pro Hektar (LfL 2021). Durchschnittlich werden ca. 97 Prozent der bayerischen Erntemenge für die Herstellung von Bier verwendet (FAU Expertengespräche 2019-2020). Im Jahr 2016 lag der Ausfuhrwert des deutschen Hopfens für den größten Exportmarkt USA bei ca. 30 Mio. Euro. Der Exportanteil des bayerischen Hopfens liegt bei ca. 90 Prozent, was auf eine **hohe globale Marktrelevanz** hindeutet. Die überregionalen Hauptabsatzmärkte liegen hierbei vor allem innerhalb der EU und in China. Es wirken sich also auch globale Markt- und Nachfragetrends auf die regionale Wertkette des bayerischen Hopfens aus (FAU Expertengespräche 2019-2020).

Sommergerste

Abb. 3 zeigt die **bayerische Anbaufläche von Sommergerste** in Hektar. Je dunkler die orangene Einfärbung, desto höher ist die Flächennutzung für die Erzeugung von Sommergerste in diesem Landkreis oder kreisfreien Stadt zu beschreiben. Die blaue Umrandung fixiert den Perimeter der Europäischen Metropolregion Nürnberg.

Die Karte zeigt einen **flächendeckenden Anbau von Sommergerste** in Bayern, mit Anbauswerpunkten in **Oberfranken** (v. a. Kreise Hof, Bayreuth und Kulmbach) und **Oberpfalz** (Kreise Neustadt a. d. Waldnaab, Neumarkt i. d. Opf.) sowie zu geringerem Maße in den westlichen Landkreisen der Metropolregion Nürnberg (u.a. Kreis Nürnber-

ger Land). Insgesamt verfügt Bayern über ca. 90.000 Hektar Anbaufläche von Sommergerste, wovon etwa **die Hälfte (ca. 48.000 ha) in der Metropolregion Nürnberg vorzufinden ist** (LfL Invekos 2018b).

