vinetur

Südafrikanische Forscher schlagen dreistufige Biersteuer vor: Konsum reinen Alkohols aus Bier könnte um 14,3 % sinken

Das Modell empfiehlt der National Treasury, Bier bei 3,5 % und 4,5 % ABV unterschiedlich zu besteuern – unter der Annahme, dass Brauereien ihre Produkte anpassen

Freitag, 20. November 2026



Eine Gruppe südafrikanischer Forscher hat eine dreistufige Biersteuer vorgeschlagen, die den Konsum reinen Alkohols aus Bier ihrer Schätzung zufolge um 14,3 % senken könnte, indem sie Brauereien zu Produkten mit geringerem Alkoholgehalt bewegt.

Der Vorschlag wurde in einer am Donnerstag, dem 19. November, von Polity veröffentlichten Analyse mit dem Titel „Wie Änderungen bei der Bierbesteuerung Leben retten könnten“ vorgestellt. Polity zufolge gibt der Artikel Arbeiten von Forschern wieder, die der Research Unit on the Economics of Excisable Products (REEP) an der University of Cape Town angehören. Der Vorschlag richtet sich an die südafrikanische National Treasury, die für Haushalts- und Steuerpolitik zuständig ist.

Die Forscher beschreiben keine bereits beschlossene Steueränderung. Sie modellieren vielmehr, wie eine andere Verbrauchsteuerstruktur den Alkoholgehalt des in Südafrika verkauften Biers verändern könnte, sofern die Hersteller vollständig auf die steuerlichen Anreize reagieren und ihre Produkte entsprechend anpassen.

Diese Unterscheidung ist wichtig. Die geschätzte Verringerung um 14,3 % bezieht sich auf den Konsum reinen Alkohols aus Bier und nicht auf einen entsprechenden Rückgang des insgesamt verkauften Biervolumens. Eine Brauerei könnte beispielsweise ähnliche Mengen verkaufen und zugleich den Alkoholgehalt einiger Marken senken, damit diese in eine niedrigere Steuerstufe fallen.

Im dreistufigen Modell würde Bier nach seinem Alkoholgehalt, angegeben als Alkohol nach Volumen (ABV), besteuert. Die im Vorschlag genannten Schwellen liegen bei 3,5 % und 4,5 %; die breitere analytische Spanne beginnt bei 0,5 % ABV. Die Ausgestaltung soll einen deutlicheren finanziellen Anreiz schaffen, alkoholärmeres Bier herzustellen und zu vermarkten.

Laut Analyse könnte eine solche Struktur mehr beeinflussen als nur die Steuereinnahmen. Sie könnte sich auf Rezepturen, Produktportfolios, Verpackungen, Preise und die Marktpositionierung von Bier auswirken. Wechselt eine Marke von knapp oberhalb einer Schwelle knapp darunter, könnte sich ihre Steuerbelastung ändern. Das gäbe Herstellern einen Anreiz, den Alkoholgehalt in kleinen, aber wirtschaftlich bedeutsamen Schritten zu senken.

Die Forscher modellierten außerdem ein vierstufiges System. In dieser Variante steigt die geschätzte Verringerung des Konsums reinen Alkohols aus Bier auf 15,7 %. Der modellierte Effekt des vierstufigen Ansatzes wäre damit größer als beim dreistufigen, allerdings nur um 1,4 Prozentpunkte. In der Simulation fällt der dreistufige Vorschlag somit etwas weniger weitreichend aus, zeigt aber weiterhin einen deutlichen Rückgang des Alkoholkonsums durch Bier.

Die Veröffentlichung vom 19. November enthielt keine neuen Daten zu Bierverkäufen. Sie fasste Ergebnisse früherer Untersuchungen zusammen und bezog eine im August 2026 veröffentlichte methodische Ergänzung ein. Die Zahlen sind als simulierte Ergebnisse eines politischen Modells zu verstehen, nicht als neuer statistischer Bericht über Veränderungen im Verbraucherverhalten, bei der Bierproduktion oder bei der monatlichen Marktentwicklung.

