

Jahresbericht

Juni 2004 bis Juni 2005



Verband der Brauereien Österreichs

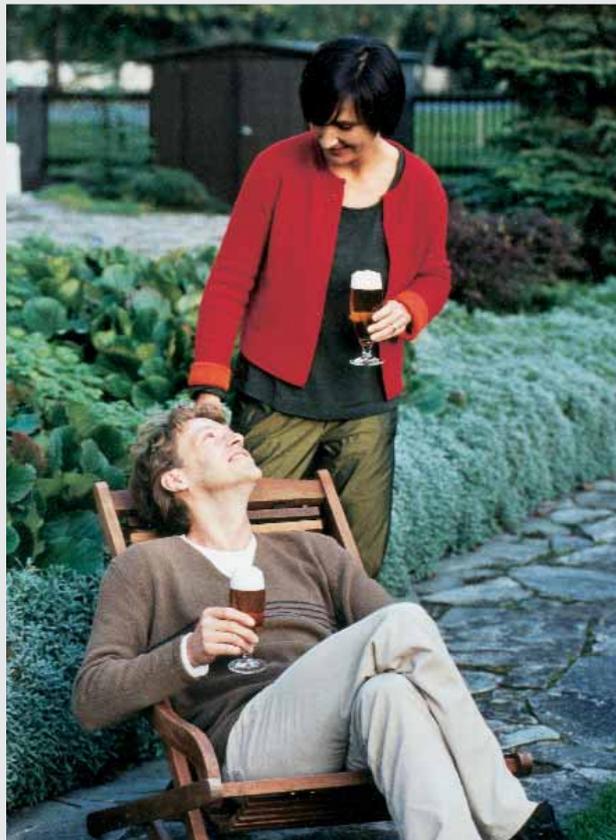






Inhaltsverzeichnis

Vorwort und Dank	5
I Der österreichische Biermarkt	6
Betriebsstruktur und Ausstoß	
Entwicklung des Bier-Pro-Kopf-Verbrauches	
Biersorten/Bierarten	
Gebindearten	
Verpackungsanteile	
Absatzstruktur	
II Übriger Getränkemarkt	10
III Außenhandel	12
Allgemeine Exportbestimmungen	
Einfuhrabgaben auf Bier	
Exporte	
Importe	
IV Löhne und Gehälter	14
Lohnrunde 2004	
Gehaltsrunde 2004	
Gesetzliche bzw. kollektivvertragliche Änderungen im Arbeitsrecht	
Neues Berufsbild „Brau- und Getränketechniker“	
V Rohstoffe	19
Hopfen	
Gerste	
VI Bier-Besteuerung	21
Steuerliche Diskriminierung des österreichischen Bieres	
Getränkesteuer	
VII Rechtsfragen	25
Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen	
„Rückverfolgbarkeit“ von Lebensmitteln	
Schankanlagenservice – Normierungsversuch des CEN verhindert	
VIII Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	29
IX Verband der Brauereien Österreichs	34
Organe und Ausschüsse	



Quelle: Verband der Brauereien Österreichs, 4/2005 (sofern nicht anders angegeben)
Fotos: Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit der österreichischen Brauwirtschaft

Medieninhaber: Verband der Brauereien Österreichs

Copyright: Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit der österreichischen Brauwirtschaft

Beide: 1030 Wien, Zaunergasse 1-3, Telefon: 0043-(0)1-713 15 05,
Telefax: 0043-(0)1-713 39 46;

E-Mail: getraenke@dielebensmittel.at

www.bierserver.at

Hersteller: Rotomer Public Relations, 1190 Wien, Sauerburggasse 7/5.

Gedruckt auf 100 Prozent Recyclingpapier, chlorfrei gebleicht.



Vorwort und Dank

Durchsetzungsvermögen, Effizienz, Glaubwürdigkeit und Erscheinungsbild eines Verbandes hängen nicht nur von der Qualität und Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter, sondern besonders vom ehrlichen und intensiven Dialog zwischen den Mitgliedern untereinander und mit ihrem Verband ab. Der Verband der Brauereien Österreichs vertritt die österreichische Brauwirtschaft, die größte Sparte der heimischen Nahrungs- und Genussmittelindustrie im Rahmen des Fachverbandes der Nahrungs- und Genussmittelindustrie der Wirtschaftskammer Österreich gegenüber Behörden, Sozialpartnern, anderen Interessenvertretern, politischen Parteien und Medien. Der Verband der Brauereien Österreichs ist aber auch Plattform für internationale Branchenkontakte, beispielsweise als Stimme im europäischen Brauerverband, den Brewers of Europe, dient auch als Servicestelle und internationales Sprachrohr für alle Brauereien Österreichs und versteht sich des weiteren als Anwalt aller österreichischen Biertrinkerinnen und Biertrinker.

Wir danken allen unseren Funktionären und Mitgliedsbetrieben nicht nur für ihre Unterstützung und Hilfestellung, sondern besonders auch für ihr Vertrauen, das auch im abgelaufenen Geschäftsjahr eine erfolgreiche Interessenvertretung im Sinne und für die österreichische Brauwirtschaft möglich gemacht hat. Danken möchten wir auch jenen Persönlichkeiten und Institutionen, die 2004 mitgeholfen haben, die österreichische Brauwirtschaft und somit das österreichische Bier zu fördern. Wir freuen uns auf weitere vertrauensvolle, offene, partnerschaftliche und vor allem erfolgreiche Zusammenarbeit.

Hopfen und Malz, Gott erhalt's.

Der Obmann:

KR Johann Sulzberger

Die Geschäftsführerin:

Mag. Jutta Kaufmann-Kerschbaum

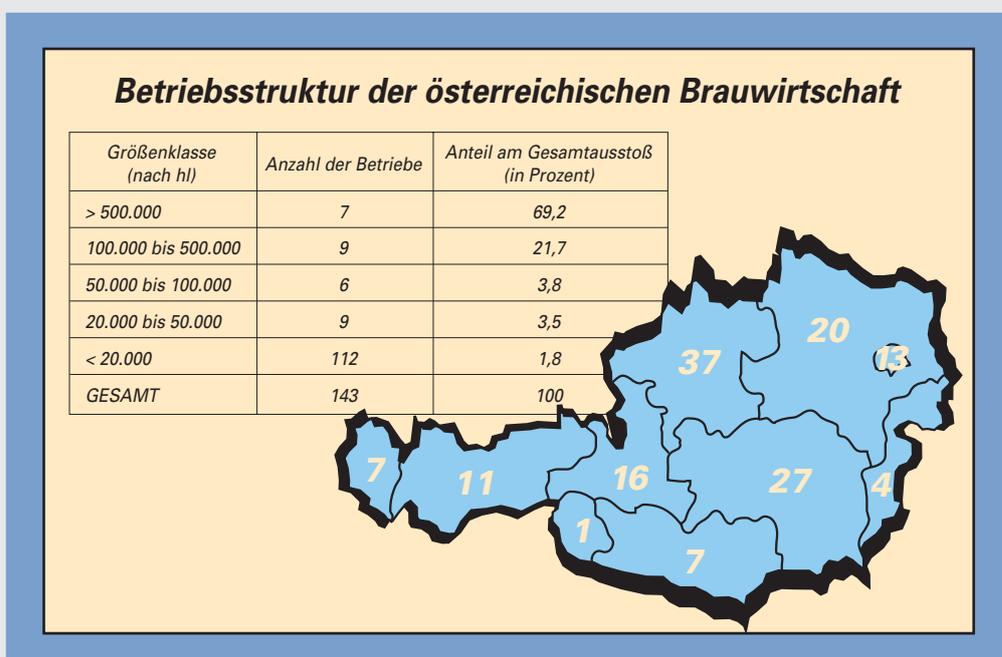


I. Der österreichische Biermarkt

Betriebsstruktur und Ausstoß

Die Anzahl der Brauereien in Österreich sank gegenüber 2003 im Jahr 2004 um zwei. Dies ist auf strukturelle Maßnahmen bei den Industriebrauereien und bei den Gasthausbrauereien zurückzuführen, was die Zahl dieser besonderen Art von Gastronomiebetrieben auf 82 zurückgehen ließ. Insgesamt werden derzeit in 143 österreichischen Braustätten mehr als 500 verschiedene Biere gebraut.

Die Einteilung der Braustätten bezogen auf ihre Anteile am Gesamtausstoß in 5 Betriebsgrößenklassen ergibt für 2004 folgendes Bild:



Die österreichische Brauwirtschaft

	Fläche km ²	Einwohner in Mio.	Ges. Ausstoß in Mio. hl	Anzahl d. Braustätten	Anzahl d. Brauunternehmen
Österreich 2004	83.857	8,18	8,7	143	133
EU-Gesamt 2003	3,243.249	381,7	309,7	1.656	—

	2004 in 1.000 hl	Veränderung gegenüber dem Vorjahr +/- Prozent
Gesamtausstoß	8.670	- 2,5
Exporte	373	- 19,0
Inland	8.297	- 1,6



Mit einem Gesamtausstoß von 8,670.000 hl verzeichnete die österreichische Brauwirtschaft 2004 einen Absatzverlust von 2,5 Prozent gegenüber 2003. Auch der Export erlitt einen Rückgang von 19 Prozent. Der Inlandsausstoß erfuhr somit einen Absatzrückgang von 1,6 Prozent.

Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauches

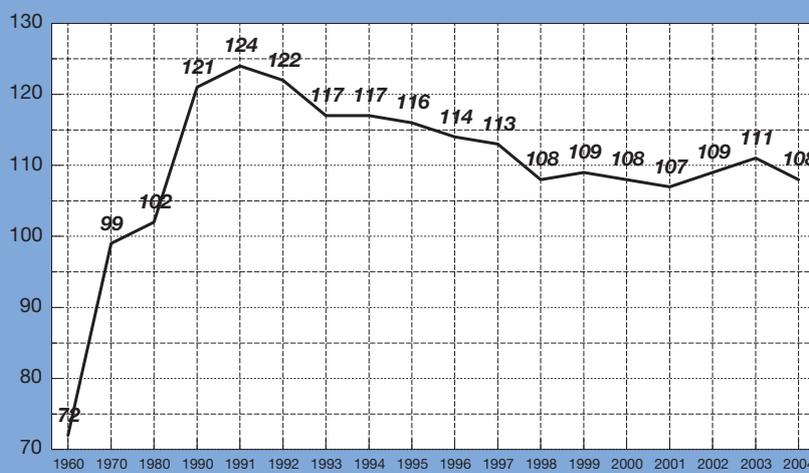
Bier ist unbestritten das Volksgetränk Nummer 1 und damit auch unangefochten der ÖsterreicherInnen liebster Durstlöscher.

Herr und Frau Österreicher haben im Jahr 2004 (vorläufig) durchschnittlich 108,2 Liter Bier getrunken; dies bedeutet einen Rückgang um 2,4 Liter gegenüber dem Vorjahr.

Biersorten/Bierarten

Österreichisches Bier wird nach den Regeln des österreichischen Lebensmittelbuches (Codex Alimentarius Austriae) gebraut. Die österreichischen Brauereien stellen seit eh und je Bier nach traditionellen natürlichen Methoden her. Gentechnisch veränderte Hefe beispielsweise wurde nie in österreichischen Brauereien verwendet. Gleiches gilt für das bei der Bierherstellung in Österreich verwendete Malz und den eingesetzten Hopfen. Dies wird auch in Zukunft so bleiben.

