

Jahresbericht

Juni 2011 bis Juni 2012



Verband der Brauereien Österreichs







Inhaltsverzeichnis

Vorwort und Dank	4
I Der österreichische Biermarkt	5
Betriebsstruktur und Ausstoß	
Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauches von Bier in Österreich	
Biersorten/Bierarten	
Gebindearten	
Verpackungsanteile	
Absatzstruktur	
II Sonstiger Getränkemarkt	9
III Außenhandel	11
Allgemeine Exportbestimmungen	
Einfuhrabgaben auf Bier	
Exporte	
Importe	
IV Löhne und Gehälter / Arbeitsrecht	13
Lohnrunde 2011	
Gehaltsrunde 2011	
Gesetzliche bzw. kollektivvertragliche Änderungen im Arbeitsrecht	
V Rohstoffe	16
Hopfen	
Gerste	
VI Bier-Besteuerung	18
Steuerliche Diskriminierung des österreichischen Bieres	
Besteuerung von Radler	
VII Rechtsfragen	22
Umwelt – Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen	
VIII Aus- und Weiterbildung	25
Weltweit einzigartige Ausbildung zum Biersommelier	
IX Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	27
Werbung	
Öffentlichkeitsarbeit	
X Verband der Brauereien Österreichs	34
Organe und Ausschüsse des Verbandes der Brauereien Österreichs	
Organe der Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit der österreichischen Brauwirtschaft	



Vorwort und Dank

In unserer Verbandsarbeit stehen wir zu unseren Wurzeln und unseren Traditionen, gleichzeitig wollen wir aber freilich nicht von gestern sein. Eine Umfrage unter unseren Mitgliedern hat ergeben, dass neben der Straffung der Verbandsstrukturen besonders zwei Themen wichtig sind: Rationalität und „das Auf-die-Hinterfüße-Stellen gegenüber der Politik“.

Der Brauereiverband fordert seit Jahren eine Reduktion der Biersteuer auf ein faires Niveau sowie eine Änderung bei der Besteuerung von Radler. Derzeit wird nämlich der Zucker im Limonadenanteil dieser immer beliebter werdenden Biermischgetränke mit Biersteuer belastet.

Der Verband wird insbesondere auch alles daran setzen, dass Österreichs Politiker die kleinen und mittelgroßen Brauereien nicht vergessen. Erster konkreter Schritt muss sein, dass wenn schon nicht die Steuer für die gesamte Branche auf deutsches Niveau gesenkt wird, zumindest die Biersteuerermäßigung auf Brauereien bis zu 200.000 Hektoliter Jahresausstoß ausgeweitet wird.

Wie den nachfolgenden Kapiteln zu entnehmen ist, können Österreichs Brauer mit dem vergangenen Jahr sehr zufrieden sein. Die Absatzsteigerung von zwei Prozent bestätigt, dass die Menschen österreichisches Bier in seiner Vielfalt mit mehr als 1000 Sorten überaus schätzen. Die Zahlen zeigen nicht zuletzt, dass das Bestreben der österreichischen Brauereien, ob klein, mittel oder groß, mit Tradition und Innovation die Bierkultur zu fördern, Früchte trägt.

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 der österreichischen Brauwirtschaft möglich gemacht hat. Danken möchten wir auch jenen Persönlichkeiten und Institutionen, die 2011 mitgeholfen haben, die österreichische Brauwirtschaft und somit das österreichische Bier zu fördern. Wir freuen uns auf eine weitere vertrauensvolle, offene, partnerschaftliche und erfolgreiche Zusammenarbeit.

Hopfen und Malz, Gott erhalt's.

Der Obmann:

Sigi Menz

Die Geschäftsführerin:

Jutta Kaufmann-Kerschbaum

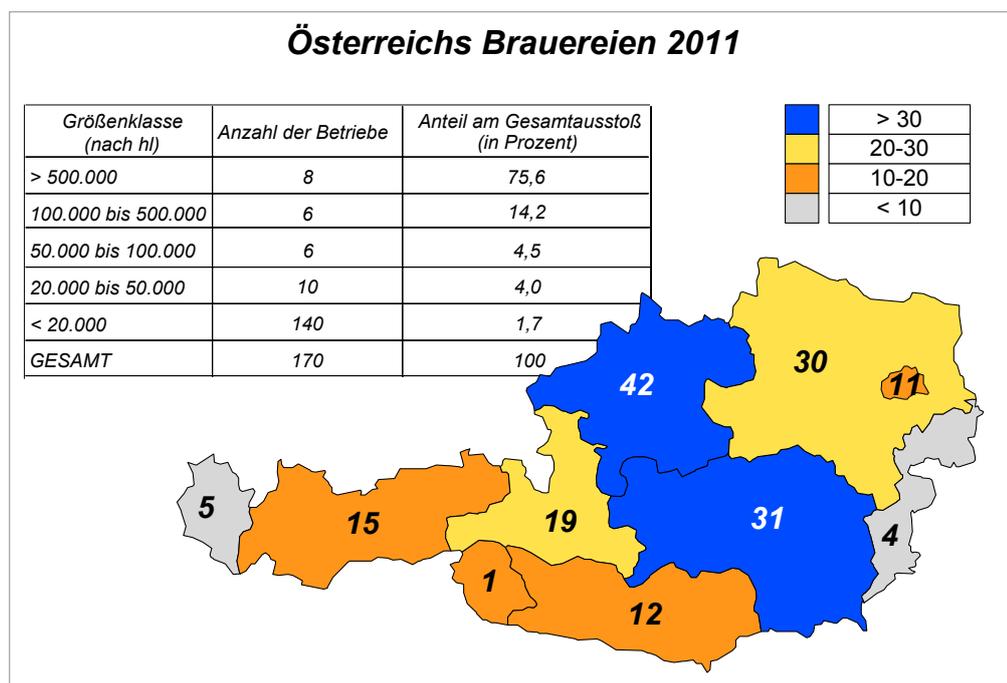


I. Der österreichische Biermarkt

Betriebsstruktur und Ausstoß

Die Anzahl der Brauereien in Österreich war 2011 gegenüber 2010 leicht rückläufig. Insgesamt wurden im Vorjahr in 170 österreichischen Braustätten mehr als 1000 verschiedene Biere gebraut.

Die Einteilung der Braustätten bezogen auf ihre Anteile am Gesamtausstoß in 5 Betriebsgrößenklassen ergibt für 2011 folgendes Bild:



Die österreichische Brauwirtschaft

	Fläche km ²	Einwohner in Mio.	Gesamtausstoß in Mio. hl	Anzahl d. Braustätten	Anzahl d. Brauunternehmen
Österreich 2011	83.871	rd. 8,4	8,9	170	161
EU-Gesamt 2010	4,395.600	500,4	375,3*)	3.645	—

* Quelle: Der Barth Bericht 2010/2011

	2011 in 1.000 hl	Veränderung gegenüber dem Vorjahr +/- Prozent
Gesamtausstoß	8,917	+ 2,9
Exporte	485	+ 19,4
Inland	8.432	+ 2,0



Mit einem Gesamtausstoß von 8,917.000 hl verzeichnete die österreichische Brauwirtschaft 2011 eine Absatzsteigerung von 2,9 Prozent gegenüber 2010. Die Exporte haben um 19,4 Prozent zugenommen, sodass der Inlandsausstoß um 2,0 Prozent gestiegen ist.

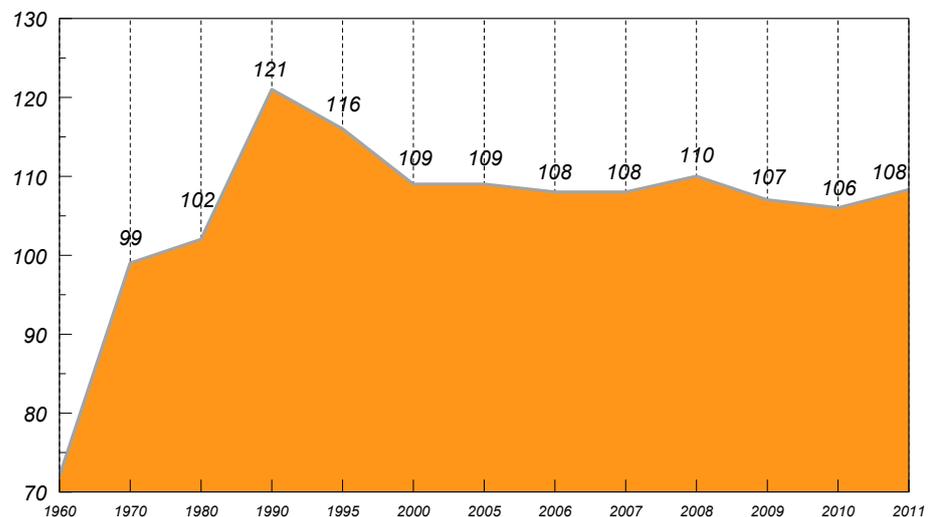
Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauches von Bier in Österreich

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

Herr und Frau Österreicher haben im Jahr 2011 durchschnittlich 108,2 (vorläufige Zahl) Liter Bier getrunken; dies bedeutet im weltweiten Vergleich den 2. Platz hinter Tschechien.

Entwicklung des Bier-Pro-Kopf-Verbrauches

Liter pro Jahr



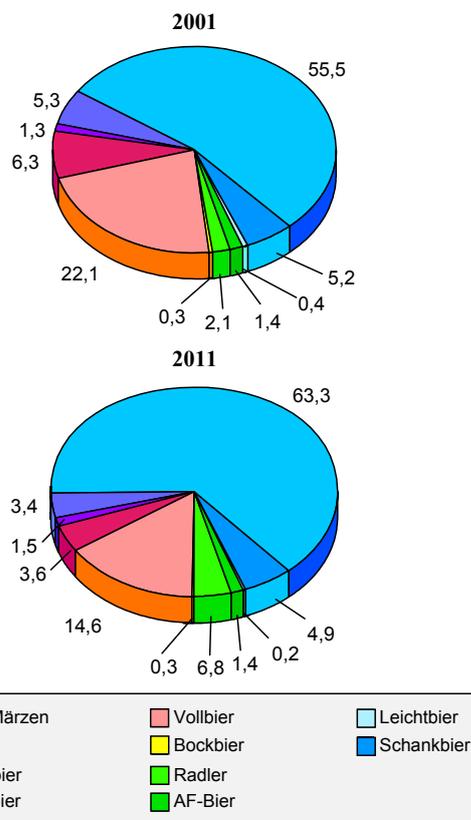
Biersorten/Bierarten

Österreichisches Bier wird nach den Regeln des österreichischen Lebensmittelbuches (Codex Alimentarius Austriacus) 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.