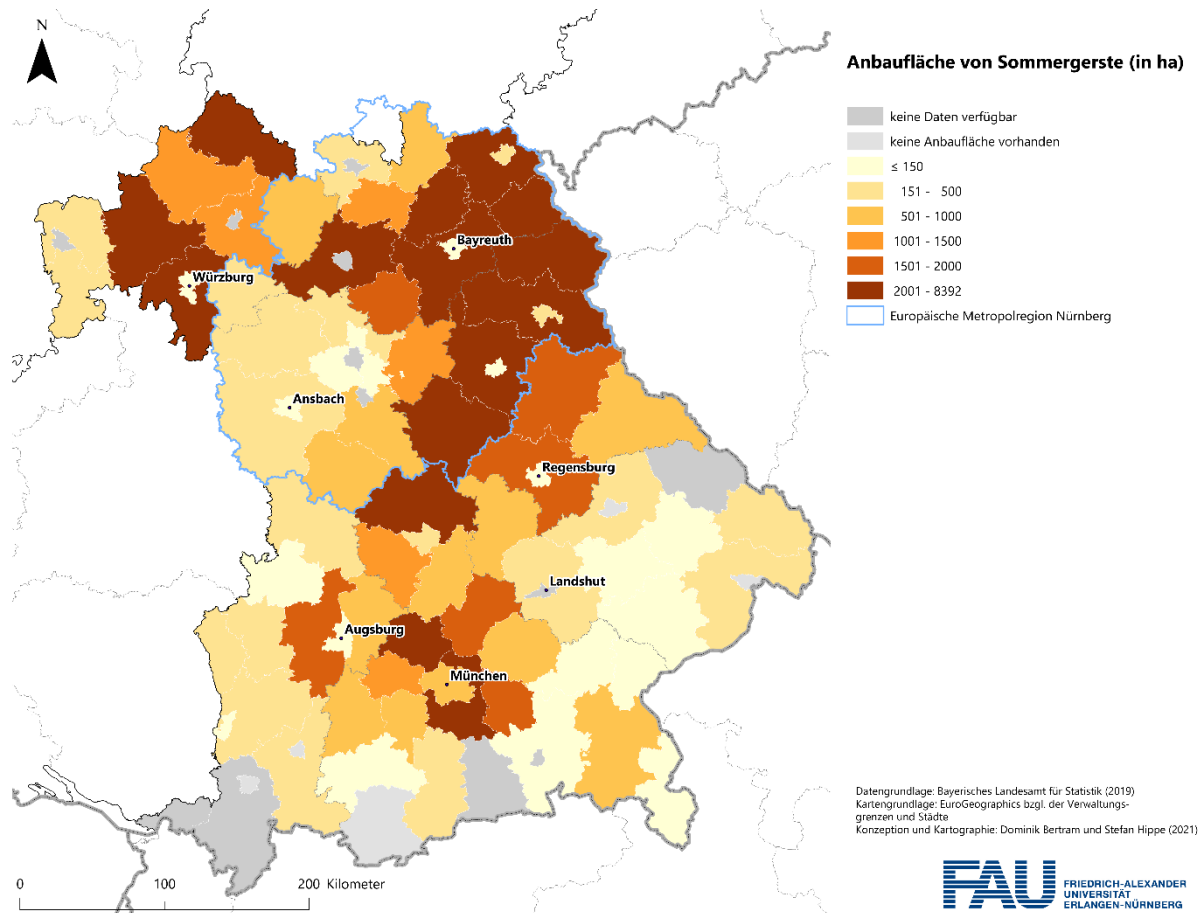


Abbildung 3: Anbaufläche von Sommergerste in Hektar in Bayern

In Abb. 4 wird die räumliche Verteilung auf einer kleinräumigeren Ebene verdeutlicht. Dies geschieht anhand der Darstellung des **Standortquotienten für Sommergerste** im Vergleich zur gesamten landwirtschaftlich genutzten Fläche in Bayern auf Gemeindeebene (eigene Berechnung). Insbesondere in den oberfränkischen Gemeinden wie auch in einzelnen Teilen Oberbayerns, Unterfrankens, Schwabens und der Oberpfalz ist der Anbau von Sommergerste im bayerischen Vergleich überpräsentiert.

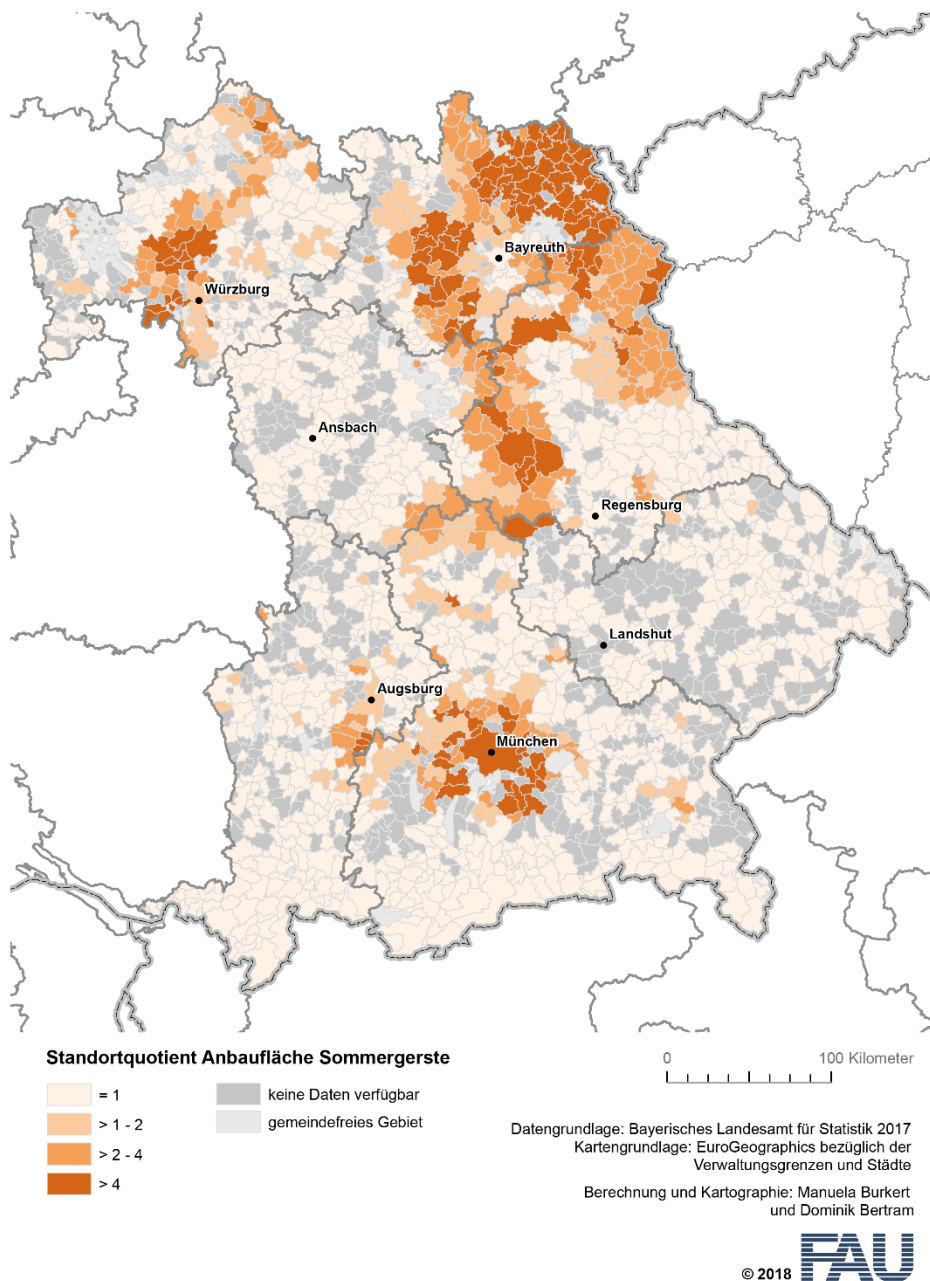


Abbildung 4: Standortquotient der Anbaufläche für Sommergerste in Bayern auf Gemeindeebene

