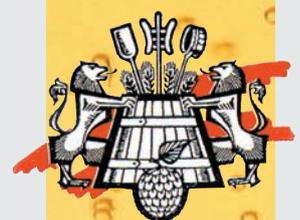


Jahresbericht

Juni 2005 bis Juni 2006



Verband der Brauereien Österreichs







Inhaltsverzeichnis

Vorwort und Dank	5
I Der österreichische Biermarkt	6
Betriebsstruktur und Ausstoß	
Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauches von Bier in Österreich	
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 2005	
Gehaltsrunde 2005	
Gesetzliche Änderungen im Arbeitsrecht	
Förderung der Lehrausbildung	
Neues Berufsbild „Brau- und Getränketechnik“	
V Rohstoffe	20
Hopfen	
Gerste	
VI Bier-Besteuerung	22
Steuerliche Diskriminierung des österreichischen Bieres	
VII Rechtsfragen	24
Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen	
Getränkesteuer	
Schankanlagen	
VIII Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	29
IX Verband der Brauereien Österreichs	34
Organe und Ausschüsse	



Quelle: Verband der Brauereien Österreichs, 4/2006, sofern nicht anders angegeben.
Fotos: Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit der österreichischen Brauwirtschaft; The Brewers of Europe

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

Der Verband der Brauereien Österreichs ist die Dachorganisation der österreichischen Brauwirtschaft. Er vertritt diese größte Sparte der heimischen Nahrungs- und Genussmittelindustrie 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. Unser gemeinsames 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 steht der Verband den Brauereien für individuelle Betreuung zur Verfügung. Dazu gehören insbesondere die persönliche Beratung, laufende Rundschreiben, Unterstützung bei Musterprozessen und spezielle Exportberatung.

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

Unser Dank gilt allen unseren Mitgliedsfirmen, insbesondere aber unseren Funktionären sowie den Mitgliedern in den Organen und Ausschüssen, die für die Vertretung gemeinsamer Brancheninteressen immer wieder zur Verfügung stehen. Denn unsere Aufgaben erfordern eine vertrauensvolle, offene und partnerschaftliche Zusammenarbeit und nur diese Unterstützung macht es uns möglich, interessenpolitisch erfolgreich tätig zu sein.

Hopfen und Malz, Gott erhalt's.

Der Obmann:

Dipl.-Ing. Dr. Markus Liebl

Die Geschäftsführerin:

Mag. Jutta Kaufmann-Kerschbaum

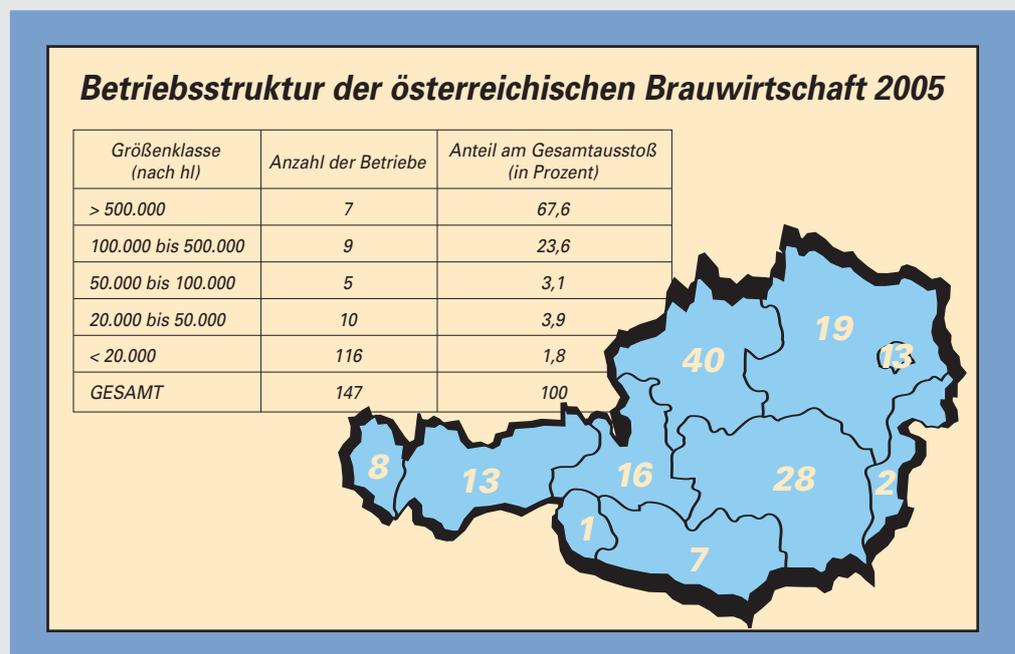


I. Der österreichische Biermarkt

Betriebsstruktur und Ausstoß

Die Anzahl der Brauereien in Österreich erhöhte sich gegenüber 2004 im Jahr 2005 um 4. Dies ist auf Neugründungen bei den Industriebrauereien und bei den Gasthausbrauereien zurückzuführen, was die Zahl dieser besonderen Art von Gastronomiebetrieben auf 84 ansteigen ließ. Insgesamt werden derzeit in 147 österreichischen Braustätten mehr als 600 verschiedene Biere gebraut.

Die Einteilung der Braustätten bezogen auf ihre Anteile am Gesamtausstoß in 5 Betriebsgrößenklassen ergibt für 2005 folgendes Bild:



Die österreichische Brauwirtschaft

	Fläche km ²	Einwohner in Mio.	Gesamtausstoß in Mio. hl	Anzahl d. Braustätten	Anzahl d. Brauunternehmen
Österreich 2005	83.871	ca. 8,2	8,8	147	137
EU-Gesamt 2004	3,956.237	457,2	378,4*)	—	—

* Quelle: Der Barth Bericht 2004/2005

	2005 in 1.000 hl	Veränderung gegenüber dem Vorjahr +/- Prozent
Gesamtausstoß	8.785	+ 1,3
Exporte	438	+ 17,1
Inland	8.347	+ 0,6



Mit einem Gesamtausstoß von 8,785.000 hl verzeichnete die österreichische Brauwirtschaft 2005 eine Absatzsteigerung von 1,3 Prozent gegenüber 2004. Auch der Export verzeichnete einen erfreulichen Zuwachs von 17,1 Prozent. Für den Inlandsausstoß verblieb noch eine Steigerung von 0,6 Prozent.

Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauches von Bier in Österreich

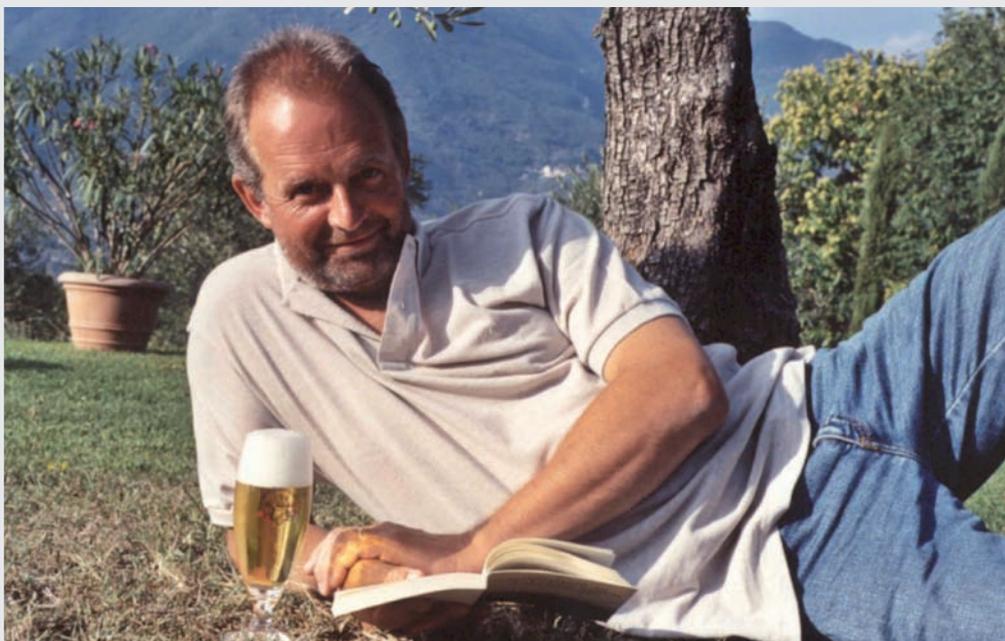
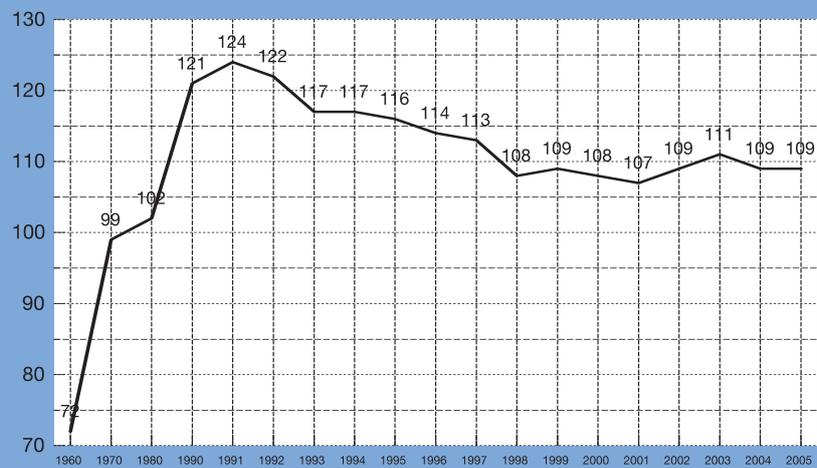
Bier ist unbestritten das Volksgetränk Nummer 1 und damit auch unangefochten der ÖsterreicherInnen liebster Durstlöscher.