Entwicklung des Bier-Pro-Kopf-Verbrauches l pro Jahr



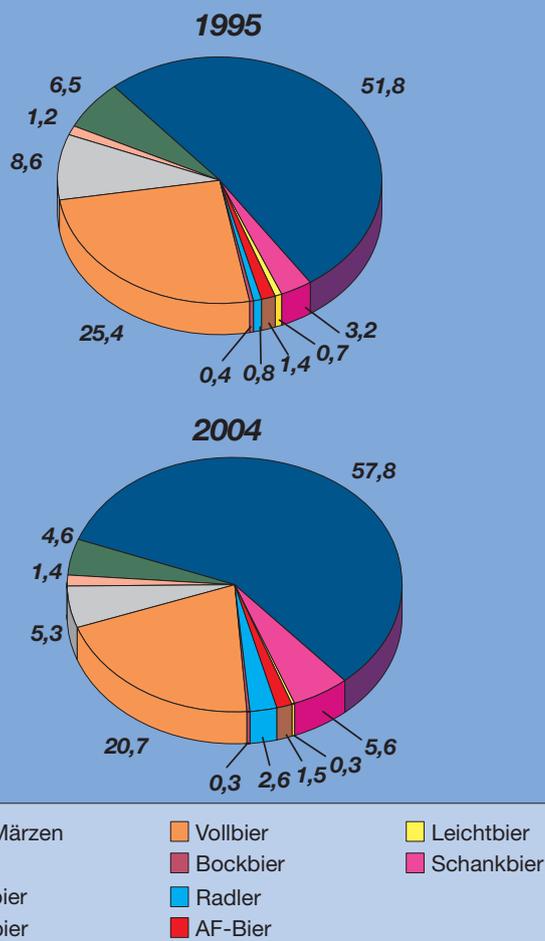


Der österreichische Konsument bleibt seinen Bieren weitgehend treu. Die Anteile der Biersorten in Prozent am Inlandsausstoß sind daher nur sehr geringen Schwankungen unterworfen. Lager-/Märzenbier verzeichnete eine Steigerung von 0,7 Prozent, daneben

konnten noch alkoholhaltiger Radler und alkoholfreies Bier Zuwächse von 0,5 bzw. 2,3 Prozent verzeichnen. Alle anderen Biersorten waren von Absatzverlusten betroffen: Leichtbier um 19,7 Prozent, Bockbier um 9,8 Prozent, Pilsbier um 7,9 Prozent, Spezialbier um 6,1 Prozent, Schankbier um 5,0 Prozent, sonstige Vollbiere um 3,7 Prozent und Weizenbier um 2,1 Prozent.

Die Aufgliederung der Bierabsatzmengen nach Sorten zeigt für 2004 folgendes Bild: Hier ist zu beachten, dass alle Biere zwischen 11° und 15,9° Stammwürze gemäß Codex Vollbiere sind. In dieser Darstellung werden sie abzüglich der bereits als Spezialsorten erfassten Biere dieses Stammwürzebereiches (Pils, Weizen, Spezial, Lager) ausgewiesen und beinhalten daher Premiumbiere sowie sonstige Sondersorten. 20,7 Prozent des gesamten österreichischen Bierausstoßes entfallen auf Vollbiere (1990: 21,5 Prozent).

Inlandsanteile der Biersorten (in Prozent)



Gebindearten

Die Gebinde betreffend sind 2004 Absatzsteigerungen bei 0,5 l Dosen sowie bei 0,33 l Flaschen, bei anderen Flaschen und bei Tankbier zu verzeichnen gewesen.

Der Anteil des Flaschenbieres ging weiterhin von 52,6 Prozent 2003 auf 51,9 Prozent 2004 zurück. Der Inlandsausstoß von Flaschenbier absolut betrachtet lag mit 4,308.000 hl um 2,8 Prozent unter dem des Vorjahres.

2004 betrug der Fass- und Tankbieranteil gemessen am Inlandsausstoß 30,2 Prozent und war damit anteilmäßig leicht rückläufig. Mengenmäßig war der Fass- und Tankbierinlandsausstoß mit 2,504.000 hl gegenüber dem Vorjahr um 2,7 Prozent ebenfalls leicht rückläufig.

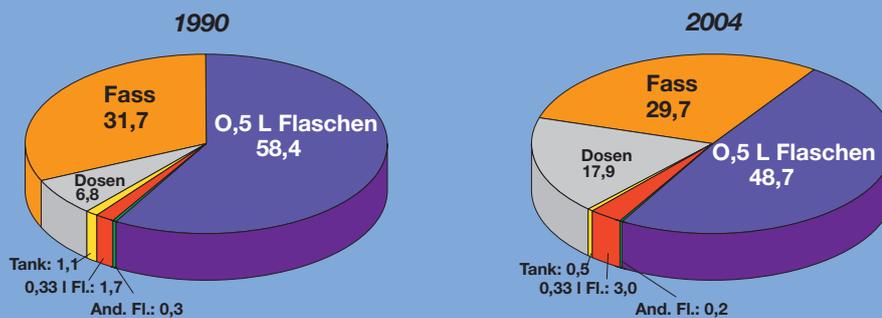
Der Dosenbieranteil stieg von 16,9 Prozent im Jahr 2003 auf 17,9 Prozent im Berichtsjahr. Der Dosenbierabsatz (inkl. PET-Flaschen) im Inland erlebte im gleichen Zeitraum einen Zuwachs von 4,4 Prozent. In dieser Statistik sind PET-Flaschen in einem sehr geringen Umfang enthalten.



Verpackungsanteile

Österreichisches Bier wird größtenteils in Mehrweggebinden auf den heimischen Markt gebracht. Der Mehrweganteil betrug 2004 80,0 Prozent. Dieses Ergebnis zeigt einmal mehr, dass sich die österreichischen Brauer ihrer Umweltverantwortung bewusst stellen, nicht zuletzt auch was die Frage der von ihnen in Verkehr gesetzten Verpackungen betrifft.

Verpackungsanteile des österreichischen Bierausstoßes im Inland (in Prozent)



Absatzstruktur

Betrachtet man die Inlands-Absatzstruktur für Bier für das Jahr 2004, so war auf den Lebensmittelhandel ein Anteil von 62 Prozent zu verbuchen, wobei der organisierte Handel um einen Prozentpunkt zu Lasten der Gastronomie zugelegt hat, der Anteil der Gastronomie liegt bei 34 Prozent des in Österreich produzierten Bieres. Direktverkäufe an Letztverbraucher und Haustrunk machten, unverändert, 4 Prozent aus.

Anteil am Inlandsabsatz (in Prozent)

	Nicht organisierter Handel	Organisierter Handel	Handel gesamt	Gastronomie	Letztverbraucher etc.
1985	10	40	50	43	7
1990	7	47	54	40	6
1992	5	51	56	38	6
1993	5	53	58	37	5
1994	5	54	59	36	5
1995	4	54	58	37	5
1996	4	54	58	37	5
1997	4	55	59	36	5
1998	4	56	60	35	5
1999	4	56	60	35	5
2000	3	59	62	34	4
2001	2	59	61	35	4
2002	2	59	61	35	4
2003	1	60	61	35	4
2004	1	61	62	34	4



II. Übriger Getränkemarkt

Mineralwasser ging im Jahr 2004 als größter Verlierer aus dem verregneten Sommer hervor, der Inlandsabsatz ging um 646.000 hl oder 9,1 Prozent zurück, doch auch alle anderen Durstlöcher, bis auf Eistee, waren mit Absatzverlusten konfrontiert, so z.B. Bier mit 1,6 Prozent, Limonaden mit 4,9 Prozent und Fruchtsäfte mit 6,0 Prozent. Der Gesamtverbrauch erlebte einen Rückgang um 4,3 Prozent auf rd. 25,8 Mio. hl. Der Pro-Kopf-Verbrauch der beliebtesten heimischen Durstlöcher lag 2003 bei 331,7 Liter und sank 2004 auf 314,9 Liter, was einem Verlust von 16,8 Liter oder 5,1 Prozent entspricht.

Der österreichische Getränkemarkt in Zahlen (Verbrauchswerte)

	2003 in 1.000 hl	2004*)	Veränderung gegenüber dem Vorjahr +/- Prozent
Bier	8.979	8.854	- 1,4
Limonaden	7.131	6.866	- 3,7
Mineral- und Tafelwasser	7.758	7.169	- 7,6
Fruchtsäfte	3.061	2.879	- 5,9

*) vorläufige Werte

1. Alkoholfreie Getränke

	2003 in 1.000 hl	2004	Veränderung geg. d. Vorjahr +/- 1.000 hl +/- Prozent	
MINERAL- und TAFELWASSER				
Verkauf	7.292	6.557	- 735	-10,1
Import	670	726*	+ 56	+ 8,4
Export	217	128*	- 89	- 41,0
Mineral- u. Tafelwassermarkt**	7.758	7.169	- 589	- 7,6
Pro-Kopf-Verbrauch in Liter	95,6	87,6	- 8,0	- 8,4
* vorläufige Werte ** ausgehend vom Inlandsabsatz der Industrie				
FRUCHTSÄFTE				
Inlandsabsatz von Industrie u. Gewerbe	3.061*	2.879*	- 182	- 5,9
Pro-Kopf-Verbrauch auf Basis des Inlandsabsatzes in Liter	37,7	35,2	- 2,5	- 6,6
* geänderte statistische Erfassung ab 1. 1. 2003				
ERFRISCHUNGSGETRÄNKE (Limonaden mit und ohne CO₂)				
Industrie*	6.481**	6.166	- 315	- 4,9
Gewerbe (lt. ÖSTAT)	500***	500***	—	—
Insgesamt	6.981	6.666	- 315	- 4,5
Importe	150****	200****	+ 50	+ 33,3
Limonadenmarkt	7.131	6.866	- 265	- 3,7
Pro-Kopf-Verbrauch in Liter	87,8	83,9	- 3,9	- 4,4
* Inlandsverkauf (ohne Exporte) ** wegen geänderter statistischer Erfassung ab 1. 1. 2003 nachträglich korrigiert *** geschätzt **** lt. Canadean				



2. Sonstige alkoholfreie Getränke

	2003	2004	Veränderung geg. d. Vorjahr	
	in Tonnen		+/- t	+/- Prozent
MILCH*				
Vollmilch- und Magermilchabsatz inkl. d. bäuerl. Konsums u. Direkt- vermarktung der Landwirte	770.000	770.000	—	—
Pro-Kopf-Verbrauch in l	92,1	91,4	- 0,7	- 0,8
KAFFEE				
Import	81.208	83.710***	+ 2.502	+ 3,1
Pro-Kopf-Verbrauch in kg	10,0	10,2	+ 0,2	+ 2,0
TEE				
Import**	1.711	2.077***	+ 366	+ 21,4
Pro-Kopf-Verbrauch in kg	0,21	0,25	+ 0,04	+ 19,0

* gem. AMA ** inkl. grünem Tee *** vorläufige Werte

3. Wein

	2003	2004	Veränderung geg. d. Vorjahr	
	in 1.000 hl		+/- 1.000 hl	+/- Prozent
Weinernte	2.530	2.735	+ 205	+ 8,1
Importe (ZTNr.22.04)	529	574*	+ 45	+ 8,5
Exporte (ZTNr.22.04)	831	737*	- 94	- 11,3
Weinmarkt	2.228	2.572	+ 344	+ 15,4
Trinkweinvorräte per 31. 7.	2.812	2.853	+ 41	+ 1,5
Pro-Kopf-Verbrauch in l	29,7	27,8	- 1,9	- 6,4

* vorläufige Werte

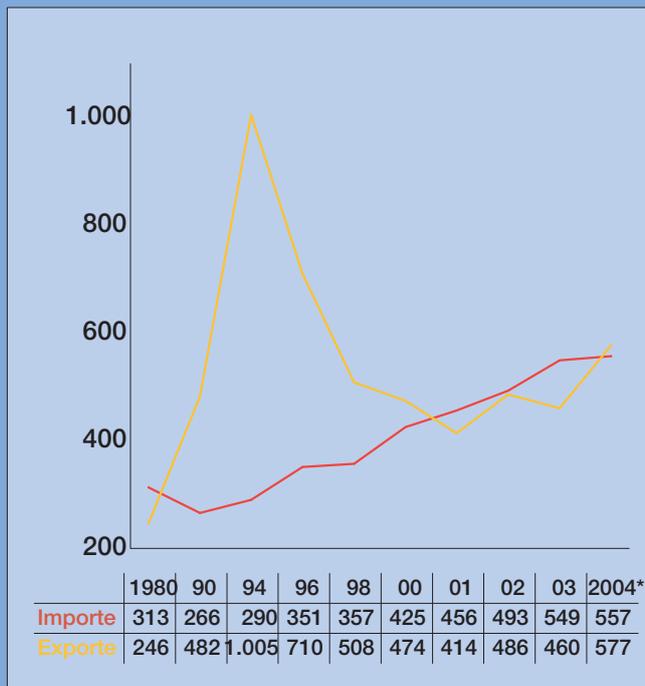
Industrieller Verkauf von Limonaden 2004 (inkl. Exporte)

	in 1.000 hl			in Prozent		
	CO ₂ -hältige	Stille	Gesamt	CO ₂ -hältige	Stille	Gesamt
Cola	3.207,3	1,6	3.208,9	43,3	0,4	41,3
Kräuter	730,5	3,2	733,7	9,9	0,9	9,4
Orange	1.030,2	17,8	1.048,0	13,9	4,8	13,5
Zitrus	758,4	—	758,4	10,2	—	9,8
Frucht	372,0	169,5	541,5	5,0	46,0	7,0
Bitter	53,9	—	53,9	0,7	—	0,7
Wellnessgetränke	583,5	—	583,5	7,9	—	7,5
Sonstige	669,2	176,4	845,6	9,0	47,9	10,9
Insgesamt	7.405,0	368,5	7.773,5	100,0	100,0	100,0
Prozent-Anteil gesamt	95,3	4,7	100,0			



III. Der Außenhandel

Österreichs Außenhandel mit Bier 1980 - 2004
(in 1.000 hl)



* vorläufige Werte

Allgemeine Exportbestimmungen

Bierexporte sind grundsätzlich von der österreichischen Biersteuer befreit. Was die erforderlichen Rohstoffe, wie z.B. Gerste oder Malz anbelangt, hatten Exportbrauereien – bei Einhaltung der vorgeschriebenen Spielregeln – auch 2004 die Möglichkeit, diese Rohstoffe im Wege eines zollrechtlichen aktiven Veredelungsverkehrs vom Weltmarkt zu beziehen.

