

## **Biermarkt unter Druck: Absatz schrumpft trotz EM-Sommer**

- *Studie belegt: -11,1 % im Vergleich zum Vorjahr*
- *Pils ist mit einem Marktanteil von 39,5 % die beliebteste Biersorte*

**Frankfurt, 14. Oktober 2024\_ CGA by NIQ, ein weltweit führendes Daten- und Informationsunternehmen, analysiert regelmäßig Entwicklungen in der Gastronomie sowie der Food- & Beverage-Branche mit seiner „On Premise Measurement“-Lösung (OPM). Die aktuelle Auswertung identifiziert wichtige Trends in der deutschen Bierbranche - und zeigt, was Hersteller und Handel tun können, um im Markt erfolgreich zu sein.**

Das diesjährige Münchner Oktoberfest ist Anfang Oktober nach 16 Tagen mit 6,7 Millionen Besuchern zu Ende gegangen. Dabei wurden nach Angaben des Veranstalters rund 7 Millionen Maß Bier getrunken. Wie sehr die Deutschen das Bier lieben, beweisen nicht nur diese Zahlen, sondern auch der aktuelle OPUS-Report von CGA by NIQ: Demnach trinkt fast die Hälfte der über 6.000 befragten Erwachsenen (48 %) am liebsten Bier, wenn es um den Konsum alkoholischer Getränke beim Ausgehen geht. Getoppt wird dieser Wert jedoch tatsächlich von Softdrinks, die mit 50 % auf Platz 1 liegen. Cocktails werden von 37 % und Wein von 32 % der Befragten bevorzugt.

### **Pils dominiert weiterhin**

Unter den zahlreichen Biersorten sticht das Pils in der Beliebtheit hervor. Sein Marktanteil ist in den letzten 12 Monaten auf 39,5 % gestiegen. Das Weizenbier verlor ein paar Punkte, bleibt aber auf Platz zwei. An dritter Stelle folgt das Helle, gefolgt von alkoholfreiem Bier auf Rang vier.

Weitere Ergebnisse der Studie: Die Bier-Community trifft sich dabei gerne auswärts. 72 % von ihnen genießt das Getränk gerne gemeinsam mit Freunden und Bekannten in einer Kneipe, Bar oder einem Restaurant. 30 % der Biertrinker besuchen dabei sogar wöchentlich entsprechende Lokalitäten. Dies ist jedoch ein leichter Rückgang von 2 % im Vergleich zum Vorjahr.

### **Negativer Trend trotz Event-Sommer**

Bei aller Konsumfreude: Die CGA-Studie zeigt auch, dass der Biermarkt von wirtschaftlichen Umbrüchen nicht verschont bleibt. So ist der Absatz im Jahr 2024 gegenüber dem Vergleichszeitraum 2023 bisher um 11,1 % zurückgegangen, der Umsatz um 7,0 %. Das zögerliche Verbraucherverhalten und die schlechten Witterungsbedingungen, einschließlich

der Überschwemmungen im Süden des Landes, haben den durch die Fußball-Europameisterschaft 2024 ausgelösten Anstieg des Bierabsatzes überlagert.

## Empfehlungen für Unternehmen

Getränkehersteller und der Handel müssen sich auf weitere unsichere Zeiten einstellen. Denn die weit verbreiteten Bierpreiserhöhungen - in den letzten 12 Monaten um durchschnittlich 4,7 % - könnten sich jedoch negativ auf das Geschäft auswirken. Fast die Hälfte der Befragten (47 %) gibt an, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis ein wichtiger Faktor bei der Wahl der Gaststätte ist. Dies ist der zweitwichtigste Faktor nach der Qualität der angebotenen Speisen (48 %).

**Bilal Kaddouri, Client Solutions Director - Deutschland von CGY by NIQ**, kommentiert: „Es ist offensichtlich, dass der Biermarkt unter Druck steht. Dennoch ist er nach wie vor eine beliebte und dynamische Branche, und trotz der Herausforderungen gibt es nach wie vor beträchtliche Chancen für Lieferanten, Brauereien und Schankbetriebe. Um diese zu nutzen, müssen Unternehmen Wachstumsbereiche wie alkoholfreies Bier identifizieren und innovative Produkte entwickeln, um sich in etablierten Kategorien überzeugend zu differenzieren. Es ist entscheidend, die richtigen Marken am richtigen Ort zum richtigen Preis zu platzieren, und unsere Studie bietet die ideale Grundlage für den Erfolg.“

[Laden Sie den Bericht hier kostenlos](#) herunter und [kontaktieren](#) Sie Bilal Kaddouri, Client Solutions Director Deutschland, um mehr über die Möglichkeiten der Verbraucherforschung bei CGA by NIQ zu erfahren.

## Über CGA by NIQ

CGA by NIQ liefert aussagekräftige On-Premise-Verbraucherdaten, die den erfolgreichsten Lebensmittel- und Getränkemarken der Welt neue Wachstumsmöglichkeiten aufzeigen. Mit mehr als 30 Jahren erstklassiger Forschung, Daten und Analysen bietet CGA by NIQ den kompletten Überblick. CGA by NIQ arbeitet mit Lebensmittel- und Getränkeliieferanten, Markeninhabern, Großhändlern, staatlichen Stellen, Gaststätten, Bars und Restaurants zusammen, um die Zukunft des On Premise-Erlebnisses zu bewahren und gestalten. Mit den umfangreichsten und präzisesten Messungen und deren Erkenntnisse bietet CGA by NIQ einen Wettbewerbsvorteil, um erfolgreiche Strategien für On Premise-Unternehmen zu entwickeln.