Herr und Frau Österreicher haben im Jahr 2005 (vorläufig) durchschnittlich 109,0 Liter Bier getrunken; dies bedeutet eine leichte Steigerung um 0,4 Liter gegenüber dem Vorjahr.

Biersorten/Bierarten

Österreichisches Bier wird nach den Regeln des österreichischen Lebensmittelbuches (Codex Alimentarius Austriaicus) 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**



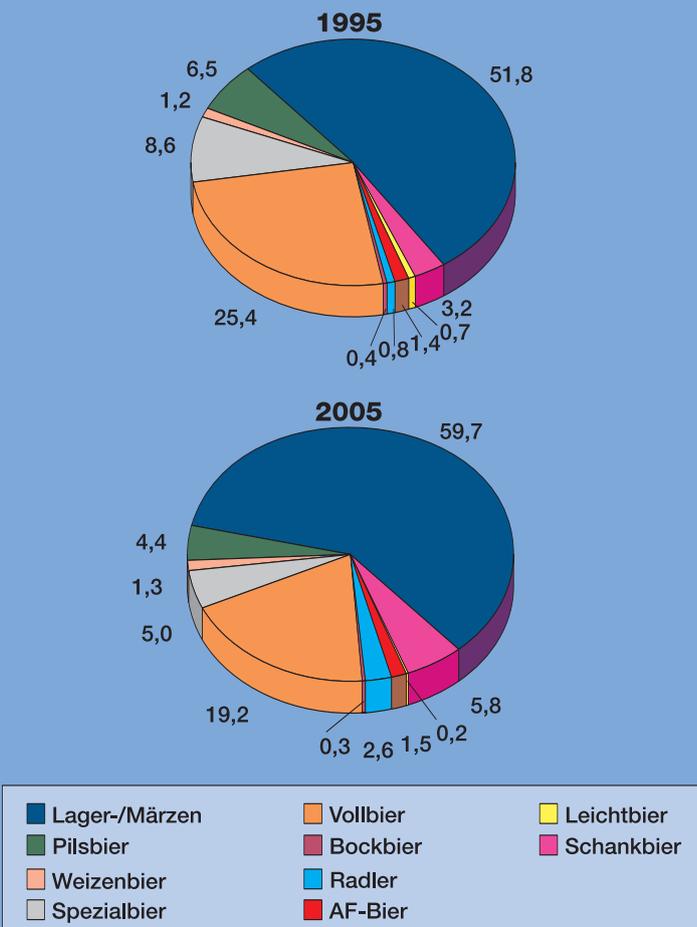


Der österreichische Konsument bleibt seinen Bieren weitgehend treu. Die Anteile der Biersorten in Prozent am Inlandsausstoß sind daher nur sehr geringen Schwankungen unterworfen. Lager-/Märzenbier verzeichnete eine Steigerung von 4,0 Prozent, daneben

konnten noch Schankbier sowie alkoholhaltiger Radler und alkoholfreies Bier Zuwächse von 3,1 bzw. 1,4 und 3,0 Prozent verzeichnen. Alle anderen Biersorten waren von Absatzverlusten betroffen: alkoholfreier Radler um 10,5 Prozent, sonstige Vollbiere um 6,9 Prozent, Spezialbier um 6,0 Prozent, Leichtbier um 4,8 Prozent, Pilsbier um 2,9 Prozent, Weizenbier um 1,3 Prozent und Bockbier um 1,2 Prozent.

Die Aufgliederung der Bierabsatzmengen nach Sorten zeigt für 2005 folgendes Bild: siehe Grafik. 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. 19,2 Prozent des gesamten österreichischen Bierausstoßes entfallen auf Vollbiere (1995: 25,4 Prozent).

Inlandsanteile der Biersorten (in Prozent)



Gebindearten

Die Gebinde betreffend sind 2005 Absatzsteigerungen bei 0,5 l Dosen, bei 0,33 l Flaschen, bei 5 l Dosen, bei anderen Flaschen und bei Tankbier zu verzeichnen gewesen.

Der Anteil des Flaschenbieres ging weiterhin von 51,9 Prozent 2004 auf 51,0 Prozent 2005 zurück. Der Inlandsausstoß von Flaschenbier absolut betrachtet lag mit 4,258.000 hl um 1,2 Prozent unter dem des Vorjahres.

2005 betrug der Fass- und Tankbieranteil gemessen am Inlandsausstoß 29,5 Prozent und war damit anteilmäßig wieder leicht rückläufig. Mengenmäßig war der Fass- und Tankbierinlandsausstoß mit 2,463.000 hl gegenüber dem Vorjahr um 1,6 Prozent ebenfalls leicht rückläufig.

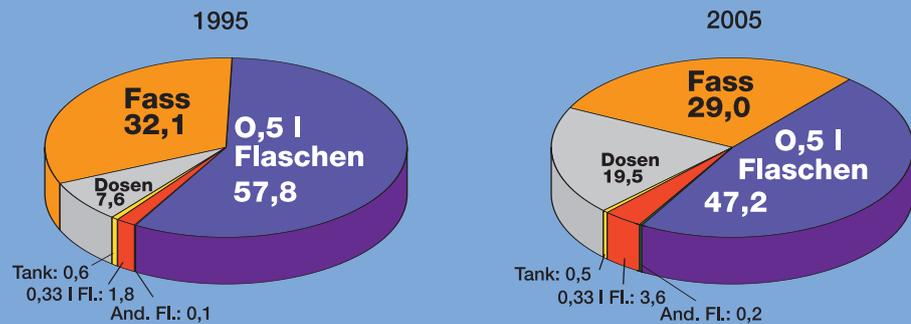
Der Dosenbieranteil stieg von 17,9 Prozent im Jahr 2004 auf 19,5 Prozent im Berichtsjahr. Der Dosenbierabsatz (inkl. PET-Flaschen) im Inland erlebte im gleichen Zeitraum einen Zuwachs von 9,5 Prozent. In dieser Statistik sind PET-Flaschen in einem sehr geringen Umfang enthalten.



Verpackungsanteile

Österreichisches Bier wird größtenteils in Mehrweggebinden auf den heimischen Markt gebracht. Der Mehrweganteil betrug 2005 78,0 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 2005, so war auf den Lebensmittelhandel ein Anteil von 63 Prozent zu verbuchen, wobei der organisierte Handel um einen Prozentpunkt zu Lasten der Gastronomie zugelegt hat, der Anteil der Gastronomie liegt bei 33 Prozent des in Österreich produzierten Bieres. Direktverkäufe an Letztverbraucher und Hastrunk 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
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
2005	1	62	63	33	4



II. Übriger Getränkemarkt

Limonaden gingen im Jahr 2005 als die größten Verlierer aus dem ungünstigen Sommer hervor, der Inlandsabsatz ging um 164.000 hl oder 2,7 Prozent zurück. Außer Bier und Fruchtsäften waren alle anderen Durstlöscher mit Absatzverlusten konfrontiert, so z.B. Mineralwasser mit 1,8 Prozent und Eistee mit 1,6 Prozent. Der Gesamtverbrauch erlebte einen Rückgang um 0,2 Prozent auf rd. 27,1 Mio. hl.

Der Pro-Kopf-Verbrauch der beliebtesten heimischen Durstlöscher lag 2004 bei 332,6 Liter und sank 2005 auf 329,7 Liter, was einem Verlust von 2,9 Liter oder 0,9 Prozent entspricht.

Der österreichische Getränkemarkt in Zahlen (Verbrauchswerte)

	2004 in 1.000 hl	2005*)	Veränderung gegenüber dem Vorjahr +/- Prozent
Bier	8.881	8.970	+ 1,0
Limonaden	6.855	6.741	- 1,7
Mineral- und Tafelwasser	7.256	7.216	- 0,6
Fruchtsäfte	2.879	2.915	+ 1,3
Eistee	1.320	1.299	- 1,6

*) vorläufige Werte

1. Alkoholfreie Getränke

	2004 in 1.000 hl	2005	Veränderung geg. d. Vorjahr +/- 1.000 hl +/- Prozent	
MINERAL- und TAFELWASSER				
Verkauf	6.557	6.444	- 113	-1,7
Import	813	891*	+ 78	+ 9,6
Export	125	198*	+ 73	+ 58,4
Mineral- u. Tafelwassermarkt**	7.256	7.216	- 40	- 0,6
Pro-Kopf-Verbrauch in Liter	88,8	87,7	- 1,1	- 1,2
<i>* vorläufige Werte ** ausgehend vom Inlandsabsatz der Industrie</i>				
FRUCHTSÄFTE				
Inlandsabsatz von Industrie u. Gewerbe	2.879	2.915	+ 36	+ 1,3
Pro-Kopf-Verbrauch auf Basis des Inlandsabsatzes in Liter	35,2	35,4	+ 0,2	+ 0,6
ERFRISCHUNGSGETRÄNKE (Limonaden mit und ohne CO₂)				
Industrie*	6.155	5.991	- 164	- 2,7
Gewerbe (lt. ÖSTAT)	500**	500**	—	—
Insgesamt	6.655	6.491	- 164	- 2,5
Importe	200***	250***	+ 50	+ 25,0
Limonadenmarkt	6.855	6.741	- 114	- 1,7
Pro-Kopf-Verbrauch in Liter	83,9	81,9	- 2,0	- 2,4
<i>* Inlandsverkauf (ohne Exporte) ** geschätzt *** lt. Canadean</i>				