Einfuhrabgaben auf Bier

Mit dem EU-Beitritt Österreichs am 1. Jänner 1995 wurde der Zolltarif der Europäischen Gemeinschaft auch für Wareneinfuhren nach Österreich wirksam. Der EU-Zolltarif sah zum 1. Juli 2001 bei der Einfuhr von Bier der Zolltarifnummer 22.03 einen Drittlandzoll von 3 Prozent vor, der gemäß Verordnung (EG) Nr. 2031/2001 der Kommission vom 6. August 2001 ab 1. Juli 2002 auf „Null“ gesetzt wurde. Seit 1. Mai 2004 gilt auch mit den 10 neuen EU-Mitgliedstaaten der freie Warenverkehr.





Exporte

Im Berichtsjahr wurden laut Statistik Austria 577.000 hl Bier exportiert (vorläufiges Ergebnis, bereinigt um den aktiven und passiven Veredelungsverkehr). Dies bedeutet eine Steigerung um 25,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der Bierexporte gemessen am Gesamtausstoß belief sich 2004 auf 6,7 Prozent.

Bierexport (in 1.000 hl)

Jahr	Gesamtmenge	EU-Gesamt	Italien	Ungarn	Schweiz	Deutschland	GUS*
1980	246	140	138	58	22	0,3	0,2*
1990	482	142	134	133	31	3,5	6*
1991	807	141	130	216	38	5	34*
1992	729	159	140	202	47	5	55
1993	775	143	117	200	46	7	197
1994	1.005	127	111	213	52	5	236
1995	665	148	122	96	26	11	97
1996	710	240	128	46	32	84	153
1997	621	221	146	55	31	44	116
1998	508	252	142	42	27	41	29
1999	483	217	153	63	28	25	3
2000	474	246	198	81	30	28	12
2001	415	214	135	57	31	67	7
2002	486	278	111	82	30	164	9
2003	460	383	119	85	33	109	15
2004	577	481	88	188	40	123	14

Quelle: Statistik Austria * Zusammenfassung der ehemaligen UdSSR-Staaten

Anmerkung: 2003 wurde der Wert für die EU um die neuen Mitgliedsländer ab 1.5.2004 bereinigt.

Die Bierausfuhren in die EU konnten ebenfalls einen Zuwachs von 25,5 Prozent auf insgesamt 481.000 hl verzeichnen. Wichtigstes Abnehmerland von österreichischem Bier innerhalb der EU ist Ungarn mit 188.000 hl (+121,2 Prozent) geworden, gefolgt von Deutschland mit 123.000 hl (rd. 13 Prozent über dem Vorjahr) und Italien mit 88.000 hl (Rückgang von 26 Prozent). Die Exportlieferungen in das ehemalige Jugoslawien mussten einen Einbruch um 62 Prozent auf nunmehr rd. 12.000 hl hinnehmen.

Importe

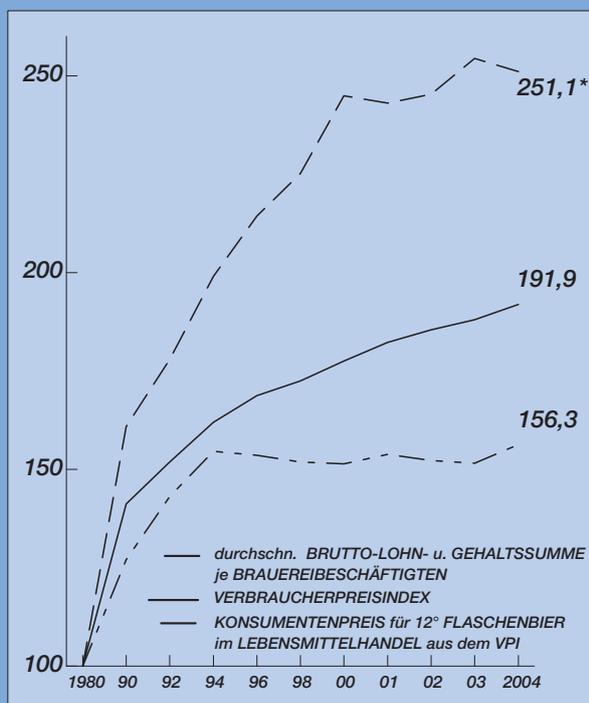
Die von der Statistik Austria verlautbarten vorläufigen Bierimporte (bereinigt um den aktiven und passiven Veredelungsverkehr) erreichten 2004 insgesamt 557.000 hl und erfuhren damit eine Steigerung von 1,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Importe aus der EU (inkl. der neuen Mitgliedstaaten) stiegen um nur 0,7 Prozent auf insgesamt 523.000 hl, wovon alleine auf Deutschland 360.000 hl mit einer Steigerung von ebenfalls 0,7 Prozent entfielen. Die Biereinfuhr aus Tschechien weist einen Rückgang von rund 15 Prozent auf insgesamt 91.000 hl aus. Gemessen am Gesamtausstoß 2004 lag der Anteil der Importbiere bei 6,4 Prozent.



IV. Löhne und Gehälter

Index-Entwicklung

Bierpreis, VPI, Löhne und Gehälter (1980 = 100)



* vorläufiger Wert

Lohnrunde 2004

Die Ausgangsforderung der Gewerkschaft Agrar-Nahrung-Genuss lag bei 4,2 Prozent, die die Inflationsrate, die Produktivitätssteigerung und eine Lebensstandardsicherung berücksichtigen. Weiters wurden die Anhebung der kollektivvertraglichen und starren Zulagen und der Zehrgelder im Ausmaß der Lohnerhöhung gefordert.

Nach sehr schwierigen Verhandlungen konnte in der 2. Fühlungnahme am 21. September 2004 folgender Abschluss erzielt werden:

1. Die Monatslöhne werden ab 1. September 2004 um 2,2 Prozent erhöht.
2. Die kollektivvertraglichen Zulagen gemäß § 12 RKV werden ab 1. September 2004 um 2,2 Prozent erhöht, kaufmännisch gerundet auf Cent. Die Zehrgelder gemäß § 13 RKV und das Pauschale für Flaschenbiermitfahrer, Kut-scher, Portiere und Wächter werden ab 1. September 2004 um 2,2 Prozent erhöht, kaufmännisch auf Cent gerundet.
3. Die Laufzeit des Lohnvertrages wird mit 12 Monaten befristet. Für die Dauer der Gültigkeit der Lohn tafel wird vereinbart, dass weder durch die Gewerkschaft noch durch die Betriebsräte Forderungen erhoben werden, die nach ihrem Inhalt üblicherweise im Rahmen der Verhandlungen zwischen dem Verband der Brauereien und der Gewerkschaft Agrar-Nahrung-Genuss, Gruppe Brauer, zu regeln sind.
4. Allfällige günstigere betriebliche Regelungen bleiben aufrecht.

Entwicklung der kollektivvertraglichen Löhne in der österreichischen Brauwirtschaft

	1990	1999	2000	2002	2003	2004
Geltungstermin	1. 9.	1. 9.	1. 9.	1. 9.	1. 9.	1. 9.
Lohnerhöhung in Prozent	5,5	2,0	2,4	2,2	2,0	2,2
Laufzeit in Monaten	12	12	12	12	12	12
Lohnerhöhung in % p. m.	0,458	0,167	0,2	0,18**	0,17	0,18
Ø Erhöhung des VPI in % *	2,9	0,5	1,7	1,95	1,52	1,63

* bezogen auf die Laufzeit des Lohnvertrages ** zuzüglich Einmalzahlung



Die kollektivvertraglichen Lohnerhöhungen in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie im Jahr 2004 betrug zwischen 1,7 und 2,2 Prozent, jedoch mit deutlich steigender Tendenz in der zweiten Jahreshälfte.

Der Abschluss der Metallindustrie per 1. November 2004 sah eine Erhöhung der kollektivvertraglichen Löhne um 2,5 Prozent und der Ist-Löhne ebenfalls um 2,5 Prozent vor, jedoch ohne Verteiloption.

Die bisherigen Lohnabschlüsse in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie im Jahr 2005, mit Stand vom Mai 2005, ergeben im Durchschnitt eine KV-Erhöhung von 2,2 Prozent.

Gehaltsrunde 2004

Durch die gemeinsame Verhandlungsführung von Arbeitern und Angestellten wurde mit den Vertretern der Angestellten in der 2. Fühlungnahme vom 21. September 2004 folgende Vereinbarung getroffen:

1. Mit Wirkung vom 1. September 2004 werden die monatlichen Ist-Gehälter in den einzelnen Verwendungsgruppen um 2,2 Prozent erhöht und kaufmännisch auf Cent gerundet.

Berechnungsgrundlage für die Erhöhung ist das August-Ist-Gehalt 2004.

Die Ist-Gehalts-Regelung gilt nicht für Angestellte, deren Dienstverhältnis nach dem 31. Juli 2004 begründet wurde.

2. Mit Wirkung vom 1. September 2004 werden die kollektivvertraglichen Mindestgehälter um 2,2 Prozent erhöht und kaufmännisch auf Cent gerundet.

3. Die Trennungsentschädigungen gemäß § 4 Abs. 4 Zusatzkollektivvertrag betragen ab 1. September 2004 € 345,00 bzw. € 488,62.

4. Allenfalls gewährte Mehrarbeits-/Überstundenpauschalien sind ab 1. September 2004 um 2,2 Prozent zu erhöhen und kaufmännisch auf Cent zu runden.

5. Es besteht Einvernehmen, dass der 1. September 2005 der Geltungstermin für den nächsten Gehaltsabschluss sein wird.

Gesetzliche bzw. kollektivvertragliche Änderungen im Arbeitsrecht

In der Berichtsperiode sind zahlreiche Änderungen von arbeits- und sozialrechtlichen Gesetzen bzw. im kollektivvertraglichen Bereich eingetreten. Die wesentlichsten gesetzlichen Änderungen waren:

Elternteilzeit

Der Familienausschuss des Nationalrates hat am 18. Mai 2004 die neue Elternteilzeit beschlossen, sie ist am 1. Juli 2004 in Kraft getreten.

1. Rechtsanspruch auf Herabsetzung der Arbeitszeit:

In Betrieben mit durchschnittlich mehr als 20 Arbeitnehmern und ab einer Mindestbeschäftigungsdauer von 3 Jahren (Karenzzeiten werden eingerechnet) steht ein Rechtsanspruch auf Herabsetzung der Arbeitszeit dem Grunde nach zu; Beginn, Dauer, Ausmaß und Lage der Teilzeitbeschäftigung sind mit dem Arbeitgeber zu vereinbaren. Die Eltern-



teilzeit kann frühestens mit dem Ende der Schutzfrist beginnen und dauert längstens bis zum 7. Geburtstag oder einem späteren Schuleintritt des Kindes. Nach dem Ende der Elternteilzeit hat der Elternteil jedenfalls das Recht auf Rückkehr zur bisherigen Arbeitszeit.