Insgesamt ist der Anbau von Sommergerste in Bayern räumlich dispers strukturiert mit punktuellen Schwerpunkten. In Zeiten des agrarischen Strukturwandels, in dem der Nebenerwerb eine zunehmend wichtige Rolle spielt, ist die Anbauform der Sommergerste attraktiv. Eine gute Planbarkeit des Arbeitseinsatzes, die geringe Engmaschigkeit der Arbeiten sowie die Möglichkeit des Einsatzes von Dienstleistern bei der Ernte machen diese landwirtschaftliche Form auch für Nebenerwerbslandwirte interessant. Der überwiegende Teil der Erzeuger sind **Familienbetriebe**. Als wesentlicher Rohstoff für die Bierproduktion werden durchschnittlich etwa 65 Prozent der in Bayern angebaute Sommergerste als Braugerste verwendet. In regionalökonomischer Hinsicht nimmt die Gerste in Bayern eine wichtige Rolle ein: **etwa ein Prozent der gesamten Flächen Bayerns dient dem Anbau von Braugerste.**

Somit gilt festzuhalten, dass die bayerischen Brauereien sowohl auf regionalen Hopfen als auch regionale Sommergerste zurückgreifen können. Während die Schwerpunkte der bayerischen Hopfenerzeugnisse außerhalb der Metropolregion Nürnberg liegen, stellt diese ein wichtiges Anbaugebiet für Sommergerste dar, welche von regionalen Mälzereien bezogen und verarbeitet werden kann.

2.2. VERARBEITUNG

Herstellung von Malz

Die Herstellung von Braumalz findet in **räumlicher Nähe** zur Erzeugung von Sommergerste statt.

Abb. 5 zeigt anhand der Flächeneinfärbung die **Anbauintensität von Sommergerste** auf Kreisebene an (linke Karte) und verknüpft diese mit der Darstellung **räumlicher Cluster von Mälzereien** (rechte Karte).

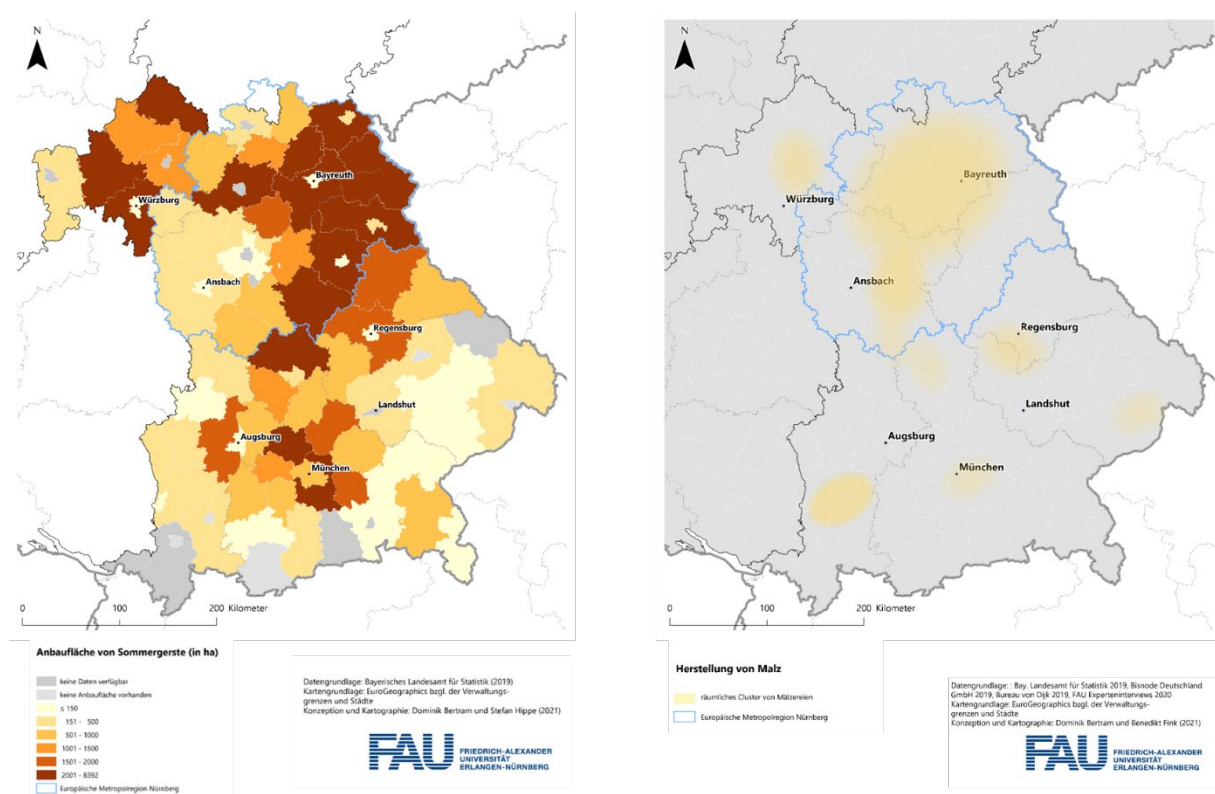


Abbildung 5: Räumlicher Zusammenhang zwischen der Erzeugung von Sommergerste und der Herstellung von Malz in Bayern