2. Sonstige alkoholfreie Getränke

	2004	2005	Veränderung geg. d. Vorjahr	
	in Tonnen		+/- t	+/- Prozent
MILCH*				
Vollmilch- und Magermilchabsatz inkl. d. bäuerl. Konsums u. Direkt- vermarktung der Landwirte	770.000	774.000	+ 4.000	+ 0,5
Pro-Kopf-Verbrauch in l	91,4	91,3	- 0,1	- 0,1
KAFFEE				
Import	83.737	77.711***	- 6.026	- 7,2
Pro-Kopf-Verbrauch in kg	10,24	9,44	- 0,8	- 7,8
TEE				
Import**	2.116	2.615***	+ 499	+ 23,6
Pro-Kopf-Verbrauch in kg	0,26	0,32	+ 0,06	+ 23,1

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

3. Wein

	2004	2005	Veränderung geg. d. Vorjahr	
	in 1.000 hl		+/- 1.000 hl	+/- Prozent
Weinernte	2.735	2.264	- 471	- 17,2
Importe (ZTNr.22.04)	709	680*	- 29	- 4,1
Exporte (ZTNr.22.04)	742	697*	- 45	- 6,1
Weinmarkt	2.702	2.247	- 455	- 16,8
Trinkweinvorräte per 31. 7.	2.853	3.023	+ 170	+ 6,0
Pro-Kopf-Verbrauch in l	27,8	29,8	+ 2,0	+ 7,2

* vorläufige Werte die Außenhandelsdaten sind inkl. Schaumwein

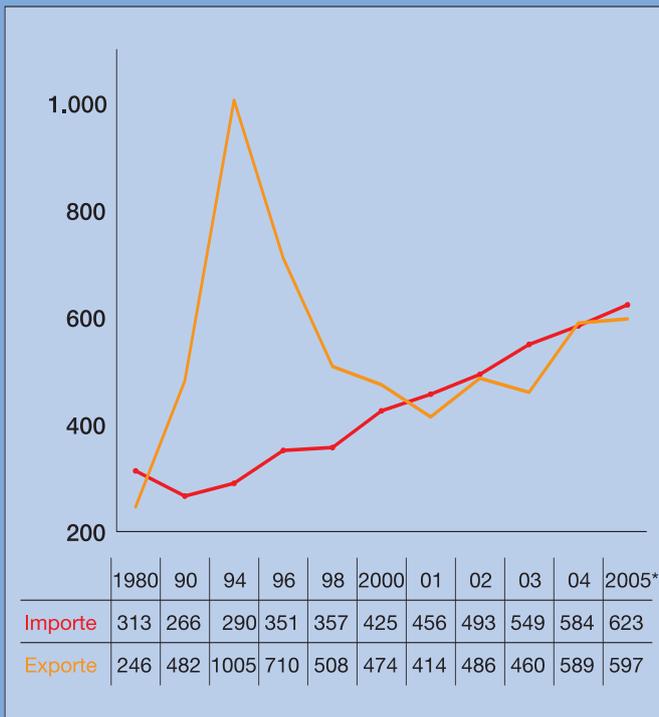
Industrieller Verkauf von Limonaden 2005 (inkl. Exporte)

	in 1.000 hl			in Prozent		
	CO ₂ -hältige	Stille	Gesamt	CO ₂ -hältige	Stille	Gesamt
Cola	3.142,8	1,5	3.144,3	46,1	0,4	43,8
Kräuter	757,0	3,0	760,0	11,1	0,8	10,6
Orange	955,9	23,0	978,9	14,0	6,5	13,6
Zitrus	698,5	—	698,5	10,2	—	9,7
Frucht	318	170,6	488,6	4,7	48,0	6,8
Bitter	53,1	—	53,1	0,8	—	0,7
Wellnessgetränke	658,7	—	658,7	9,7	—	9,2
Sonstige	236,5	157,5	394,0	3,5	44,3	5,5
Insgesamt	6.820,5	335,6	7.176,1	100,0	100,0	100,0
Prozent-Anteil gesamt	95,0	5,0	100,0			



III. Außenhandel

Österreichs Außenhandel mit Bier 1980 - 2005
(in 1.000 hl)



* vorläufiger Wert

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 2005 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 Drittlandszoll 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 597.000 hl Bier exportiert (vorläufiges Ergebnis, bereinigt um den aktiven und passiven Veredelungsverkehr). Dies bedeutet eine Steigerung um 1,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der Bierexporte gemessen am Gesamtausstoß belief sich 2005 auf 6,8 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	589	494	84	191	40	126	14
2005	597	498	101	132	37	136	25

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 leichten Zuwachs von 0,8 Prozent auf insgesamt 498.000 hl verzeichnen. Wichtigstes Abnehmerland von österreichischem Bier innerhalb der EU ist Deutschland mit 136.000 hl (+7,9 Prozent) geworden, gefolgt von Ungarn mit 132.000 hl (rd. 31 Prozent unter dem Vorjahr) und Italien mit 101.000 hl (Steigerung von rd. 21 Prozent). Die Exportlieferungen in das ehemalige Jugoslawien beliefen sich auf insgesamt rd. 9.000 hl.

Importe

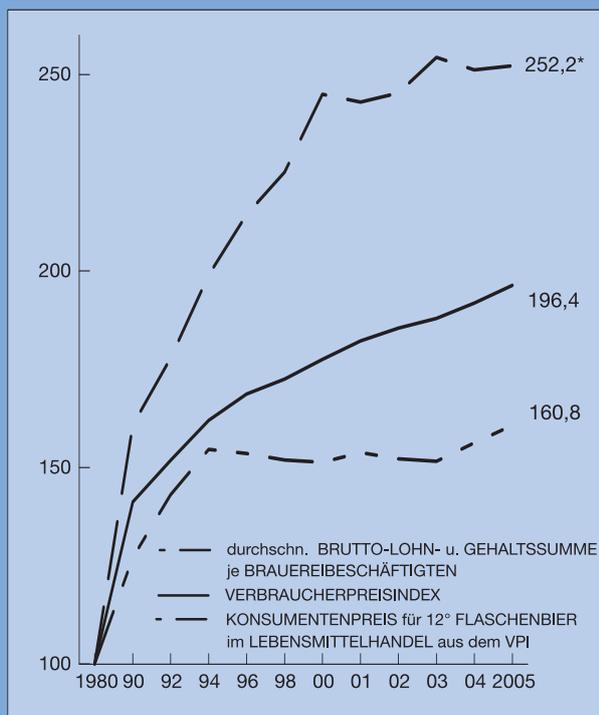
Die von der Statistik Austria verlautbarten vorläufigen Bierimporte (bereinigt um den aktiven und passiven Veredelungsverkehr) erreichten 2005 insgesamt 623.000 hl und erfuhren damit eine Steigerung von 6,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Importe aus der EU (inkl. der neuen Mitgliedstaaten) stiegen sogar um 6,7 Prozent auf insgesamt 587.000 hl, wovon alleine auf Deutschland 390.000 hl mit einer Steigerung von 7,7 Prozent entfielen. Die Biereinfuhr aus Tschechien weist einen leichten Rückgang von 0,6 Prozent auf insgesamt 108.000 hl aus. Gemessen am Gesamtausstoß 2005 lag der Anteil der Importbiere bei 7,1 Prozent.



IV. Löhne und Gehälter

Index-Entwicklung

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



* vorläufiger Wert

Lohnrunde 2005

Die Ausgangsforderung der Gewerkschaft Agrar-Nahrung-Genuss lag bei 5,4 Prozent, die die Inflationsrate, die Produktivitätssteigerung und eine Lebensstandardsicherung berücksichtigte. Weiters wurden die Anhebung der kollektivvertraglichen und starren Zulagen und der Zehrgelder im Ausmaß der Lohnerhöhung gefordert.

Nach sehr langen, schwierigen Verhandlungen konnte in der 4. Fühlungnahme am 14. November 2005 folgender Abschluss erzielt werden:

1. Die Monatslöhne werden ab 1. September 2005 um 2,9 Prozent erhöht.
2. Die kollektivvertraglichen Zulagen gemäß § 12 RKV werden ab 1. September 2005 um 2,9 Prozent erhöht, kaufmännisch gerundet auf Cent. Die Zehrgelder gemäß § 13 RKV und das Pauschale für Flaschenbiermitfahrer, Kutscher, Portiere und Wächter werden ab 1. September 2005 um 2,9 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. Der Preis für den Hastrunk wird nicht erhöht.
5. Allfällige günstigere betriebliche Regelungen bleiben aufrecht.

