

Bierausstoß sank 2025 auf 9,25 Mio. Hektoliter



Copyright: Verband der Brauereien Österreichs

APPELL AN DIE REGIERUNG

Diese Entwicklung spiegelt strukturelle Veränderungen im Konsumverhalten und im Marktumfeld wider: Demografische Verschiebungen, ein verändertes Genussverhalten sowie eine gedämpfte wirtschaftliche Grundstimmung lassen die Sparquote steigen und die Ausgaben für Konsumgüter sinken. Positiv bemerkbar macht sich die steigende Nachfrage nach alkoholfreien Bieren. Die Konsolidierung im Absatz ist dabei kein österreichisches Phänomen: In ganz Europa sowie über alle Getränke-segmente hinweg mussten Produzenten 2025 teils deutliche Absatzverluste hinnehmen. KARL SCHWARZ, Obmann des Verbandes der Brauereien Österreichs, appelliert an die Politik „rasch die richtigen Entscheidungen zu treffen, die Inflation langfristig und dauerhaft zu senken und damit Zuversicht zu vermitteln.“ Zuversicht sei – so Schwarz – „der Konsummotor schlechthin“. Positiv zu bemerken sei die gestiegene Eigenversorgung mit heimischen Brau-Zutaten Hopfen und Gerste – nicht zuletzt aufgrund der guten Ernteergebnisse 2025.

FORTSETZUNG DES NEGATIVEN TRENDS

2025 war für die heimische Brauwirtschaft erneut ein forderndes Jahr. Anhaltend hoher Kostendruck durch Energiepreise und Lohnabschlüsse, veränderte Absatzmärkte sowie eine markante Konsumzurückhaltung prägten die Entwicklung. Die Bierproduktion war daher rückläufig - die Branche sieht darin weniger eine kurzfristige Schwäche als vielmehr die Fortsetzung eines strukturellen Wandels: Bierausstoß und Pro-Kopf-Konsum bewegen sich in Österreich weiterhin auf hohem Niveau, haben ihren Zenit jedoch bereits überschritten. „Mengenwachstum sei nicht mehr zu erwarten“, so der Verband der Brauereien. Im Vorjahr wurde von heimischen Brauereien 8,7 Mio. Hektoliter Bier (exkl. AF-Biere) produziert, davon gingen mehr als 1,12 Mio. Hektoliter in den Export. Das Minus im Bier-Inlands-Ausstoß belief sich auf 6,5 Prozent, im Export auf 10,8 Prozent. Der deutliche Rückgang im Export ist weniger auf eine schwächere Nachfrage nach heimischen Bieren im Ausland zurückzuführen, sondern eher auf Produktionsverlagerungen in länderübergreifenden Unternehmensstrukturen.

AF LEGT ZU, CHANCE FÜR DIE BRANCHE

Daneben kommt es zu Verschiebungen innerhalb der Produktpalette: Alkoholfreie Biere gewinnen weiter an Bedeutung, können allerdings den Rückgang klassischer Bier-Sorten nicht abfedern. Auch wenn AF-Biere derzeit noch einen vergleichsweise kleinen Anteil von rund 3,8 Prozent am Inlands-Ausstoß ausmachen, eröffnen sie neue Möglichkeiten für die Branche. Die österreichischen Brauer sehen darin die Chance, ihr Angebot weiterzuentwickeln und die starke heimische Bierkultur in eine neue Ära zu führen. „Aktuell ist eines von 25 in Österreich produzierten Bieren alkoholfrei“, ordnet FLORIAN BERGER, Geschäftsführer des Brauereiverbandes ein. Mit Blick nach vorne zeigt sich die Branche verhalten zuversichtlich. Eine wirtschaftliche Erholung und mehr Planungssicherheit würden auch dem privaten Konsum wieder Impulse geben. Entscheidend sind stabile Rahmenbedingungen und eine Politik, die Vertrauen und Zuversicht stärkt.

