

STATISTISCHE BERICHTE

2643



04. MRZ 2000

sch

Ausgeschick

Wiwi S



Herausgeber: Statistisches Bundesamt / Wiesbaden

Arb.-Nr. V/23/23

Erschienen am 25. Juni 1955

Signatur
ZSA
37111

Die Umsatzentwicklung
des Biergroßhandels seit 1950

Nachdruck — auch auszugsweise — nur mit Quellenangabe gestattet

Die Umsatzentwicklung des Biergroßhandels seit 1950

Im Rahmen der repräsentativ geführten Großhandelsstatistik¹⁾ wird monatlich u.a. über die Umsatzentwicklung des Biergroßhandels berichtet. An der Berichterstattung nehmen zur Zeit fast 200 Firmen aller Größenklassen aus dem Bundesgebiet mit Jahresumsätzen 1954 von rund 110 Mill. DM teil. Als Hauptabnehmer dieses Großhandelszweiges, der von den Brauereien im Interesse einer möglichst breiten regionalen Streuung ihrer Erzeugnisse in den Vertrieb von Faß- und Flaschenbier - besonders über größere Entfernungen - eingeschaltet wird, kommen die Gaststätten, Lebensmittel Einzelhandelsgeschäfte, Kantinen und Trinkhallen in Betracht. Ein großer Teil der Großhandelsunternehmen führt neben einer Reihe von Bierarten und -sorten mit unterschiedlichen Stammwürzegehalten auch alkoholfreie Getränke sowie Spirituosen, wobei jedoch der umsatzmäßige Schwerpunkt bei diesen kombinierten Betrieben auf dem Absatz von Bier ruht. So entfallen etwa 12 vH des Jahresumsatzes aller Berichtsfirmen auf den Verkauf von Mineralwasser und Limonaden; ihr Anteil ist bei den kleineren und mittleren Betrieben etwas höher und bei den größeren Betrieben etwas niedriger. Der Anteil der Spirituosen beträgt etwa 5 vH des Gesamtumsatzes.

Die Jahresumsätze

Im Zusammenhang mit dem allgemeinen Wirtschaftsaufschwung und der Besserung der Einkommensverhältnisse hat sich der Absatz des Biergroßhandels von 1950 bis 1954 ununterbrochen erhöht. Die Verkaufswerte, die besonders in den ersten Jahren des Beobachtungszeitraums im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr relativ stark zugenommen hatten, lagen im Jahre 1954 um 7 vH über dem Niveau des vorangegangenen Jahres und damit nahezu doppelt so hoch wie 1950. Da die Preise für Bier²⁾, die nach stärkeren Schwankungen in den Jahren 1951 (- 8,8 vH) und 1952 (+ 6,4 vH) in den beiden folgenden Jahren ziemlich konstant blieben, 1954 nur geringfügig niedriger lagen als 1950, werden die Hektoliterumsätze des Biergroßhandels ungefähr in gleichem Ausmaß wie die Umsatzwerte zugenommen haben. Diese kräftige Belebung der Umsatztätigkeit seit 1950 ist nicht allein auf den ständig steigenden Bierverbrauch der Letztabnehmer, sondern auch auf eine Ausweitung des Großhandelsabsatzes in Versandbieren von entfernter liegenden Brauereien zurückzuführen.

1) Monatliche Ergebnisse: Statistische Berichte - Arb.-Nr. V/28. -

2) Vgl. Statistische Berichte - Arb.-Nr. VI/6: Indexziffer der Erzeugerpreise.

Eine Aufgliederung und Zusammenfassung der Berichtsfirmen nach Umsatzgrößenklassen zeigt, daß die Großbetriebe mit Jahresumsätzen 1953 von über 1 Mill. DM ihren Umsatzwert von 1950 bis 1954 etwas mehr als verdoppelten und damit eine höhere Zunahme zu verzeichnen hatten als die kleineren Betriebe mit Jahresumsätzen bis zu 200 000 DM, die in diesem Zeitabschnitt ihre Verkaufswerte aber ebenfalls kräftig, und zwar um etwa drei Fünftel, steigern konnten. Bei der dem Umsatz- wie auch Firmenanteil nach in der Statistik am stärksten vertretenen Gruppe der mittleren Betriebe (Jahresumsätze über 200 000 bis 1 Million DM) entsprach der Anstieg der Absatzwerte etwa dem des gesamten Großhandelszweiges.