Entwicklung der kollektivvertraglichen Löhne in der österreichischen Brauwirtschaft

	1990	2000	2002	2003	2004	2005
Geltungstermin	1. 9.	1. 9.	1. 9.	1. 9.	1. 9.	1. 9.
Lohnerhöhung in Prozent	5,5	2,4	2,2	2,0	2,2	2,9
Laufzeit in Monaten	12	12	12	12	12	12
Lohnerhöhung in % p. m.	0,458	0,2	0,18**	0,17	0,18	0,24
Ø Erhöhung des VPI in % *	2,9	1,7	1,95	1,52	1,63	2,53

* bezogen auf die Laufzeit des Lohnvertrages ** zuzüglich Einmalzahlung



Die kollektivvertraglichen Lohnerhöhungen in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie im Jahr 2005 betragen durchschnittlich 2,41 Prozent, jedoch mit steigender Tendenz in der zweiten Jahreshälfte.

Der Abschluss der Metallindustrie per 1. November 2005 sah eine Erhöhung der kollektivvertraglichen Löhne um 3,1 Prozent und der Ist-Löhne ebenfalls um 3,1 Prozent vor, jedoch ohne Verteileroption.

Die bisherigen Lohnabschlüsse in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie im Jahr 2006, für den Zeitraum der ersten fünf Monate 2006, ergeben im Durchschnitt eine KV-Erhöpfung von 2,53 Prozent.

Gehaltsrunde 2005

Durch die gemeinsame Verhandlungsführung von Arbeitern und Angestellten wurde mit den Vertretern der Angestellten in der 4. Fühlungnahme vom 14. November 2005 folgende Vereinbarung getroffen:

1. Mit Wirkung vom 1. September 2005 werden die monatlichen Ist-Gehälter in den einzelnen Verwendungsgruppen um 2,9 Prozent erhöht und kaufmännisch auf Cent gerundet.

Berechnungsgrundlage für die Erhöhung ist das August-Ist-Gehalt 2005.

Die Ist-Gehalts-Regelung gilt nicht für Angestellte, deren Dienstverhältnis nach dem 31. Juli 2005 begründet wurde.

2. Mit Wirkung vom 1. September 2005 werden die kollektivvertraglichen Mindestgehälter um 2,9 Prozent erhöht und kaufmännisch auf Cent gerundet.

3. Die Trennungsentschädigungen gemäß § 4 Abs. 4 Zusatzkollektivvertrag betragen ab 1. September 2005 € 355,00 bzw. € 502,79.

4. Allenfalls gewährte Mehrarbeits-/Überstundenpauschalen sind ab 1. September 2005 um 2,9 Prozent zu erhöhen und kaufmännisch auf Cent zu runden.

5. Es besteht Einvernehmen, dass der 1. September 2006 der Geltungstermin für den nächsten Gehaltsabschluss sein wird.

Gesetzliche Änderungen im Arbeitsrecht

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

Übergangsbestimmungen zur Arbeitnehmerfreizügigkeit in der EU

Mit Stichtag 1. Mai 2006 hat sich der EU-Arbeitsmarkt im Zusammenhang mit der EU-Erweiterung ab 1. Mai 2004 ein weiteres Mal geändert. Österreich, Deutschland und Dänemark erhalten die teilweise strikten Regime bis 2009 aufrecht.

Für die letzte Phase der Arbeitnehmerfreizügigkeit von 2009 bis 2011 müssen die Altmitgliedstaaten, die ihre nationalen Beschränkungen aufrecht erhalten wollen, der EU-Kommission förmlich mitteilen, dass sie diese Beschränkungen noch weitere zwei Jahre aufrecht erhalten werden. Dies gilt jedoch nur für den Fall, dass diese Mitgliedstaaten eine schwerwiegende Störung oder Bedrohung des Arbeitsmarktes nachweisen können.



Konkurrenzklausele

Die Bestimmungen über die Konkurrenzklausele für Angestellte sind mit 17. März 2006 in Kraft getreten, für Arbeiter gilt diese Regelung seit 18. März 2006. Anzuwenden sind diese neuen Vorschriften auf alle nach dem jeweiligen Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens neu abgeschlossener Vereinbarungen über eine Konkurrenzklausele.

Konkurrenzklausele für Angestellte (§ 36 AngG):

Abs. 1: Eine Vereinbarung, durch die der Angestellte für die Zeit nach der Beendigung des Dienstverhältnisses in seiner Erwerbstätigkeit beschränkt wird (Konkurrenzklausele), ist nur insoweit wirksam, als:

1. der Angestellte im Zeitpunkt des Abschlusses der Vereinbarung nicht minderjährig ist,
2. sich die Beschränkung auf die Tätigkeit des Angestellten in dem Geschäftszweig des Dienstgebers bezieht und den Zeitraum eines Jahres nicht übersteigt, und
3. die Beschränkung nicht nach Gegenstand, Zeit oder Ort und im Verhältnis zu dem geschäftlichen Interesse, das der Dienstgeber an ihrer Einhaltung hat, eine unbillige Erschwerung des Fortkommens des Angestellten enthält.

Abs. 2: Eine Vereinbarung nach Abs. 1 ist unwirksam, wenn sie im Rahmen eines Dienstverhältnisses getroffen wird, bei dem das für den letzten Monat des Dienstverhältnisses gebührende Entgelt das Siebzehnfache der Höchstbeitragsgrundlage nach § 45 ASVG nicht übersteigt (Grenzbetrag für 2006: € 2.125,00).

Konkurrenzklausele für Arbeiter (§§ 36 ff AngG):

Nach der Rechtsprechung des OGH sind die §§ 36 ff AngG auf nicht dem AngG unterliegende Arbeitsverhältnisse analog anzuwenden. Aus Gründen der Rechtssicherheit wird nunmehr in einem neu geschaffenen § 2c AVRAG (Arbeitsvertragsrechtsanpassungsgesetz) durch Schaffung einer den §§ 36 ff AngG nachgebildeten Konkurrenzklauseleregelung klargestellt, dass das Konkurrenzklauselerecht grundsätzlich auch für alle nicht dem AngG unterliegende Arbeitsverhältnisse gilt. Es wird auch für den Anwendungsbereich des AVRAG normiert, dass die Vereinbarung einer Konkurrenzklausele unwirksam ist, wenn sie im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses getroffen wird, bei dem das für den letzten Monat des Arbeitsverhältnisses gebührende Entgelt das 17-fache der Höchstbeitragsgrundlage nach § 45 ASVG nicht übersteigt.

Rückersatz von Ausbildungskosten

Die entsprechende gesetzliche Regelung wurde in einem neu geschaffenen § 2d AVRAG festge-





schrieben und ist mit 18. März 2006 in Kraft getreten und gilt für alle nach diesem Zeitpunkt neu abgeschlossenen Vereinbarungen über einen Ausbildungskostenrückerersatz. Nach der Legaldefinition sind Ausbildungskosten, die vom Arbeitgeber tatsächlich aufgewendeten Kosten für jede erfolgreich absolvierte Ausbildung, die dem Arbeitnehmer Spezialkenntnisse theoretischer und praktischer Art vermittelt, die dieser auch bei anderen Arbeitgebern verwerten kann.

Einschulungskosten fallen nicht unter den Titel „Ausbildungskosten“.

Nur solche Ausbildungskosten sind rückforderbar, wobei es für die Wirksamkeit einer schriftlichen Vereinbarung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer bedarf. Die Vereinbarung der Rückforderung des während einer Ausbildung fort gezahlten Entgelts ist zulässig, sofern der Arbeitnehmer für die Dauer der Ausbildung von der Dienstleistung freigestellt ist.

Eine Verpflichtung zur Rückerstattung der Ausbildungskosten besteht insbesondere dann nicht, wenn:

- der Arbeitnehmer im Zeitpunkt des Abschlusses der Vereinbarung minderjährig war und nicht die Zustimmung des gesetzlichen Vertreters des Minderjährigen dazu vorliegt,
- das Dienstverhältnis nach mehr als 5 Jahren – in besonderen Fällen nach mehr als 8 Jahren – nach dem Ende der Ausbildung oder vorher durch Fristablauf (Befristung) geendet hat (§ 2d Abs.3 Z 2 AVRAG) und
- die Höhe der Rückerstattungsverpflichtung nicht aliquot, berechnet vom Zeitpunkt der Beendigung der Ausbildung bis zum Ende der zulässigen Bindungsdauer, vereinbart wird (§ 2d Abs.3 Z 3 AVRAG.).

Weiters besteht keine Rückzahlungsverpflichtung bei:

- Beendigung eines Arbeitsverhältnisses während der Probezeit nach § 19 Abs.2 AngG oder einer gleich lautenden sonstigen gesetzlichen Regelung,



- unbegründeter Entlassung,
- begründetem vorzeitigen Austritt,
- Entlassung wegen dauernder Arbeitsunfähigkeit nach § 27 Z 2 AngG oder § 82 lit.b GewO 1859 oder
- Kündigung durch den Arbeitgeber, es sei denn, der Arbeitnehmer hat durch schuldhaftes Verhalten dazu begründeten Anlass gegeben.

Förderung der Lehrausbildung

Seit Februar 2006 fördert das Arbeitsmarktservice (AMS) die Ausbildung von Jugendlichen und Erwachsenen durch einen pauschalierten Zuschuss zu den Kosten der Lehrausbildung bzw. der Integrativen Berufsausbildung.