Der österreichische Konsument bleibt seinen Bieren weitgehend treu. Die Anteile der Biersorten in Prozent am Inlandsausstoß sind daher nur sehr geringen Schwankungen unterworfen. Absatzsteigerungen konnten alkoholhaltiger Radler mit 32,1 Prozent, Lager-/Märzenbier mit 0,8 Prozent, Weizenbier mit 16,8 Prozent, Schankbier mit 0,7 Prozent sowie Bockbier mit 4,7 Prozent und alkoholfreier Radler mit 19,3 Prozent erzielen. Alle weiteren Biersorten mussten Absatzeinbußen hinnehmen, wobei die stärksten Absatzverluste Spezialbier mit 4,2 Prozent, Pilsbier mit 3,9 Prozent und sonstiges Vollbier mit 0,8 Prozent erlitten. Rückgänge verzeichneten noch Leichtbier mit 9,4 Prozent und alkoholfreies Bier mit 0,6 Prozent.



Inlandsanteile der Biersorten (in Prozent)



Die Aufgliederung der Bierabsatzmengen nach Sorten zeigt für 2011 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. 14,6 Prozent des gesamten österreichischen Bierausstoßes entfallen auf sonstige Vollbiere (1990: 21,5 Prozent).

Gebindearten

Die Gebinde betreffend konnten folgende Gebindearten 2011 Absatzsteigerungen erzielen: 0,33 l Flaschen um 9,3 Prozent, 0,5 l Dosen um 5,4 Prozent, 0,5 l MW-Flaschen um 1,3 Prozent, 5 l Dosen inkl. PET um 199,2 Prozent und Tankbier um 1,2 Prozent. Alle anderen Gebindearten mussten Absatzrückgänge hinnehmen, insbesondere Fassbier um 2,5 Prozent.

Der Anteil des Flaschenbieres stieg um knapp 0,2 Prozentpunkte auf 51,9 Prozent. Der Inlandsausstoß von Flaschenbier absolut betrachtet lag mit 4,373.000 hl um 2,4 Prozent über dem des Vorjahres.

2011 betrug der Fass- und Tankbieranteil gemessen am Inlandsausstoß 25,5 Prozent und war damit anteilmäßig wieder rückläufig. Mengenmäßig lag der Fass- und Tankbierinlandsausstoß mit 2,154.000 hl gegenüber dem Vorjahr um 2,4 Prozent unter dem des Vorjahres.

Der Dosenbieranteil stieg von 21,6 Prozent im Jahr 2010 auf 22,6 Prozent im Berichtsjahr. Der Dosenbierabsatz (inkl. PET-Flaschen) im Inland erlebte im gleichen Zeitraum ebenfalls eine Steigerung und zwar um 6,6 Prozent. In dieser Statistik sind PET-Flaschen in einem geringen Umfang enthalten.

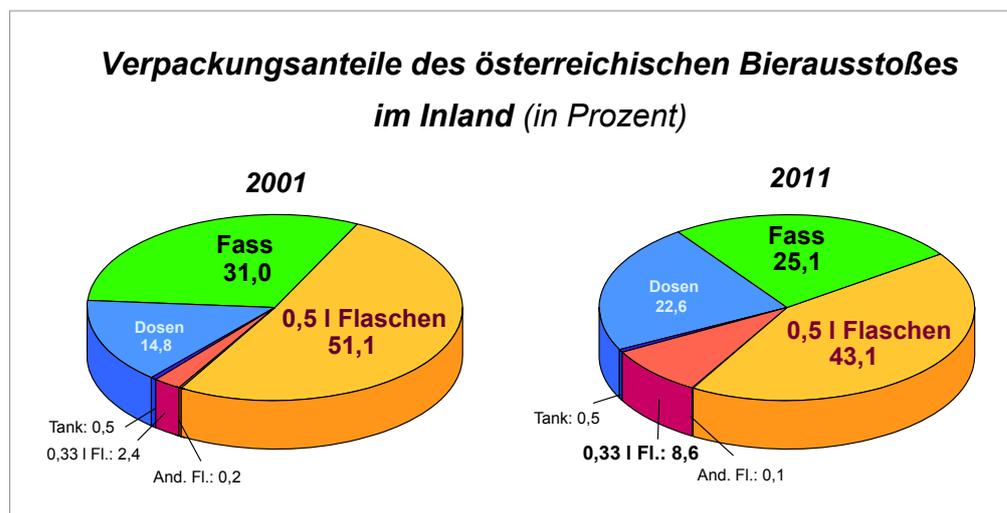
Verpackungsanteile

Österreichisches Bier wird größtenteils in Mehrweggebinden auf den heimischen Markt



gebracht. Der Mehrweganteil betrug 2011 70,3 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 2011, so war auf den Lebensmittelhandel ein Anteil von 67 Prozent zu verbuchen. Der Anteil der Gastronomie liegt nun bei 30 Prozent des in Österreich produzierten Bieres. Direktverkäufe an Letztverbraucher und Haustrunk ergaben 3 Prozent. Die Anteile im Lebensmittelhandel und in der Gastronomie waren gegenüber dem Vorjahr unverändert.

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
1995	4	54	58	37	5
2000	3	59	62	34	4
2003	1	60	61	35	4
2004	1	61	62	34	4
2005	1	62	63	33	4
2006	1	63	64	33	3
2007	1	64	65	32	3
2008	1	65	66	31	3
2009	1	65	66	31	3
2010	1	66	67	30	3
2011	1	66	67	30	3



II. Sonstiger Getränkemarkt

Fruchtsäfte und Fruchtnektare sowie Eistee waren 2011 die Verlierer des wieder witterungsbedingt ungünstigen Sommers. Der Inlandsabsatz von Fruchtsäften und Fruchtnektaren ging um rd. 161.000 hl oder 5,9 Prozent und jener von Eistee um rund 11.000 hl oder 0,9 Prozent zurück. Andere Durstlöscher wie Limonaden und Mineralwasser konnten jedoch Wachstumsraten verzeichnen. Limonaden erlebten einen Zuwachs von 5,5 Prozent oder rd. 374.000 hl, Mineralwasser konnte ein Plus von 1,3 Prozent oder rd. 82.000 hl verzeichnen. Der Gesamtverbrauch stieg um 1,8 Prozent auf rund 28,5 Mio. hl.

Der Pro-Kopf-Verbrauch der beliebtesten heimischen Durstlöscher lag 2010 bei 333,8 Liter und stieg 2011 auf 338,7 Liter, was einer deutlichen Zunahme von 4,9 Liter oder 1,5 Prozent entspricht.

Der österreichische Getränkemarkt in Zahlen (Verbrauchswerte)

	2010 in 1.000 hl	2011*)	Veränderung gegenüber dem Vorjahr +/- Prozent
Bier	8.878	9.108	+ 2,6
Limonaden	7.651	8.125	+ 6,2
Mineral- und Tafelwasser	7.497	7.482	- 0,2
Fruchtsäfte	2.759	2.598	- 5,8
Eistee	1.218	1.207	- 0,9

*) vorläufige Werte

1. Alkoholfreie Getränke

	2010 in 1.000 hl	2011	Veränderung ggü. d. Vorjahr +/- 1.000 hl +/- Prozent	
MINERAL- und TAFELWASSER				
Verkauf	7.020	7.170	+ 150	+ 2,1
Import	1.109	1.011*	- 98	- 8,8
Export	741	778*	+ 37	+ 5,0
Mineral- u. Tafelwassermarkt**	7.497	7.482	- 15	- 0,2
Pro-Kopf-Verbrauch in Liter	89,4	88,8	- 0,6	- 0,7
* vorläufige Werte ** ausgehend vom Inlandsabsatz der Industrie				
FRUCHTSÄFTE				
Inlandsabsatz von Industrie u. Gewerbe	2.759	2.598	- 161	- 5,8
Pro-Kopf-Verbrauch auf Basis des Inlandsabsatzes in Liter	32,9	30,9	- 2,0	- 6,1
ERFRISCHUNGSGETRÄNKE (Limonaden mit und ohne CO₂)				
Industrie*	6.751	7.125	+ 374	+ 5,5
Gewerbe (lt. ÖSTAT)	500**	500**	—	—
Insgesamt	7.251	7.625	+ 374	+ 5,2
Importe	400***	500***	+ 100	+ 25,0
Limonadenmarkt	7.651	8.125	+ 474	+ 6,2
Pro-Kopf-Verbrauch in Liter	91,2	96,5	+ 5,3	+ 5,8
* Inlandsverkauf (ohne Exporte) ** geschätzt *** lt. Canadean				



2. Sonstige alkoholfreie Getränke

	2010	2011	Veränderung ggü. d. Vorjahr	
	in Tonnen		+/- Tonnen	+/- Prozent
MILCH*				
Vollmilch- und Magermilchabsatz inkl. d. bäuerl. Konsums u. Direkt- vermarktung der Landwirte	775.000	780.000**	+ 5.000	+ 0,6
Pro-Kopf-Verbrauch in l	92,0	92,0	+/- 0	+/- 0
KAFFEE				
Import	64.422	67.980***	+ 3.558	+ 5,5
Pro-Kopf-Verbrauch in kg	7,68	8,07***	+ 0,39	+ 5,1
TEE				
Import****	3.363	3.109***	- 254	- 7,6
Pro-Kopf-Verbrauch in kg	0,40	0,37***	- 0,03	- 7,5