Es ist ein räumlicher Zusammenhang zwischen dem Anbau von Sommergerste und den Standortorten der Mälzereien erkennbar. Besonders im nordbayerischen Raum zeigt sich eine Konzentration von Mälzereien, insbesondere in den Kreisen und kreisfreien Städten Kulmbach und Bamberg (Ofr.) sowie im Städtedreieck Nürnberg-Fürth-Erlangen (Mfr.; Dun & Bradstreet Deutschland GmbH 2019; Bureau van Dijk 2019).

Die bayerische Verarbeitung der Sommererste findet in **ca. 20 Mälzereien unterschiedlicher** Betriebsgröße statt. Von etwa fünf bayerischen Großmälzereien (>40 Beschäftigte) und sechs Mälzereien mittlerer Größe (bis 20 Beschäftigte), befinden sich vier große und zwei mittlere Mälzereien in der **Metropolregion Nürnberg**. Die besonders produktionsstarken bayerischen Mälzereien sind somit in der Metropolregion verortet (z.B. IREKS in Kulmbach, Bamberger Mälzereigruppe; FAU Expertengespräche 2019-2020). In Bezug auf die Beschäftigungsrelevanz ist anzuführen, dass der **Personaleinsatz beim Mälzen gering** ist, da eine hohe Automatisierung des Verarbeitungsprozesses vorliegt. Die Anstellung erfolgt sehr selten in einem geringfügig entlohnten Beschäftigungsverhältnis. Neun von zehn Beschäftigte in der Herstellung von Malz sind sozialversicherungsbeschäftigt. Die Marktrelevanz zeigt sich in einem **bundesweiten Umsatz von etwa 650 Mio. Euro** bei einer Produktionsmenge von ca. zwei Mio. Tonnen, **wovon Bayern einen Anteil von ca. 30 Prozent einnimmt** (Bayerisches Landesamt für Statistik 2016; Destatis 2019).

Herstellung von Bier

Im Jahr 2016 wurden in Deutschland 9,57 Tonnen Bier gebraut, darunter hauptsächlich die Sorten Pils (55%), Export (10%), Weizen (8%) und Helles (5%). Etwa **650 der 1.500 bundesweiten Braustätten liegen in Bayern**, mit starken Konzentrationen in den Bezirken **Oberfranken** und **Oberbayern** (174 in Oberfranken, 147 in Oberbayern, 88 in Schwaben, 79 in Oberpfalz, 74 in Niederbayern, 69 in Mittelfranken, 66 in Unterfranken, Chilla et al. 2020, Bayerischer Brauerverbund e.V. 2018). Mehr als ein Drittel der bayerischen Brauereien sind somit in der Metropolregion Nürnberg verortet. Es ist somit ein **räumlicher Zusammenhang** zwischen den vorgelagerten Wertschöpfungsstufen und der Herstellung von Bier zu erkennen, da Erzeugerbetriebe für Hopfen und Braugerste sowie Mälzereien in räumlicher Nähe ansässig sind. So liegen zum Beispiel große Sommergersteanbaugebiete in Oberfranken und Oberbayern, die gleichzeitig auch die Bezirke mit der höchsten Anzahl an Brauereien darstellen (Bisnode 2019, Bureau van Dijk 2019)

In Bayern stehen viele kleinere bzw. Gasthausbrauereien einigen absatzstarken Großbrauereien (Überwiegend im südbayerischen Raum) gegenüber. Auch in der Herstellung von Bier lassen sich **fortlaufende Konzentrationsprozesse** erkennen. Die Marktmacht konzentriert sich zunehmend auf einige wenige größere Betriebe aus dem südbayerischen Raum, die überwiegend als transnational organisierte und globale Unternehmen einzuschätzen sind.

Die **Beschäftigungsrelevanz** für die Herstellung von Bier in Bayern liegt näherungsweise bei 12.000 Beschäftigten, wovon ca. ein Drittel in der Metropolregion Nürnberg tätig ist (Bundesagentur für Arbeit 2019). **Etwa eine Person von 500 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Bayern arbeitet somit in der Bierherstellung**. Insbesondere in Oberfranken und vereinzelt in Niederbayern sind im bayerischen Vergleich überdurchschnittlich viele Personen in der Bierproduktion tätig (siehe Abb. 6).

