Badische Landesbibliothek Karlsruhe

Digitale Sammlung der Badischen Landesbibliothek Karlsruhe

Die Karlsruher Brauindustrie

Guetermann, Eugen

Karlsruhe, 1909

2. Der Konkurrenzkampf.

urn:nbn:de:bsz:31-51970

Visual Library

2. Der Konkurrenzkampf.

In den 70er Jahren, zur Zeit des allgemeinen Aufschwunges in Deutschland, begann ein heftiger Konkurrenzkampf unter den Brauereien. Dieses Moment tritt nun in der Weiterentwicklung in den Vordergrund; er machte sich in so ungewöhnlichem Maße bemerkbar, daß man bezeichnender Weise von der »Hektoliterwut« der Brauereien sprach.

Die Brauereien, die, teils neu gegründet, teils vergrößert, den Betrieb nicht voll ausnutzten, strebten darnach, durch Erhöhung des Absatzes dies zu erreichen. Denn je höher die Absatzziffer sich stellt — so kalkulierte man —, desto geringer sind die Unkosten auf jeden abgesetzten Hektoliter. Wenn das zunächst nicht richtig scheint, so liegt das daran, daß bei dem Brauen eines größeren Quantums sich die Kosten der Herstellung insofern nicht verbilligen, als man zu größeren Quantitäten selbstredend auch mehr Materialien braucht. Dagegen verringern sich die allgemeinen Unkosten, wie folgendes Beispiel zeigt: Nehmen wir an, eine Brauerei, die 30 000 hl braut, hat 900 000 M. Schulden zu verzinsen, das ergibt zu 4 % 36 000 M. pro Jahr und pro hl 1,20 M. Braut sie aber 40 000 hl, so ergibt das eine jährliche Verzinsungsquote von nur 90 Pfg. pro Hektoliter. Die Produktionskosten stellen sich daher um 30 Pfg. pro Hektoliter billiger. Es kommt ferner in Betracht, daß die Kühlung bei einem großem Quantum gebrauten Bieres nicht mehr kostet als bei einem kleineren; Lohn und Arbeitszeit steigen bis zu einer gewissen Grenze nicht in demselben Verhältnis: so braut ein Biersieder mit denselben Unkosten an Lohn und Arbeitszeit 60 hl wie 40 hl. Auch sonstige Gehälter und Löhne steigen nicht im Verhältnis zur Mehrproduktion: mit demselben kaufmännischen Hilfspersonal können mehrere tausend Hektoliter mehr verrechnet werden und in den Laboratorien sind nicht mehr Angestellte nötig. Ein Bierfahrer kann auf seinem Wagen ebenso 10 hl laden wie 6 hl, d. h. die Pferde und deren Lenker werden besser ausgenutzt, wenn eine den Pferdekräften angemessene Last zu fahren ist als wenn halbgeladene Wagen weite Strecken über Land fahren müssen, und es kann daher eine größere Biermenge mit derselben Anzahl Pferde und Fahrer seiner Bestimmung entgegengeführt werden. Reparaturen sind

BLB BADISCHE LANDESBIBLIOTHEK Baden-Württemberg

kaum höher anzustellen, die Rohprodukte, die Heizmaterialien können besser ausgenutzt werden, und die Großbrauerei kann durch große Abschlüsse billiger einkaufen. Die gesamten Betriebs- und Handlungsunkosten, Zinsen usf. steigen bei größerer Produktion verhältnismäßig weniger und so verbilligen sich die Produktionskosten pro Hektoliter. Es geht hieraus hervor, daß das Streben nach erhöhtem Absatz für die Mehrzahl der Betriebe an und für sich berechtigt war. Untersuchen wir aber nun weiter, mit welchen Mitteln man dies zu erreichen sucht.

Es kommt hier vor allem in Betracht, daß die Brauerei nicht auf Bestellung arbeitet oder sich streng nach dem Bedarf richtet, sondern es werden eine oder wenige Sorten Bier hergestellt und dafür sind die Abnehmer zu suchen. Da die Produktion möglichst gesteigert werden soll, muß auch auf möglichste Vermehrung der Zahl der Abnehmer gesehen werden. Die sonst oft so wesentliche Zuhülfenahme der Reklame zur Erweiterung des Absatzes ist in der Brauindustrie von sehr untergeordneter Bedeutung; die wirksamste Reklame bleibt immer ein gutes Produkt. Nur in einem Fall tritt sie mehr in den Vordergrund. Die Brauereien haben nämlich, zugleich auch, um sich einen größeren, bleibenden Absatz zu sichern, große Bierpaläste aufgeführt, bei deren Betrieb ein erheblicher Umsatz zu erwarten ist. So werden sie ihre eigenen Abnehmer. In Karlsruhe sind die größten und besteingerichtetsten Bierhallen auf diese Weise entstanden.

