

# Mehr Durst auf alkoholfreie Biere

Die Brauereien sind mit dem Wetter dieses Jahr nicht ganz zufrieden. Alkoholfreie Biere legen trotzdem zu.

## Kaspar Enz

Mit dem Sommerwetter kommt der Durst, gerade nach Bier. Das stellt auch Brack.ch fest: «Die Wochenumsätze mit dem erfrischenden Gebräu steigern sich bei Tageshöchsttemperaturen zwischen 20 und 30 Grad um 22 Prozent gegenüber Wochen mit Tageshöchsttemperaturen unter 20 Grad», heisst es in einer Mitteilung des Onlinehändlers. Sogar um 64 Prozent höher sind die Umsätze, wenn die Temperaturen über 30 Grad steigen.

## Verhaltener Start in die Biersaison

«Das Wetter ist erfahrungsgemäss der beste Verkäufer», bestätigt auch Kurt Moor, Verkaufsdirektor bei der St. Galler Brauerei Schützengarten. Dieses Jahr war Petrus aber nicht der Lieblingsmitarbeiter der Schweizer Brauereien. 2022 war ein gutes Jahr für die Schweizer Brauer, die erste Hälfte dieses Jahres fiel im Vergleich dazu ab, sagt Christoph Lienert, Stellvertretender Direktor des Schweizer Brauerei Verbandes. Gerade die Wochenenden im Frühling waren regnerisch, «da wird nicht viel Bier getrunken». Das bestätigt auch Dominik Sieber, Marketingleiter der Rheintaler Sonnenbräu. «In diesem Jahr war der Start in die Biersaison wegen einem komplett verregneten April sehr verhalten.»

Auch in den letzten Tagen lockte das Wetter eher selten in die Gartenbeiz, nicht mal am 1. August. «Natürlich hätten auch wir uns in der zweiten Hälfte des

Monats etwas konstanteres Wetter gewünscht», sagt Kurt Moor. Trotzdem geht er von einem guten Sommer aus, es stünden noch einige Grossanlässe an.

## Wachstum im Onlinehandel

So hat der Sommer für die Ostschweizer Brauereien die Hoffnungen noch nicht erfüllt. Der Onlinehändler Brack.ch verkündet hingegen einen Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2021: 383 Liter mehr pro Monat sei verkauft worden. Das wären aufs Jahr gerechnet rund 46 Hektoliter. Wie viel das ausmacht, bleibt allerdings unklar. «Pro Jahr verkauft Brack.ch im dreistelligen Hektoliterbereich», sagt Sprecher Daniel Rei.

Das zeigt auch: Das Online-Geschäft etabliert sich auch für Brauereien zu einem wichtigen Absatzkanal. «Vor allem während Corona hat sich das Online-Geschäft sehr schnell ausgebreitet», sagt Kurt Moor. Hätten vorher vor allem technikaffine Kunden online Bier bestellt, sei dies heute normaler geworden. «Für uns sind diese Kanäle von steigender Bedeutung.»

Die Rebsteiner Sonnenbräu beliefert über den Onlinekanal vor allem Kunden ausserhalb des Rheintaler Stammgebiets, sagt Dominik Sieber. Dabei arbeite das Unternehmen auch online mit Getränkehändlern in verschiedenen Regionen zusammen. Gefragt seien Online vor allem die Spezialitäten, sagt Sieber weiter. Nicht nur bei Son-

nenbräu. So ist das Lagerbier zwar mit 39 Prozent auch bei Brack.ch der meistverkaufte Bierstil. Gesamtschweizerisch lag der Wert 2022 aber bei knapp 70 Prozent.

## Genuss ohne Kopfwehgefahr

Besonders stark legten bei Brack die alkoholfreien Biere zu. Laut der Mitteilung war dieses Jahr schon fast jedes dritte verkaufte Bier alkoholfrei. Das sind fünf Prozent mehr als im Vorjahr und fast doppelt so viel wie 2021, als der Wert noch bei 16 Prozent lag. Das habe wohl auch damit zu tun, dass man vermehrt spannende alkoholfreie Biere ins Sortiment aufgenommen haben, sagt Brack-Sprecher Rei. «Diese bewerben wir auch überproportional.»