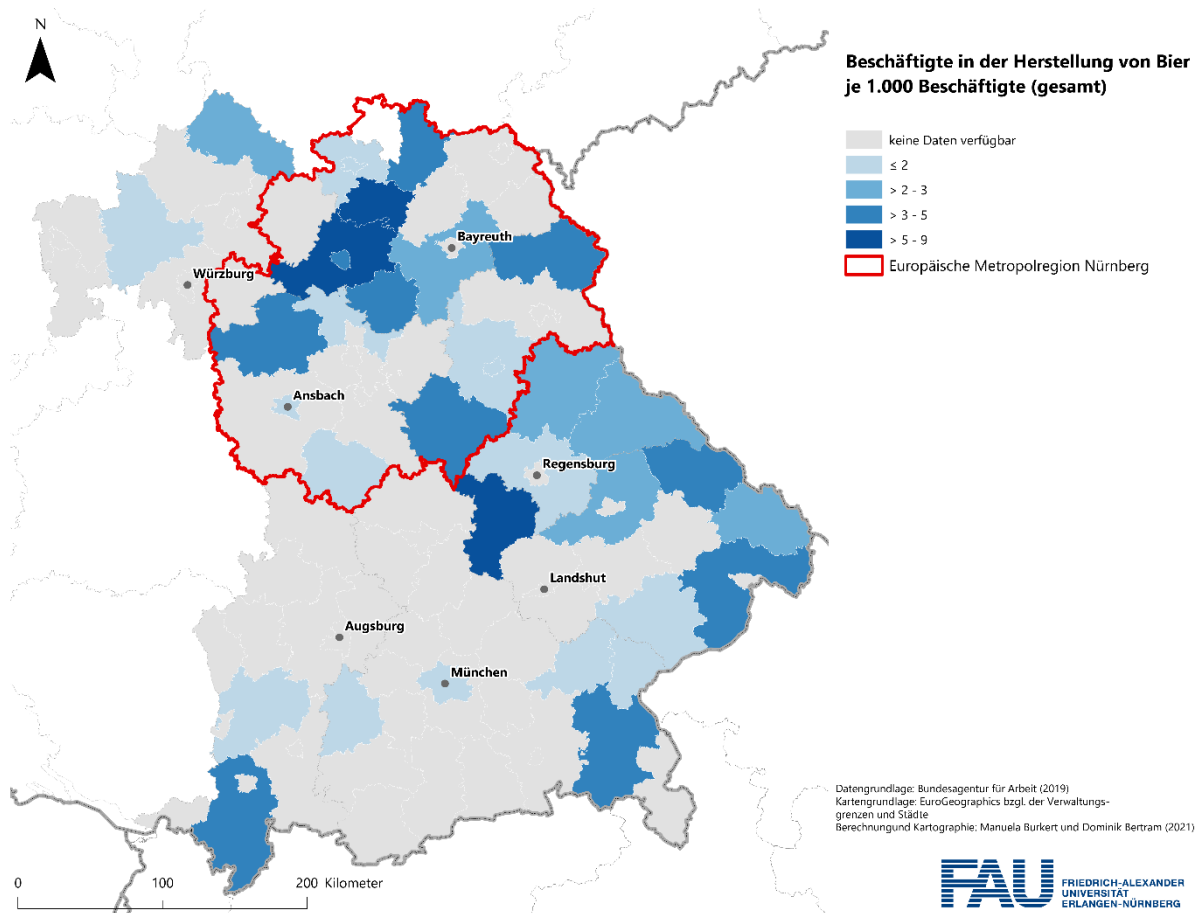


Abbildung 6: Beschäftigung in der Herstellung von Bier in Bayern

Die Marktrelevanz zeigt sich in einem bundesweiten Umsatz von etwa. 8 Mrd. Euro, wovon Bayern mit rund 25 Mio. Hektoliter ca. 30 Prozent des gesamtdeutschen Bierabsatzes produziert. Im Jahr 2017 erzielten die **bayerischen Brauereien einen Umsatz in Höhe von ca. 3,3 Mrd. Euro** (Destatis 2019).

Es gilt somit festzuhalten, dass die Verarbeitungsstufe beim Bier in Bayern eine wichtige Rolle einnimmt. Ein Großteil der Mälzereien ist stark regional eingebunden, zugleich sind auch global agierende Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen verortet. Ein Großteil der bayerischen Mälzereien sind in der Metropolregion Nürnberg ansässig. Bei der Herstellung von Bier ist eine räumlich geteilte Verarbeitung zu erkennen. Während in Nordbayern vor allem kleinstrukturierte Brauereien verortet sind, sind in Südbayern vor allem Großbrauereien/-konzerne ansässig. In der EMN sind sowohl viele Klein- und Gasthausbrauereien als auch einige absatzstarke Großbrauereien (u.a. Tucher, Kulmbacher, Maisel) vorzufinden (FAU Expertengespräche 2019-2020).