Umsatzentwicklung im Biergroßhandel und in verwandten Zweigen
der vorgelagerten Wirtschaftsstufe 1950 bis 1954

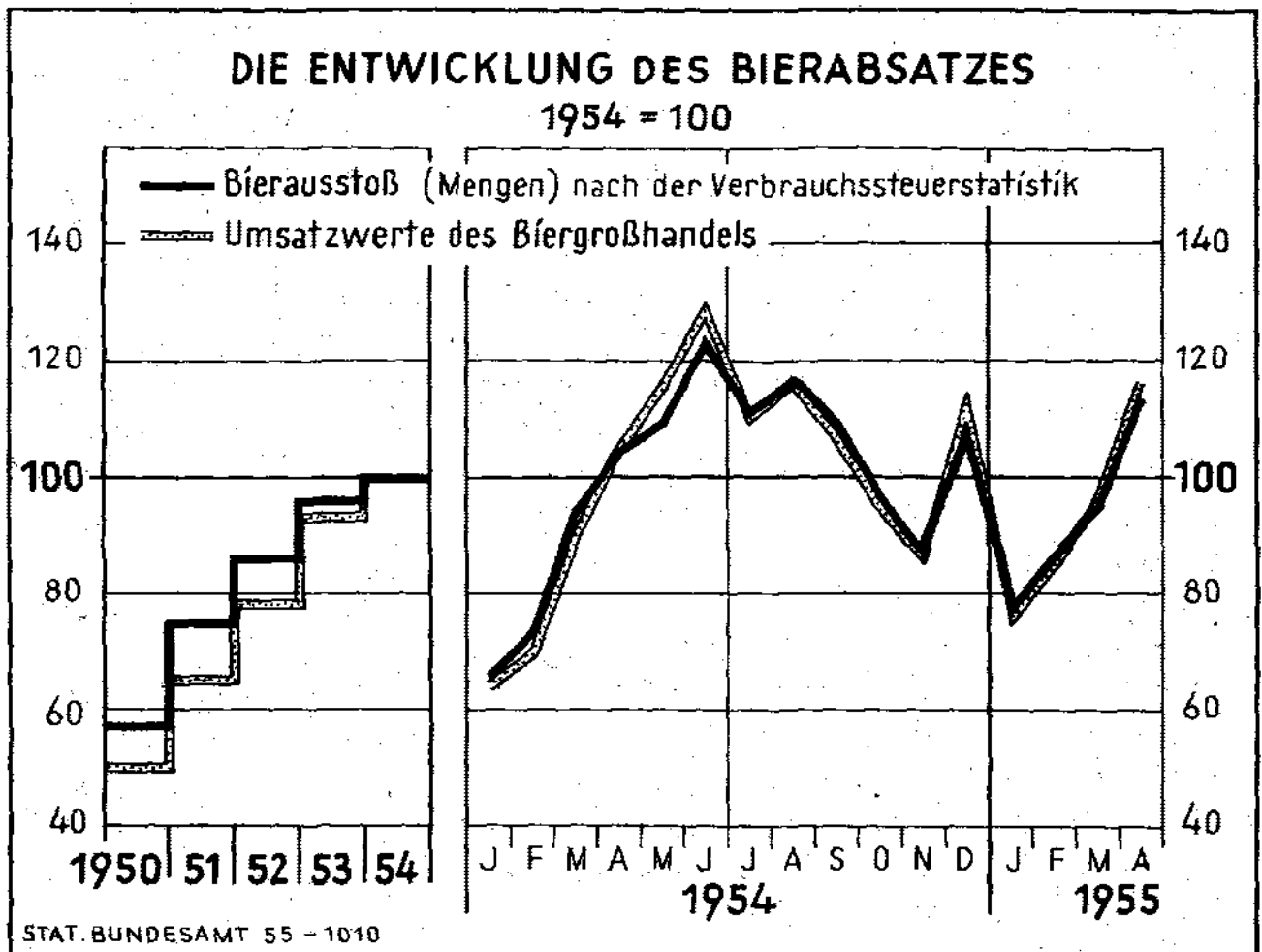
Z w e i g	Zunahme (+) der Umsatzwerte in vH				
	1951 gegen 1950	1952 gegen 1951	1953 gegen 1952	1954 gegen 1953	1954 gegen 1950
Biergroßhandel	+ 28	+ 22	+ 19	+ 7	+ 99
Brauereien und Mälzereien	+ 24	+ 20	+ 15	+ 4	+ 79
Mineralwasser- und Limonadenindustrie	+ 54	+ 40	+ 20	+ 10	+184