Das Gesetz sieht weiters vor, dass Lehrlinge während der Lehrzeit keinen Anspruch auf Elternteilzeit haben. Wenn das Arbeitsverhältnis noch keine 3 Jahre besteht oder im Betrieb weniger als 21 Arbeitnehmer beschäftigt werden, besteht kein Anspruch auf eine Teilzeitbeschäftigung, sondern muss diese – einschließlich Beginn, Dauer, Ausmaß und Lage – mit dem Arbeitgeber vereinbart werden. Eine solche Teilzeit kann längstens bis zum Ablauf des 4. Lebensjahres des Kindes dauern. Diese Regelung entspricht im Wesentlichen der bisherigen Rechtslage. Auch in derartigen Fällen kann ein Anspruch aber durch Betriebsvereinbarung festgelegt werden.

2. In-Kraft-Treten der neuen Regelung:

Die Neuregelung trat am 1. Juli 2004 in Kraft und gilt für Eltern (auch Adoptiv- oder Pflegeeltern), deren Kinder nach dem 30. Juni 2004 geboren werden. Wurde das Kind vor diesem Zeitpunkt geboren, sieht das Gesetz vor, dass der Anspruch auf Elternteilzeit dann bestehen soll, wenn sich am 1. Juli 2004 entweder

- die Mutter in einem Beschäftigungsverbot nach der Geburt des Kindes befand,
- die Mutter im Anschluss an das Beschäftigungsverbot einen Gebühreurlaub verbrauchte oder durch Krankheit oder Unglücksfall an der Dienstleistung verhindert war und Karenz bereits geltend gemacht hat, oder
- zumindest ein Elternteil sich entweder in Karenz oder Teilzeitbeschäftigung nach MSchG, VKG oder gleichartigen Vorschriften befand.

3. Entkoppelung von Karenz:

Im Gegensatz zur bisherigen Teilzeitkarenz kann die Elternteilzeit unabhängig vom Ausmaß der in Anspruch genommenen Karenz vereinbart werden und auch gleichzeitig mit einer Elternteilzeit des anderen Elternteils oder im Anschluss an eine eigene Karenz bzw. eine Karenz des anderen Elternteils in maximal vorgesehener Dauer genommen werden, selbst wenn die Karenz bis zum 2. Geburtstag des Kindes dauert. Nimmt jedoch ein Elternteil Karenz in Anspruch, so kann der andere Elternteil nicht gleichzeitig für dieses Kind Elternteilzeit ausüben.

4. Meldung:

Die Elternteilzeit kann pro Elternteil und Kind nur einmal in Anspruch genommen werden und muss in der Schutzfrist bzw. bei Antritt zu einem späteren Zeitpunkt 3 Monate vorher gemeldet werden. Eine Änderung bzw. eine vorzeitige Beendigung ist von beiden Arbeitsvertragsparteien jeweils nur einmal möglich.

Nach der Geburt eines weiteren Kindes hat die Mutter die Möglichkeit, entweder die Elternteilzeit in der ursprünglich vorgesehenen Dauer fortzusetzen oder Karenz oder Elternteilzeit für das Neugeborene in Anspruch zu nehmen, wodurch die Elternteilzeit für das erste Kind beendet wird.



5. Durchsetzung des Anspruchs:

Den Verhandlungen über Beginn, Dauer, Ausmaß oder Lage der Teilzeitbeschäftigung kann auf Verlangen des Arbeitnehmers der Betriebsrat hinzugezogen werden. Kommt binnen 2 Wochen keine Einigung zustande, können Vertreter der gesetzlichen Interessenvertretungen beigezogen werden.

Kommt binnen 4 Wochen ab Bekanntgabe keine Einigung zustande, kann der Arbeitnehmer die Teilzeitbeschäftigung zu den von ihm bekannt gegebenen Bedingungen antreten, sofern der Arbeitgeber nicht binnen weiterer 2 Wochen einen Antrag gem. § 422 Abs. 1 ZPO (=prätorischer Vergleich vor Gericht) beim zuständigen Arbeits- und Sozialgericht (ASG) oder beim Bezirksgericht im Rahmen eines Gerichtstages stellt.

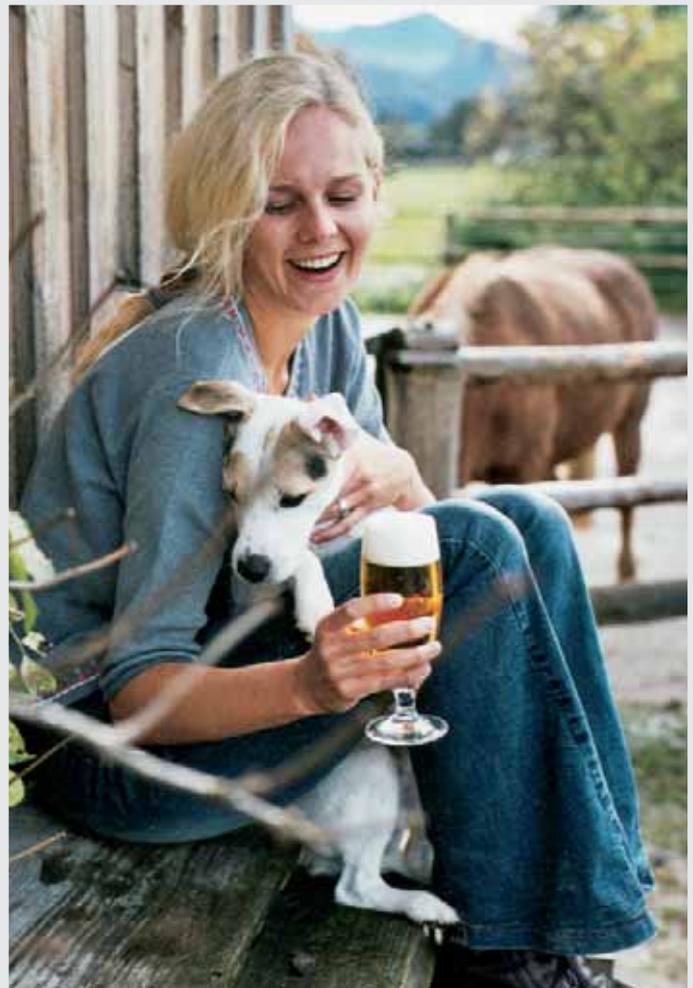
Kommt ein solcher Vergleich binnen weiterer 4 Wochen nicht zustande, kann der Elternteil die Elternteilzeit in Anspruch nehmen, es sei denn, dass der Arbeitgeber binnen einer weiteren Woche beim ASG eine Klage einbringt. Der Klage ist stattzugeben, wenn die betrieblichen Erfordernisse die Interessen des Arbeitnehmers überwiegen.

In den Fällen, in denen kein Anspruch auf Teilzeitbeschäftigung besteht, bleibt das derzeit geltende Verfahren unverändert; bei Nichteinigung hat auch weiterhin der Arbeitnehmer eine Klage beim ASG einzubringen und es ist die Klage insoweit abzuweisen, als der Arbeitgeber die begehrte Teilzeitbeschäftigung aus betrieblichen Erfordernissen verweigert. Wird eine Klage erhoben, weil keine Einigung über eine Änderung oder vorzeitige Beendigung der Teilzeitbeschäftigung zustande kommt, hat das Gericht eine Interessenabwägung vorzunehmen.

Kommt zwischen dem Elternteil und dem Arbeitgeber keine Einigung über eine Teilzeitbeschäftigung zustande, kann der Arbeitnehmer dem Arbeitgeber binnen einer Woche bekannt geben, dass er anstelle der Teilzeitbeschäftigung oder bis zur Entscheidung durch das ASG (längstens jedoch bis zum Ablauf des 2. Lebensjahres des Kindes) Karenz in Anspruch nimmt. Dies gilt auch, wenn das Gericht dem Begehren des Arbeitgebers Recht gibt.

6. Kündigungs- und Entlassungsschutz:

Bis zum Ablauf von 4 Wochen nach dem Ende der Teilzeitbeschäftigung, längstens jedoch bis 4 Wochen nach dem Ablauf des 4. Lebensjahres des Kindes, besteht ein Kündigungs- und Entlassungsschutz iSd § 10 MSchG und § 12 MSchG. Danach besteht für





eine Elternteilzeit nach § 15h MSchG bzw. § 8 VKG ein Motivkündigungsschutz iSd § 105 Abs. 3 ArbVG.

Nimmt der Elternteil während der Elternteilzeit eine weitere Erwerbstätigkeit ohne Zustimmung des Arbeitgebers auf, kann dieser binnen 8 Wochen ab Kenntnis der Erwerbstätigkeit eine Kündigung aussprechen. Eine Zustimmung des ASG ist diesfalls nicht einzuholen.

7. Förderung für Kleinbetriebe:

Durch eine neue Beihilfe für Kleinbetriebe mit nicht mehr als 20 Beschäftigten sollten Aufwendungen für die Einrichtung zusätzlicher Arbeitsplätze bei Umstieg von Arbeitskräften auf Teilzeitarbeit und Aufwendungen im Zusammenhang mit der Reorganisation der Arbeitsabläufe bei Ausweitung der Teilzeitarbeit abgegolten werden. Entsprechende Richtlinien zur Durchführung werden vom AMS-Verwaltungsrat ausgearbeitet.

Neues Berufsbild „Brau- und Getränketechniker“

Im Rahmen eines Arbeitskreises aus Technikern bestimmter Brauereien und des Österreichischen Getränke Institutes wurde das derzeit bestehende Berufsbild „Braucher und Mälzer“ überarbeitet und der Arbeitskreis hat sich darauf geeinigt, dass dieser Lehrberuf um den alkoholfreien Getränke- und Fruchtsaftsektor erweitert wird. Die Gespräche mit den betroffenen Wirtschaftszweigen und Arbeitnehmervertretern sind so weit gediehen, dass dieses neue Berufsbild im Mai und Juni 2005 im Berufsausbildungsbeirat behandelt wird und davon auszugehen ist, dass die zuständigen Bundesministerien für Wirtschaft und Arbeit sowie Bildung, Wissenschaft und Kultur die relevanten Verordnungen mit Beginn des kommenden Jahres erlassen werden, sodass Lehrlinge nach dem neuen Berufsbild ab dem Berufsschuljahr 2006/07 ausgebildet werden können.

Den Teilnehmern dieses Arbeitskreises gilt unser spezieller Dank für ihre tatkräftige und intensive Unterstützung am Zustandekommen dieses neuen Berufsbildes.



V. Rohstoffe

Hopfen

Mühlviertel

Die Hopfenernte 2004 erbrachte im Mühlviertel auf einer Anbaufläche von 109 ha rd. 165.000 kg. Das entspricht einem Ertrag von rd. 1.514 kg pro ha Anbaufläche. Die Gesamtmenge des Jahres 2004 war gegenüber dem Vorjahr somit unverändert. Die Hauptanbausorten waren Malling, Perle und Aurora – zusammen rund 69 Prozent der Ernte. Der Rest entfiel auf die Sorten Tradition, Hersbrucker Spät, Golding, Spalter Select und Magnum.

Bei der Hopfenbonitierung am 15. Oktober 2004 wurden 99,8 Prozent des Hopfens in die Güteklasse I und 0,2 Prozent in die Güteklasse II eingestuft. Der Preis der Güteklasse I betrug für die Ernte 2004 € 4,40/kg.