1. Förderungsberechtigter:

Diese Förderung können Unternehmer und Ausbildungseinrichtungen, die nach dem Berufsausbildungsgesetz (BAG) bzw. dem land- und forstwirtschaftlichen Berufsausbildungsgesetz (LFBAG) berechtigt sind, Lehrlinge bzw. TeilnehmerInnen an einer Integrativen Berufsausbildung auszubilden, erhalten. Ausgenommen sind der Bund, politische Parteien sowie Anstalten im Sinne des § 29 BAG (Justizanstalten, Einrichtungen eines Jugendwohlfahrtsträgers sowie Anstalten für Körperbehinderte).

2. Zuständiges AMS:

Die Förderung ist an ein Beratungsgespräch zwischen AMS und Unternehmen oder Ausbildungseinrichtung bezüglich der zu fördernden Person gebunden. Dies erfordert, dass der/die FörderungswerberIn und die zu fördernde Person vor Aufnahme des Lehr-/Ausbildungsverhältnisses mit dem/der zuständigen BeraterIn der regionalen Geschäftsstelle des AMS Kontakt aufnimmt. Bei zusätzlichen Lehrstellen genügt es, wenn das Begehren innerhalb von 6 Monaten nach Beginn des Lehrverhältnisses eingebracht wird (regional unterschiedliche Förderungsvoraussetzungen sind möglich).

3. Höhe der Förderung:

Die Förderung wird als monatlicher Zuschuss zu den Kosten der Lehrausbildung bzw. der Integrativen Berufsausbildung (Lehrlingsentschädigung, Personal- und Sachaufwand) in pauschalierter Form ausbezahlt. Die Höhe der Beihilfe kann sich in folgendem Rahmen bewegen:

Die Beihilfe wird jeweils für ein Lehr-/Ausbildungsjahr bewilligt. Sie kann für maximal 3 Jahre gewährt werden.

Personengruppe	Betrieb	Ausbildungseinrichtung		
Mädchen oder Benachteiligte				
Integrative Berufsausbildung	bis zu € 302,-	bis zu € 453,-		
Über 19-jährige	bis zu € 755,-	bis zu € 755,-		
Zwischenbetriebliche	bis zu 50% der Kosten	bis zu 50% der Kosten		
Zusatzausbildung	maximal € 604,-	maximal € 604,-		
Personengruppe	1. Lehrjahr	2. Lehrjahr	3. Lehrjahr	
Zusätzliche Lehrstelle	€ 400,-	€ 200,-	€ 100,-	



4. Förderungsmöglichkeit:

Gefördert werden kann die Lehrausbildung von:

- Mädchen in Berufen mit geringem Frauenanteil,
- Jugendlichen, die am Arbeitsmarkt benachteiligt sind,
- TeilnehmerInnen an einer Integrativen Berufsausbildung,
- Erwachsenen (über 19jährigen), deren Beschäftigungsproblem aufgrund von Qualifikationsmängeln durch eine Lehrausbildung gelöst werden kann,
- Lehrlingen, die aufgrund einer zusätzlichen Lehrstelle ihre Lehre absolvieren,
- Lehrlingen, wenn sie Zusatzqualifikationen über das Berufsbild hinaus erwerben.

Neues Berufsbild „Brau- und Getränketechnik“

Die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit am 30. Dezember 2005 erlassene Verordnung Nr.479 über die Berufsausbildung im Lehrberuf Brau- und Getränketechnik trat am 1. Jänner 2006 in Kraft.

Das neue Berufsbild trägt einerseits den Änderungen der Technologie in der Brauwirtschaft Rechnung, andererseits sind Lehrlinge, die nach dem neuen Berufsbild ihre Ausbildung erfahren, somit in drei Industriesparten (Brau, alkoholfreie Erfrischungsgetränke, Fruchtsaft) sowie bei den gewerblichen Limonaden- und Fruchtsaftherstellern einsetzbar. Für jene Betriebe, die nicht das gesamte Berufsbild ausbilden können, ist ein Ausbildungsverbund von jeweils vier Wochen im zweiten und dritten Lehrjahr mit einem Betrieb der jeweils anderen Branche vorgesehen.

Für Lehrlinge, die sich an der Berufsschule des Österreichischen Getränke Institutes in diesem Schuljahr im 1. Lehrjahr befinden, wird das 1. Semester bereits auf die Lehrzeit im neuen Lehrberuf „Brau- und Getränketechnik“ angerechnet.



V. Rohstoffe

Hopfen

Mühlviertel

Die Hopfenernte 2005 erbrachte im Mühlviertel auf einer Anbaufläche von 108 ha rund 176.000 kg. Das entspricht einem Ertrag von rund 1.630 kg pro ha Anbaufläche. Die Gesamtmenge des Jahres 2005 war gegenüber dem Vorjahr um 6,5 Prozent höher. Die Hauptanbausorten waren Malling, Perle und Aurora – zusammen rund 66,8 Prozent der Ernte. Der Rest entfiel auf die Sorten Magnum, Tradition, Spalter Select, Hersbrucker und Golding.

Bei der Hopfenbonitierung am 3. Oktober 2005 wurden

Österreichische Hopfenversorgungsbilanz

	Mühlviertel	Kl. I	Leutschach	Hopfen 12.10	Import Grenzpreis	Hopfenextrakt 13.02.13	Gesamt- Hopfenbedarf
	t	€/kg	t	t	Ø €/kg	t**	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	
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*	491,9	3,08	446,3	1.238,2
Prozent-Anteil	13,3		10,9	39,7		36,1	
2005	176	4,60	138*	460,7	3,89	496,7	1.271,4
Prozent-Anteil	13,8		10,9	36,2		39,1	

* inkl. Zwettler-Anbaugbiet mit rd. 25 t für 2005 (2004: 24,6 t) ** umgerechnet auf Rohhopfen *** Die Werte für Deutschland wurden der deutschen Ausfuhrstatistik entnommen **** Geschätzt, da bei den Importen die Pharmazie verstärkt zum Tragen kommt



99,9 Prozent des Hopfens in die Güteklasse I und 0,1 Prozent in die Güteklasse II eingestuft. Der Preis der Güteklasse I betrug für die Ernte 2005 € 4,60/kg.

Leutschach

In der Steiermark, Gebiet Leutschach, wurden 2005 auf einer Anbaufläche von rund 79 ha rund 113.400 kg Hopfen geerntet. Das entspricht einem Ertrag von 1.435 kg/ha. Die Erntemenge war somit um 2,8 Prozent über der des Vorjahres. Die Hauptsorte in diesem Gebiet ist Celeia mit rund 50,3 Prozent Anteil an der Erntemenge, der Rest entfiel zu 28,1 Prozent auf Cicero und 12,1 Prozent auf Aurora sowie 9,5 Prozent auf Golding.

Waldviertel

Im Waldviertel wurden 2005 auf einer Fläche von rund 18 ha 24.900 kg Hopfen der Sorten Perle und Tradition geerntet. Die Erntemenge lag um 1,2 Prozent über der des Vorjahres.

Gerste

Der gesamte Braugerstenbedarf für den inländischen Bierabsatz im Jahr 2005 belief sich auf etwas über 175.000 Tonnen. Die Erntemenge an Sommergerste betrug 2005 nach Angaben der Agrarmarkt Austria 473.000 t (mit Stand per April 2006) und lag somit um rund 14 Prozent unter 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	2003	2004	2005
August/€	15,05	11,39	11,20	9,69	8,98
Index	100	75,7	74,4	64,4	59,7

** Mischpreise aus Akontozahlungen und endgültigen Preisen*

Die österreichische Brauindustrie deckte ihren Malzbedarf fast ausschließlich bei der heimischen Malzindustrie ab. Nach der vorläufigen Außenhandelsstatistik der Statistik Austria wurden im Jahr 2005 rund 57.000 t nicht geröstetes Malz mit einem Wert von rund € 15 Mio. (mit Veredelungsverkehr) nach Österreich importiert, das entspricht einem durchschnittlichen Grenzpreis von rund € 26/100 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 – 63 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.

Auch die letzte EU-Erweiterungsrunde im Jahr 2004 brachte 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 Umsatzsteuerdifferenz 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. Jänner 2004:

Für Brauereiunternehmen mit mehr als 200.000 hl Jahresproduktion kommt ein Biersteuersatz von € 0,787/hl je Grad Plato zur Anwendung. Dies entspricht € 9,44/hl für ein 12-gradiges Bier.