* gemäß AMA ** Prognosewert *** vorläufiger Wert **** inkl. grüner Tee

3. Wein

	2010	2011	Veränderung ggü. d. Vorjahr	
	in 1.000 hl		+/- 1.000 hl	+/- Prozent
Weinernte	1.737	2.815	+ 1.078	+ 62,1
Importe (ZTNr.22.04)	721	816*	+ 95	+ 13,2
Exporte (ZTNr.22.04)	571	416*	- 155	- 27,1
Weinmarkt	1.887	3.215	+ 1.328	+ 70,4
Trinkweinvorräte per 31. 7.	2.699	2.183	- 516	- 19,1
Pro-Kopf-Verbrauch in l	31,8	30,3	- 1,5	- 4,7

* vorläufige Werte; Außenhandelsdaten inkl. Schaumwein

Industrieller Verkauf von Limonaden 2011 (inkl. Exporte)

	in 1.000 hl			in Prozent		
	CO ₂ -hältige	Stille	Gesamt	CO ₂ -hältige	Stille	Gesamt
Cola	3.372,4	10,3	3.382,8	41,2	5,3	40,4
Kräuter	454,0	0	454,0	5,6	0	5,4
Orange	732,8	54,2	787,0	9,0	27,6	9,4
Zitrus	544,3	0	544,3	6,7	0	6,5
Frucht	234,7	38,4	273,1	2,9	19,6	3,3
Bitter	95,3	0	95,3	1,2	0	1,1
Wellnessgetränke	1.563,7	7,3	1.571,0	19,1	3,7	18,8
Sonstige	1.182,7	86,1	1.268,8	14,5	43,8	15,1
Insgesamt	8.179,9	196,3	8.376,2	100,0	100,0	100,0
Prozent-Anteil gesamt	97,7	2,3	100			



III. Außenhandel

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 2011 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 bzw. 1. Jänner 2007 gilt auch mit den zehn bzw. zwei (Bulgarien und Rumänien) neuen EU-Mitgliedstaaten der freie Warenverkehr.

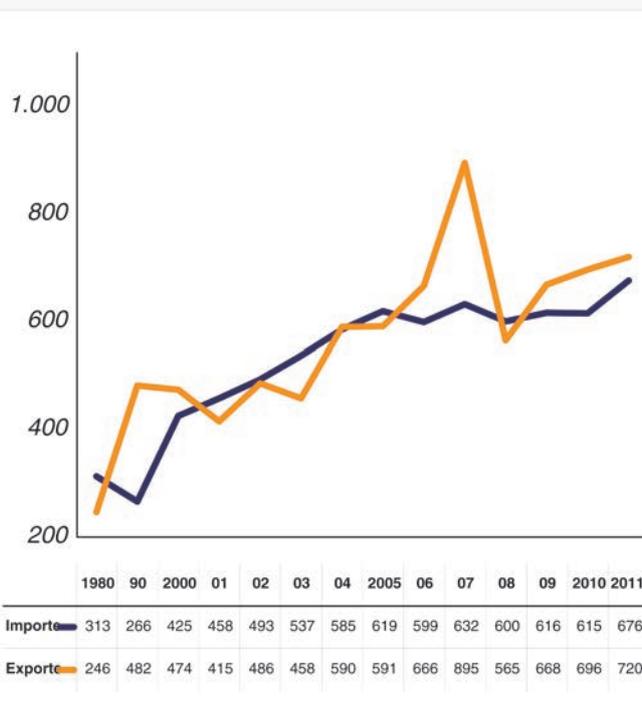
Exporte

Im Berichtsjahr wurden laut Statistik Austria 720.000 hl Bier exportiert (vorläufiges Ergebnis, bereinigt um den aktiven und passiven Veredelungsverkehr). Dies bedeutet eine Steigerung um 3,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der Bierexporte gemessen am Gesamtanstoß belief sich 2011 auf 8,1 Prozent.

Die Bierausfuhren in die EU erfuhren eine leichte Zunahme um 2,7 Prozent auf insgesamt 567.000 hl. Wichtigstes Abnehmerland von österreichischem Bier innerhalb der EU ist nach wie vor Italien mit 177.000 hl (+7,3 Prozent), gefolgt von Deutschland mit 116.000 hl (-8,7 Prozent), sowie Slowenien mit 86.000 hl (-8,8 Prozent) und Ungarn mit 57.000 hl (+/-0 Prozent gegenüber dem Vorjahr). Die Exportlieferungen in die Schweiz beliefen sich auf insgesamt rund 55.000 hl, was einen Rückgang von rund 14 Prozent bedeutet.

Österreichs Außenhandel mit Bier 1980 - 2011

(in 1.000 hl)



* vorläufiger Wert



Bierexporte (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*
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	591	492	99	125	37	135	25
2006	666	557	99	163	47	117	12
2007	895	533	104	114	49	121	14
2008	565	430	103	63	53	107	18
2009	668	542	141	111	51	110	14
2010	696	552	165	57	64	127	11
2011	720	567	177	57	55	116	14

Quelle: Statistik Austria * Zusammenfassung der ehemaligen UdSSR-Staaten

Anmerkung: 2003 wurde der Wert für die EU um die neuen Mitgliedsländer ab 1. Mai 2004 bereinigt.

Importe

Die von der Statistik Austria verlautbarten vorläufigen Bierimporte (bereinigt um den aktiven und passiven Veredelungsverkehr) erreichten 2011 insgesamt 676.000 hl und lagen damit um 10 Prozent über dem Vorjahr. Die Importe aus der EU haben um 8,6 Prozent zugenommen, sie erreichten insgesamt 616.000 hl, wovon alleine auf Deutschland 358.000 hl mit einem leichten Verlust von 2,0 Prozent entfielen. Die Biereinfuhr aus Tschechien weist eine Steigerung von 4,2 Prozent auf insgesamt 155.000 hl aus. Gemessen am Gesamtausstoß 2011 lag der Anteil der Importbiere bei 7,6 Prozent.



IV. Löhne und Gehälter / Arbeitsrecht

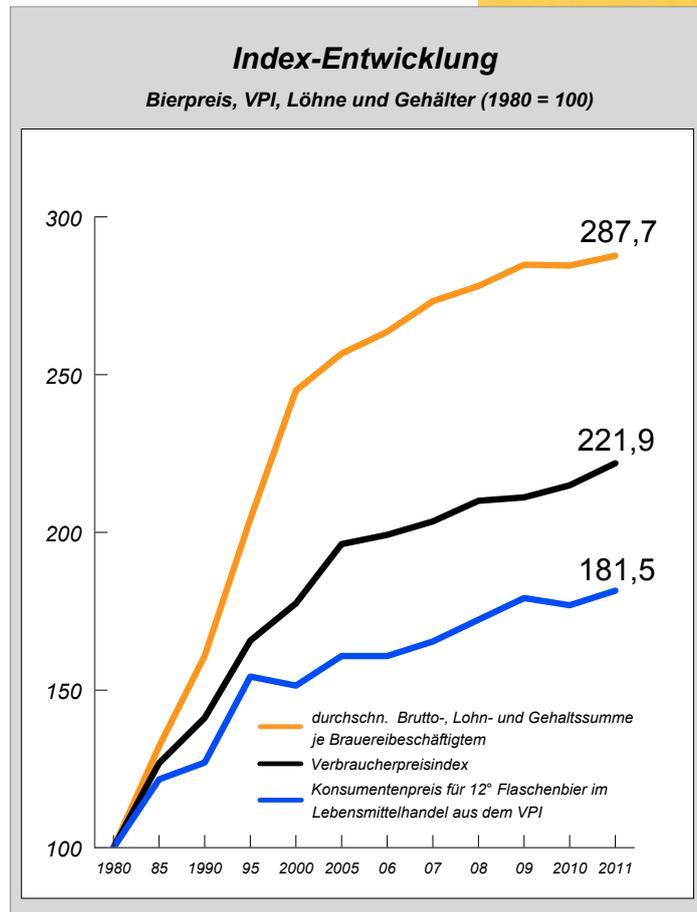
Lohnrunde 2011

Die Ausgangsforderung der Gewerkschaft PRO-GE, Gruppe Brauer, wurde in der Form quantifiziert, dass die Löhne und Gehälter im Ausmaß des durchschnittlichen VPI zuzüglich einer Reallohn-/Gehaltssteigerung von 2,5 Prozent erhöht werden sollen. Nach Feststehen des durchschnittlichen VPI für die Laufzeit des Lohnvertrages mit 2,8 Prozent, betrug die Ausgangsforderung somit 5,3 Prozent. Weiters wurden die Anhebung der Lehrlingsentschädigungen, der kollektivvertraglichen Zulagen der Überstundenpauschalen, der Zehrgelder und Trennungskostenentschädigungen im Ausmaß der kollektivvertraglichen Lohn- und Gehaltserhöhung gefordert. In der 5. Fühlungnahme am 28. Oktober 2011 konnte folgender Abschluss erzielt werden:

Arbeiter

1. Die Monatslöhne gemäß Lohnvertrag wurden ab 1. September 2011 um durchschnittlich 3,57 Prozent erhöht und kaufmännisch auf Cent gerundet.
2. Die kollektivvertraglichen Zulagen gemäß § 12 RKV wurden ab 1. September 2011 um 3,95 Prozent erhöht und kaufmännisch auf Cent gerundet – ab 1.9.2011 gelten die Zulagen gemäß dem Lohnvertrag. Die Zehrgelder gemäß § 13 RKV und das Pauschale für Flaschenbiermitfahrer, Kutscher, Portiere und Wächter sowie die Trennungskostenentschädigungen wurden ab 1. September 2011 um 3,95 Prozent erhöht und kaufmännisch auf Cent gerundet.
3. Die Laufzeit des Lohnvertrages wurde mit 12 Monaten befristet. Für die Dauer der Gültigkeit des Lohnvertrages wurde 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 PRO-GE, Gruppe Brauer, zu regeln sind.
4. Der Preis für den Hastrunk wurde entsprechend den Sonderbestimmungen des RKV II. Begünstigungen, Ziff. 1 ab 1.1.2012 um 1,8 Prozent erhöht.
5. Allfällige günstigere betriebliche Regelungen bleiben aufrecht.

Die kollektivvertraglichen Lohnerhöhungen in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie im Jahr 2011 betragen durchschnittlich 2,71 Prozent.