Um die Wirte als Kundschaft zu erlangen, überboten sich die Brauereien einander an Entgegenkommen diesen gegenüber, und es konnte nicht ausbleiben, daß die Wirte sich dies zu Nutze machten und den größtmöglichsten Druck auf ihre Lieferanten ausübten.

Die Brauereien suchen ihren Zweck zu erreichen, indem sie versprechen, billiger zu liefern als der Konkurrent. Daß dies nur bis zu einer gewissen Grenze möglich ist und bevor diese erreicht wird, die Brauereien sich selbst schaden und die eine oder andere mit Verlust arbeiten muß, liegt auf der Hand.

Wie man nun in der Preisfrage den Konkurrenten unterbietet, so sucht man ihn zu überbieten in dem Entgegenkommen, das man dem Wirt in jeder Hinsicht erzeigt. Am gefährlichsten, namentlich für weniger kapitalkräftige Brauereien, sind die ver-

BLB BADISCHE LANDESBIBLIOTHEK Baden-Württemberg

schiedenen Arten von Darlehen. Braucht ein Wirt Geld, so wendet er sich an seine Brauerei, die ihm dasselbe auch bereitwilligst gibt, da es ja sonst eine andere tun und sie des Kunden verlustig gehen würde. Der Zinsfuß ist ein sehr niedriger, es gehört auch nicht zu den Seltenheiten, daß gar keine Zinsen bezahlt werden. Man kann sagen, daß in Deutschland eine Brauerei nur dann bestehen kann, wenn sie auch zugleich Bankier ist, aber ein solcher, der immer nur da eintritt, wo der sorgfältige Kaufmann seine Mitwirkung in finanzieller Hinsicht ablehnt. Es ist fast eine Seltenheit, wenn eine Brauerei eine Hypothek an zweiter Stelle bekommt, zumeist muß sie an dritter oder späterer Stelle sich eintragen lassen. Sie muß also das gesamte Risiko des ungedeckten Kredits übernehmen, um sich einen zumeist verhältnismäßig geringen Bierabsatz zu sichern.

Ist eine Wirtschaft zu verkaufen, so wendet sich häufig der mittellose Wirt an eine Brauerei, um sich das Geld zum Ankaufe zu verschaffen und es wird sich stets eine finden, die das nötige Kapital vorschießt. Dadurch werden natürlich die Leute dazu angereizt, Wirtschaften zu kaufen, und dies ist auch mit ein Grund, weshalb das Wirtematerial vielfach ein so minderwertiges ist. Wer garnichts mehr anzufangen weiß, um sich durchzuschlagen, der kauft auf diese bequeme Weise eine Wirtschaft und versucht damit sein Glück.

Sprichwort: „Wer nichts wird, wird Wirt"

Eine Wirtschaft zu eröffnen, war schon früher immer der letzte Ausweg für alle diejenigen, die sonst im Leben nichts Rechtes anzufangen wußten. In Karlsruhe beklagt sich schon 1812 der Stadtrat über die vielen Gesuche um Erlaubnis zum Schankbetrieb. Die meisten derartigen Bittschriften werden damit begründet, daß das bisherige Gewerbe die Petenten nicht mehr ernähre. Die Behörde erkennt oft den wahren Sachverhalt und gibt meist abschlägigen Bescheid, was zur Folge hat, daß die Abgewiesenen sich bis ans Ministerium oder an den Großherzog wenden. Der Stadtrat schreibt einmal: Dieser Hang zum Wirtschaften, der sich in Karlsruhe so ganz auffallend zeige, erregt bei den meisten, die sich darum bewerben, Ekel gegen andere Beschäftigung und daher erzeugt sich der von ihnen angeführt werdende Grund, daß ihre ursprüngliche Profession sie nicht genug ernähre — ein Grund, der schon wegen seiner Quelle keine Berücksichtigung verdient. — In einem anderen Fall findet

BLB BADISCHE LANDESBIBLIOTHEK Baden-Württemberg

die Polizei, daß der Petent, der eine herzzerreißende Erzählung von dem Elend gibt, in dem er sich mit Weib und Kind befindet, von ungewöhnlicher Körperstärke ist und z. B. das Küferhandwerk sehr fein treiben könne, daß er aber nur zu faul zur Arbeit sei und auf diese Weise sein Nichtstun bequem weiter treiben wolle.

