

Falken leicht unter Vorjahr

Mehr als andere Brauereien spürt die Schaffhauser Brauerei Falken den Einkaufstourismus, den Volumenrückgang in der Gastronomie und den Margendruck im Detailhandel

VON **ROLF FEHLMANN**

SCHAFFHAUSEN/BADEN Gestern haben die Schweizer Bierbrauer ihre Zahlen für das Braujahr 2014/15 veröffentlicht. Während der Schweizer Biermarkt gemäss Angaben des Schweizer Brauerei-Verbandes um 0,1 Prozent gewachsen ist, blieb der Bierabsatz der Schaffhauser Brauerei Falken gesamthaft betrachtet leicht unter demjenigen des Vorjahres, wie Falken-CEO Markus Höfler gegenüber den SN sagte. Dennoch blicke Falken zuversichtlich in die Zukunft und sei als Unternehmen richtig aufgestellt, betonte er. Umsatzzahlen gibt die Brauerei mit der Einladung zur Generalversammlung bekannt.

Spuren des Frankenschocks

Drei Faktoren hätten den Absatz von Falkenbier im Braujahr 2014/15 massgeblich beeinflusst, so Höfler. Zum einen die unmittelbare Nähe Schaffhausens zur deutschen Grenze und der damit verbundene Einkaufstourismus: «Seit dem Frankenschock spüren wir das noch deutlicher.» Zweitens der – auch schweizweit zu verzeichnende – Volumenrückgang in der Gastronomie – ein Absatzkanal, in welchem Falken laut Höfler traditionell sehr stark ist. Schliesslich der gemäss Höfler äusserst hohe Margendruck im Detailhandel, wo Brauereien zwar grosse Volumina absetzen, aber mit kleiner Marge auskommen müssen.

Die Brauerei, so Höfler, profitiere von dem auch schweizweit anhalten-

den Trend zu Spezialitäten mit höherer Marge. Diese trügen allerdings gesamtschweizerisch erst gut 20 Prozent zum Absatzvolumen bei: «Darum sind sie noch nicht in der Lage, den Volumenverlust beim Lagerbier zu kompensieren.» Letzteres werde heute ausschliesslich über den Preis verkauft.

Wirte und Gäste sensibilisieren

Dennoch sieht Falken gerade in der Gastronomie ein grosses Potenzial für Spezialitäten: «Noch ist Lagerbier das am meisten ausgeschenkte Bier in der Gastronomie, aber beim Konsumenten steigt das Bewusstsein für Spezialitätenbiere.» Die Gastronomen hätten es

aber durchaus in der Hand, mehr Spezialitäten zu verkaufen, so Höfler: «Dazu müssen sie allerdings ihr Personal und ihre Gäste sensibilisieren.» Im Schaffhauser Restaurant Güterhof beispielsweise werde dem Gast das – von Falken stammende – «Güterhof»-Bier als Alternative angeboten: «Entsprechend gut ist heute die Nachfrage.» Gerade gegenüber Touristen könnten Gastronomen punkten, wenn sie auf regionale Spezialitäten hinweisen würden, ist Höfler überzeugt.

Sorgen wegen neuer Verordnungen

Höfler stimmt in die Kritik ein, welche gestern der Schweizer Brauerei-Verband an den neuen Verordnungen im Lebensmittelrecht übte. Diese Anpassungen ans europäische Recht sind derzeit in der Vernehmlassung. Laut dem Verband droht den Brauern hier neues Ungemach. Höfler: «Warnhinweise müssen landesweit dreisprachig angebracht werden, die Herkunftsdeklaration wird deutlich komplizierter, und die Übergangsfristen sind kurz.»

Zuversicht für 2016

«Generell positiv» bewertet Höfler hingegen den Ausblick der Brauerei Falken auf das kommende Jahr. So werde etwa das «Trainingslager»-Bier zur Fussball-EM 2016 wieder schweizweit verfügbar sein. Und auch die «sehr gut aufgenommene» Spezialität «Adam und Eva» werde jetzt «im Detailhandel ein Thema werden – auch im Ausland», so Höfler.

Schweizer Bierkonsum: Kaum mehr Volumen

Vor europaweit sinkendem Bierkonsum wuchs der Schweizer Biermarkt 2014/15 um 0,1 Prozent. Der Anteil des Schweizer Bieres stieg von 73,2 auf 74,4 Prozent. Die Bierimporte verringerten sich um 4,4 Prozent. Insgesamt wurden in der Schweiz rund 3,5 Millionen Hektoliter Bier gebraut (+1,8 Prozent). Aus dem Ausland eingeführt wurden 1,2 Millionen Hektoliter, wie der Schweizer Brauereiverband mitteilte. Ihm gehören 17 Brauereien an, die für 96 Prozent der Schweizer Bierproduktion stehen. (sda)