

# Zurückhaltung macht innovativ

Die Bierbranche registriert einen Rückgang beim Ausstoß, die Bedingungen sind schwierig. Wie geht man damit um?

WIEN. 2023 war ein schwieriges Jahr, das von einer historisch hohen Inflation und einer Veränderung der Absatzmärkte sowie Konsumzurückhaltung geprägt war. Unter Berücksichtigung dieser Aspekte zieht der Verband der Brauereien ein positives Fazit. Aber wie schätzen die Brauereien die Sachlage ein?

„Bier ist nach wie vor eine der größten und beliebtesten Kategorien im Getränkebereich“, erklärt Ottakringer-Geschäftsführer Harald Mayer gegenüber medianet seine Sicht. „Seit einigen Jahren ist sie aber auch rückläufig. Das hat mehrere Gründe: ein intensiver Wettbewerb, eine herausfordernde



© PantherMedia.net/Wavebreakmedia (VAYMicro)

Gesundheitsbewusstsein die Nachfrage nach alkoholfreien und alkoholreduzierten Bieren gestiegen“, ergänzt Mayer. Das betrifft auch den Trend Bio, den man selbst ohnehin bedient. Bei Stiegl gibt es neben den Klassi-

„

*Die Umstellung auf Mehrweg-Verpackungen ist das Gebot der Stunde und der Schlüssel zu einem ökologischen und ökonomischen Wirtschaften.*

**Christian Pöpperl**  
Chefbraumeister  
Stiegl

“

„

*Wichtig ist uns, den Gästen einen Grund mehr zu geben, zum Wirten zu gehen. Die Gastro braucht Produkte, die es im LEH nicht gibt, die einen Unterschied machen.*

**Harald Mayer**  
Geschäftsführer  
Ottakringer

“

Wirtschaftslage und gestiegene Herstellungskosten.“ Den schrumpfenden Biermarkt registriert auch Stiegl-Chefbraumeister Christian Pöpperl. Die beiden Privatbrauereien setzen auf Offensive: Ottakringer etwa will „zeigen, wie Biervielfalt

geht“, man entwickle das Sortiment stets weiter, „wir bleiben am Puls der Zeit und hören niemals auf, dabei Spaß zu haben“. Stiegl freut sich wiederum auf die anstehende Europameisterschaft, denn „als langjähriger und treuer ÖFB-Partner können wir hier mit einer Sonderedition sowie einem breit angelegten Gewinnspiel und einem umfassenden Kommunikationspaket aus dem Vollen schöpfen“.

## Nachhaltigkeit im Fokus

Umweltfreundlichkeit ist dabei wichtig: „Die 0,33-Liter-Mehrweg-Poolflasche ist definitiv das Gebinde der Zukunft und eine große Chance für die gesamte Bierbranche“, sagt Pöpperl. Das Unternehmen selbst hat eine Mehrwegquote von 72,3%, liegt damit über dem Branchenschnitt und das wird mit der neuen 0,33 l-Pool-Mehrwegflasche wohl noch mehr werden. Stiegl hat 800.000 € in die Umrüstung gesteckt.

„Wir glauben, dass Mehrweg die Zukunft ist, und haben beschlossen, hier mehr zu investieren“, erklärt auch Ottakringer. Deshalb wurde parallel zur 1 ler-Kiste für die 0,5 l-Flasche auch eine 12 x 0,33 l-Mehrwegkiste für die neue Mehrwegflasche „Vichy“ mitentwickelt. Die Einführung ist für 2025 geplant.

## Die Entwicklungen

Entwicklungstendenzen beim Konsum lassen sich mehrere konstatieren: 2023 musste jeden zweiten Tag ein Wirtshaus seine Türen schließen, in Restaurants oder der Systemgastronomie wird weniger Bier getrunken. „Auch ist durch ein verstärktes

kern mit Alkohol ebenfalls eine breite Range an alkoholfreien Bieren und Biermischgetränken.

Um den Markt zu bedienen und auch der Gastronomie Argumente zu liefern, setzen die Brauereien auf Vielfalt. Mayer hält dazu fest: „Wichtig ist, den Menschen einen Grund mehr zu geben, zum Wirten zu gehen. Die Gastro braucht Produkte, die es im LEH nicht gibt.“ (gs)

## Gastronomie im Wandel

Anzahl der ...	2023	2022	2013
Gasthäuser, Lokale, Pubs ...	5.281	5.474	7.827
Restaurants	7.648	7.523	5.695

Quelle: Fachverband Gastronomie