

Bier hat immer Saison: „Jetzt beginnt die Fastenzeit, und die Mönche haben schon immer zu schätzen gewusst, dass sie mit regelmäßigem Biergenuss bis Ostersonntag ganz gut bei Kräften bleiben können“, eröffnet Brauereiverbandsobmann Sigi Menz die Jahrespressekonzferenz der Branche. Die hat ein gutes Jahr hinter sich: Der gesamte Bierausstoß der österreichischen Brauereien erhöhte sich um 1,5% auf 9,8 Mio. hl.

Der damit korrespondierende Erlös dürfte sich auf 1,4 Mrd. € belaufen, wiewohl diese Zahl nicht mehr vom Verband kolportiert wird. Da der Aktionsanteil



© Katharina Schilli

zen weiß. „Die Gastronomie ist ein unverzichtbarer Partner für das Bierland Österreich und ein wichtiger Träger der heimischen Bier-Genusskultur“, ist Kaufmann-Kerschbaum überzeugt. Die Entwicklung der letzten Jahre war allerdings mehr zugunsten des Lebensmittelhandels, das Verhältnis aktuell dürfte etwa bei 70 (LEH) zu 30 liegen. Nicht zuletzt ist für diese Entwicklung der zunehmende Verzicht auf das gepflegte Bier beim Essen verantwortlich – alsdann ein Bereich, wo es wieder Potenziale zu schöpfen gilt.

Schaumkrone fürs Märzenbier

Was die Sorten betrifft, ist das Märzenbier (Lagerbier) das Bier der Österreicher: 5,5 Mio. hl oder 65% entfallen darauf. Am anderen Ende der Bierskala stehen die alkoholfreien und leichten Biere mit einem überschaubaren Marktanteil von drei Prozent. Craftbeer, oder Kreativbier (Kategoriebezeichnung des Verbandes) bringt es sogar nur auf ein Prozent Umsatzanteil. Dennoch handelt es sich dabei um ein sehr lebendiges Prozent, das dafür sorgt, dass die Branche interessant bleibt.

Aus der Gebinde-Perspektive wird das meiste Bier in Halbliter-Glasflaschen verkauft (44% bzw. 3,8 Mio. hl). Der Mehrweganteil betrug im vergangenen Jahr 64% insgesamt und 68% im Inland.

„

Das Bierland Österreich wächst zunehmend – nicht nur in Hinblick auf Brauereianzahl und Ausstoß, sondern auch bezüglich Anerkennung und Beliebtheit.

Jutta Kaufmann-Kerschbaum
Brauereiverband

“

der besonders freudigen Biertrinker geblieben sein.

Was trinken Einwanderer?

Die Einschränkung bzw. Unschärfe bei dieser Annahme: Österreich weist ein solides Bevölkerungswachstum auf – und die Trinkgewohnheiten der Zuwanderer sind noch nicht bis zur Neige erforscht. Dafür weiß der Brauereiverband um die Trinkgewohnheiten seiner Stammklientel umso besser Bescheid. „Das Bierland Österreich wächst zunehmend – nicht nur in Hinblick auf die Brauereianzahl und den Gesamtausstoß, sondern auch bezüglich Anerkennung

Exporting Heimische Bierexporte legten 2018 um 11,2% oder gut 127.000 hl zu; im Inland wurde mit rund 8,6 Mio. hl ein kleines Plus von 0,2 Prozent (20.000 hl) erzielt.

und Beliebtheit“, erläutert Brauereiverbands-Geschäftsführerin Jutta Kaufmann-Kerschbaum und nimmt damit Bezug auf eine aktuelle Umfrage, die der Verband in Auftrag gegeben hat. Dieser zufolge bejahen 52% von 1.211 repräsentativ Befragten, dass Österreich auf jeden Fall ein Bierland ist. Zum Vergleich: Vor drei Jahren waren es „nur“ 32%.

Frauen trinken Bier

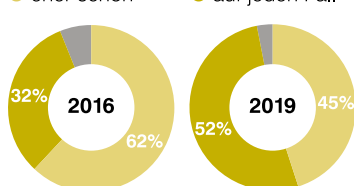
Was in den letzten Jahrzehnten eine rechte Sisypus-Arbeit war – das Bier bei Frauen an den Mann zu bringen –, hat sich heute fast schon zum Selbstläufer entwickelt: Frauen, vor allem jung an Jahren, greifen deutlich öfter zum Bier als noch vor zehn Jahren – vor allem in der Gastronomie, wo Bier zusehends auf ein aufgeschlossenes, junges Publikum trifft, das auch eine gediegene Bierkarte zu schät-

Bierland Österreich

Die Beliebtheit steigt

„Österreich ist ein Bierland“, sagen:

● eher schon ● auf jeden Fall



Quelle: market institut/B1683 Bierland

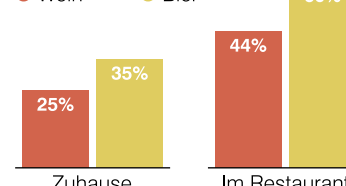
beim Bier im LEH zwar hoch (geschätzt: 60%), aber auch nicht steigend ist, herrschen mithin stabile Bier-Verhältnisse. Menz nennt das eine „Konsolidierung auf hohem Niveau“. Auf den Pro-Kopf-Konsum trifft das jedenfalls zu: Der ist bei 106 l pro Jahr und Kopf unverändert hoch. Österreich dürfte damit nach wie vor hinter Tschechien und noch vor Deutschland ein Land

Bier vs. Wein

Bier beliebter als Wein

Bevorzugtes alkoholisches Getränk:

● Wein ● Bier



Quelle: market institut/B1683 Bierland