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. Jänner 2005:

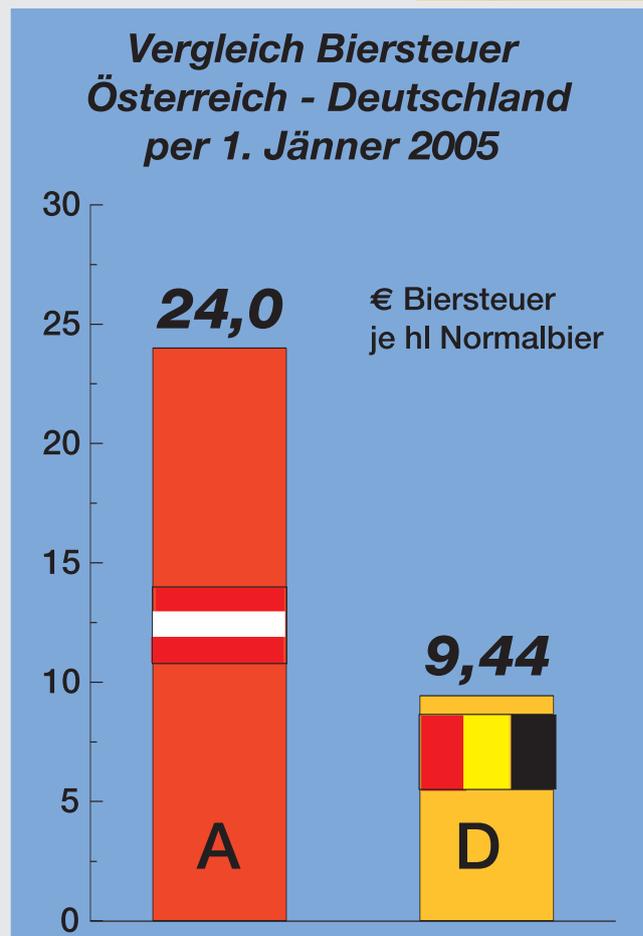
In Österreich beträgt die Biersteuer € 2,00/hl je Grad Plato. Für ein 12° Vollbier ergibt dies eine Biersteuer von € 24/hl. In Österreich ist damit die Biersteuer mehr als zweieinhalbfach so hoch wie in Deutschland.

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

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





VII. Rechtsfragen

Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen

Die ARGE Nachhaltigkeitsagenda legte im Juni erstmals Zwischenbilanz

Ergebnis: der Kurs stimmt!

Zur Unterstützung der im Rahmen der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen zu leistenden Informationsmaßnahmen wurde seinerzeit die ARGE Nachhaltigkeitsagenda gegründet.

Diese Plattform der beteiligten Akteure auf Wirtschaftsseite fungiert als Ansprechpartner für das Umweltministerium und Organisator der Öffentlichkeitsarbeit im Sinne der Agenda.

Mehr als ein Jahr nach Wirksamwerden der Nachhaltigkeitsagenda legt der kürzlich erschienene Jahresbericht zu allen in der Nachhaltigkeitsagenda vereinbarten Zielen konkrete Maßnahmen und Umsetzungsschritte vor:

Kooperation mit ARGE Müllvermeidung, neues Mehrweglogo, Studie über das Absatzverhalten von Mehrweg, Newsletter, Mehrwegwochen, Nachhaltigkeitswochen, unternehmensübergreifende Öffentlichkeitsarbeit, bottle-to-bottle-Recycling – die ARGE Nachhaltigkeitsagenda kann mit substantziellen Ergebnissen und Fortschritten zu den „Committments“ der Wirtschaft aufwarten.

Mit der „Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen“ wurde ein neues Kapitel im Dialog über den ökologischen „Impact“ von Getränkeverpackungen aufgeschlagen.

Als unbürokratische freiwillige Lösung trat die Nachhaltigkeitsagenda die Nachfolge der freiwilligen Selbstverpflichtung an.

Als „Verkörperung“ des Einverständnisses mit dem Lebensministerium, von ordnungsrechtlichen Maßnahmen abzusehen, beinhaltet die Agenda freilich anspruchsvolle „Committments“ der Wirtschaft, die ihr seitens des Umweltressorts abgerungen wurden.

Diese Verpflichtungen der Wirtschaft dienen im Kern zwei strategischen Zielsetzungen der Agenda:

Der Optimierung des Materialeinsatzes und der Mehrwegabsicherung.

Die Ressourcenoptimierung soll dabei durch eine PET-Verwertungsquote, eine zusätzliche äußerst ambitioniert berechnete Kombiquote und den Einstieg in das bottle-to bottle- Recycling abgestützt werden.

Der Mehrwegerhaltung dient ein Bündel von Maßnahmen zur Mehrweg-Promotion und zur Konsumenteninformation.

Soweit die Verpflichtungsseite.

Wie sieht nun die Bilanz des ersten Jahres Nachhaltigkeitsagenda (2005) aus? Was wurde umgesetzt?

Die stoffliche PET-Verwertungsquote stieg 2005 auf 54,4 Prozent, einen europäischen Spitzenwert.



Die Kombiquote aus Wiederbefüllung und stofflicher Verwertung über alle Getränkearten konnte bei über 80 Prozent gehalten werden.

Ein beachtliches Ergebnis, berechnet sich diese Quote doch unter Verzicht auf sämtliche in der Gastronomie offen (aus Fass, Tank, Container) ausgeschenkte Getränke.

Die zugesagte Jahrestonnage von 500 Tonnen an „Post Consumer“-PET-Recyclat zur Produktion von PET-Flaschen wurde erreicht.

Wichtiger noch:

Der Einstieg in das hochwertige Recycling von PET in Österreich, bei dem in einem hochwertigen technischen Verfahren aus PET-Granulat wiederum Preforms erzeugt werden („bottle-to-bottle-Recycling“) ist gelungen. Ein Konsortium aus Getränkeherstellern hat ein Projekt gestartet (PET to PET Recycling Österreich GmbH). Testläufe werden noch im 4. Quartal 2006 durchgeführt.

Neu an der Nachhaltigkeitsagenda ist auch ein verstärktes Engagement der Wirtschaft, das Thema Mehrweg durch Promotions und Öffentlichkeitsarbeit verstärkt zu besetzen.

Dieses äußert sich unter anderem in der Neugestaltung des Mehrweglogos samt Relaunch. Das neugestaltete Logo soll durch Platzierung auf dem Produkt breitere Einsatzmöglichkeiten und damit mehr Akzeptanz gewinnen.

Zusammen mit einem „Manual“ und „Download“-Möglichkeit wurde es unter anderem via Newsletter der ARGE Nachhaltigkeitsagenda sowie den Rundschreiben der Fachverbände bzw. über mehrweg.at und wko.at bekannt gemacht und zeigte bereits anlässlich der Nachhaltigkeitswochen im Herbst 2005 erfreuliche Präsenz.

Die Kooperation mit der ARGE Müllvermeidung basiert auf einer Dotierung ihrer www.mehrweg.at, einer auf die Information von Abfallberatern und Gemeinden spezialisierten Plattform.

Mit dieser Zusammenarbeit besteht die Möglichkeit, Informationen über die nachhaltige Gestaltung von Getränkeverpackungen durch Ressourcen-Optimierung und der hochwertigen Kreislaufführung von Verpackungstoffen einem Kreis von Opinionleadern in der Abfallszene bekannt zu machen.

Völlig neu ist die Realisierung einer neutralen Untersuchung des Absatzverhaltens von Mehrweg.

In einer Studie, basierend auf AC-Nielsen-Daten, wurden die Faktoren für das Absatzverhalten von Mehrweggebinden im Lebensmitteleinzelhandel analysiert, um die Ursachen der Entwicklung in Art, Inhalt und Ausmaß offen zu legen und den Marktteilnehmern zuzuordnen.

Das Ergebnis belegt, dass der überwiegende Teil des Volumenrückgangs dem sich verändernden Konsumentenverhalten zuzuordnen ist.

Distributionsverluste wurden durch die relative Preisstellung von Mehrweg- gegenüber Einweggebinden mehr als wettgemacht.





In einem aus Marketingexperten der Getränkeindustrie und des Handels zusammengesetzten Arbeitskreis wurden – zum Teil unter Beteiligung von Vertretern des Umweltministeriums – Maßnahmen zur unternehmensübergreifenden Konsumenteninformation über Mehrweg beraten, deren konkrete Ergebnisse sich in den „Nachhaltigkeitswochen“ im Herbst 2005 manifestiert haben.

Im Jahr 2006 werden neben den gerade laufenden Mehrwegwochen im Juni auch wieder „Nachhaltige Wochen“ zwischen Mitte September und Mitte Oktober abgehalten.

Die Wirtschaft hat sich in der Nachhaltigkeitsagenda zu messbaren und erfüllbaren, gleichzeitig ehrgeizigen Beiträgen zur Nachhaltigkeit im Bereich der Getränkeverpackung bereit erklärt – wie ihre erste Jahresbilanz wohl bestätigt.

Getränkesteuer

„Warten auf Godot“ heißt seit Jahren die Devise jener Unternehmen, die Rückerstattung zu Unrecht bezahlter Getränkesteuer beantragt hatten.

Ein kurzer Blick zurück:

Die sogenannten Bereicherungsverbote in den Landesabgabenordnungen verhinderten zunächst formal eine Refundierung. Darin war gesetzlich festgelegt worden, dass eine Rückzahlung dann nicht erfolgen muss, wenn die Steuer auf den Konsumenten überwält werden konnte.

Der Verwaltungsgerichtshof hatte diese Rückzahlungssperren im wesentlichen für in Ordnung befunden, gleichzeitig aber auch „Spielregeln“ für deren Anwendung aufgestellt.

Erstens müsse die Behörde dem Rückzahlungswerber die Überwälzung und eine allfällige Bereicherung beweisen – und nicht der Unternehmer die Tatsache, dass er die Steuer nicht selbst getragen habe, sondern in den Preisen an den Konsumenten weitergeben konnte.