Der Abschluss der Metallindustrie per 1. November 2011 sah eine Erhöhung der kollektivvertraglichen Mindestlöhne bzw. Mindestgehälter sowie der Istlöhne und Istgehälter um durchschnittlich 4,2 Prozent vor, jedoch mit der Einschränkung, dass die Istbezüge um mind. €80 brutto zu erhöhen sind.

Eine Einmalzahlung hat der Lohn- und Gehaltsabschluss nicht vorgesehen.

Die bisherigen Lohnabschlüsse in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie im Jahr 2012, für den Zeitraum der ersten vier Monate 2012, ergeben im Durchschnitt eine KV-Erhöhung von 3,64 Prozent.

Entwicklung der kollektivvertraglichen Löhne in der österreichischen Brauwirtschaft

	1990	2000	2008	2009	2010	2011
Geltungstermin	1. 9.	1. 9.	1. 9.	1. 9.	1. 9.	1. 9.
Lohnerhöhung in Prozent	5,5	2,4	3,8**	1,7	1,85	3,57
Laufzeit in Monaten	12	12	12	12	12	12
Lohnerhöhung in % p. m.	0,458	0,2	0,32	0,14	0,15	0,30
Ø Erhöhung des VPI in % *	2,9	1,7	3,32	1,20	1,30	2,80

* bezogen auf die Laufzeit des Lohnvertrages

** zuzüglich Einmalzahlung von € 125,- je Beschäftigtem

Gehaltsrunde 2011

Durch die gemeinsame Verhandlungsführung von Arbeitern und Angestellten wurde mit den Vertretern der Angestellten in der 5. Fühlungnahme vom 28. Oktober 2011 folgende Vereinbarung getroffen:

1. Es wurde eine Erhöhung der KV- sowie der Ist-Gehälter um durchschnittlich 3,57 Prozent vereinbart.
2. Berechnungsgrundlage für die Erhöhung war das August Ist-Gehalt 2011. Die Ist-Gehaltsregelung galt nicht für Angestellte, deren Dienstverhältnis nach dem 31.7.2011 begründet wurde.
3. Die Trennungskostenentschädigungen gem. § 4 Abs. 4 Zusatzkollektivvertrag betragen ab 1.9.2011 €416,41 bzw. €589,75.
4. Allenfalls gewährte Mehrarbeits-Überstundenpauschalen wurden ab 1.9.2011 in den einzelnen Verwendungsgruppen zwischen 3,4 und 4,0 Prozent erhöht und auf Cent kaufmännisch gerundet.
5. Der Preis für den Hastrunk wurde ab 1.1.2012 um 1,8 Prozent angehoben.
6. Die Lehrlingsentschädigungen wurden um 5,3 Prozent erhöht.
7. Es besteht Einvernehmen, dass der 1.9.2012 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 wesentlichen gesetzlichen Änderungen waren:



Betriebsvereinbarung Leiharbeitskräfte

Eine Novellierung des Arbeitskräfteüberlassungsgesetzes steht kurz bevor und aus Sicht der Bundessparte Industrie der Wirtschaftskammer Österreich erscheinen die nachstehenden Punkte als zulässiger Regelungsinhalt einer Betriebsvereinbarung gem. § 97 Abs. 1 Ziff. 1a ArbVG:

- eine reduzierte Sachlichkeitsprüfung,
- Regulierung der Qualität der für Leiharbeitnehmer maßgebenden Arbeitsbedingungen,
- Verbot von „Austauschkündigungen“,
- allenfalls ein eingeschränktes Kontrahierungsgebot unter bestimmten Voraussetzungen,
- sonstige Grundsatzregelungen der betrieblichen Beschäftigung.

Einkommenstransparenz

Seit März 2011 ist das neue Gesetz zur Einkommenstransparenz (BGBl.Nr. 7 vom 15.2.2011, Änderung des Gleichbehandlungsgesetzes) als eine Maßnahme zur Verringerung der Einkommensdifferenz zwischen Frauen und Männern in Österreich wirksam. In einem ersten Schritt mussten die Unternehmen mit mehr als 1000 MitarbeiterInnen einen Einkommensbericht erstellen, ab 2012 gilt dies auch für Unternehmen mit über 500 Beschäftigten, ab 2013 für Betriebe mit mehr als 250 Beschäftigten und ab 2014 für Betriebe mit mehr als 150 Beschäftigten.

Entgeltangaben in Inseraten

Gemäß Gleichbehandlungsgesetz gilt seit 1.3.2011, dass in Stelleninseraten das KV-Mindestentgelt für den konkret ausgeschriebenen Arbeitsplatz angegeben werden muss.

Seit 1.1.2012 werden Verstöße gegen diese Vorschrift mit Verwaltungsstrafen von bis zu €360 sanktioniert. Die Vollziehung der Bestimmungen liegt bei den Bezirkshauptmannschaften (bzw. Magistraten).

Die wichtigsten Punkte für eine korrekte Stellenausschreibung werden hier nochmals kurz zusammengefasst:

- Ausschreibung ist jede Art von interner oder externer „Publikmachung“ (Zeitungen, Internet, „Schwarzes Brett“ etc.).
- Normadressanten sind sowohl Arbeitgeber als auch Personalvermittler.
- Angegeben werden muss das KV-Mindestentgelt plus eventueller Bereitschaft zur Überzahlung.
- Die Ausschreibung muss für einen bestimmten Arbeitsplatz erfolgen.
- Es ist eine konkrete Zeiteinheit (z.B. bei Teilzeitbeschäftigung) anzuführen.
- Lediglich bei der ersten Unterlassung bleibt es bei einer Ermahnung.

Es wird darauf hingewiesen, dass laut aktueller Gesetzeslage (§ 14 GIBG) Bundesförderungsmittel nur jenen Unternehmen zu gewähren sind, welche die Bestimmungen des Gleichbehandlungsgesetzes, somit auch die verpflichtenden Mindestangaben in Stelleninseraten, beachten.



V. Rohstoffe

Hopfen

Mühlviertel

Die Hopfenernte 2011 erbrachte im Mühlviertel auf einer Anbaufläche von rd. 133 ha (ohne Jungfläche) rund 235.000 kg. Das entspricht einem Ertrag von rund 1.770 kg pro ha Anbaufläche. Die Gesamtmenge des Jahres 2011 war gegenüber dem Vorjahr somit um 15,3 Prozent höher. Die Hauptbausorten waren Perle, Malling und Magnum, zusammen rund 66 Prozent der Ernte. Der Rest entfiel auf die Sorten Aurora, Tradition, Spalter Select, Hersbrucker Spät, Golding und Taurus.

Bei der Hopfenbonitierung am 7. Oktober 2011 wurden 99,96 Prozent des Hopfens in die Güteklasse I und 0,04 Prozent in die Güteklasse II eingestuft. Der Preis der Güteklasse I betrug für die Ernte 2011 €6,70/kg.

Österreichische Hopfenversorgungsbilanz

	Mühlviertel	Kl. I	Leutschach	Hopfen 12.10	Import	Hopfenextrakt 13.02.13	Gesamt-
	t	€/kg	t	t	Grenzpreis Ø €/kg	t**	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	
2000	150	4,43	140*	360,9	4,57	650,0***	1.300,9
Prozent-Anteil	11,5		10,8	27,7		50,0	
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	
2006	200	4,70	119,5*	185,3	7,84	380,0	884,8
Prozent-Anteil	22,6		13,5	20,9		43,0	
2007	178	5,10	174,0*	216,5	10,69	500,5	1.069,0
Prozent-Anteil	16,7		16,3	20,2		46,8	
2008	192	6,60	194,2*	139,7	16,69	508,1	1.034,0
Prozent-Anteil	18,6		18,8	13,5		49,1	
2009	205	6,60	137,3*	212,8	11,79	577,0	1.112,1
Prozent-Anteil	18,4		12,4	19,1		50,1	
2010	203,8	6,60	164,2*	158,8	7,94	517,5	1.044,3
Prozent-Anteil	19,5		15,7	15,2		49,6	
2011	234,9	6,70	214,2*	185,1	8,16	330,1	964,3
Prozent-Anteil	24,4		22,2	19,2		34,2	

* inkl. Zwettler-Anbaugebiet mit rd. 24,4 t für 2011 (2010: 26,5 t) ** umgerechnet auf Rohhopfen

*** Geschätzt, da bei den Importen die Pharmazie zum Tragen kommt.



Leutschach

In der Steiermark, Gebiet Leutschach, wurden 2011 auf einer Anbaufläche von rund 89 ha rund 190.000 kg Hopfen geerntet. Das entspricht einem Ertrag von rd. 2.130 kg/ha. Die Erntemenge lag somit um rd. 38 Prozent über der des Vorjahres. Die Hauptsorte in diesem Gebiet ist Celeja mit rund 64 Prozent Anteil an der Erntemenge, der Rest entfiel zu 17 Prozent auf Cicero und 16 Prozent auf Aurora sowie 3 Prozent auf Magnum.

Waldviertel

Im Waldviertel wurden 2011 auf einer Fläche von 18 ha rd. 24.000 kg Hopfen der Sorten Perle, Tradition, Aurora und Magnum geerntet. Die Erntemenge lag um rd. 8 Prozent unter der des Vorjahres.

Anbauvertrag mit der Mühlenviertler Hopfenbaugenossenschaft

Der Lenkungsausschuss des Verbandes hat in seiner Sitzung vom 25.10.2011 einstimmig beschlossen, dass der Hopfenliefervertrag mit der Mühlenviertler Hopfenbaugenossenschaft mit der Ernte 2012 auslaufen wird. Alle interessierten Brauereien, die ab 2013 Hopfen aus dem Mühlenviertel beziehen möchten, müssen sich direkt mit der Hopfenbaugenossenschaft ins Einvernehmen setzen.

Gerste

Der gesamte Braugerstenbedarf für den Gesamtbeerabsatz im Jahr 2011 belief sich auf rund 178.000 Tonnen. Die Erntemenge an Sommergerste betrug 2011 nach Angaben der Agrarmarkt Austria 372.000 t (mit Stand per April 2012) und lag somit um 17 Prozent über dem Ergebnis des Vorjahres.