Gelingt es dem Käufer einer Wirtschaft, einen großen Umsatz zu erzielen, so beginnt ein förmliches Wettrennen der Brauereien, um diesen Kunden zu noch weit günstigeren Bedingungen für sich zu gewinnen, oder der betreffende Wirt sucht und findet auch regelmäßig einen Kollegen oder eine andere Brauerei, die ihm das Haus gegen unverhältnismäßig hohen Gewinn abkauft. Geht aber die neue Wirtschaft nicht, so ist die natürliche Folge, daß der Käufer des Hauses die Zinsen nicht mehr aufbringen kann und in Vermögensverfall gerät. Wird er von der Brauerei gemahnt, seinen Verpflichtungen nachzukommen, »gedrückt«, wie der fachmännische Ausdruck lautet, dann droht er, sich an eine Brauerei wenden zu wollen, die ihm das nötige Kapital gibt. Da die Brauerei ihren Absatz nicht verringern will, entschließt sie sich noch zu warten; aber der Wirt zahlt nicht, die Schuld wird größer, der Kunde bezieht weiter Bier und bezahlt vielleicht nicht einmal seine laufenden Rechnungen. Fürchtet nun die Brauerei doch um das Geld, so klagt sie den Kunden ein mit der Gewißheit, ihn zu verlieren. Im günstigsten Fall löst nun eine andere Brauerei die frühere Lieferantin ab und letztere erleidet außer der Einbuße des Absatzes keinen Schaden. Oft kommt aber die Brauerei nicht so glimpflich davon, sondern der Wirt leistet ruhig den Offenbarungseid, bezieht sein Bier von einer anderen Brauerei, und die erstere hat Kunden, Geld und Bier verloren. Man könnte nun sagen: wenn ein Kaufmann so unsichere Geschäfte abschließt, hat er sich solche Verluste selbst zuzuschreiben und er verdient nichts besseres; aber will er nicht seinen Absatz vermindern und daran zugrunde gehen, so ist er durch die Konkurrenz zu so unsoliden Geschäften gezwungen, die der minder Kapitalkräftige auf die Dauer nicht aushalten kann.

Es ist nicht verwunderlich, daß beim Verkauf der Wirtschaften Preise erzielt werden, die weit über deren wahren Wert hinausgehen. Hierzu trägt auch der Umstand bei, daß die Brauereien Darlehen, die sie den Wirten geben möglichst immer als

BLB BADISCHE LANDESBIBLIOTHEK Baden-Württemberg

Hypothek auf das Haus eintragen lassen, selbst wenn dieses schon bis zum vollen Werte belastet ist. Es geschieht dies, damit die Brauerei bei etwa eintretender Versteigerung einigermaßen gedeckt ist. Nehmen wir an, auf einem Anwesen stehen 80000 M. Hypotheken, die Brauerei gibt noch 20000 M. und läßt sie eintragen. Wird das Haus versteigert, so muß die Brauerei unbedingt bis 100000 M. mitgehen, wenn sie nicht 20000 M. oder einen Bruchteil davon verlieren will. Will sie nicht weiter bieten und eine andere Brauerei bietet auch diesen Preis, so kann sie kündigen und bekommt ihr Geld zurück. Will sie es behalten, so kann sie nach freiem Ermessen über 100000 M. hinausgehen und erhält das Haus. Ohne eingetragen zu sein, würde sie aber beim Bankerott des Wirtes das geliehene Kapital verlieren. Nach dem Hypothekengesetz wachsen die Hypothekenzinsen innerhalb zweier Jahre dem Kapital an. Kann ein Wirt die Hypothek nicht zahlen und eine Hypothekenbank, welche die erste Hypothek hat, wartet 2 Jahre zu, so kann sie die Zinsen gleich hinter der ersten Hypothek eintragen lassen und die anderen Hypotheken rücken nach. Beträgt z. B. die erste und zweite Hypothek 80000 M., so sind das in 2 Jahren zu 4% 6400 M. und auch diese müßten dann von der erwerbenden Brauerei mitbezahlt oder verzinst werden.