2.3. HANDEL

Der Absatz von bayerischem Bier erfolgt zu großen Teilen (ca. 75%) über den regionalen Handel und die Gastronomie. Insbesondere **kleinere und mittlere Brauereien**, die vor allem im nordbayerischen Raum vertreten sind, setzen ihr Bier im **Umkreis von ca.**

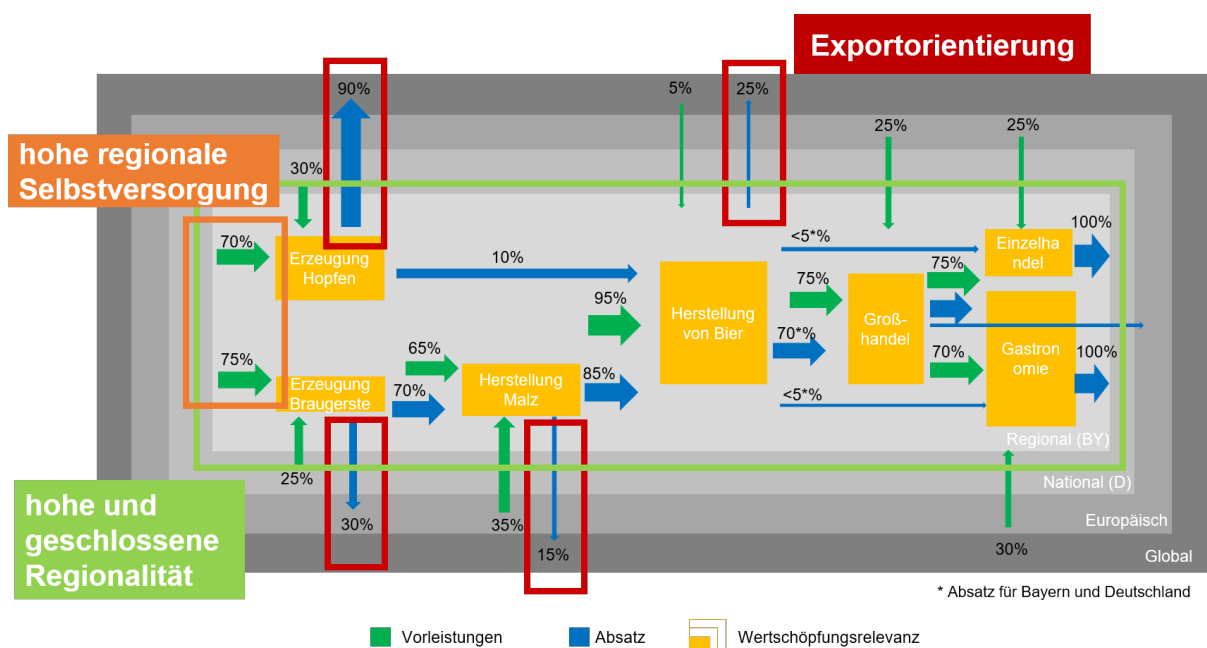
50 Kilometer um die Brauerei, bzw. über eigene Brauereigaststätten oder im lokalen und regionalen Lebensmitteleinzelhandel ab. Das Bier von **Großbrauereien**, insbesondere aus dem südbayerischen Raum (u.a. München, Freising) und zum Teil aus dem nordbayerischen Raum (u.a. Nürnberg, Kulmbach), wird auch **überregional über den Handel vertrieben**. (FAU Expertengespräche 2019-2020)

Im Jahr 2018 vertrieben die bayerischen Brauereien schätzungsweise 17,7 Mio. Hektoliter (ca. 75%) über den Handel und ca. 5,9 Mio. Hektoliter über die Gastronomie (ca. 25%; Eigene Berechnungen). Im bayerischen Einzelhandel macht das Bier vier Prozent des Nettoumsatzes aus, wovon wiederum drei Prozent durch bayerischen Biere und ein Prozent durch nicht bayerischen Biere gestellt werden. Es bestehen jedoch deutliche Unterschiede zwischen Discountern und Supermärkten. Discounter weisen einen deutlich geringeren Anteil an regionalem Bier an ihrem Gesamtbiersortiment auf als Supermärkte. Der durchschnittliche Bierpreis in Euro pro Liter im Einzelhandel (für alle Sorten) beträgt etwa 1,30 Euro (The Nielsen Company 2019). Im Jahr 2016 lag der jährliche bayerischen Bierkonsum pro Kopf bei ca. 135 bis 140 Litern (LfL und LEL 2016).

Es gilt somit festzuhalten, dass beim Handel mit Bier in Bayern **parallel ablaufende Prozesse der Lokalisierung, Regionalisierung und Globalisierung** feststellbar sind.