Die österreichische Brauindustrie deckt ihren Malzbedarf fast ausschließlich bei der heimischen Malzindustrie ab. Nach der vorläufigen Außenhandelsstatistik der Statistik Austria wurden im Jahr 2011 wieder rund 33.000 t nicht geröstetes Malz mit einem Wert von rund € 12 Mio. (mit Veredelungsverkehr) nach Österreich importiert, das entspricht einem durchschnittlichen Grenzpreis von €36,35/100 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 – 53 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 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 Umsatzsteuereffizienz zwischen Österreich (20 Prozent) und Deutschland (19 Prozent) beträgt für Bier einen Prozentpunkt.

2. Biersteuer

a) Regelung in der EU:

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

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-grädiges Bier.



Für Brauereiunternehmen mit einer Gesamtjahresezeugung bis zu 200.000 hl gibt es in Deutschland eine Biersteuerermäßigung. Diese beträgt für Brauereien mit einer Jahresezeugung 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:

In Österreich beträgt die Biersteuer € 2,00/hl je Grad Plato. Für ein 12-grädiges 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 Gesamtjahresezeugung 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 (Details unter „Besteuerung von Radler“);
- dass beim Energiesteuervergütungsgesetz endlich die Biersteuer aus dem Nettoproduktionswert eliminiert wird.

Der dramatische Biersteuerunterschied führt dazu, dass Bier im Lebensmittelhandel in Österreich um ca. 20 Prozent teurer ist als in Deutschland.

Besteuerung von Radler

Eines der langjährigen Anliegen der österreichischen Brauwirtschaft ist eine Korrektur bei der Besteuerung von Biermischgetränken (Radlern) gemäß Biersteuergesetz.

Derzeit sind gem. § 2 (1) 2 „Mischungen von nichtalkoholischen Getränken mit Bier im Sinne der Z 1, die der Position 2206 der Kombinierten Nomenklatur zuzuordnen sind“ – also alle in Österreich üblichen Radler – „Bier“, und unterliegen damit der Besteuerung gemäß Biersteuergesetz.

§ 3 (1) legt die Besteuerung je Hektoliter Bier mit 2 € je Grad Plato fest.

Diese Besteuerung nach Anzahl Hektoliter/Grad Plato und nicht nach Anzahl Hektoliter/Grad vorhandener Alkoholgehalt führt zu der paradoxen Situation, dass auch der zuckerhältige Limonadenanteil des Radlers besteuert wird.

Bemessungsgrundlage der Biersteuer ist nämlich der Gehalt an löslichen Substanzen, wie Zucker (z.B. Maltose, Glucose), Proteinen, Vitaminen sowie Mineral-, Farb- und Aromastoffen, in der unvergorenen Würze (Stammwürzegehalt), der mit Hilfe der großen Ballingschen Formel in einer retrograden Berechnung unter Berücksichtigung des im genussfertigen Bier nachzuweisenden Gehalts an Alkohol und u.a. nicht zur Vergärung



gelangtem Restextrakt ermittelt wird. Die Berücksichtigung des gesamten Extraktgehalts des als Steuergegenstand „Bier“ zu qualifizierenden Biermischgetränk führt zu einer Einbeziehung des Zuckeranteils der zugesetzten Limonade in die Bemessungsgrundlage der Biersteuer. Im Ergebnis bewirkt der Zuckergehalt des nicht alkoholischen Getränkes eine Erhöhung der Biersteuer.

Zur Vermeidung dieser hohen – und wohl ursprünglich nicht im Sinne des Biersteuergesetzes gelegenen – Besteuerung des alkoholfreien Limonadenanteils im Radler stünden dem Gesetzgeber zwei Möglichkeiten offen:

1. Berechnung nach Alkoholgehalt

Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 92/83/EWG des Rates vom 19. Oktober 1992 zur Harmonisierung der Struktur der Verbrauchsteuern auf Alkohol und alkoholische Getränke und Art. 6 der Richtlinie 92/84/EWG des Rates vom 19. Oktober 1992 über die Annäherung der Verbrauchssteuersätze auf Alkohol und alkoholische Getränke lassen den Mitgliedstaaten die Wahl, Bier nach dem Alkohol- oder nach dem Stammwürzegehalt (Grad Plato) des Fertigerzeugnisses zu besteuern.

Eine Besteuerung der Biermischgetränke gem. § 2 (1) 2 des Biersteuergesetzes nach dem Alkoholgehalt würde den Radler steuerlich entlasten.

Diese Variante würde aber eine grundsätzliche Änderung der Berechnungsmethode bei der Biersteuer in Österreich voraussetzen und dürfte daher schwierig umzusetzen sein.





Einfacher erscheint daher folgende Alternative:

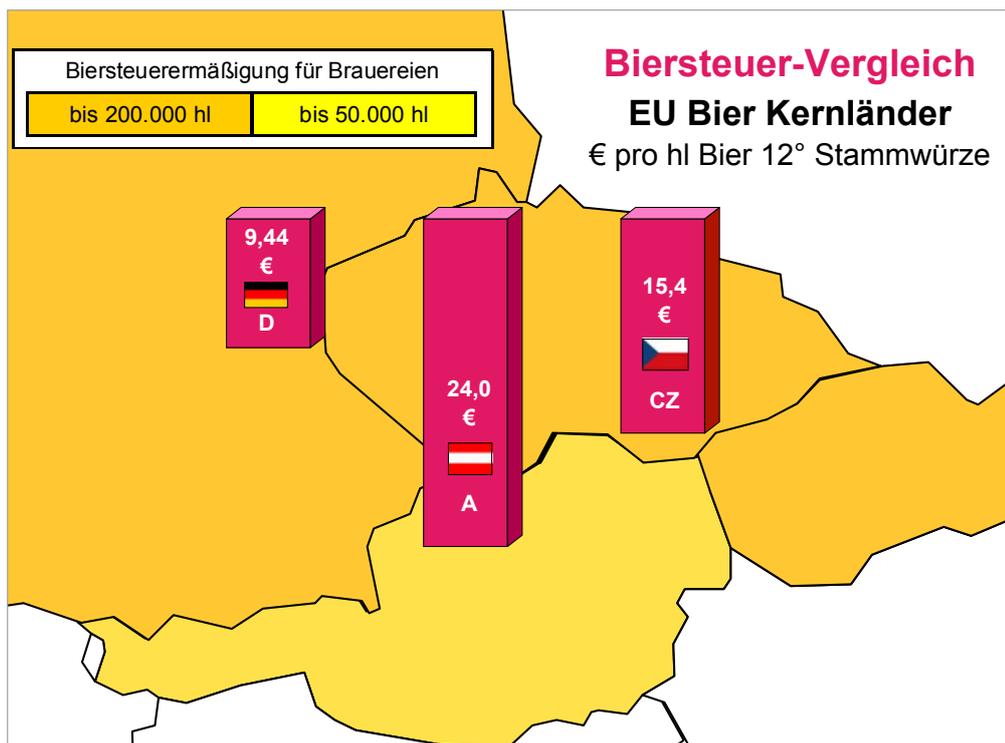
2. Ermäßigung des anzuwendenden Steuersatzes

Art. 5 der Alkoholstrukturrichtlinie eröffnet den Mitgliedstaaten die Möglichkeit, auf Bier und/oder auf Biermischgetränke mit einem vorhandenen Alkoholgehalt von höchstens 2,8 Volumsprozent ermäßigte Steuersätze anzuwenden.

Die österreichische Brauwirtschaft ersucht das Bundesministerium für Finanzen, von einer dieser Möglichkeiten der steuerlichen Entlastung von Biermischgetränken Gebrauch zu machen.

Der Radler mit seinem niedrigen Alkoholgehalt stellt ein stetig wachsendes Segment am österreichischen Biermarkt dar. Für viele Konsumenten, etwa Sportler, Verkehrsteilnehmer und Frauen ist er eine echte Alternative zu Bier.

Die derzeitige ungerechte Situation der Besteuerung kann nur durch den Einsatz von mit Süßstoffen gesüßten Limonaden vermieden werden. Der Wunsch nach einem möglichst natürlichen Getränk und Geschmacksfaktoren schließt diese Möglichkeit aber häufig aus.





VII. Rechtsfragen

Umwelt – Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen

Im Sommer 2011 konnten die Verhandlungen mit den Sozialpartnern (Arbeiterkammer, ÖGB, Präsidentenkonferenz) zu verpackungspolitischen Themen (Einweg/Mehrweg und ökologische Optimierung von Getränkeverpackungen, Littering, Wettbewerb bei haushaltsnahen Sammel- und Verwertungssystemen), zu denen der Nationalrat die Sozialpartner mittels Entschließung um Vorschläge ersucht hatte, positiv abgeschlossen werden. Es wurde ein Modus ausgehandelt, wie bei Getränkeverpackungen Umweltmaßnahmen intensiviert werden können, die auch im Sinne der wirtschaftlichen Entwicklung vertretbar erscheinen.

Wesentlich ist, dass zu den Getränkeverpackungen ordnungs- und abgabenrechtliche Lenkungsmaßnahmen nicht enthalten sind, der Weg einer freiwilligen Selbstverpflichtung weiterhin beschritten wird und die neuen Inhalte der Selbstverpflichtung mit den Betroffenen abgestimmt worden sind. Dies gilt es umso deutlicher festzuhalten, als Ausgangspunkt und Intention der Verhandlungen das Ökobonusmodell darstellte. Diese Zwangsabgabe auf Einweggetränkeverpackungen ist mit dem geschlossenen Pakt aus der Diskussion genommen – und verbleibt hoffentlich im Abseits.

Das ausverhandelte Dokument wurde von den Sozialpartnerpräsidenten an die beteiligten Bundesminister (Umwelt, Wirtschaft) und Parlamentsclubs sowie an den Generaldirektor der Wettbewerbsbehörde übermittelt. Inhaltlich umgesetzt wurde es mit einer **Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda**.

Grundtenor der Zusatzvereinbarung auf Basis der Sozialpartnerempfehlung ist die gemeinsame Sicht, dass es grundsätzlich anzustreben ist, dass auf dem Getränkemarkt Mehrwegsysteme aufrecht erhalten werden, da sie ökologische Vorteile aufweisen, die es zu nutzen gilt und sie nach wie vor – trotz rückläufiger Tendenz – vom Konsumenten gewünscht und nachgefragt werden.