Das begrenzt, welche Schlussfolgerungen sich aus den Zahlen ziehen lassen. Die Untersuchung nennt keine absoluten Veränderungen bei den verkauften Litern Bier. Auch Vergleiche von Monat zu Monat oder zum Vorjahr enthält sie nicht. Das in dem Artikel vom 19. November angeführte Material enthält keine finanziellen Schätzungen, sondern lediglich prozentuale Veränderungen beim Alkoholkonsum und beim Alkoholgehalt.

Der Vorschlag stammt aus einem Forschungsbereich, der sogenannte verbrauchsteuerpflichtige Produkte wie Alkohol, Tabak und zuckerhaltige Getränke untersucht. Regierungen nutzen die Steuerpolitik in diesem Bereich häufig nicht nur zur Einnahmenerzielung, sondern auch, um Verhalten zu beeinflussen. Hier geht es darum, ob das Steuersystem den Biermarkt von Produkten mit höherem Alkoholgehalt weglenken kann, ohne sich allein auf eine allgemeine Erhöhung der Steuersätze zu stützen.

Eine Besteuerung, die sich genauer am Alkoholgehalt orientiert, würde anders funktionieren als ein pauschales System, das eine breite Palette von Bieren weitgehend gleich behandelt. Theoretisch steigt der Druck auf die Hersteller, den ABV-Gehalt zu senken, sofern Verbraucher das Produkt weiterhin akzeptieren, je genauer die Steuer an den Alkoholgehalt gekoppelt ist. Das könnte bedeuten, bestehende Biere neu zu

formulieren, neue alkoholärmere Varianten einzuführen oder den Marketingmix zugunsten von Produkten in niedrigeren Steuerstufen zu verändern.

Laut Analyse ist die Ausgestaltung der Steuer wichtig, weil sie Anreize entlang der gesamten Lieferkette verändern kann. Brauereien orientieren sich an den erwarteten Margen. Händler reagieren auf Preise und Nachfrage. Verbraucher richten sich danach, welche Produkte verfügbar sind und wie sie vermarktet werden. Ein Stufensystem soll alle drei beeinflussen, indem es Bier mit geringerem Alkoholgehalt relativ attraktiver macht.

Gleichzeitig beruht die Modellierung auf einer starken Annahme. Die von REEP beschriebenen Szenarien setzen voraus, dass die Hersteller ihre Produkte als Reaktion auf den steuerlichen Anreiz vollständig neu formulieren. Die Ergebnisse in der Praxis könnten anders ausfallen, wenn Unternehmen ihre Rezepturen nicht ändern, Verbraucher alkoholärmere Varianten beliebter Marken ablehnen oder der Wettbewerb dazu führt, dass Unternehmen einen Teil der Steueränderung auffangen, statt ihre Produkte neu zu gestalten.

Aufgrund dieser Einschränkungen sollte der Vorschlag als politische Option und nicht als Prognose verstanden werden. Er zeigt auf, was unter bestimmten Annahmen geschehen könnte, nicht, was auf dem südafrikanischen Biermarkt tatsächlich eintreten wird.

Dennoch bietet die Untersuchung der National Treasury einen konkreten Rahmen für die Prüfung, wie die Verbrauchsteuerpolitik die öffentliche Gesundheit beeinflussen kann. Die zentrale Aussage des Modells lautet, dass nicht nur die Gesamthöhe, sondern auch die Struktur der Biersteuer beeinflussen kann, wie viel Alkohol Verbraucher letztlich trinken.

Für Brauereien könnte die Steuerpolitik damit zu einer Frage der Produktentwicklung werden. Für politische Entscheidungsträger macht die Analyse deutlich, dass die Ausgestaltung der Verbrauchsteuer über die Einnahmenerzielung hinaus als Instrument dienen kann. Und für den Markt zeigt sie, dass selbst kleine ABV-Schwellen wie 3,5 % und 4,5 % geschäftliche Entscheidungen beeinflussen können, wenn sie mit spürbaren Steuerunterschieden verbunden sind.