Zweitens könne das die Behörde nicht pauschal machen. Sie muss auf jeden Einzelfall eingehen, den Rückzahlungsbetrag ziffernmäßig genau ermitteln. Den Abgabepflichtigen trifft eine Mitwirkungspflicht. Letzteres war übrigens der Anlass für diverse Fragebögen, in denen von der Behörde neben Bilanz auch Rohaufschläge, Gewinnspannen, Einstandspreise, u.v.m. ermittelt wurden – eine überspannte Aktion, die mit der Mitwirkungspflicht wenig zu tun hatte, sondern in unlauterer Weise den Rückzahlungswerber in eine Verteidigungsposition zwang.

Das „Frankfurter Urteil“ des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) brachte sodann wieder Bewegung ins Spiel. Dessen Echo in Österreich in Form eines Verwaltungsgerichtshofspruchs Ende April 2006 ist der letzte Stand der Dinge.





In den Medien war in diesem Zusammenhang von einer Niederlage der Gastronomiebetriebe und gleichzeitig einem wichtigen Teilerfolg für Städte und Gemeinden die Rede.

Zunächst zum EuGH:

Auch die Stadt Frankfurt finanziert sich zu einem Teil aus einer Abgabe auf Getränkeumsätze. Auch dort war bekannt, dass eine Abgabe auf alkoholische Getränke mit der EU-Verbrauchssteuerrichtlinie kollidieren und daher gemeinschaftswidrig sein kann. Die Regelung wurde daher vor den EuGH gebracht.

Wider Erwarten fand der EuGH diese Abgabe als EU-konform.

Die Stadt Frankfurt erhebt auf die „Abgabe von alkoholischen Getränken zum unmittelbaren Verzehr“ (d.h. auf die Konsumation) eine Getränkesteuer.

Anknüpfungspunkt der Steuer ist nicht die „Lieferung“ von Getränken, vielmehr die Dienstleistung des Getränkeausschanks. Die erwähnte Richtlinie will nur dem Erfinden neuer Verbrauchssteuern auf Warenlieferungen einen Riegel vorschieben. Gegen die Besteuerung von Dienstleistungen hat sie keinen Einwand.

Wie zu erwarten wurde das Frankfurter Urteil in Österreich diametral gegensätzlich interpretiert:

Der Gemeinde- und Städtebund verfasste Muster für Bescheiderledigungen, in denen mit dem Frankfurter Fall argumentiert wurde.

Die Wirtschaft legte Gutachten vor, nach denen die Frankfurter Steuerkonstruktion mit der österreichischen nicht vergleichbar und das Urteil daher hierzulande nicht anwendbar sei.

Diese völlig unterschiedliche Positionierung, nämlich, die Frankfurter Entscheidung habe keinerlei Relevanz für Österreich, einerseits, gegenüber dem Argument, sie sei – ganz im Gegenteil – eine Bestätigung dafür, dass Städte und Gemeinden keine Rückerstattung leisten müssen, konnte nur in einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs gelöst werden.

Diese erging am 27. April 2006 und es bestätigte die Sicht des EuGH im Frankfurter Fall. Auch der Verwaltungsgerichtshof sieht einen Unterschied, ob bei Getränkeumsätzen die Lieferung oder die Dienstleistung im Vordergrund steht.

Bei Konsumationsumsätzen überwiegen typischerweise die Elemente der Dienstleistung. Der Preis beinhaltet das Servieren, die Inanspruchnahme von Räumlichkeiten und Sanitäreinrichtungen, das Abservieren, das Reinigen, etc.

Der Besteuerungsgegenstand ist nicht eine Lieferung sondern die Dienstleistung. Eine Getränkesteuer auf Konsumationsumsätze ist daher mit dem Gemeinschaftsrecht konform.

Als Konsequenz müssen nun alle Anträge auf Rückzahlung dahin untersucht werden, ob dem besteuerten Umsatz eine Dienstleistung (Bewirtungstätigkeit) oder eine Lieferung zugrunde lag, wobei laut Verwaltungsgerichtshof bei Vorliegen einer Gastgewerbeberechtigung grundsätzlich von einer Dienstleistung auszugehen ist.

Das ist eine herbe Nachricht für die Rückzahlungsbegehren der Gastronomie.

Hingegen sind die Aussichten der Brauereien und des Handels auf Rückzahlung weiter intakt.



Schankanlagen

Die Schankanlagenverordnung trat mit 21. Jänner 2006 außer Kraft. Mit diesem Datum ist das neue europäische Hygienerecht wirksam geworden.

Wie bei manch einer Änderung der Rechtslage „blühen“ im Vorfeld Gerücht und Irrtum.

Dabei war immer klar, dass mit der Gesetzesänderung ein Wechsel und kein Wegfall der gesetzlichen Pflichten

betreffend Schankanlagenhygiene verbunden ist. Dennoch gab es Versuche, den Wechsel der Rechtsgrundlage im Schankanlagenrecht als Vehikel für eigene Initiativen zu nutzen.

So gab es im Rahmen der europäischen Normung einen zweimaligen (!) Vorstoß für eine europäische einheitliche Schankanlagenreinigungsnorm. Der Entwurf sah – neben anderen Belastungen für Gastronomie und Getränkewirtschaft – ein Reinigungs- und Desinfektionsintervall von einmal pro Woche vor.

Durch gezieltes Zusammenarbeiten, sowohl innerhalb der österreichischen Getränkewirtschaft durch Schankanlagenexperten von Brauereien und Unternehmen der alkoholfreien Industrie, als auch über die europäischen Dachverbände, konnte eine geschlossene Meinungsbildung gegen die Normungsinitiative in den CEN Gremien organisiert werden.

Die innerösterreichische Diskussion drehte sich kurzfristig um die Frage, ob das Auslaufen der Schankanlagenverordnung die rechtliche Verantwortung des Gastronomen für die Schankanlagenhygiene ändere. Nein, selbstverständlich bleibt es bei der rechtlichen Hauptverantwortung des Wirten für die Schankanlagenhygiene.

Die neue Rechtslage spricht von der Stufenverantwortung jedes Lebensmittelunternehmers für die Sicherheit der von ihm in Verkehr gebrachten Lebensmittel. Im konkreten Fall bedeutet dies die rechtliche Verantwortung des Wirten bzw. Gastronomen für einwandfreie Hygiene im Zusammenhang mit dem Getränkeausschank. Er ist zur gründlichen Reinigung und regelmäßigen Desinfektion der Anlage verpflichtet, um ein Kontaminationsrisiko auszuschließen.

Eine Präzisierung der Pflichten ist in Form staatlicher Leitlinien zu erwarten, welche die Gastronomie derzeit erstellt und die vom Gesundheitsministerium herausgegeben werden.



VIII. Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Werbung

2005 betrug die Aufwendungen für Werbung für Bier und AF-Bier gesamt € 13,81 Mio. Für Bier wurde um € 12,55 Mio. geworben. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies einen Rückgang um rund 20 Prozent. Gestiegen sind dagegen die Ausgaben für Werbung für AF-Bier um rund 33 Prozent gegenüber 2004. 2005 betragen hier die Aufwendungen € 1,26 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

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. Diese Zusammenarbeit mit den Journalisten bringt für das österreichische Bier immer wieder bierfreundliche redaktionelle Berichterstattung oder bierige Sondergeschichten. Hier besonders zu erwähnen ist das im Mai d.J. von der Österreichischen Gastgewerbe Zeitung ÖGZ initiierte und vom Verband sowie zahlreichen werbenden Brauereien unterstützte Sonderheft, die **(Fass)Bier-Galerie**.

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 erfährt dieser Guide eine beachtliche Bereicherung durch den heimischen Gerstensaft.



Es gab im Geschäftsjahr eine sehr erfolgreiche **Jahresbilanz-Pressekonferenz**, die sehr gut besucht und deren Medienecho wieder außergewöhnlich gut war.

Auch 2005 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 aber über österreichisches Bier wissen sollten.

www.bierserver.at

Die Homepage des Verbandes der Brauereien Österreichs ist nach wie vor DIE Adresse für Internet-User, die sich über österreichisches Bier informieren wollen. Zur Zeit der Berichtslegung erfährt der Bierserver mittlerweile seine fünfte technische und optische Modernisierung.

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.



Austrian Beer Club

Anlässlich der österreichischen Ratspräsidentschaft war diesmal der Verband der Brauereien Österreichs an der Reihe, einen Empfang im Rahmen des European Parliament Beer Clubs geben zu dürfen. Zahlreiche Gäste aus dem Europäischen Parlament, der EU Kommission und der internationalen Presse folgten der Einladung und genossen einen



Abend der österreichischen Bierkultur im Brewers of Europe House in Brüssel. Obmann Dr. Markus Liebl und Pierro Perron, Präsident der Brewers of Europe nutzten diesen Empfang, den Forderungen der österreichischen und europäischen Brauer nach fairen Wettbewerbsbedingungen Gehör zu verschaffen. Unter anderen zeigte sich auch EU-Abgeordneter und Vizepräsident des Bier Clubs des Europäischen Parlaments Dr. Paul Rübzig sehr angetan vom Austrian Bier Club, und so mancher der Gäste wünschte sich ohne Zweifel, Österreich hätte öfter die Ratspräsidentschaft. Österreichs Bier war einmal mehr erfolgreicher internationaler Botschafter.



4th Beer & Health Symposium

International auch medial viel beachtet wurde das vom Verband der Brauereien Österreichs stark unterstützte 4th Beer & Health Symposium der Brewers of Europe. Neben namhaften Referenten aus der Wissenschaft erregte vor allem das bierfreundliche Statement der österreichischen Gesundheitsministerin **Maria Rauch-Kallat** bei den internationalen aber auch bei den österreichischen Medien großes Aufsehen.