GASTRONOMIE RÜCKLÄUFIG

Der seit mehreren Jahren anhaltende Produktionsrückgang bei dem für die Gastronomie besonders wichtigen Fass- und Tankbier setzte sich fort und lag 2025 bei vier Prozent; in Krügerl umgerechnet sind das 12 Millionen, die nicht getrunken wurden. Dieser Rückgang sei „multifaktoriell“ und schmerze ob der höheren Deckungsbeiträge die Branche: Teuerungsbedingt werde weniger konsumiert und unter den „klassischen Genussstätten für Bier“ wie Wirtshäusern grassiert eine Schließungswelle. Obmann Karl Schwarz spricht von mehreren Hundert Betrieben die in den vergangenen Jahren vom Markt verschwunden sind – mit klar spürbaren Auswirkungen auf die Brauproduktion. Gerade in wirtschaftlich und gesellschaftlich unsicheren Zeiten gewinnen Genussmomente an Bedeutung: Rund 90 Prozent stimmen der Aussage

zu, dass es guttut, sich bewusst kleine Genussmomente zu gönnen. Und drei Viertel (76,8 Prozent) würden rückblickend lieber auf viele schöne Erlebnisse und Erinnerungen als auf ein höheres Sparguthaben blicken. Die Ergebnisse unterstreichen: Gastronomie ist nicht nur ein Wirtschaftsfaktor, sondern ein sozialer Resonanzraum – Ausgehen stiftet Lebensqualität.

STRUKTURWANDEL UND KONSUMZURÜCKHALTUNG

Getragen wird die aktuelle Marktentwicklung maßgeblich von einer Konsumzurückhaltung, die „quasi alle Lebensmittelproduzenten betrifft.“ Trotz nominell steigender Einkommen wird vor allem in der Gastronomie weniger ausgegeben. Laut einer repräsentativen Marktforschung von marketagent.com im Auftrag des Brauereiverbandes zeigt sich spürbare Zurückhaltung beim Ausgehen: Mehr als die Hälfte (55,3 Prozent) der Befragten geht derzeit seltener aus als früher. Hauptgründe sind ein bewussteres Planen der Ausgaben (31 Prozent), veränderte Prioritäten (31 Prozent) und fehlende Zeit (27,6 Prozent). Zwei Drittel verzichten zumindest gelegentlich aufs Ausgehen, obwohl sie Lust darauf hätten – ein Viertel sogar häufig.

100 MIO. BIERDOSEN WENIGER ALS 2024

Zusätzliche Verwerfungen für die ohnehin unter Druck stehende Branche brachte 2025 die Einführung des Einweg-Pfandes auf Getränkedosen. Der Dosenbierabsatz ist „regelrecht implodiert“: Ein Produktionsrückgang von 503.000 Hektolitern entspricht rund 100 Millionen Bierdosen weniger als im Vorjahr. Anders ausgedrückt: Pro Kalendertag wurden 274.000 Dosen weniger gefüllt. Insgesamt sank die Dosenbierproduktion im Inland um 23 Prozent. Eine Kompensation durch andere Einweggebinde (z.B. Einweg-Glasflaschen) blieb aus. Hingegen konnten sich die Produktionszahlen von Mehrweggebinden mit einem Plus von 0,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr behaupten.

Die Ursachen des Rückgangs sind multifaktoriell und werden derzeit analysiert. Erklärungsansätze reichen von einer temporären Verlagerung der Nachfrage in grenznahe Auslandsmärkte bis hin zu kurzfristigen Veränderungen im Kaufverhalten. Klar ist für Karl Schwarz jedoch: „Die heimische Brauwirtschaft ist von der Einführung des Einweg-Pfandes aufgrund des traditionell hohen Dosenbieranteils, speziell im bevölkerungsreichen Osten des Landes, überproportional stark betroffen“. Dosenbier ist innerhalb des Gebindemixes eine wichtige Verpackungsform. „Dennoch werden wir nach dem ersten Jahr des Einwegpfandes keinen Stab darüber brechen“, so Schwarz weiter.