Dieses Vorgehen der Brauereien führte dazu, daß sie nach und nach immer mehr Häuser in die Hand bekamen. Die Rentabilität derselben ist keineswegs eine günstige. Bei einer »gut rentierenden« Wirtschaft einer Karlsruher Brauerei ergibt sich folgendes Bild: Der Kaufpreis der Wirtschaft beträgt 57000 M

Ausgaben.

1% Abschreibungen	600 M.	
Reparaturen, Wasserzins, Grund- und Häusersteuer, Abfuhr usw.	925 »	
4% Verzinsung	2280 »	3805 M.

Einnahmen.

Durch Bieraufschlag (3 M. pro Hektoliter)	1595 M.	
Miete	1650 »	3245 M.
Verlust		560 M.

Da 531 hl verschenkt werden, so kommt auf 1 hl ein Verlust von zirka 1 M. Statt des ortsüblichen Preises von 18 M. erzielt die Brauerei nur 17 M.

Ein zweites Beispiel ergibt ein noch ungünstigeres Bild.

Ankaufspreis	115 000 M.
Preis des zu übernehmenden Inventars	5 000 »
	120 000 M.

Ausgaben.

1 % Abschreibungen auf das Haus . . .	1 150 M.	
15 % Abschreibungen auf 5000 M. Inventar	750 »	
Reparaturen usw.	1 530 »	
4 % Verzinsung	4 800 »	8 230 M.

Einnahmen.

Überpreis von 3.50 M. auf ca. 515 hl . .	1 804 M.	
Eingang durch Miete	3 660 »	5 460 M.
Jährlicher Verlust		2 770 M.

Der Verlust verteilt sich auf 515 hl. Die Brauerei hat einen Mindererlös von zirka 5.25 M. pro Hektoliter, erzielt also statt 18 M. nur 12.75 M. Nimmt man den Herstellungspreis zu 14 M. an, so ergibt sich ein Verlust von zirka 1.25 M. pro Hektoliter.

Als Grund dafür, daß solche Geschäfte eingegangen werden, bei denen ein offenbarer Verlust zu verzeichnen ist, wird angeführt, daß z. B. eine Brauerei dadurch in Stadtteile eingeführt wird, wo sie vorher nicht vertreten war. Das habe zur Folge, daß dadurch neue Flaschenbierhändler als Kunden erworben würden, und Privatkunden das in der Wirtschaft gewohnte Bier dann auch zu Hause trinken möchten. So vergrößert sich der Absatz und der Verlust ist wieder aufgehoben. Eine genaue Kalkulation, in wieweit durch gesteigerten Absatz solche Verluste aufgehoben werden, ist allerdings nicht leicht und in den seltensten Fällen wird wohl auch nur ein Versuch hierzu gemacht. Sicher ist, daß die Brauereien in der Hergabe von Kapital zu Kundschaftserwerb teilweise ziemlich leichtsinnig vorgegangen sind, und größere Verluste hierbei gar keine Seltenheiten waren.

BLB BADISCHE LANDESBIBLIOTHEK Baden-Württemberg

Genaue Angaben über die Zahl der eigenen Häuser können hier nicht gegeben werden. Da aber in dieser Hinsicht keine allzugroßen Unterschiede zwischen den einzelnen Brauereien bestehen, so ergibt sich ein ungefähres Bild aus der Tatsache, daß eine Karlsruher Brauerei 40 eigene Häuser besitzt, eine andere ein Drittel ihres gesamten Ausstoßes an eigene Häuser abgibt.