Österreichische Hopfenversorgungsbilanz

	Mühlviertel t	Kl. I €/kg	Leutschach t	Hopfen 12.10 t	Import Grenzpreis Ø €/kg	Hopfenextrakt 13.02.13 t**	Gesamt- Hopfenbedarf t
1990	132,7	5,81	121,0	601,7	6,92	429,7	1.285,1
Prozent-Anteil	10,3		9,4	46,8		33,5	
1995	158	5,45	178*	572,2	4,29	259,2	1.167,4
Prozent-Anteil	13,5		15,3	49,0		22,2	
1996	172	5,31	170*	491,4***	5,87	795,5	1.628,9
Prozent-Anteil	10,6		10,4	30,2		48,8	
1997	191	5,16	165*	244,0***	7,27	541,6	1.141,6
Prozent-Anteil	16,7		14,5	21,4		47,4	
1998	186	4,87	200*	380,0***	8,11	670,0	1.436,0
Prozent-Anteil	13,0		13,9	26,5		46,6	
1999	179	4,58	137*	373,7***	6,02	680,0****	1.370,0
Prozent-Anteil	13,1		10,0	27,3		49,6	
2000	150	4,43	140*	360,9	4,57	650,0****	1.300,9
Prozent-Anteil	11,5		10,8	27,7		50,0	
2001	172	4,43	165,4*	316,8	7,38	498,0	1.152,2
Prozent-Anteil	14,9		14,4	27,5		43,2	
2002	157	4,29	143*	290,3	5,56	450,0	1.040,3
Prozent-Anteil	15,1		13,7	27,9		43,3	
2003	165	4,35	126*	395,8	4,21	454,0	1.140,8
Prozent-Anteil	14,5		11,0	34,7		39,8	
2004	165	4,40	135	537,7	3,16	428,0	1.265,7
Prozent-Anteil	13,0		10,7	42,5		33,8	

* inkl. Zwettler-Anbaugebiet mit rd. 25 t für 2004 (2003: 16 t) ** umgerechnet auf Rohhopfen *** Die Werte für Deutschland wurden der deutschen Ausfuhrstatistik entnommen **** Geschätzt, da bei den Importen die Pharmazie verstärkt zum Tragen kommt



Leutschach

In der Steiermark, Gebiet Leutschach, wurden 2004 auf einer Anbaufläche von rd. 72 ha rund 110.300 kg Hopfen geerntet. Das entspricht einem Ertrag von 1.532 kg/ha. Die Erntemenge erreichte damit dasselbe Ausmaß wie im Vorjahr. Die Hauptsorte in diesem Gebiet ist Celeia mit rund 44 Prozent Anteil an der Erntemenge, der Rest entfiel zu 29 Prozent auf Cicero und 20 Prozent auf Golding sowie 7 Prozent auf Aurora.

Waldviertel

Im Waldviertel wurden 2004 auf einer Fläche von rund 19 ha 24.600 kg Hopfen der Sorten Perle und Tradition geerntet. Die Erntemenge lag um rd. 57 Prozent über der des Vorjahres.

Gerste

Der gesamte Braugerstenbedarf für den inländischen Bierabsatz im Jahr 2004 belief sich auf nahezu 175.000 Tonnen. Die Erntemenge an Sommergerste betrug 2004 nach Angaben der Agrarmarkt Austria 550.000 t (mit Stand per April 2005) und lag somit um rund 2 Prozent über dem Ergebnis des Vorjahres.

Nach Angaben der Agrarmarkt Austria haben sich die durchschnittlichen Erzeugerpreise für Braugerste wie folgt entwickelt:

Durchschnittliche österreichische Erzeugerpreise* für BRAUGERSTE in €/100 kg

	1995	2000	2002	2003	2004
August/€	15,05	10,70	11,06	10,51	9,24**
Index	100	71,1	73,5	69,8	61,4

* Mischpreise aus Akontozahlungen und endgültigen Preisen ** ohne Nachzahlung

Die österreichische Brauindustrie deckte ihren Malzbedarf fast ausschließlich bei der heimischen Malzindustrie ab. Nach der vorläufigen Außenhandelsstatistik der Statistik Austria wurden im Jahr 2004 rund 52.000 t nicht geröstetes Malz mit einem Wert von rund € 15 Mio. (mit Veredelungsverkehr) nach Österreich importiert, das entspricht einem durchschnittlichen Grenzpreis von rund € 28/100 kg.



VI. Bier-Besteuerung

Steuerliche Diskriminierung des österreichischen Bieres

Die österreichische Brauwirtschaft leidet weiterhin unter der extremen steuerlichen Benachteiligung gegenüber ihren Mitbewerbern auf dem europäischen Markt.

Die stärksten Mitbewerber der österreichischen Brauwirtschaft sind deutsche Brauereien – 65 Prozent der Bierimporte Österreichs kommen aus Deutschland. Innerhalb der EU dürfen Konsumenten für den privaten Verbrauch zumindest 110 Liter Bier pro „Grenzübertritt“ mitnehmen, wobei dieses so importierte Bier lediglich der Besteuerung des Ursprungslandes unterliegt. Diese Regelung und die Unkontrollierbarkeit der Importmengen führen dazu, dass faktisch unbegrenzte Mengen niedriger besteuerten Bieres aus anderen EU-Staaten nach Österreich eingeführt werden können.



Seit dem EU-Beitritt Österreichs herrscht aufgrund der wesentlich niedrigeren Bierbesteuerung in Deutschland vor allem in grenznahen Gebieten reger Bierimport durch Letztverbraucher. Die Einführung des EURO und die damit verbundene bessere Preistransparenz haben diese für die österreichische Brauwirtschaft nachteilige Entwicklung noch verstärkt.

Nach der EU-Erweiterungsrunde im Mai vorigen Jahres droht aufgrund der ebenfalls wesentlich niedrigeren Biersteuer in einigen neuen EU-Mitgliedstaaten – so etwa im Bierland Tschechien – eine weitere Zunahme dieser Kofferraumimporte.

Die Steuernachteile für die österreichischen Brauer stellen sich wie folgt dar:

1. Umsatzsteuer

Die Umsatzsteuereffizienz für Bier zwischen Österreich (20 Prozent) und Deutschland (16 Prozent) beträgt 4 Prozentpunkte.

2. Biersteuer

a) Regelung in der EU:

Die EU-Verbrauchssteuerregelung sieht für Bier einen Mindestverbrauchssteuersatz von € 0,748/hl je Grad Plato vor. Bei der bedeutsamsten Biersorte mit 12° Stammwürze ergibt das einen Mindestverbrauchssteuersatz von € 8,976/hl.



Nach Artikel 4 der EU-Richtlinie 92/83 können die Mitgliedstaaten die Biersteuer für kleine Brauereiunternehmen mit einer Jahresproduktion von Bier bis zu 200.000 hl um bis zu 50 Prozent gegenüber dem Normalsatz ermäßigen.

b) Regelung in Deutschland seit 1.1.2004:

Für Brauereiunternehmen mit mehr als 200.000 hl Jahresproduktion kommt ein Biersteuersatz von € 0,787/hl je Grad Plato zur Anwendung. Dies entspricht für ein 12-gradiges Bier € 9,44/hl. Für Brauereiunternehmen mit einer Gesamtjahreserzeugung bis zu 200.000 hl gibt es in Deutschland eine Biersteuerermäßigung. Diese beträgt für Brauereien mit einer Jahreserzeugung bis 5.000 hl 44 Prozent. Ab 5.000 hl bis 200.000 hl verringert sich die Ermäßigung in Stufen zu 1.000 hl bis auf Null bei 200.000 hl, wo der Normalsatz von € 0,787/hl je Grad Plato zur Anwendung kommt.

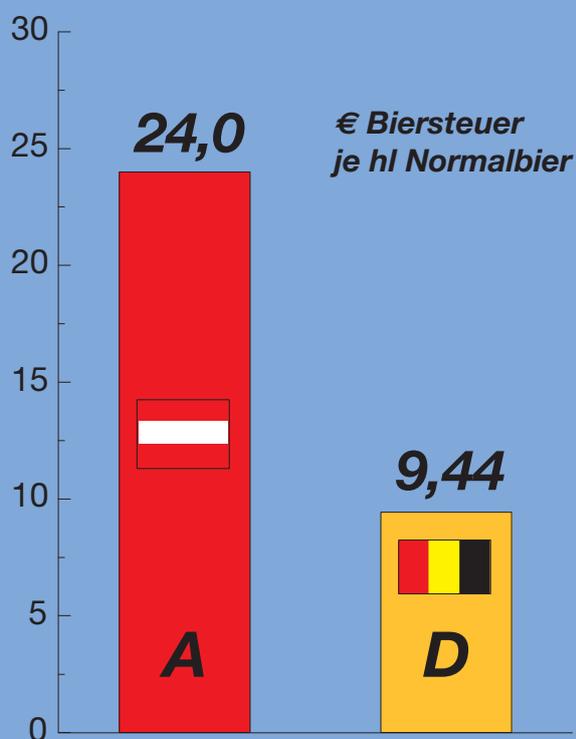
c) Regelung in Österreich seit 1.6.2000:

In Österreich betrug die Biersteuer bis 31.12.2004 € 2,08/hl je Grad Plato. Für ein 12° Vollbier ergab dies eine Biersteuer von € 24,96/hl. In Österreich war damit die Biersteuer fast dreimal so hoch wie in Deutschland.

Eine Biersteuerermäßigung von maximal 40 Prozent, abnehmend auf 10 Prozent, besteht für Brauereien mit einer Gesamtjahreserzeugung bis 50.000 hl Bier.

Im Rahmen der Steuerreform ist mit 1.1.2005 die Abrundung der Biersteuer von 2,08 Euro auf

Vergleich Biersteuer Österreich – Deutschland per 1.1.2005



2,0 Euro je hl/Grad Plato erfolgt.

Trotzdem ist das österreichische Bier immer noch mehr als zweieinhalbfach höher besteuert als Bier im Nachbarland Deutschland!

Zur zumindest teilweisen Abschwächung der Wettbewerbsnachteile fordert die österreichische Brauwirtschaft daher

- die Absenkung der Biersteuer auf deutsches Niveau, d.h. € 0,787/hl je Grad Plato;
- die Ausweitung der Biersteuerermäßigung auf Kleinbrauereien mit einem jährlichen Gesamtbiausstoß bis 200.000 hl;
- dass beim Radler nur mehr die Bierkomponente der Biersteuer unterworfen wird;
- dass beim Energiesteuervergütungsgesetz endlich die Biersteuer aus dem Nettoproduktionswert eliminiert wird.

Der dramatische Biersteuerunterschied in Verbindung mit dem Mehrwertsteuerunter-



schied führt dazu, dass Bier im Lebensmittelhandel in Österreich um ca. 25 Prozent teurer ist als in Deutschland.

Angesichts der starken Belastungen der Brauwirtschaft in den letzten Jahren – einen jüngsten Höhepunkt stellte das Road Pricing dar – war die 2005 erfolgte Biersteuerabrundung höchst notwendig, kann aber nur als erster Schritt in die richtige Richtung gesehen werden.

Völlig unbefriedigend ist auch, dass die langjährige Forderung des Verbandes nach einer Ausweitung der Biersteuerermäßigung für Klein- und Mittelbrauereien, und damit eine Anpassung an die deutsche Situation, bisher nicht erfüllt wurde.

Getränkesteuer

Viel Geduld mit den Gemeinden und ihrem Verständnis von Rechtsstaatlichkeit müssen immer noch jene Unternehmen aufbringen, die auf die Rückzahlung der Getränkesteuer warten bzw. hoffen.

Zwar wächst mit den sehr klaren Gerichtsentscheidungen gegen die Verzögerungstaktik der Gemeinden der Druck, zu politischen Lösungen zu kommen, ein Ende des „Sitzkrieges“ scheint aber nicht absehbar.

Zweimal, im Dezember 2004 und zuletzt im März 2005 hat sich der österreichische Verwaltungsgerichtshof mit der Rückzahlung von zu Unrecht entrichteter Getränkesteuer befasst. In beiden Fällen hat er dem Versuch vieler Gemeinden, die Beweislast der Überwälzung durch Verfahrensvereinfachung zurück zum Unternehmer zu schieben, eine klare Absage erteilt:

Die Überwälzung der Getränkesteuer muss die Abgabenbehörde an Hand der konkreten Umstände und Besonderheiten des Betriebes beweisen.

Einen Vergleich der Rohaufschläge des betreffenden Unternehmens mit durchschnittlichen, gewichteten Rohaufschlägen alleine anzustellen, genügt nicht.

Mit dieser Begründung hat der VwGH im Fall eines Linzer 4-Sterne-Hotel-Restaurants den die Rückerstattung verweigernden Bescheid der oö Landesregierung sowie einen zweiten zu einem gehobeneren Restaurant mit Biergarten aufgehoben.

In beiden Fällen sind die Bescheide „ergänzungsbedürftig und gehen teilweise auch von nicht nachvollziehbaren Annahmen aus“.