Ganz so wichtig sind die alkoholfreien Biere im Gesamtmarkt noch nicht. Doch gerade seit 2019 haben sie stark zugelegt, und auch dieses Jahr zeichne sich wieder ein Wachstum ab, sagt Christoph Lienert. «Der Absatz stieg in den ersten Monaten um sieben Prozent, in einem eher schlechten Jahr.» Für dieses Wachstum gebe es verschiedene Gründe. «Es sind Fortschritte erzielt worden, gerade auch beim Geschmack.» Auch gebe es unterdessen alkoholfreie Varianten verschiedener Bierstile.

Das zeigt sich auch im Angebot der grossen Ostschweizer Brauereien. Die Brauerei Locher bietet mehr als ein halbes Dutzend alkoholfreie Biersorten an.

Und zum neuen Locher Craft-Sortiment gehören zwei alkoholfreie Biere. Auch Schützengarten hat das alkoholfreie Segment zuletzt um ein Ginger-Bier und ein IPA erweitert, die bei Heimkonsumenten wie in der Gastronomie gut ankommen, sagt Kurt Moor. «Die stetig steigende Qualität und die Innovationskraft für tolle neue alkoholfreie Biere haben den Trend sicherlich befügelt», sagt er.

### Alkoholfrei wird salonfähig

«Es ist heute aber auch durchaus salonfähig, sich mit einem alkoholfreien Bier zu zeigen. Das war nicht immer so», sagt

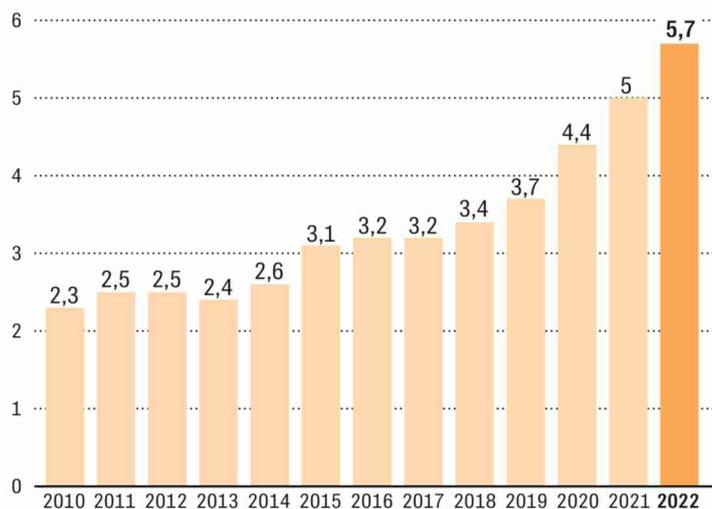
Moor weiter. Das bestätigt auch Christoph Lienert. Denn gesellschaftliche Normen verändern sich. Wer ein alkoholfreies Bier nehme, wolle nicht mehr verstecken, dass er gerade keinen Alkohol mag – «es ist heute auch eher verpönt, beim Zmittag Alkohol zu trinken. Auch das war früher anders».

Auch bei Sonnenbräu spürt man die zunehmende Nachfrage nach alkoholfreiem Bier. «Das Thema gesunde Ernährung wird in der Bevölkerung immer wichtiger und das merkt man auch in der Bierbranche», sagt er. Sonnenbräu hat bislang allerdings erst ein alkoholfreies Bier im Angebot. Doch «wir prüfen stetig

unser Sortiment und versuchen mit den Trends zu gehen. Daher schliessen wir nicht aus, dass wir auf die Biersaison 2024 etwas in diesem Bereich lancieren».

Noch kaum auf den Trend aufgesprungen sind hingegen die vielen Kleinbrauereien. Oft auch ein technisches Problem, sagt Christoph Lienert. «Die herkömmlichen Verfahren benötigen eigene Anlagen.» Hap-pige Investitionen für Kleinbrauereien. «Doch es gibt auch neue Verfahren. zum Beispiel Hefen, die nicht mehr als bis 0,5 Prozent Alkohol vergären. So wird das auch hier langsam kommen.»

**Anteil alkoholfreies Bier am Schweizer Gesamtmarkt**  
in Prozent



Quelle: Schweizer Brauerei Verband/Grafik: mlu



Ist das Wetter gut, wird mehr Bier getrunken. Immer mehr Biertrinkerinnen und Biertrinker wollen aber auf das Kopfweg verzichten – und trinken alkoholfrei.

Bild: Getty