Ist nun auch diese ungesunde Darlehens- und Kreditwirtschaft der schlimmste Auswuchs des Konkurrenzkampfes, so ist sie doch nicht der einzige, und namentlich die ungemeine Verwöhnung der Kundschaft steht ihr ebenbürtig zur Seite. Benötigt ein Wirt, besonders bei Beginn seiner Wirtschaft, Mobiliar oder sonstige Gegenstände für Wirtschafts- oder Hausgebrauch, so wendet er sich an die Brauerei, die ihm alles zur Verfügung stellt oder anschafft. Von einer Bezahlung oder nur Entschädigung ist in den meisten Fällen keine Rede, im Gegenteil, die Brauerei ist froh, daß der Wirt ihr einigermaßen verpflichtet ist und nicht so ohne weiteres »abspringen« kann. Gar mannigfach sind ferner die Anforderungen, welche die Wirte an die Brauerei stellen in Form aller möglichen Nebenleistungen. Bei Festlichkeiten werden Arbeitskräfte verlangt, die beim Bierausschenken und sonstigen Arbeiten helfen; zum Pflügen des Ackers muß die Brauerei oft wochenlang Pferde leihen oder diese Arbeiten gar selbst vornehmen lassen. Zu Weihnachten und anderen Gelegenheiten werden Geschenke verlangt und gegeben; wenn es der Kunde wünscht muß ihm die Brauerei ihren Wagen zu Spazierfahrten zur Verfügung stellen; außerdem wird ein häufiger Besuch verlangt und auf größere Zechen gesehen. Der Vertreter der Brauerei ist nicht mehr der Vermittler zwischen Lieferant und Abnehmer, um den Geldverkehr zwischen denselben zu erleichtern oder Aufträge oder sonstige Wünsche entgegenzunehmen, sondern er wird lediglich vom Wirt und dessen Gästen, die sich zur bestimmten Zeit einfinden, als unversiegbare Bierquelle betrachtet. Nicht selten wird auf diese Weise ein erheblicher Teil des Jahresverdienstes geopfert. Daß Trebern und Eis dem Kunden unentgeltlich zugeführt werden, wird als selbstverständlich angenommen. Das Eis wird aber nicht nur zur Kühlung des von der Brauerei gelieferten Bieres verwandt, sondern dient zur Kühlung all der übrigen Verkaufsartikel, die eine Wirtschaft führt; daneben erhält auch die Straßenkundschaft von dem ge-

BLB BADISCHE LANDESBIBLIOTHEK Baden-Württemberg

fälligen Wirt Eis auf Kosten der Brauerei. Bei den Flaschenbierhändlern ist der Eisunfug nicht minder verbreitet; in den vielen kleinen Viktualiengeschäften werden die zum Verkauf gelangenden Lebensmittel mit dem reichlich gratis gelieferten Eis der Brauerei gekühlt.

Eine andere Form des Kundenerwerbs ist die Pachtung von Wirtschaften. In diesem Fall muß die Brauerei selbst wieder einen Pächter einsetzen; dieser zahlt entweder einen bestimmten Betrag als Pacht oder er ist auf Bierpacht eingesetzt, d. h. er zahlt für jeden Hektoliter, den er bezieht, so viel über den gewöhnlichen Preis, als erforderlich ist, um der Brauerei bei einem Durchschnittsabsatz der betreffenden Wirtschaft eine angemessene Pachtsumme einzubringen. Diese Pächter nennt man in Karlsruhe Zäpfler. Bei der Höhe der Pacht kommt es, abgesehen von sonstigen örtlichen Verhältnissen, wie Lage und Größe der Wirtschaft, auch darauf an, ob Wein und Branntwein in derselben verschenkt werden darf. Beteiligen sich die Brauereien selbst an Pachtungen, so werden die Pachtsummen so gesteigert, daß das betreffende Geschäft unrentabel wird. Diese weitere Blüte des Konkurrenzkampfes ist jetzt wenig mehr zu finden, weil die Brauereien, durch Erfahrungen gewitzigt, von der Selbstpachtung meist absehen. Pacht und Zapf sind auch kombiniert zu finden; in diesem Fall zahlt der Wirt eine kleinere Pachtsumme und einen Aufschlag pro Hektoliter verkauften Bieres.

Daß der Brauer, wie in früheren Zeiten, zugleich auch Wirt ist, finden wir in Karlsruhe nur noch in einem Fall und zwar produziert hier der Brauer ausschließlich für die eigene Wirtschaft.

3. Die Technik des Absatzes.

Direkter Absatz.

In der Stadt und deren näheren Umgebung erfolgt die Versorgung der Kundschaft durch die Brauerei direkt. Das Bier wird den Abnehmern durch Kutscher zugeführt, die möglichst immer dieselbe Kundschaft zu versorgen haben, um die speziellen Wünsche der einzelnen Wirte in bezug auf Größe und Art der Fässer, Zeit und Menge der Lieferung kennen zu lernen.

BLB BADISCHE LANDESBIBLIOTHEK Baden-Württemberg