Der Abgabenbehörde ist es nicht gelungen, „auf Basis einer der Schlüssigkeitskontrolle des VwGH standhaltenden Beweiswürdigung zu eindeutigen Feststellungen zu kommen, dass die Beschwerdeführer durch Rückzahlung des begehrten Betrages bereichert sind“.

Zwei Positionen in der Spruchpraxis des VwGH sind damit konkretisiert:

Selbstverständlich muss die Abgabenbehörde die erfolgte Überwälzung und die durch Rückerstattung eintretende Bereicherung beweisen, wenn sie die Rückzahlung verweigern will.

Und sie muss dabei auf den spezifischen Einzelfall eingehen (auf die „persönlichen“ Umstände des Abgabepflichtigen) – mit anderen Worten, sie muss beweisen, ob konkret in diesem Betrieb keine, teilweise oder gänzliche Überwälzung stattgefunden hat.

Mit der Feststellung, die individuellen, betriebsspezifischen Rohaufschläge überschrei-



ten die durchschnittlichen (gewichteten) Rohaufschläge und daher sei von einer vollständigen Überwälzung der Abgabe auszugehen, ist es nicht getan.

Die Behörde ist es dem Betrieb, der ja die Rückerstattung zu Unrecht entrichteter Abgaben fordert, nach Gesetz und Spruchpraxis des VwGH schuldig, gezielt auf die Tragung

oder Nichttragung der Getränkesteuer zu ermitteln, daraus betriebsbezogene Beweise zu destillieren und in freier Beweiswürdigung letztlich die Frage zu beantworten, ob ganz, teilweise oder überhaupt nicht überwälzt wurde.

Für Aufsehen hat auch ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes gesorgt,



der eine Getränkesteuer der Stadt Frankfurt für zulässig erklärt hat.

Mit der österreichischen Situation hat dieser Spruch allerdings überhaupt nichts zu tun.

Im Frankfurter Fall wird auf eine Dienstleistung Steuer erhoben, was nach der EU-Verbrauchssteuerrichtlinie eben in Ordnung geht.

Diese verbietet nur, für verbrauchssteuerpflichtige Waren andere indirekte Abgaben als Verbrauchssteuern einzuheben. Bei der österreichischen Getränkesteuer bezog sich aber die Steuerpflicht auf verbrauchssteuerpflichtige Waren, nämlich alkoholische Getränke, weshalb sie zu Recht abzuschaffen war.



VII. Rechtsfragen

Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen

Vor dem Hintergrund des zeitlich bedingten Auslaufens der freiwilligen Selbstverpflichtung für Getränkeverpackungen, einer Reihe negativer ordnungsrechtlicher Lösungen im europäischen Umfeld, darunter die deutsche Zwangspfandregelung, und diverse Einwegabgabemodelle, wie zuletzt in Ungarn, begannen im Sommer die Verhandlungen mit dem Umweltministerium zur Frage, ob in Österreich eine Verordnung oder weiter eine freiwillige Maßnahme Platz greifen soll.

Nach schwierigen und zähen Gesprächsrunden konnte das Umweltressort dazu bewegt werden, von einer rechtlichen Maßnahme abzusehen und statt dessen weiter auf das Instrument einer Selbstverpflichtung der Wirtschaft zu setzen.

Die Anfang Oktober in einer Pressekonferenz von Präsident Leitl und Bundesminister Pröll vorgestellte „Nachhaltigkeitsagenda“ stellt die Nachfolgeregelung der freiwilligen Selbstverpflichtung für Getränkeverpackungen dar und bildet jenen Rahmen, in dem sich die interessenpolitische Debatte über die ökologischen Auswirkungen von Getränkeverpackungen im Zeitraum 2005-2007 bewegen wird.

Letztlich hat sich die Vernunft durchgesetzt und die Erkenntnis, dass eine freiwillige Selbstverpflichtung die Interessenlage beider Seiten zum Nutzen der Umwelt in eine synergetische Beziehung bringt.

Der Staat kann Vorgaben erreichen, die er auf dem Weg einer ordnungsrechtlichen Maßnahme nie erzwingen könnte: z.B. die 50 Prozent PET-Verwertungsquote, ein in Europa sonst unerreichter Wert.

Die Wirtschaft erhält einen Gestaltungsspielraum, der ihr die Zielerreichung unter vernünftigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermöglicht.

Konkret sind alle Ziele der bisherigen Selbstverpflichtung erreicht worden:

Die PET-Verwertungsquote wurde von 30 Prozent auf 50 Prozent gesteigert, Bier wurde und wird überwiegend in Mehrweg angeboten, die Wahlfreiheit des Konsumenten – Einweg wie Mehrweg in einem vernünftigen, dem Verbraucherwunsch orientierten Mix – ist über die Verpflichtungsperiode erhalten geblieben.

Promotion für Mehrweg wurde ebenso betrieben wie nicht zuletzt über die Sammel- und Entsorgungsleistung der Systeme.

Österreich hat keinen Grund, von diesem für die Umwelt erfolgreichen Kooperationsmodell abzugehen.

Der Vereinbarung zwischen Ministerium und Wirtschaftskammer waren wie gesagt den ganzen Sommer lang schwierige Verhandlungen vorangegangen („Tauziehen zwischen Ordnungsrecht und soft law“).

Die Wirtschaft hat dabei immer von der Position aus verhandelt, dass jede freiwillige Maßnahme unter der „politischen“ Geschäftsgrundlage des Verzichts auf eine ordnungsrechtliche Maßnahme (Verordnung) steht.

Die Nachhaltigkeitsagenda enthält eine sehr ambitionierte Quotenverpflichtung, die sich



unter Verzicht auf die thermische Verwertung und auf einen wichtigen Teil des Getränkemarktes berechnet.

Ihre Kernpunkte bilden konkrete, messbare „Commitments“ der Wirtschaft zur Reduzierung des gesamtökologischen „impacts“ von Getränkeverpackungen.

Die 80 Prozent Kombiquote aus Wiederbefüllung und stofflicher Verwertung erfasst die sieben Getränkearten der seinerzeitigen Getränkezielverordnung.

Berechnungsbasis ist die an Letztverbraucher abgegebene Getränkemenge. Erfasst werden alle Vertriebsstufen, lediglich in der Gastronomie zählen die „offen“, also aus Fass, Tank, Container abgegebenen Getränke, nicht.

(Anmerkung: Das Ministerium wollte ursprünglich nur das im Handel abgesetzte Getränkevolumen als Berechnungsbasis der Quote heranziehen).

Weitere materielle Inhalte der „Nachhaltigkeitsagenda“:

- Das Versprechen der Stabilisierung der PET-Verwertungsquote auf 50 Prozent.
- Ein ehrgeiziges Herangehen an das „bottle to bottle“-Recycling (bis 2007: 6000 Tonnen).
- 75.000,- Euro für Mehrwegpromotion.

Letzteres stellt keine Morgengabe dar, steht aber als Zeichen dafür, dass es mehr Wege zur Umwelt gibt als Zwangsmaßnahmen.

Die „stakeholder“ dieses Prozesses – denn die Vereinbarung der Agenda ist ein Startsignal – setzen ab sofort kooperativ die Ziele mittels konkreter Maßnahmen um.

So hat der Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie gemeinsam mit dem Lebensmittelhandel, dem ARA-System und den Industrieverbänden der Verpackungsindustrie eine Arbeitsgemeinschaft gegründet und trägt damit zur Zielverwirklichung der Agenda bei.

Um die Nachhaltigkeitsagenda auf möglichst breite Basis zu stellen, sind sowohl Abfüller wie Vertreiber aufgefordert dieser neuen freiwilligen Selbstverpflichtung, wie der ersten, auch individuell beizutreten.

Für die Getränkeindustrie stehen die Wünsche der Konsumenten, aber auch die Verantwortung für die Umwelt an oberster Stelle. Die Nachhaltigkeitsagenda wird diesem Anspruch gerecht und sie unterstreicht den Ansatz, dass beide, Einweg und Mehrweg, im Sinne des Konsumenten ihre Berechtigung haben.

Im Gegensatz zu Deutschland, wo sich nach dem jüngsten Bundesratsvorschlag übrigens keine Lösung der von der EU klar aufgezeigten Rechtsverstöße, sondern im Gegenteil, deren Zementierung, abzeichnet, konnte in Österreich mit einem geschlossenen Vorgehen der gesamten Getränkeindustrie, des Handels und der Sammel- und Verwertungssysteme eine für Wirtschaft und Konsumenten zufriedenstellende Lösung zustande gebracht werden.

„Rückverfolgbarkeit“ von Lebensmitteln

Unter dem Aspekt der Lebensmittelsicherheit verlangt die VO (EG) Nr. 178/2002 „Allgemeines Lebensmittelrecht“ („General Food Law“) seit dem 1. Jänner 2005 die Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln in allen Produktions- und Vertriebsstufen.

Die Unternehmen müssen hierzu jede Person, von der sie Vorprodukte bezogen haben



(„upstream“), ebenso feststellen können wie die Unternehmen, an die ihre Erzeugnisse geliefert wurden („downstream“).

Auch haben sie Verfahren und Systeme einzurichten, mit denen diese Informationen den Behörden auf Aufforderung mitgeteilt werden können.

Mit dieser weit gefassten gesetzlichen Anordnung wird den branchen- wie produktspezifischen Besonderheiten der Unternehmen entlang der Lebensmittelkette Rechnung getragen.

Dementsprechend werden Traceability-Systeme in Abhängigkeit von einer vorangegangenen Gefahrenanalyse zu gestalten sein und auf die Besonderheiten des jeweiligen Unternehmens einzugehen haben. Forderungen in Bezug auf Rückverfolgbarkeitssysteme werden nicht nur vom Gesetzgeber erhoben. Auch Qualitäts- und Hygienestandards wie ISO 9000-2000, HACCP oder IFS beinhalten Anforderungen an innerbetriebliche Rückverfolgbarkeitssysteme. Schließlich berühren auch logistische Überlegungen der Warenflussoptimierung das Thema „Traceability“.

In der Diskussion über Rückverfolgbarkeit gilt es daher klar zwischen den gesetzlichen Mindestforderungen und darüber hinaus gehenden Ansprüchen anderer Interessenpartner (Kunden, Lieferanten, Zertifizierungsunternehmen, etc.) zu unterscheiden.

Die Rückverfolgbarkeit im Sinne des „General Food Law“ ist ein „Food Safety Tool“. Der Sinn und Zweck dieses Werkzeugs besteht darin, im Anlassfall unsichere Lebensmittel identifizieren, lokalisieren und gegebenenfalls vom Markt nehmen zu können.

Bier gehört zu den typischen „low risk“-Produkten.

Die Festlegung der Einheit (Batch), die (rück)verfolgt wird, liegt beim Unternehmer.

Ein System der Kennzeichnung der Gebinde mit dem MHD (Mindesthaltbarkeitsdatum) oder einer Chargennummer wie von der österreichischen Brauindustrie praktiziert, erfüllt die gesetzlichen Anforderungen an die Rückverfolgbarkeit im downstream-Bereich.

Eine kleinere Einheit zur Rückverfolgbarkeit zu wählen – etwa bei Belieferung der Gastronomie – ist aus wirtschaftlichen, aber auch aus Praktikabilitätsgründen ausgeschlossen. Auf Grund der Unteilbarkeit der Verantwortung für den Konsumenten kann es überdies für ein Rückverfolgbarkeitssystem auch keine Differenzierung nach der Abnehmer- bzw. Auslieferungsstruktur (Gastronomie, LEH oder GFGH) geben.

Eine entsprechende Position hat der Verband in die Arbeitsgruppe der Codexkommission eingebracht, deren Aufgabe es ist, Brancheninterpretationen zur Rückverfolgbarkeit herauszugeben.





Schankanlagenservice – Normierungsversuch des CEN verhindert

Ein CEN-Entwurf für eine europaweite Norm für Schankanlagenservice, der enorme Belastungen für Getränkewirtschaft und Gastronomie bedeutet hätte, konnte durch gemeinsame Bemühungen der beiden Branchen verhindert werden.

Bereits im Vorjahr wurde ein Entwurf des CEN (Europäisches Komitee für Normung) für eine europaweite Norm für Schankanlagenservice präsentiert. Initiator dieses Vorstoßes war das Deutsche Institut für Normung (DIN). In Deutschland, wo die bis dahin bestehende deutsche Schankanlagenverordnung im Jahr 2003 gefallen ist, besteht einerseits offenbar eine gewisse Sorge hinsichtlich der Qualität der Schankanlagenhygiene, andererseits wird aber hinter der Initiative auch das Interesse einzelner Systemhersteller vermutet.