Nach den zum Vergleich herangezogenen Ergebnissen der Biersteuerstatistik³⁾ ist der Ausstoß des Braugewerbes (steuerfrei abgelassene und versteuerte Mengen) von rund 17 Mill. hl im Kalenderjahr 1950 auf über 30 Mill. hl im Kalenderjahr 1954, mithin um über drei Viertel gestiegen. Etwa die gleiche Zuwachsrate hatten die Umsatzwerte der Brauereien und Mälzereien (Betriebe mit 10 und mehr Beschäftigten), die sich im Zeitabschnitt 1950 bis 1954 von 1,3 Milliarden auf 2,3 Milliarden DM erhöhten. Der Bierverbrauch je Einwohner nahm bei steigender Bevölkerungszahl von 38 l im Jahr 1950 auf rund 60 l im Jahr 1954 zu. Regional gesehen hat infolge der weitgehenden Unterschiede in der Wirtschaftsstruktur der einzelnen Länder der Bierausstoß in den landwirtschaftlichen Gebieten wesentlich geringer als in den industriellen Gebieten zugenommen. So bleibt z.B. Bayern, das hinsichtlich der Ausstoßziffer noch weitaus an der Spitze aller Länder liegt, mit seiner prozentualen Zunahme wesentlich unter dem Bundesdurchschnitt.

Die kräftige Aufwärtsentwicklung des Bierabsatzes ist um so beachtlicher, als dieser dem starken Wettbewerb der nichtalkoholischen Getränke ausgesetzt

3) Monatliche Ergebnisse: Statistische Berichte - Arb.-Nr. VII/62.

ist. Nach den Angaben der Industriestatistik⁴⁾ hat sich der Umsatz der Mineralwasser- und Limonadenindustrie (Betriebe mit 10 und mehr Beschäftigten) von 74 Mill. DM 1950 auf 210 Mill. DM 1954 erhöht, also dem Wert nach nahezu verdreifacht; allerdings lag hier das Preisniveau im Jahre 1954 höher als 1950.