Beleuchtet wird im Sozialpartnerpapier der gerade für die Brauwirtschaft wichtige und begrüßte Aspekt der Regionalität. Denn die ökologischen Vorteile der Mehrwegsysteme sind bei regionalen Wertschöpfungsketten am stärksten ausgeprägt. Bei geringen Transportdistanzen kommt der Vorteil der Wiederverwendung stärker zum Tragen. Produkte aus der Region zu präsentieren ist bei Konsumgütern ein wichtiger Aspekt der Nachhaltigkeit, da sich ökologische (reduzierter ökologischer Impact) mit sozialen (Beschäftigung) und ökonomischen (Wertschöpfung verbleibt in der Region) Vorteilen zu hoher Akzeptanz beim Konsumenten vereinen lassen.





Die Vereinbarung besteht aus mehreren Maßnahmenbündeln, die vom Handel, der Industrie und den Sammel- und Verwertungssystemen umzusetzen sind und in der „Selbstverpflichtung Mehrweg“ zusammengefasst sind.

Das erste Bündel besteht aus einer Attraktivierung des Mehrwegangebots. Die Maßnahmen betreffen konkret die Zugänglichkeiten, die Convenience und die Bewerbung, mit dem Ziel, Mehrweg für Konsumenten und die Wirtschaft attraktiver zu machen.

Bei den Verpflichtungen zur Mehrwegattraktivierung geht es um Aktionen wie die gestärkte Präsenz von Mehrweg im Lebensmitteleinzelhandel, etwa dadurch, dass Aktionen für Mehrweg forciert werden, das Mehrweglogo verwendet wird, die Ladenpräsenz deutlich sichtbar gemacht und das Mehrwegangebot durch Information und Bewerbung aktiv angesprochen wird.

Begrüßenswert ist auch, dass sich das Umweltministerium mit einer Mehrwegkampagne an der Stimulierung des öffentlichen Bewusstseins für Mehrweg beteiligt, denn letztlich ist die Erhaltung bestehender Mehrwegsegmente nur möglich, wenn die Gesellschaft insgesamt dem Mehrfachnutzen von Gebinden eine entsprechende Bedeutung als Umweltschutzmaßnahme zuschreibt und dies durch ihre Nachfrage zum Ausdruck bringt.

Ein zweites Maßnahmenbündel beschäftigt sich mit der weiteren Optimierung von Einweggebinden.

Die ökologische Performance von Einweg kann, soweit es die Eisen- und Nichteisenmetall Dosen betrifft, durch Erhöhung der Recyclingrate verbessert werden. Bei den PET-Flaschen ist die Schließung des Stoffkreislaufs der wichtigste Hebel zur Reduzierung des ökologischen Impacts.

Daher wurde eine Steigerung der Recyclingquote bei Metalldosen von derzeit 65 Prozent auf 70 Prozent bis zum Jahr 2013 und eine Erhöhung des Anteils des Bottle to Bottle-Recyclings von 6.000 auf 9.000 Tonnen zugesagt.

Neuland betritt die Nachhaltigkeitsagenda mit der Öffentlichkeitsarbeit gegen Littering. Werden Verpackungen einfach auf der Straße oder in der Natur weggeworfen, so verursacht dies eine sichtbare Verschmutzung der Umwelt und Kosten für die Allgemeinheit. Obwohl die Getränkeverpackungen nur einen geringen Anteil am Problem ausmachen, bekennt sich die Wirtschaft auch hier zu Ihrer Produzentenverantwortung und hat im Rahmen der Nachhaltigkeitsagenda zugesagt, eine Plattform einzurichten, welche die Öffentlichkeitsarbeit koordiniert und Sockelbeträge für die Finanzierung zur Verfügung stellt. Es geht darum, ein Instrument zu schaffen, das die Bevölkerung auf die Notwendigkeit, Sinnhaftigkeit und Wirtschaftlichkeit der Nutzung der Entsorgungsinfrastruktur (getrennte Sammlungen, Restmüllsammlung) hinweist und schlicht für den Gedanken der Sauberkeit wirbt. Hauptschwerpunkte der Aktion sind die Errichtung einer Homepage inklusive Web 2.0 Aktivitäten, Anti-Littering-Projekte, die mit Hilfe der AbfallberaterInnen umgesetzt werden, der Ausbau der Evententsorgung und klassische PR und Werbung.

Ebenfalls in das Berichtsjahr fällt der erste Umsetzungsbericht zur Nachhaltigkeitsagenda. Vereinbarungsgemäß erstattete die Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda im Sommer 2011 für die ersten drei Jahre der Umsetzung ihren ersten Erfolgsbericht. Die



österreichische Getränkewirtschaft verpflichtete sich bekanntlich in der Nachhaltigkeitsagenda zur Optimierung der Umweltpformance von Getränkeverpackungen mit dem Fokus auf Klimaschutz und Energiemanagement. In der Zeit seit Inkrafttreten der Nachhaltigkeitsagenda (2008) hat sich das Thema Klimaschutz zum bestimmenden Paradigma in der Umweltdiskussion entwickelt.

Die Ziele der Nachhaltigkeitsagenda können nur durch ein enges Zusammenspiel von Wirtschaft und Konsumenten erreicht werden. Der österreichischen Brauwirtschaft kommt bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsagenda eine führende Rolle zu. Nicht nur sind viele Mitgliedsbrauereien durch Unterzeichnung der Nachhaltigkeitsagenda beigetreten, auch zeigt sich das Engagement der Brauer in Form von zahlreichen für den Bericht gemeldeten Beiträgen zu CO₂-Reduktionsmaßnahmen. Und schließlich bildet das starke Mehrwegsegment sowie die regional starke Verankerung der Brauwirtschaft einen bedeutenden Beitrag zu den Zielen der Agenda.



VIII. Aus- und Weiterbildung

Weltweit einzigartige Ausbildung zum Biersommelier

Der Verband der Brauereien Österreichs bietet seit Mai 2007 ein weltweit einzigartiges Ausbildungsprogramm zum zertifizierten Biersommelier an. Ein Biersommelier bietet eine umfassende Bierberatung des Gastes sowie der Gastronomen auf Basis fundierten theoretischen Wissens und solider praktischer Erfahrung.

Bei ca. 1000 verschiedenen Bieren allein in Österreich fällt die Wahl oft schwer – mancher Biertyp eignet sich eben besser als Begleitung für gewisse Gerichte als ein anderer. Die vollendete Harmonie von Speise und Bier zu gewährleisten, stellt eine von vielen Herausforderungen für den Biersommelier dar. Professionelles Kellermanagement auf der Basis von Einkauf, Lagerung, Schankhygiene und Verwaltung, Kalkulation und Verkauf gehört genauso zu den vielfältigen Aufgaben eines profund ausgebildeten Bierexperten wie Zapftechnik und fachgerechtes Service.

Bierige Feinschmecker

Die „Ausbildungs- und Prüfungsordnung für die Ausbildungsreihe BIER-JUNGSOMMELIERE, BIER-SOMMELIERE und DIPLOM-BIER-SOMMELIERE“ ist seit 1. Dezember 2006 ein offizielles Bildungsangebot der österreichischen Brauwirtschaft für die Unterrichtgegenstände „Bierkenner“ an Landesberufsschulen bzw. „Bierpraktikum“ an Berufsbildenden Höheren Schulen.

2011/2012 werden in elf Schulen Bier-Jungsommeliers erfolgreich ausgebildet. Die positive Resonanz aus den Schulen

Höhere Bundeslehranstalt für wirtschaftliche Berufe Amstetten

Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe Biedermannsdorf



Schülerinnen und Schüler der JLW-Amstetten brauen Bier



Landesberufsschule für das Gastgewerbe Geras
Tourismusschulen Bad Gleichenberg
Tourismusschulen Salzburg Klessheim
Höhere Bundeslehranstalt für Tourismus Retz
Höhere Bundeslehranstalt für wirtschaftliche Berufe St. Pölten
Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe Türitz
Landesberufsschule für Tourismus Waldegg
Berufsschule für Gastgewerbe Wien Längenfeldgasse
Zillertaler Tourismusschulen Zell am Ziller

hat das Interesse weiterer Schulen für dieses bierige Ausbildungsangebot geweckt. Dieser österreichische Ausbildungsweg ist weltweit einzigartig. Neben der Vermittlung von Bierwissen auf höchstem Niveau bereichern Praktika, Hausarbeiten und eine umfassende Fachlektüre diesen Kurs.

Die Ausbildungsstufen:

1) Bier-Jungsommelier

An diversen österreichischen Landesberufsschulen und Berufsbildenden Höheren Schulen wird der Gegenstand „Bierpraktikum“ bzw. „Bierkenner“ angeboten. Für die Bier-Jungsommelier-Ausbildner wurde auf www.bierserver.at ein eigener Downloadbereich geschaffen, wo die jeweils aktuellste Auflage des Skriptums „Bier wissen“ und der Fragebogen für die Bier-Jungsommelierprüfung bereitgestellt werden.

Erfolgreiche Absolventen dieser Unterrichtsgegenstände sind dazu eingeladen, zum Abschluss ihrer Ausbildung und nach Vorlage einer Projektarbeit eine Prüfung zum Bier-Jungsommelier vor einer Prüfungskommission der ausbildenden Schule und des Verbandes der Brauereien abzulegen. Diese besteht aus einer mündlichen und einer praktischen Prüfung.

2) Biersommelier

Mit dem Zertifikat Bier-Jungsommelier sowie einer fünfjährigen Praxis oder einer erfolgreich abgeschlossenen Hotelfachprüfung und zwei Jahren Praxis kann die Prüfung zum Biersommelier abgelegt werden. Die Prüfung wird ebenfalls vor einer Prüfungskommission des Verbandes der Brauereien Österreichs abgelegt.