In jedem Fall war der vorgeschlagene CEN-Entwurf aber völlig überzogen. Für Getränkewirtschaft und Gastronomie völlig inakzeptabel war die darin vorgesehene komplette Reinigung der Schankanlagen einmal pro Woche, für Sirupgetränke und Fruchtsäfte sogar täglich. Obwohl einige Vorschläge im technischen Bereich wie etwa die Vereinheitlichung von Anschlüssen durchaus interessant und diskutierenswert gewesen wären, war der CEN-Entwurf schon allein aufgrund dieser radikalen Verkürzung der Reinigungs- und Desinfektionsintervalle zum Scheitern verurteilt.

Eine Expertenrunde der Getränkewirtschaft mit Vertretern sowohl von Herstellern von alkoholfreien Getränken wie auch von Brauereien befasste sich intensiv mit diesem vorgelegten Entwurf und arbeitete eine Stellungnahme dagegen aus. Daraufhin wurde seitens der Getränkehersteller beim Österreichischen Normungsinstitut Einspruch gegen den Entwurf eingebracht. Inhaltlich voll unterstützt wurden diese Einwände auch vom Fachverband Gastronomie.

In der Folge stimmte Österreich, vertreten durch Dr. Wolf, Geschäftsführer des Fachverbandes Gastronomie und Mitglied des österreichischen Fachnormenausschusses in der entscheidenden CEN-Sitzung Anfang Februar in Berlin gegen diesen Entwurf. Gemeinsam mit Österreich stimmten Großbritannien, Finnland, Frankreich, Italien und Irland gegen das geplante Normvorhaben; einzig Spanien unterstützte den deutschen Vorstoß. Nicht zuletzt aufgrund der Koordinierung über die europäischen Branchenverbände Brewers of Europe und UNESDA ist es gelungen, die Ablehnung des Entwurfes durch die Mehrheit der teilnehmenden Ländervertreter zu erreichen. Nicht nur wurde vom befassten CEN-Ausschuss der konkrete Entwurf abgelehnt; es wurde darüber hinaus beschlossen, das Vorhaben einer europäischen Norm für Schankanlagenservice auf CEN-Ebene generell nicht weiter zu verfolgen.

Eine CEN-Norm hätte zwar keine unmittelbare normative Wirkung gehabt und die derzeitige österreichische Schankanlagenverordnung nicht ersetzt, es hätte aber doch die Gefahr bestanden, dass sie zu einem späteren Zeitpunkt allenfalls als Grundlage für gesetzliche Bestimmungen herangezogen wird.



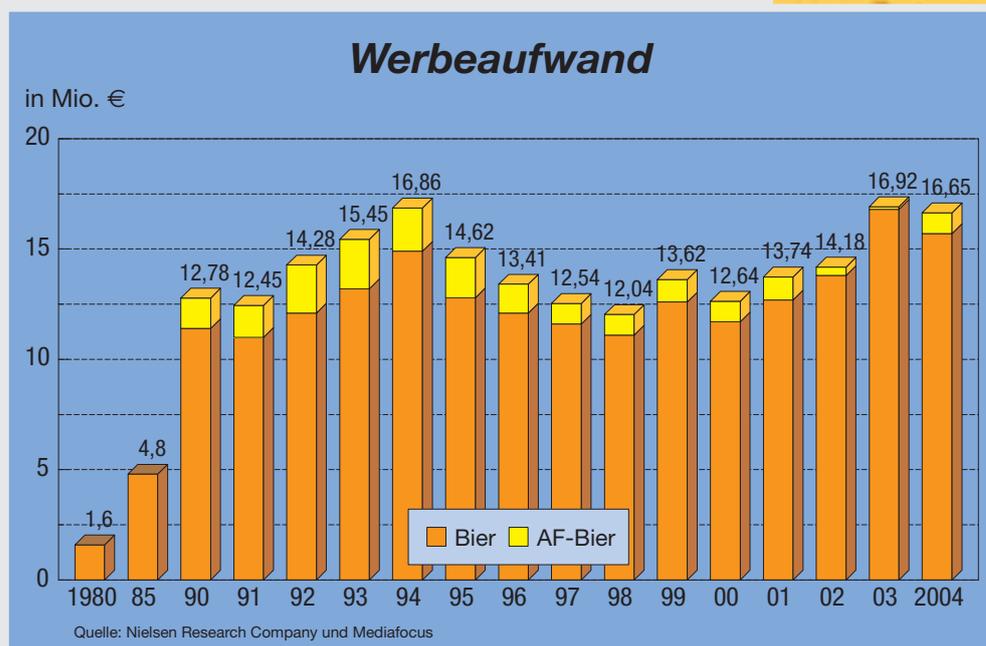
VIII. Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Werbung

2004 betragen die Aufwendungen für Werbung für Bier und AF-Bier gesamt € 16,65 Mio. Allein für Bier wurde um € 15,7 Mio. geworben. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies einen Rückgang um 6,5 Prozent. Gestiegen sind dagegen die Ausgaben für Werbung für AF-Bier.

2004 betragen hier die Aufwendungen € 0,95 Mio.

Bei den Angaben über Werbeausgaben ist zu berücksichtigen, dass bei dieser Erhebung von Nielsen Research Company und Mediafocus nur Aufwendungen für klassische Werbung, also Prospekte, Außenwerbung, Print- und elektronische Medien sowie Kino berücksichtigt werden. Sponsoring jeglicher Art wird in dieser Darstellung nicht erfasst.



Öffentlichkeitsarbeit

Unser Dank gilt an dieser Stelle allen Mitgliedern des wohl arbeitsintensivsten Ausschusses des Verbandes der Brauereien Österreichs, der „Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit“ für ihre Unterstützung und ihr außerordentliches Engagement. Besonders danken wir dem Vorsitzenden dieser Arbeitsgruppe, Herrn Mag. Josef Sigl, sowie seiner Stellvertreterin, Frau Christiane Wenckheim.

Klassische Pressearbeit

Die persönliche Betreuung der Journalisten der österreichischen und internationalen Medien ist dem Verband seit jeher ein besonderes Anliegen und wurde auch im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgreich weitergeführt, vor allem was die Lancierung von Themen zu den gesundheitlichen Vorteilen eines maßvollen Bierkonsums betrifft. Diese Zusammenarbeit mit den Journalisten bringt für das österreichische Bier immer wieder bierfreundliche redaktionelle Berichterstattung oder bierige Sondergeschichten. Sehr erfreulich, und daher hier auch besonders erwähnt, verliefen Kooperationen mit A la



Carte und ÖGZ. Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr ist es wieder gelungen, den zum Gault Millau Guide gehörenden Wein und Schnaps Guide mit Bier aufzuwerten. Dank der regen Teilnahme der Brauereien erfuhr dieser Guide eine beachtliche Bereicherung durch den heimischen Gerstensaft.

Es gab im Geschäftsjahr eine sehr erfolgreiche Jahresbilanz-Presskonferenz, die sehr gut besucht und deren Medienecho außergewöhnlich gut war. Anlässlich dieser Pressekonferenz wurde im Auftrag der österreichischen Brauwirtschaft dem Hilfswerk Austria ein Scheck in der Höhe von 10.000 Euro für das Projekt „Austrian Villages“ in Sri Lanka überreicht. Das Hilfswerk Austria will mit dieser Spende konkrete Hilfe für die Flutopfer leisten. Neben dem physischen Wiederaufbau sollen den Menschen Hilfe zur Selbsthilfe und Zukunftsperspektiven gegeben werden. Aus diesem Grund investiert das Hilfswerk auch die Spende der österreichischen Brauwirtschaft in Projekte, die für die betroffene Bevölkerung eine nachhaltige Sicherstellung ihrer Existenzgrundlagen schaffen.

Auch 2004 wurden die beiden Publikationen, nämlich die Broschüre „Statistische Daten über die österreichische Brauwirtschaft“ und der vorliegende Jahresbericht des Verbandes der Brauereien, herausgegeben. Gut etabliert hat sich

bierNews.

Dieser 8-seitige Newsletter erscheint in einer Auflage von 4000 Stück mindestens drei Mal im Jahr. Er richtet sich an Journalisten, Politiker, Brauer, Meinungsbildner und Bierfreunde.





bierNews macht es sich zur Aufgabe, seinen Lesern alles das mitzuteilen, was diese immer schon über Bier und besonders über österreichisches Bier wissen sollten.

www.bierserver.at

Die Homepage des Verbandes der Brauereien Österreichs ist zweifelsohne nach wie vor DIE Adresse für Internet-User, die sich über österreichisches Bier informieren wollen. Selbstverständlich werden die sehr umfangreichen Inhalte der bierigen Seiten ständig auf dem neuesten Stand gehalten.

Die bekannten und beliebten Seiten bieten unter anderem allgemein Wissenswertes über Bier, Kontaktmöglichkeiten und Informationen zu allen österreichischen Brauereien und Gasthausbrauereien samt Verlinkung zu deren Homepages, umfangreiche wirtschaftliche Daten, einen Foto- und Grafikpool, wissenschaftliche Beiträge und aktuelle Presseaussendungen des Verbandes. Selbstverständlich ist www.bierserver.at verlinkt mit der vom Verband unterstützten www.bierundgesundheit.com, einer Seite, die permanent wissenschaftliche Erkenntnisse über gesundheitliche Auswirkungen von Bierkonsum veröffentlicht.

Themenlounges Bier

Bier ist nicht nur geschmacklich ein Erlebnis. Rund um das Lieblingsgetränk der ÖsterreicherInnen gibt es zahllose Geschichten zu erzählen und spannende Themen zu diskutieren. Um dieser Diskussion eine Plattform zu bieten, hat der Verband der Brauereien Österreichs im vergangenen Geschäftsjahr die Idee der Themenlounges für JournalistInnen und Bier-ExpertInnen weitergeführt. Diese widmet sich immer neuen bierigen Themen.

Unter dem Zeichen Bier & Wissen stand die dritte Veranstaltung dieser Serie. Moderiert von Gernot Frischenschlager und unter reger Anteilnahme von Journalisten und Freun-





den des österreichischen Bieres diskutierten Siegfried Brudermann, Präsident des Österreichischen Sommelierverbandes, Mag. Karin Hainz-Sator, Clearingstelle für Sommelierausbildungen im Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Mag. Helmut Hölbling, Direktor der Tourismusschulen Bad Gleichenberg, Hieronymus Kos, Gastro-

nom, Dir. Frank Schmitt, Initiator einer Bierjungssommelier-Ausbildung und Mag. Josef Sigl, Vorsitzender der Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes der Brauereien. Das wachsende Bedürfnis der österreichischen Biertrinkerinnen und Biertrinker nach mehr Wissen rund ums Bier stellt die heimische Gastronomie, Brauereien und Ausbildungsstätten vor neue Herausforderungen. Die Expertenrunde



diskutierte über unterschiedliche Wege der Wissensvermittlung rund ums Bier.

Österreich bleibt Vorzeigeland im Bierkonsum

Im Juni 2005 endet die Funktionsperiode des Verbandes und es findet die Wahl der Funktionäre für die kommenden fünf Jahre statt. Dies war nicht der einzige Grund warum die Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit eine Marktforschungs- bzw. Imagestudie über österreichisches Bier in Auftrag gab. Das Linzer Marktforschungsinstitut market wurde beauftragt, Änderungen (im Vergleich zur Studie 1997) in der Meinung der Österreicher über den österreichischen Getränkemarkt und den Biermarkt im Besonderen zu hinterfragen. Zum Zeitpunkt der Berichtlegung lagen die detaillierten Endergebnisse dieser Studie noch nicht vor. Soviel kann jedoch hier schon verraten werden: Beim Image konnte Bier seit der Messung im Jahr 1997 in allen Bereichen zulegen. So wird es z.B. als gesünder, sympathischer und erfrischender erlebt. Bier steht aber auch für Tradition, für Geselligkeit und für Heimat – Bier ist somit ein „bodenständiges“ Getränk. Der gute Geschmack des Bieres ist für den Konsum ausschlaggebend. In Gesellschaft und in Lokalen ist Bier der Favorit unter den Getränken und zum Essen kann man sich ebenfalls am meisten für Bier begeistern. Wenig verwunderlich ist demnach, dass der Gerstensaft unter den alkoholischen Getränken am meisten konsumiert wird.