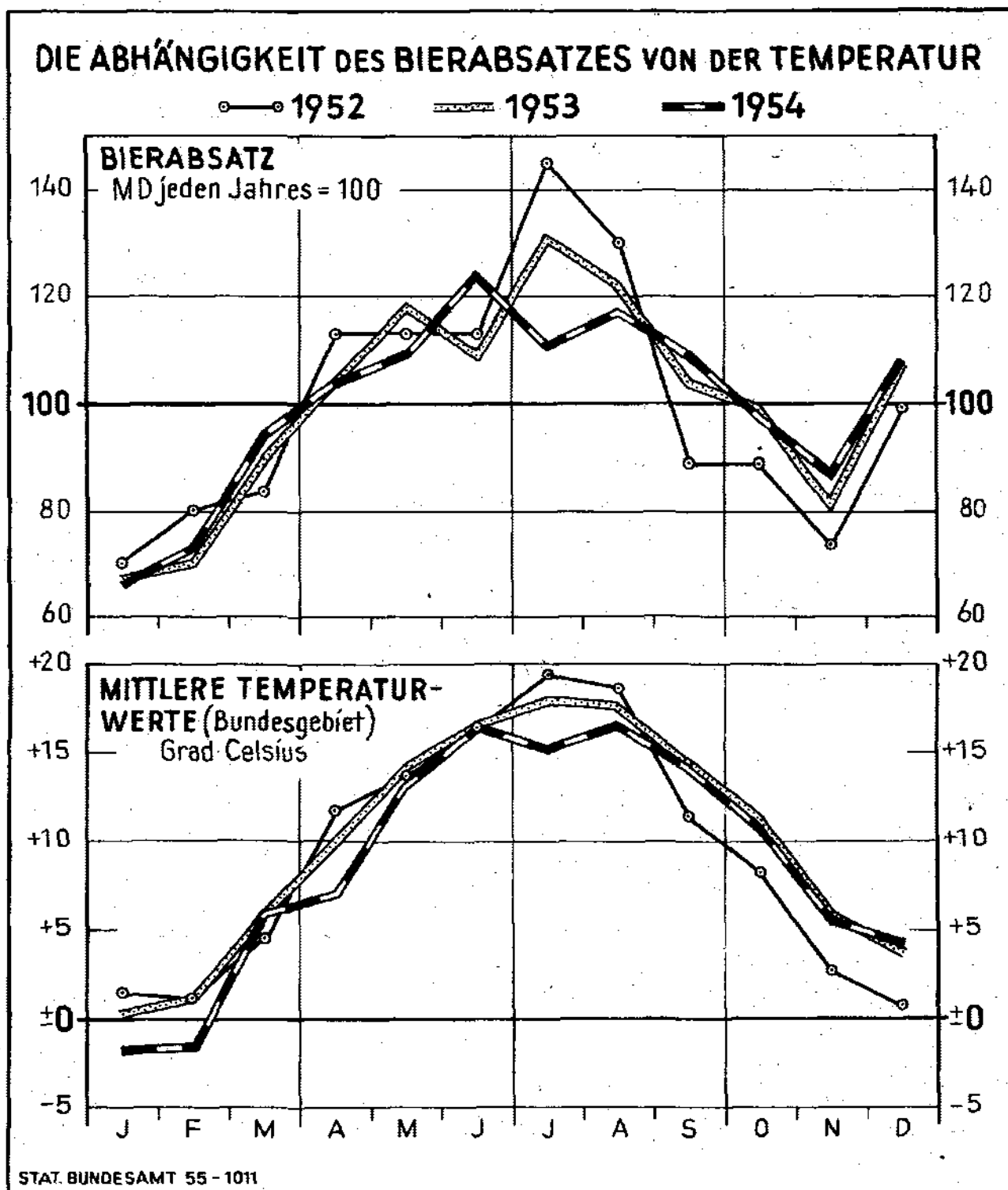
Der Saisonverlauf

Da auf Grund der Rechtsverordnung über die Großhandelsstatistik die Monatsumsätze erst ab Januar 1954 erfragt wurden, muß sich die Darstellung des Saisonverlaufes auf die jahreszeitliche Entwicklung im vergangenen Jahr beschränken. Gewisse Anhaltspunkte für den weiter zurückliegenden Zeitraum vermag aber die Bierausstoßziffer der Steuerstatistik zu vermitteln, die im Jahre 1954 in ihrem monatlichen Rhythmus mit der Kurve der Großhandelsumsätze ziemlich gleichlaufend war, so daß aus dieser Entwicklungsreihe

4) Vgl.: "Die Industrie der Bundesrepublik Deutschland", Teil 1.

der vergangenen 5 Jahre auch für den Biergroßhandel ein einigermaßen zutreffendes Bild über die Saisonbewegung gewonnen werden kann.

Die beim Biergroßhandel im Vergleich zum Bierausstoß der Brauereien zu beobachtenden stärkeren Ausschläge der Saisonkurve in den Monaten Mai bis August sowie Dezember dürften dadurch verursacht sein, daß der Biergroßhandel in diesen Monaten mehr als sonst außer Bier auch nichtalkoholische Getränke (wärmere Jahreszeit) sowie Spirituosen (Weihnachten und Silvester) vertreibt.



Im Gegensatz zu den Saisonkurven der übrigen Großhandelszweige zeigt der monatliche Umsatzverlauf des Biergroßhandels eine auffällige Abhängigkeit von der Temperaturkurve. Die mittleren Temperaturwerte steigen nach ihrem Tiefpunkt im Januar und Februar an bis zum Höchststand im Juni, Juli und August, um dann bis zum Dezember abzusinken. Gegenüber dieser Temperaturkurve zeigt die Umsatzkurve des Biergroßhandels bzw. die Kurve des Bierausstoßes der Brauereien in den letzten Jahren geringe Abweichungen in den Monaten April bis Juni, die durch den vermehrten Konsum während der beweglichen Feste Ostern, Himmelfahrt und Pfingsten bedingt sind. Während in den Jahren 1952 und 1953 der Bierabsatz seinen Höchstpunkt im Juli erreichte, fiel im Jahre 1954 die übliche Hitzewelle im Juli aus. Aus diesem Grunde war der Juliumsatz etwas geringer als der Juniumsatz. Die stärkste Abweichung gegenüber der Temperaturkurve zeigt sich im Dezember durch den vermehrten Umsatz an Bier und Spirituosen aus Anlaß von Weihnachten und Silvester.

Entwicklung der Umsatzwerte des Biergroßhandels

MD 1954 = 100

1950 MD	50
1951 MD	64
1952 MD	78
1953 MD	93
1954 MD	100

<u>1954</u>	Januar	64	<u>1955</u>	Januar	75
	Februar	69		Februar	84
	März	90		März	94
	April	104		April	118
	Mai	115		Mai	123p
	Juni	129			
	Juli	109			
	August	117			
	September	107			
	Oktober	95			
	November	86			
	Dezember	115			