3) Diplom-Biersommelier

Die Ausbildung zum Diplom-Biersommelier unter der Schirmherrschaft des Verbandes der Brauereien Österreichs erfolgt gemäß der Prüfungsordnung der Doemens-Akademie (www.doemens.org), wobei die Qualifikation zum Bier-Jungsommelier bzw. zum Biersommelier die Ausbildung verkürzen.

Im Geschäftsjahr fand eine Evaluation der Ausbildung Bier-Jungsommelier statt. Darauf basierend wurde die Prüfung an den Schulen gemeinsam mit Lehrern und Prüfern inhaltlich und organisatorisch präzise definiert.

Zudem übernahm eine Expertengruppe im Verband die Aufgabe, die Ausbildungs- und Prüfungsordnung hinsichtlich der zweiten Ausbildungsstufe Biersommelier zu überarbeiten.



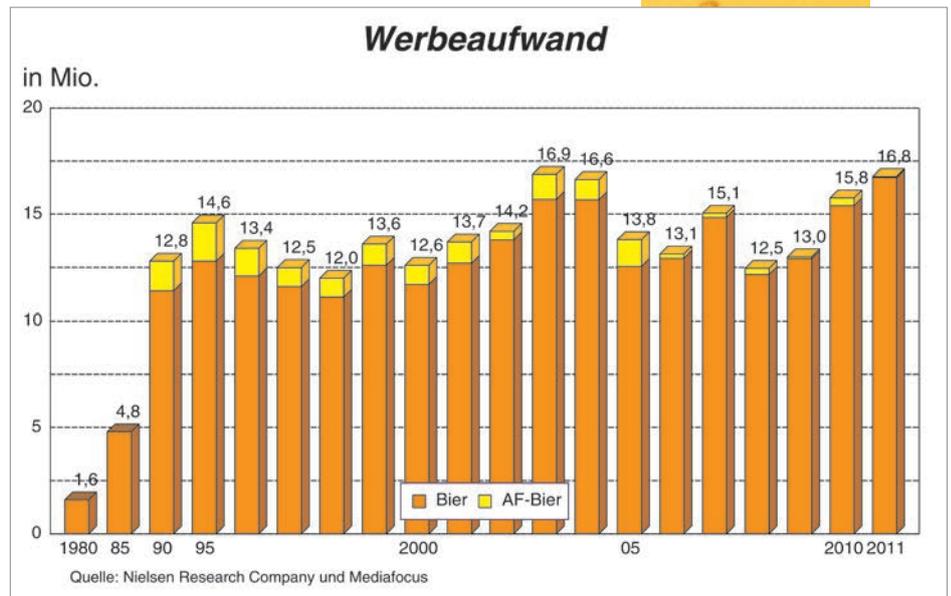
IX. Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Werbung

2011 betragen die Aufwendungen für Werbung für Bier und alkoholfreies Bier gesamt € 16,78 Mio. Für Bier allein wurde um € 16,73 Mio geworben. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Steigerung um 8,6 Prozent (Bier). Die Ausgaben für Werbung für alkoholfreies Bier sanken auf € 0,048 Mio. (2010: € 0,357 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

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, feder- und vorwiegend auch budgetführend durch die Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit der österreichischen Brauwirtschaft erfolgreich weitergeführt. Diese Zusammenarbeit mit den Journalisten bringt für österreichisches Bier immer wieder bier-kulturfreundliche redaktionelle Berichterstattung oder bierige Sondergeschichten.

Hier besonders zu erwähnen sind **Genuss.Bier.pur**, das erste deutschsprachige Publikumsmagazin, das sich ausschließlich mit Bier beschäftigt sowie die im April d.J. von der **ÖGZ** – Österreichische Gastronomie- & Hotelzeitung initiierte Weizenbier-Verkostung mit entsprechender Publikation.



© ORF/Interspot

Besonders erfreulich ist, dass „Frisch gekocht mit Andi und Alex“ nunmehr auch gelegentlich Bier-Experten einlädt. Im Berichtsjahr waren die Biersommeliers Bernhard Bugelmüller und Sepp Wejwar sowie Bierpapst Conrad Seidl zu Gast in der beliebten Kochsendung des ORF.

Mittels zahlreicher **Presseaussendungen** werden die Medien und Politiker das ganze Jahr laufend über die Anliegen der österreichischen Brauwirtschaft informiert.

Ende November 2011 wurde zum fünften Mal an Bier in seiner schönsten Form erinnert. Der Verband verteilte wieder 80 bierige Adventkalender gefüllt mit 24 Bierspezialitäten aus Österreich. Da die Ausgabe limitiert ist, entwickelt sich der bierige **Adventkalender** immer mehr zur „Auszeichnung“ für besonders bierafine Journalisten und Politiker.

Auch im Berichtsjahr wurden wieder die Broschüre „**Statistische Daten über die österreichische Brauwirtschaft**“ und der vorliegende **Jahresbericht** des Verbandes der Brauereien herausgegeben.





Gut etabliert hat sich auch

bierNews

Dieser achtseitige Newsletter erscheint in einer Auflage von 4500 Stück mindestens drei Mal im Jahr. Er richtet sich an Journalisten, Politiker, Brauer, Meinungsbildner und Bierfreunde. **bierNews** macht es sich zur Aufgabe, seinen Lesern all das mitzuteilen, was diese immer schon über Bier, besonders aber über österreichisches Bier, wissen sollten.

www.bierserver.at

Die Homepage des Verbandes der Brauereien Österreichs www.bierserver.at ist unangetastet DIE Adresse für bierig interessierte Internet-User.

Die bekanntesten und beliebtesten 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.

Intensiv genutzt wird auch der Mitgliederbereich für Schulen, da dort alle – immer wieder aktualisierten – Unterlagen zur Ausbildung zum Bier-Jungsommelier zum Download bereit liegen.

Besonders beliebt auf dem Bierserver ist die auf Google-Maps basierende österreichische **Bierlandkarte**. Der Bierfreund kann so die ihm nächstgelegene Brauerei zumindest virtuell besuchen oder sich auch eine reale Bierreise zusammenstellen.

trockenfahrer.at

Verantwortung wahrnehmen – gerade auch als Verband der Brauereien Österreichs – war der Beweggrund, diese Initiative zu starten. Alkohol ist Teil unserer Kultur – also muss man auch bewusst damit umgehen lernen! Jugendliche haben aber leider des öfteren ihre eigene Vorstellung von „Alkohol am Steuer“. Besonders junge Männer im Alter von 20 bis 24 Jahren sind am häufigsten an Alkoholunfällen beteiligt. Oft kommt es bei der Heimfahrt von der Disco zu Unfällen infolge einer fatalen Mischung aus Temporausch, Selbstüberschätzung und Alkohol.

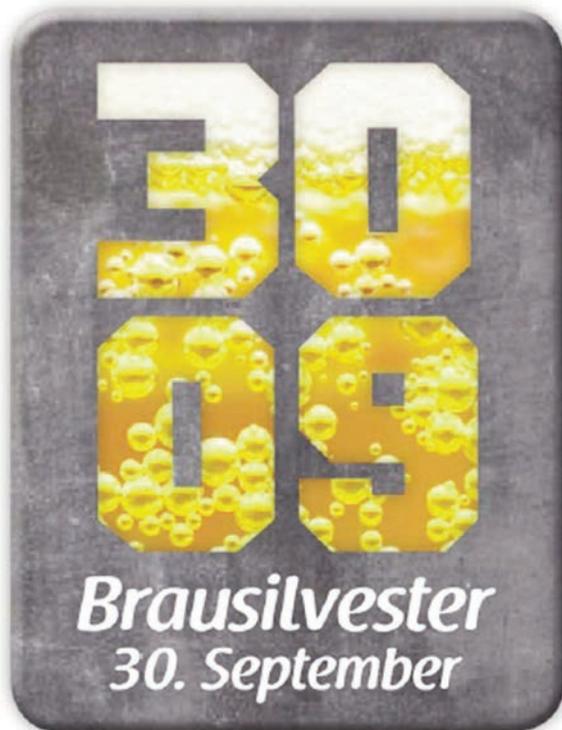




Ziel von trockenfahrer.at ist es, die Gefahren von Alkohol am Steuer aufzuzeigen und diese Information zielgruppenaffin an junge Menschen zu transportieren. Umgesetzt wurde die Aufgabenstellung von der auf Jugendmarketing spezialisierten Agentur GOLDFISH, unterstützt von ÖAMTC und GENERALI Versicherung, beides Partner, die sich aktiv für Verkehrssicherheit engagieren. Die Kommunikationskampagne startete im Frühjahr 2009 und läuft im Jahr 2012 aus. Es wurde auch als österreichisches Commitment beim European Alcohol and Health Forum eingereicht.

2012 beschränkt sich die Informationskampagne auf Hinweise auf Onlineplattformen wie msn.at, msn.messenger, dasbiber.at, myvideo.at, youtube.at, clipfish.at, gmx.at, netlog.com, mtv.at, viral marketing auf www.myspace.at/trockenfahrer, youtube.at, clipfish.at und myvideo.at sowie Gewinnspiele auf Facebook. Informationen samt Video-clips werden auf der Website www.trockenfahrer.at angeboten.





Brausilvester

Am 30. September ist Brausilvester, der traditionelle Abschluss eines Braujahres. Vermehrt beginnt man sich auch in den Brauereien auf diesen Tag rückzubesinnen und feiert diesen Tag im Betrieb oder mit Gastronomiepartnern. Die Abweichung des Braujahres vom normalen Kalenderjahr hat ihren Ursprung im Mittelalter. Da es damals keine künstliche Kühlung gab, durfte nur in der kalten Jahreszeit zwischen Michaeli (29.9.) und Georgi (23.4.) Bier gebraut werden. Zudem werden im September das frische Brauge-

treide und der Hopfen eingefahren, die Rohstoffe für die neue Brausaison. Noch heute hält sich daher der 30. September in vielen Brauereien als Bilanzstichtag und ist ein Höhepunkt im Jahr der heimischen Brauwirtschaft.

2011 unterstützte der Verband der Brauereien Brauereien und Gastronomiebetriebe bei ihren Feiern zu Brausilvester. Auf www.brausilvester.at und auf Facebook wurden u.a. die diversen Events beworben. Via Hörfunkspots wurde österreichweit auf Brausilvester aufmerksam gemacht und zu einem Gewinnspiel „Verrate uns Deinen Vorsatz für das kommende Braujahr“ eingeladen.