Entgegen dem internationalen Trend sinkender Biermärkte bleibt der Bierverbrauch in Österreich seit 1998 konstant. Die Österreicher sind hinter den Tschechen, Deutschen und Iren nach wie vor die treuesten Bierfans und holen in den letzten Jahren sogar relativ auf. Dies ist auf eine gefestigte Stellung von Bier als angestammtes und geschätztes Kulturgetränk der Österreicher zurückzuführen.



Der Führungsanspruch von Bier unter den Getränken

Bier ist nach wie vor das Lieblingsgetränk der Österreicher zum Essen (18%), vor Wasser (15%) und weit vor Wein (3%).

Bier ist das führende Getränk, wenn man in Gesellschaft ist und in der Gastronomie.

Bier ist das akzeptierteste alkoholische Erfrischungsgetränk, deutlich vor dem Gespritzten.

Bier ist das Entspannungsgetränk für zu Hause noch vor Kaffee und allen anderen alkoholischen Getränken.

Bier in der Konsumenten-Wahrnehmung 2005 versus 1997

Bier hat sich in der öffentlichen Meinung seit 1997 deutlich verändert und hat an Akzeptanz als gering alkoholisches, gesundes Getränk aufgeholt.

Die Verankerung als natürliches Getränk (35 → 46%) konnte deutlich gesteigert werden.

Bier wird mehr als in der Vergangenheit als Durstlöscher gesehen (27 → 38%).

Bier passt immer und überall und ist durchwegs sympathisch (29 → 36%).

Es ist gut verträglich (19 → 30%).

Bier als gesunder Genusspender

Bier wird zunehmend als gesundes Getränk gesehen (9 → 25%).

47% wissen, dass Bier Stoffwechsel und Verdauung unterstützt.

40% nennen positive Wirkungen bei Nierensteinen.

16% wissen über positive Wirkungen bei Herz- und Kreislauferkrankungen Bescheid.

Auch die positive Wirkung in der Krebsvorsorge durch bestimmte Hopfeninhaltsstoffe sowie bei Osteoporose ist einer interessierten Minderheit bekannt (14% bzw. 8%).

Die negativen Vorurteile konnten hingegen deutlich reduziert werden. So sehen deutlich weniger Konsumenten Bier als Dickmacher (74 → 61%).

Traditionelle Eigenschaften von Bier werden noch verstärkt – mehr Vielfalt im Angebot wird geschätzt.

So werden Bier die Begriffe Männlichkeit, Tradition, Geselligkeit, Nahrung, Heimat und Genuss hochgradig zugeordnet.

Märzen wird als Liebessorte der Österreicher genannt. Steigender Beliebtheit erfreuen sich auch Spezialitäten wie das Weißbier (16 → 27% „gerne getrunken“), Radler (25 → 30% „gerne getrunken“) und Pils (18 → 23% „gerne getrunken“). Je jünger die Biertrinker, desto eher werden mildere, malzige Biere bevorzugt.

In Summe wird ein positives Bild der Bierwahrnehmung und letztlich auch der Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes der Brauereien widerspiegelt.

Im Alltag greifen die Österreicher häufig zu „leichten“, alkoholfreien Getränken, vor allem Wasser. Wird aus alkoholischen Getränken gewählt, dann wird am liebsten Bier getrunken. Knapp die Hälfte der Österreicher trinkt zumindest einmal pro Woche Bier – der Titel „Nationalgetränk“ ist somit wohl verdient.



IX. Verband der Brauereien Österreichs

Der Verband der Brauereien Österreichs ist die Interessenvertretung der österreichischen Brauwirtschaft. Er besteht in seiner heutigen Form seit dem 15. Juli 1947 und vertritt die größte Sparte der heimischen Lebensmittelindustrie im Rahmen des Fachverbandes der Nahrungs- und Genussmittelindustrie der Wirtschaftskammer Österreich.

Im Verband wirken gewählte Funktionäre und Mitarbeiter der Wirtschaftskammer im Dienste der Brauwirtschaft zusammen. Das gemeinsame Ziel ist ein wirtschaftliches, rechtliches und sozialpolitisches Umfeld, in dem die Brauereien bestmögliche Rahmenbedingungen für ihr unternehmerisches Handeln vorfinden.

Zentrale Aufgabe des Verbandes der Brauereien ist die Vertretung der Interessen der Branche, in der Wirtschaftskammer und nach außen. Ansprechpartner des Verbandes sind vor allem Behörden und Sozialpartner, andere Einrichtungen der Interessenvertretung, politische Parteien und Medien, aber auch die gesetzgebenden Körperschaften. Neben der Interessenvertretung sieht sich der Verband der Brauereien aber auch als Servicestelle für seine Mitglieder. Dazu gehören insbesondere die persönliche Beratung, laufende Rundschreiben, Unterstützung bei Musterprozessen und spezielle Rechtsberatung.

Der Verband der Brauereien Österreichs ist aber auch Plattform für internationale Branchenkontakte, beispielsweise als Stimme im europäischen Brauereiverband „The Brewers of Europe“.



Organe und Ausschüsse des Verbandes der Brauereien

PRÄSIDIUM

Obmann:	KR Johann SULZBERGER
Obmann-Stellv.:	Dr. Heinrich Dieter KIENER
Obmann-Stellv.:	DI Dr. Markus LIEBL
Obmann-Stellv.:	Dr. Karl STÖHR
Mitglieder:	Mag. Siegfried MENZ Mag. Josef SIGL
Ehrenobmann:	Dr. Christian BEURLE

LENKUNGSAUSSCHUSS

KR Johann SULZBERGER; Vorsitz
Karl FISCHER
Heinz HUBER
Mag. Dietmar KERT
Dr. Heinrich Dieter KIENER
DI Dr. Markus LIEBL
Mag. Siegfried MENZ
Ewald PÖSCHKO
Mag. Karl SCHWARZ
Mag. Josef SIGL
Dr. Karl STÖHR
KR Mag. Johann STOCKBAUER

ARBEITSGRUPPE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Mag. Josef SIGL; Vorsitz
Veronika FIEREDER
Dr. Alexander GERSCHBACHER
Mag. Helmut KÜHTREIBER
Mag. Othmar MÜLLER (bis Jänner 2005)
Markus OBERHAMBERGER
Dr. Thomas SAUTNER
Norbert SCHECHNER
Christiane WENCKHEIM

ZWEIGSTELLENOBMÄNNER

Tirol/Vorarlberg:	Mag. Matthias GURSCHLER
Oberösterreich/Salzburg:	Dr. Karl STÖHR
Wien/Niederösterreich:	Mag. Karl SCHWARZ
Steiermark/Kärnten:	Josef LANKMAYER

DELEGIERTENVERSAMMLUNG

Kärnten:	KR Mag. Johann STOCKBAUER
Niederösterreich:	Dir. Erich BAHN DI Hermann KÜHTREIBER DI Dr. Markus LIEBL Mag. Karl SCHWARZ DI Karl Theodor TROJAN
Oberösterreich:	Dr. Gustav HARMER Dr. Andreas HUNGER Mag. Viktor MAUTNER MARKHOF (bis April 2005) Ing. Matthias SCHNAITL Dr. Karl STÖHR
Salzburg:	Dkfm. Dr. Wolfgang BERGER-VOGEL (bis März 2005) Dr. Heinrich Dieter KIENER Andreas SEIDL Mag. Josef SIGL
Steiermark:	Karl DETSCHMANN Josef LANKMAYER



Tirol: Mag. Matthias GURSCHLER
Waltraud KOLBITSCH
Vorarlberg: Heinz HUBER
Wien: Mag. Siegfried MENZ

ARBEITSRECHTLICHER AUSSCHUSS

Dr. Kurt HERLER; Vorsitz
Leopold BRANDTNER
Mag. Michael HOBEL
Heinz HUBER
Barbara KIENER
Josef LANKMAYER
Dr. Christoph SCHERIAU
Frank J. SCHMITT (bis April 2005)
KR Mag. Johann STOCKBAUER

VERHANDLUNGSKOMITEE FÜR ARBEITSRECHTLICHE BELANGE

Dr. Kurt HERLER; Vorsitz
Leopold BRANDTNER
Mag. Michael HOBEL
Barbara KIENER
Josef LANKMAYER
Frank J. SCHMITT (bis April 2005)
KR Mag. Johann STOCKBAUER

TECHNISCHER AUSSCHUSS

DI Ernst SCHREINER; Vorsitz
DI Dr. Karl FISCHER
Brmst. DI Ralf FREITAG
Dipl.-Ing. Rudolf FÜHRER
Brmst. Richard GRASMÜCK
DI Axel KIESBYE
Brmst. Immanuel KOHLWEIS
DI Hermann KÜHTREIBER
DI Dr. Markus LIEBL
Brmst. Raimund LINZER
DI Michael NATTER
Brmst. Andreas ROSA
und ein Vertreter des Getränkeinstitutes als Gast (Dr. Helmuth SCHWARZ)

STEUERAUSSCHUSS

Mag. Siegfried MENZ; Vorsitz
Prok. Franz Josef BACHMAYER
Mag. Ulrike EICHBERGER
Mag. Helmut KÜHTREIBER
Mag. Viktor MAUTNER MARKHOF (bis April 2005)
Kurt REITER
Dr. Doris SCHERIAU
KR Mag. Johann STOCKBAUER
Dr. Karl STÖHR
DI Karl Theodor TROJAN

HOPFENKOMITEE

DI Dr. Markus LIEBL; Vorsitz
Brmst. Richard GRASMÜCK
DI Axel KIESBYE
DI Michael NATTER
DI Ernst SCHREINER
und ein Vertreter des Getränkeinstitutes
als Schiedsrichter bei Bonitierungen (Dr. Helmuth SCHWARZ)



VERTRETUNG DES VERBANDES IN DEN AUSSCHÜSSEN DES EUROPÄISCHEN BRAUEREIVERBANDES (THE BREWERS OF EUROPE)

Council of Delegates

Dr. Karl BÜCHE
Dr. Heinrich Dieter KIENER
DI Dr. Markus LIEBL
Mag. Siegfried MENZ
Mag. Josef SIGL
Dr. Karl STÖHR
KR Johann SULZBERGER
Mag. Jutta KAUFMANN-KERSCHBAUM
DI Dr. Markus LIEBL
Mag. Jutta KAUFMANN-KERSCHBAUM
Dr. Dkfm. Wolfgang BERGER-VOGEL (bis März 2005)
Prok. Dr. Max SCHWARZMAIR
Dr. Alexander GERSCHBACHER
DI Dr. Markus LIEBL
Mag. Josef SIGL

Heads of Delegation

Secretaries General

Fiscal

Group of Jurists

Market & Technology

Beer & Society

Organe der Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit der österreichischen Brauwirtschaft

VORSTAND

KR Johann SULZBERGER
Dr. Heinrich Dieter KIENER
DI Dr. Markus LIEBL
Mag. Josef SIGL
Dr. Karl STÖHR
Mag. Siegfried MENZ

ARBEITSAUSSCHUSS

Mag. Josef SIGL; Vorsitz
Veronika FIEREDER
Dr. Alexander GERSCHBACHER
Mag. Helmut KÜHTREIBER
Mag. Othmar MÜLLER (bis Jänner 2005)
Markus OBERHAMBERGER
Dr. Thomas SAUTNER
Norbert SCHECHNER
Christiane WENCKHEIM

RECHNUNGSPRÜFER FÜR VERBAND UND GESELLSCHAFT

Prok. Franz Josef BACHMAYER
Prok. Gerhard BERNDL



VERBANDSBÜRO

Verband der Brauereien Österreichs

Zaunergasse 1-3, 1030 Wien

Tel. + 43-(0)1-713 15 05, Fax: +43-(0)1-713 39 46

getraenke@dielebensmittel.at

www.bierserver.at



Angelika HAFNER



Heinrich WERNER



Annemarie
LAUTERMÜLLER



Mag. Jutta KAUFMANN-
KERSCHBAUM,
Geschäftsführerin



Andreas LICHAL



Dr. Johann BRUNNER



Susanne EILMER