3. ÜBERBLICK: REGIONALE WERTSCHÖPFUNG DES BIERES UND OFFENE POTENZIALE

Die vorliegende Abb. 7 visualisiert die regionale Wertschöpfung von Bier in Bayern. Dabei wird auf die drei Wertschöpfungsstufen Erzeugung, Verarbeitung und Handel eingegangen. Je höher die gelben Kacheln dargestellt sind, desto stärker ist die Wertschöpfungsrelevanz (Bruttowertschöpfung in Tsd. EUR) für diese Stufe zu beschreiben. Die Stufen Herstellung von Bier und Gastronomie generieren somit innerhalb der Wertschöpfungskette die höchste (absolute) Bruttowertschöpfung. Während mit **der Herstellung von Bier** in Bayern eine Bruttowertschöpfung von ca. einer Mrd. Euro generiert wird, erzielt **die Gastronomie** mit Bier eine Bruttowertschöpfung von etwa vier Mrd. Euro (eigene Berechnungen).



FAU

Abbildung 7: Wertschöpfungs-Mapping zu Bier in Bayern

In Bezug auf die relative Wertschöpfungsrelevanz, d. h. auf den prozentualen Anteil der Bruttowertschöpfung am Nettoumsatz liegen für die Stufen Gastronomie (ca. 80%) und Erzeugung von Hopfen (ca. 60%) sehr hohe Wertschöpfungsanteile vor. Sie erzielen somit die höchsten Wertschöpfungsanteile am Umsatz innerhalb der Kette. Die Stufe Herstellung von Bier (ca. 40%) verfügt über einen mittleren, die Stufen Herstellung von Malz (ca. 20%) und Handel (ca. 14%) über eher geringe Wertschöpfungsanteile (FAU Expertengespräche 2019-2020).

Das Wertschöpfungs-Mapping zeigt eine durchgängige Wertschöpfungskette auf regionaler Ebene an. Die Vorleistungen, mit grünen Pfeilen dargestellt, für nahezu alle Wertschöpfungsstufen sind zu großen Anteilen auf der regionalen Ebene verortet, was für eine hohe regionale Selbstversorgung spricht. Wie in Abb. 7 ersichtlich beziehen die bayerischen Hopfen- und Sommergerstenerzeugerbetriebe mehr als zwei Drittel ihrer

Vorleistungen (u.a. Saat- und Pflanzgut, Dünge- und Schädlingsbekämpfungsmittel, Instandhaltung von Maschinen und baulichen Anlagen) von regionalen bzw. bayerischen Zulieferern. **Beim Hopfen handelt es sich um ein Produkt mit globaler Marktrelevanz**, was sich in dem hohen überregionalen Exportanteil von ca. 90 Prozent widerspiegelt. Die Sommergerstenerzeugerbetriebe setzen ihr Produkt zu mehr als zwei Drittel an regionale Mälzereien ab, nur ca. ein Drittel wird überregional in Deutschland oder der EU abgesetzt (FAU Expertengespräche 2019-2020). Somit stellt der Hopfen ein weltweit gehandeltes Exportprodukt mit stark konzentrierter Marktmacht in Bayern dar, während die **Sommergerste vorwiegend regional weiterverarbeitet** wird.

Die Stufe der Verarbeitung umfasst die Produktionsschritte **Mälzen und Brauen**. Ein Großteil der bayerischen Wertschöpfung in der Herstellung von Malz wird im nordbayerischen Raum erzielt, da hier mehrere Mälzereien und die bereits genannten Großunternehmen ansässig sind. Das Wertschöpfungs-Mapping zeigt auch hier auf, dass die **Mälzereien** ihre Vorleistungen (u.a. Rohstoffe, Lohnarbeiten, Mieten und Pachten) zu einem Anteil von **65 Prozent regional** beziehen. Gleichzeitig setzen die regionalen Mälzereien ca. 85 Prozent ihres hergestellten Malzes wiederum an regionale Brauereien ab. Die bayerischen **Brauereien** beziehen ihre Vorleistungen, d.h. die Rohstoffe Braugerste, Hopfen und Wasser, Maschinen und Anlagen **zu 95 Prozent regional**. Nur 5 Prozent der Vorleistungen werden überregional aus anderen Bundesländern und den USA bezogen. Aus den USA werden vor allem spezielle Hopfensorten bezogen, deren Anbau in den bayerischen bzw. deutschen Hopfenanbaugebieten nicht erfolgt. Derzeit werden etwa drei Viertel des gebrauten Bieres über den regionalen Handel und die Gastronomie abgesetzt. Anhand der **hohen Regionalanteile** bei den Vorleistungen und Absätzen für die Wertschöpfungsstufe der Verarbeitung zeigt sich, dass die bayerischen Brauereien in großem Umfang auf regionale Angebote zurückgreifen können. Ein Großteil der Wertschöpfung wird von den absatzstarken Großbrauereien, das heißt tendenziell im südbayerischen Raum, generiert.