Neun renommierteste Wissenschaftler aus ganz Europa präsentierten ihre wissenschaftlichen Studien zu gesundheitlichen Auswirkungen eines maßvollen Bierkonsum. Die präsentierten Themen und Studien waren sehr vielfältig: Maßvoller Bierkonsum fördert demnach z.B. die Knochenbildung und wirkt Knochenschwund entgegen, die Inhaltsstoffe des Hopfens spielen eine vielversprechende Rolle in der Krebsprävention, Bier reduziert das Diabetesrisiko und verringert das Risiko von Herz-Kreislauf-Erkrankungen, stärkt das Immunsystem und senkt damit das Infektionsrisiko, hat positive Auswirkungen auf die Gehirnfunktion älterer Menschen und verringert das Demenzrisiko, usw. Der Verband der Brauereien verwendet die anlässlich dieses Symposiums präsentierten Ergebnisse für seine nationale Presse- und Informationsarbeit zur Verstärkung des Images von Bier als gesundes aber auch gesundheitsförderndes Lebensmittel.



Basierend auf den positiven Bier-Image-Ergebnissen der Market-Studie über den österreichischen Getränke- und Biermarkt im Juni 2005 setzte es sich die Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes der Brauereien Österreichs zum Ziel, in der laufenden Verbandsperiode die positiven Bier-Assoziationen der Bierkonsumenten noch zu verstärken. Das vielfältige Nationalgetränk Bier soll noch mehr als gesunder und natürlicher Genussspender, der immer und überall genossen werden kann, am liebsten aber in Gesellschaft und mit Freunden, verankert werden. Bier ist in Österreich immer noch das Nationalgetränk Nummer 1. Erfreulicherweise erleben die Konsumenten es immer stärker als genussvollen, gesunden Durstlöcher. Bier ist darüber hinaus auch ein „geselliges“ Getränk, wie ein Blick in die Gastronomie zeigt: Bei einem Lokalbesuch bestellen sich drei von zehn Gästen Bier. Auch zum Essen wird immer noch am liebsten Bier getrunken. Richtig gut schmeckt das Bier den Konsumenten, wenn die Bedienung freundlich und der Gerstensaft gut gekühlt ist sowie das Preis-Leistungsverhältnis stimmt.





Frisch gezapft

aus Österreich

Um in der Gastronomie den Fassbier-Verkauf anzukurbeln, kreierte die Arbeitsgruppe das Gewinnspiel „Frisch gezapft – aus Österreich“. Mit Hilfe der Brauereien wurden 600.000 Gewinnkarten in Österreichs Gastronomiebetrieben verteilt. Der Satz „Frisch gezapftes Bier vom Fass ist...“ soll auf den Karten von den Gästen der am Gewinnspiel teilnehmenden Wirte vervollständigt werden. Die originellsten Einsendungen werden nach Ablauf der Einsendefrist (Mitte Juni) mit einem Jahresbedarf an österreichischem frisch gezapftem Fassbier beim Lieblingswirten belohnt und in den Medien vorgestellt. Unterstützt wird die Kampagne mit Inseratschaltungen in den auflagenstärksten Tageszeitungen der einzelnen Bundesländer sowie mit einer eigenen Internetseite, auf der ebenfalls mitgespielt werden kann.

Der Presse wurde die Kampagne anlässlich eines gemeinsamen Pressegespräches des Verbandes der Brauereien Österreichs und des Fachverbandes Gastronomie im Rahmen der diesjährigen Gastronomiefachmesse „Alles für den Gast“ in Wien vorgestellt. Als „Partner auf der GAST für den Gast“ erhielten dabei **KR Johann Sulzberger**,



Stv. Obmann des Verbandes der Brauereien, und **KR Helmuth Hinterleitner**, Obmann des Fachverbandes Gastronomie, sympathische Unterstützung durch den Gastrosophen **Prof. Roland Girtler**, seines Zeichens vagabundierender Soziologe, der mit seinem „Streifzug durch die Welt des Bieres und der Wirte“ das Pressegespräch für die zahlreich anwesenden Journalisten zusätzlich zu einem kurzweiligen Vergnügen machte.

Zur Zeit der Berichtlegung war das Gewinnspiel noch in vollem Gange. Aufgrund der überwältigenden Resonanz durch kreative Bierliebhaber ist jedoch jetzt schon offensichtlich, dass ein Ziel der Fassbier-Kampagne sicher erreicht wurde: nämlich Bier in der Gastronomie wieder verstärkt nicht nur in seiner flüssigen Form in aller Munde zu bringen.



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 Brauerverband „The Brewers of Europe“.



Organe und Ausschüsse des Verbandes der Brauereien

PRÄSIDIUM

Obmann:	DI Dr. Markus LIEBL
Obmann-Stellv.:	Dr. Heinrich Dieter KIENER
Obmann-Stellv.:	Mag. Siegfried MENZ
Obmann-Stellv.:	Ewald PÖSCHKO
Mitglieder:	Mag. Dietmar KERT KR Johann SULZBERGER
Ehrenobmann:	Dr. Christian BEURLE

LENKUNGSAUSSCHUSS

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

SEKTION MITTELSTANDSBRAUEREIEN

Obmann: Ewald PÖSCHKO

ARBEITSGRUPPE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Mag. Dietmar KERT; Vorsitz
Veronika FIEREDER
Dr. Alexander GERSCHBACHER
Mag. Thomas HORAK (bis Mai 2006)
Mag. Helmut KÜHTREIBER
Markus OBERHAMBERGER
Dr. Thomas SAUTNER
DI (FH) Norbert SCHECHNER
Christiane WENCKHEIM

ARBEITSRECHTLICHER AUSSCHUSS

Dr. Kurt HERLER; Vorsitz
Leopold BRANDTNER
Mag. Michael HOBEL
Heinz HUBER
Barbara KIENER
Josef LANKMAYER
Dr. Christoph SCHERIAU
KR Mag. Johann STOCKBAUER
DI Karl Theodor TROJAN

VERHANDLUNGSKOMITEE FÜR ARBEITSRECHTLICHE BELANGE

Dr. Kurt HERLER; Vorsitz
Leopold BRANDTNER
Mag. Michael HOBEL
Barbara KIENER
Josef LANKMAYER
KR Mag. Johann STOCKBAUER
DI Karl Theodor TROJAN



TECHNISCHER AUSSCHUSS

DI Ernst SCHREINER; Vorsitz
DI Dr. Karl FISCHER
Brmst. DI Ralf FREITAG
DI Rudolf FÜHRER
Brmst. Richard GRASMÜCK
DI Axel KIESBYE
Brmst. Immanuel KOHLWEIS
DI Hermann KÜHTREIBER
Brmst. Raimund LINZER
DI Michael NATTER (bis November 2005)
DI Andreas ROSA
DI Martin VYSKOCIL
und ein Vertreter des Getränkeinstitutes als Gast
(Dr. Helmuth SCHWARZ)

STEUERAUSSCHUSS

Mag. Siegfried MENZ; Vorsitz
Prok. Franz Josef BACHMAYER
Mag. Helmut KÜHTREIBER
Mag. Ulrike MAURER
Kurt REITER
Dr. Doris SCHERIAU
KR Mag. Johann STOCKBAUER
Dr. Karl STÖHR
Mag. Hubert TRETTER
DI Karl Theodor TROJAN

HOPFENKOMITEE

Dr. Johann JÄGER; Vorsitz
Brmst. Richard GRASMÜCK
DI Axel KIESBYE
DI Michael NATTER (bis November 2005)
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

Mag. Dietmar KERT
Dr. Heinrich Dieter KIENER
DI Dr. Markus LIEBL
Mag. Siegfried MENZ
Ewald PÖSCHKO
KR Johann SULZBERGER
Mag. Jutta KAUFMANN-KERSCHBAUM
DI Dr. Markus LIEBL
Mag. Jutta KAUFMANN-KERSCHBAUM
Mag. Hubert TRETTER
Prok. Dr. Max SCHWARZMAIR
Dr. Clemens FORSTER
Dr. Alexander GERSCHBACHER

Heads of Delegation Secretaries General

Fiscal

Group of Jurists

Market & Technology

Beer & Society



Organe der Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit der österreichischen Brauwirtschaft

VORSTAND

DI Dr. Markus LIEBL
Mag. Dietmar KERT
Dr. Heinrich Dieter KIENER
Mag. Siegfried MENZ
Ewald PÖSCHKO
KR Johann SULZBERGER

ARBEITSAUSSCHUSS

Mag. Dietmar KERT; Vorsitz
Veronika FIEREDER
Dr. Alexander GERSCHBACHER
Mag. Thomas HORAK (bis Mai 2006)
Mag. Helmut KÜHTREIBER
Markus OBERHAMBERGER
Dr. Thomas SAUTNER
DI (FH) 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 7131505, Fax: +43 (0)1 7133946
getraenke@dielebensmittel.at
www.bierserver.at



Angelika HAFNER



Heinrich WERNER



Annemarie
LAUTERMÜLLER



Mag. Jutta KAUFMANN-
KERSCHBAUM,
Geschäftsführerin



Andreas LICHAL



Dr. Johann BRUNNER



Susanne EILMER