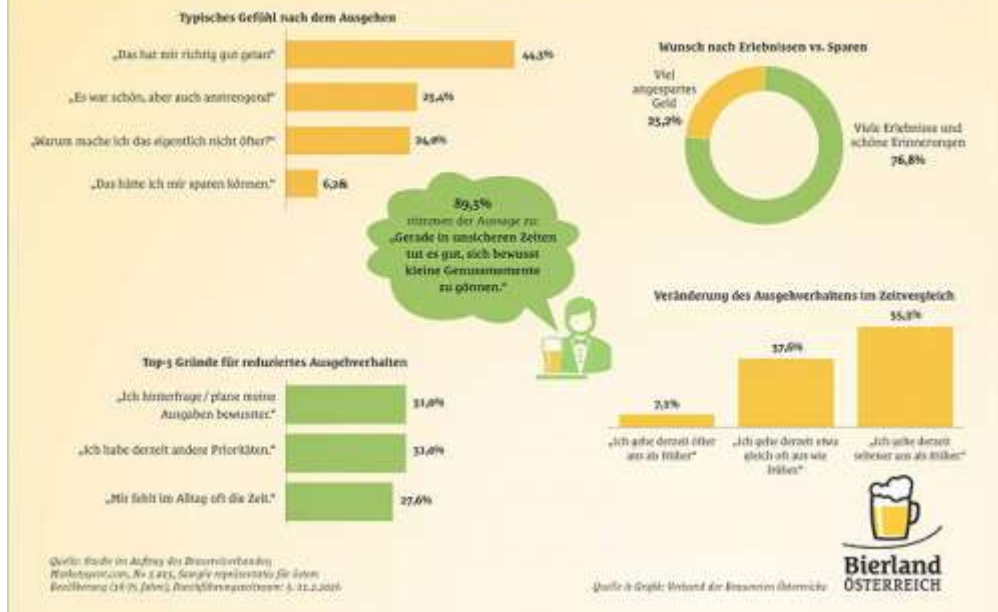
Die Brauer gehen davon aus, dass sich auch die Dosenbierabsätze wieder erholen, sobald sich das Einwegpfand-System vollständig etabliert hat und von Konsumentinnen und Konsumenten akzeptiert wurde. Bis Ende 2025 konnten vom Handel noch Dosen-Restbestände ohne Pfand abverkauft werden. Langfristig wird sich der Markt stabilisieren – zumal jedes Gebinde seine Berechtigung und spezifische Einsatzbereiche hat. „Wir gehen nicht davon aus, dass sich die Dose als Gebinde für Bier marginalisieren wird. Gerade bei Events oder überall dort, wo Bruchrisiko entscheidend ist, bleibt sie relevant“, betont Florian Berger, Geschäftsführer des Brauereiverbandes. „Uns als Branche ist es wichtig, für jeden Genussanlass weiterhin das passende Gebinde anbieten zu können“, so Berger. Recap: Pfanderhöhung auf 0,5 Mehrweg-Flaschen „erfüllt ihren Zweck“

Die Erhöhung des Mehrweg-Pfandes von 9 auf 20 Cent brutto pro Flasche verlief „reibungslos“ und habe den Bierbauern „einen niedrigen zweistelligen Millionenbetrag“ gekostet. Man gehe jedoch davon aus, dass sich die Kosten „binnen weniger Jahre“ amortisieren, da die Pfanderhöhung – wie beabsichtigt – dafür sorgt, dass die Flaschen wieder vermehrt dem Mehrweg-Kreislauf zugeführt werden.

(mst/kjz)

Brauereiverband (<https://bierland-oesterreich.at/verband-der-brauereien.html>)

Studie: Ausgehen stärkt Wohlbefinden und Zusammenhalt



Copyright: Verband der Brauereien Österreichs

Copyright: Life-style.at