In der Gastronomie sind **Gaststätten wichtige Absatzmärkte** für die bayerischen Brauereien. Mehr als zwei Drittel des Bieres in der Gastronomie wird regional bezogen. Über Brauerverträge zwischen Gastronomen und Brauereien sind damit die Absatzmärkte gesichert. Besonders die Systemgastronomie (z.B. McDonalds, Vapiano, etc.) bezieht ihr Bier von überregionalen, nicht bayerischen Brauereien. Der Hauptteil (ca. 75%) des bayerischen Bieres findet den Weg in den Lebensmitteleinzelhandel und die Gastronomie über Getränkefachgroßhändler (sog. Zwischenhändler/Bierverleger). Somit nimmt der Großhandel eine tragende Rolle bei der Distribution von Bier in Bayern ein. Im bayerischen Lebensmitteleinzelhandel wird überwiegend bayerisches Bier angeboten, wobei deutliche Unterschiede zwischen Discountern und Supermärkten vorliegen. So weisen Supermärkte einen deutlich höheren Anteil an regionalem Bier an ihrem Gesamtbiersortiment auf als Discounter.

Offene Potenziale

Innerhalb der Wertschöpfungskette werden über die Erzeugung, die Verarbeitung sowie den Handel alle Stufen im regionalen Wertschöpfungsprozess beteiligt. Dennoch lassen sich aus der Analyse punktuell Wertschöpfungspotenziale für das Bier ableiten.

Aufgrund der starken kulturellen Verankerung des Bieres bei einer gleichzeitig deutlichen Exportorientierung sind in der Wertschöpfungskette parallel ablaufende Prozesse der Lokalisierung, Regionalisierung und Globalisierung zu erkennen. Bei Konzentrationsprozessen gilt es die **bestehende Regionalität zu sichern** und **punktuellen Lücken in den Wertschöpfungsketten auf kleinräumiger Ebene zu schließen (regionale Wertschöpfungsvertiefung)**. Um das Bewusstsein für das Produkt und seine Herstellung auch in Zukunft zu erhalten, können perspektivisch **Lehrpfade und begehbare Wertschöpfungsketten** eine wichtige Rolle spielen und den Wertschöpfungsprozess zu illustrieren.

Auch stellen punktuelle **Wertschöpfungsverbreiterung im Craft- und Bio-Bier-Bereich** offene Potenziale dar, um die regionale Wertschöpfungsrelevanz in Bayern weiter zu steigern.

Darüber hinaus sind im **Logistikbereich** weitere Potenziale in Form von Transportbündelungen kleiner bis mittelständiger Brauereien und strategische Kooperationen mit dem Handel zu nennen.

LITERATURVERZEICHNIS

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (2018a): Hopfen. Freising, 2018.

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (2018b): Malz. Freising, 2018.

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2021): Deckungsbeiträge und Kalkulationsdaten. Sommergerste. Online verfügbar unter <https://www.stmelf.bayern.de/idb/sommergerste.html?dummy=483.pdf>.

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL); Bayerische Landesanstalt für Entwicklung der Landwirtschaft (LEL) (2016): Agrarmärkte 2016. Schwäbisch-Gmünd, Freising-Weihenstephan. Online verfügbar unter https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/schriftenreihe/agrarmaerkte-2016_lfl-schriftenreihe.pdf.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2016): Agrarstrukturerhebung. Online verfügbar unter <https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online?operation=abruftabelle-Bearbeiten&levelindex=2&levelid=1637142925673&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=41141-002&auswahltext=&nummer=5&variable=5&name=DLAND&werteabruf=Werteabruf#abreadcrumb>, zuletzt geprüft am 17.11.2021.520Z.

Bundesagentur für Arbeit (2019): SvB am Arbeitsort nach ausgewählten Wirtschaftszweigen.

Bureau van Dijk (2019): Amadeus. Vergleichbare Finanzdaten für börsennotierte und private Unternehmen in ganz Europa. Online verfügbar unter <https://amadeus.bvd-info.com/version-2021517/Login.serv?product=amadeusneo&SetLanguage=de>.

Chilla, Tobias; Fink, Benedikt; Balling, Richard; Reitmeier, Simon; Schober, Karola (2020): The EU Food Label 'Protected Geographical Indication': Economic Implications and Their Spatial Dimension. In: *Sustainability* 2020 (12). Online verfügbar unter <https://doi.org/10.3390/su12145503>.

Destatis (2019): Beschäftigte, Umsatz, Produktionswert und Wertschöpfung der Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe.

Deutscher Hopfenwirtschaftsverband e.V. (DHWV) (2017): Pressekonferenz zur Hopfenernte und zum Hopfenmarkt 2017. Pressemappe.

Dun & Bradstreet Deutschland GmbH (2019): Hoppenstedt Firmendatenbank. Online verfügbar unter <https://www.hoppenstedt-firmendatenbank.de>.

FAU Expertengespräche (2019-2020): Bier.

The Nielsen Company (2019): Zusammenfassung Veränderung im Sortenmix, 2019.