Die Vorbereitung für Brausilvester im Rahmen der **Festwoche der Biervielfalt** von 23. bis 30. September laufen zum Zeitpunkt der Berichtlegung auf Hochtouren. Mit dem Brauwalzer und der Hopfen-Polka, eingespielt von den Vienna Classical Players, Dirigent Martin Kerschbaum, wird Brausilvester und österreichische Bier-
vielfalt ab heuer auch hörbar.





www.wienerbierfest.at

3. wiener BIERFEST

www.wienerbierfest.at

- 30 österr. Brauereien
- mehr als 200 Biersorten
- Bierpräsentationen
- tägl. Bierfassanstich
- Franz Klammer
- Mojo Blues Band
- Schürzenträger
- Radio Wien Band

03. – 06. Mai 2012
Wien 1, Am Hof
tägl. von 11 – 22 Uhr

Anfang Mai 2012 fand zum dritten mal das **Wiener Bierfest** am Hof in der Wiener Innenstadt statt. Mehr als 30 österreichische Brauereien zelebrierten über vier Tage heimische Biervielfalt. Mehr als 200 Biere repräsentierten eindrucksvoll heimische Bierkultur. Der Verband der Brauereien unterstützte das Fest organisatorisch und der Übernahme eines Programmpunktes, dem Auftritt der Mojo Blues Band.





X. 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“ (www.brewersofeurope.org).

The Voice of the European Brewing Sector

Home About us About Beer Issues Newsroom Publications Members area

me > About Beer > Culture & Tradition of Beer

Culture & Tradition of Beer

Understanding beer

Beer is a refreshing enjoyable beverage with relatively low alcoholic content which brings pleasure and social interaction to many people. When consumed in moderation – as done by the vast majority – beer can be part of an adult's balanced and healthy lifestyle.

A natural product – beer is the world's oldest and most widely consumed alcoholic beverage and the third most popular drink overall after water and tea.

More beer is produced in the European Union than in any other part of the world, and the European consumer enjoys the widest possible choice. European beers are famous and available worldwide. In fact Europe produces 25% of the total world beer production, which is equal to 427 million hectolitres of beer each year.

A natural product

Beer has been produced for thousands of years, by the brewing and fermentation of starches, mainly derived from cereal grains—most commonly malted barley. Most beer is flavoured with hops, which add bitterness and act as a natural preservative, though other flavourings such as herbs or fruit may occasionally be included. Health benefits can be derived from hops as well as from the moderate level of alcohol.

Craftsmanship of brewing

The basics of brewing beer have been shared across national and cultural boundaries for thousands of years. Whilst using traditional methods, many brewers today apply modern technology to beer production. Europe has a rich diversity in its beer culture, which is reflected in the great traditions of the Member States. Brewing itself is characterised by quality and craftsmanship with a long standing tradition and European roots. And beer is always brewed according to highest quality standards.

QUICK FACTS

About Beer

- Brewed for thousands of years
- A natural product with many health benefits
- Four basic agricultural ingredients
- An excellent complement to food
- Europe – the world's number one beer producer

LATEST UPDATES

29/02/2012 : News Releases
Europe's Brewers pledge increased action to combat alcohol misuse

10/01/2012 : News
Croatia joins The Brewers of Europe

23/11/2011 : News Releases
President Barroso urges "smart regulation" to boost growth, in speech at Brewers gala

10/11/2011 : News Releases
Dr. Stefan Lustig takes over at the helm of the European Brewery Convention



Organe und Ausschüsse des Verbandes der Brauereien

PRÄSIDIUM

Obmann:	Mag. Siegfried MENZ
Obmann-Stellv.:	KR Dr. Heinrich Dieter KIENER
Obmann-Stellv.:	KR DI Dr. Markus LIEBL
Obmann-Stellv.:	Prok. Ewald PÖSCHKO (Obmann der Sektion Mittelstandsbrauereien)
Mitglieder:	Dr. Andreas HUNGER Mag. Dietmar KERT (bis August 2011)
Ehrenobmann:	Dr. Christian BEURLE KR Johann SULZBERGER

LENKUNGSAUSSCHUSS

Mag. Siegfried MENZ; Vorsitz
Heinz HUBER
Dr. Andreas HUNGER
Mag. Dietmar KERT (bis August 2011)
KR Dr. Heinrich Dieter KIENER
KR DI Dr. Markus LIEBL
Dr. Klaus MÖLLER (ab September 2011)
Mag. Josef PACHER
Prok. Ewald PÖSCHKO
Ing. Josef RIEBERER
Mag. Karl SCHWARZ
Mag. Josef SIGL
Dr. Karl STÖHR

ARBEITSGRUPPE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Mag. Dietmar KERT; Vorsitz (bis August 2011)
Andreas STIEBER; Vorsitz (ab Februar 2012)
Rudolf DAMBERGER
Veronika FIEREDER
Markus HÄMMERLE
Mag. Birgit HESSEL
Thomas JANSEL (ab Dezember 2011)
Martin LECHNER (bis Dezember 2011)
Dr. Torsten PEDIT
Florian SCHREMS, M. Eng. (bis Dezember 2011)
Sabine TREIMEL
DI Dr. Andreas URBAN

ARBEITSGRUPPE FÜR BILDUNGSFRAGEN

DI Axel KIESBYE; Vorsitz
DI Reinhold BARTA
Rudolf DAMBERGER
Dipl. Brmst. Hinrich HOMMEL
Brmst. Peter KRAMMER
DI Dr. Andreas URBAN

Für Fragen der Lehrlingsausbildung zusätzlich:

DI Ralf FREITAG
DI Dr. Hans-Joachim SCHMIDT (Österreichisches Getränke Institut)
DI Dr. Günther SEELEITNER (in seiner Funktion als Präsident des Bundes der Braumeister und -techniker)



ARBEITSRECHTLICHER AUSSCHUSS

Mag. Peter KEPPELMÜLLER; Vorsitz
Mag. Clemens AIGNER
Mag. Andrea AUER (ab Oktober 2011)
MMag. Martin GRUBER (bis September 2011)
Heinz HUBER
Mag. Siegfried MENZ
Mag. Clemens PIESLINGER
Ing. Josef RIEBERER
Dr. Christoph SCHERIAU
DI Karl Theodor TROJAN

VERHANDLUNGSKOMITEE FÜR ARBEITSRECHTLICHE BELANGE

Mag. Peter KEPPELMÜLLER; Vorsitz
Mag. Clemens AIGNER
Mag. Andrea AUER (ab Oktober 2011)
MMag. Martin GRUBER (bis September 2011)
Mag. Siegfried MENZ
Mag. Werner PREINIG
Ing. Josef RIEBERER
DI Karl Theodor TROJAN

TECHNISCHER AUSSCHUSS

Dipl. Brmst. Christian PÖPPERL; Vorsitz
Brmst. Manuel DÜREGGER
Dr.-Ing. Clemens FORSTER
DI Tobias FRANK (ab Juli 2011)
DI Ralf FREITAG
DI Rudolf FÜHRER
DI (FH) Peter KAUFMANN
DI Axel KIESBYE
DI Hermann KÜHTREIBER
Brmst. Raimund LINZER
DI Andreas ROSA (bis Juli 2011)
DI Martin VYSKOCIL

STEUERAUSSCHUSS

Mag. Siegfried MENZ; Vorsitz
Mag. Clemens AIGNER
Dkfm. Josef EBNER
Kurt GANHÖR
Mag. Eva-Maria LECHNER
Prok. Kurt REITER
Dr. Doris SCHERIAU
Dr. Karl STÖHR
DI Karl Theodor TROJAN

HOPFENKOMITEE

Dr. Johann JÄGER; Vorsitz
Dr.-Ing. Clemens FORSTER
DI Axel KIESBYE
Dipl. Brmst. Christian PÖPPERL



VERTRETUNG DES VERBANDES IN DEN AUSSCHÜSSEN DES EUROPÄISCHEN BRAUEREIVERBANDES (BOE)

General Assembly	Mag. Siegfried MENZ Dr. Andreas HUNGER Mag. Dietmar KERT (bis August 2011) KR Dr. Heinrich Dieter KIENER KR DI Dr. Markus LIEBL Prok. Ewald PÖSCHKO Mag. Jutta KAUFMANN-KERSCHBAUM Mag. Jutta KAUFMANN-KERSCHBAUM Kurt GANHÖR Dr.-Ing. Clemens FORSTER
Secretaries General	
Fiscal	
Environment	

Organe der Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit der österreichischen Brauwirtschaft

VORSTAND

Mag. Siegfried MENZ
Dr. Andreas HUNGER
Mag. Dietmar KERT (bis August 2011)
KR Dr. Heinrich Dieter KIENER
KR DI Dr. Markus LIEBL
Prok. Ewald PÖSCHKO

ARBEITSAUSSCHUSS

Mag. Dietmar KERT; Vorsitz (bis August 2011)
Andreas STIEBER; Vorsitz (ab Februar 2012)
Rudolf DAMBERGER
Veronika FIEREDER
Markus HÄMMERLE
Mag. Birgit HESSEL
Thomas JANSEL (ab Dezember 2011)
Martin LECHNER (bis Dezember 2011)
Dr. Torsten PEDIT
Florian SCHREMS, M. Eng. (bis Dezember 2011)
Sabine TREIMEL
DI Dr. Andreas URBAN

RECHNUNGSPRÜFER FÜR VERBAND UND GESELLSCHAFT

Dkfm. Josef EBNER
Mag. Alexander TESAR



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

v.l.n.r.

Angelika HAFNER

Annemarie LAUTERMÜLLER, Bakk. phil.

Dr. Johann BRUNNER

Mag. Jutta KAUFMANN-KERSCHBAUM, Geschäftsführung

Andreas LICHAL

Susanne EILMER

Heinrich WERNER





Quelle: Verband der Brauereien Österreichs, 4/2012 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: +43 (0)1 7131505, Fax: +43 (0)1 7133946;
E-Mail: getraenke@dielebensmittel.at

www.bierserver.at

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



