

Braujahr 2019/20: 34 Millionen Stangen Bier weniger getrunken

Der Biermarkt Schweiz verzeichnete im Braujahr 2019/20 (1. Oktober 2019 bis 30. September 2020) im Vergleich zur Vorjahresperiode ein Minus von 2,2 Prozent. Grund für diese Entwicklung sind die aufgrund der Corona-Pandemie verfügbaren Einschränkungen des sozialen Lebens auf nationaler und kantonaler Ebene. Mit der Schliessung von Restaurants, den Absagen bedeutender Sportanlässe, von Konzerten, Openairs und weiterer kultureller Veranstaltungen leiden nicht nur die Gastronomiebetriebe

und die Veranstaltungsbranche, sondern auch die Brauereien. Deren Absatzkanäle sind aufgrund des nationalen Lockdowns im Frühling 2020 von heute auf morgen weggebrochen. Der Anteil des in der Gastronomie abgesetzten Bieres reduzierte sich im gesamten Braujahr um über 23 Prozent. Der Absatz im Detailhandel nahm indes um 7,6 Prozent zu. Im Berichtsjahr entwickelte sich der Konsum alkoholfreier Biere positiv und verzeichnete einen Zuwachs von mehr als 10 Prozent.



Statistische Übersicht – Gastronomiekanal verliert, Detailhandel mit Wachstum

Der gesamte Biermarkt Schweiz verzeichnete im Braujahr 2019/20 (1. Oktober 2019 bis 30. September 2020) ein Minus von 2,2 Prozent auf 4'636'905 Hektoliter Bier (= 463'690'500 Liter). Das Resultat ist geprägt durch eine Abnahme des Inlandausstosses aller Schweizer Brauereien um 4,8 Prozent auf 3'510'726 hl (Vorjahr: 3'686'184 hl).

Der nationale Lockdown im Frühling 2020 und die nach wie vor geltenden Einschränkungen des sozialen Lebens in verschiedenen Kantonen führten und führen dazu, dass die Absatzkanäle der Brauereien weggebrochen oder nach wie vor stark eingeschränkt sind. „Der gemeinsame und

unbeschwerter Genuss des sozialen Getränks Bier mit seiner ganzen Vielfalt ist unter den herrschenden Restriktionen leider nicht mehr vollumfänglich möglich“, resümiert SBV-Präsident und Nationalrat Nicolo Paganini die Lage. Der Bierabsatz via Gastronomiekanal hat sich folglich um 23,1 Prozent auf einen Gesamtanteil von rund 30 Prozent vermindert. Dieser Rückgang trifft namentlich Brauereien mit einem hohen Gastronomieanteil empfindlich und stellt diese vor grosse wirtschaftliche Herausforderungen.

Auf der anderen Seite weist der Bierabsatz im Detailhandel einen Anstieg von 7,6 Prozent auf rund 70 Prozentanteile aus. Dieser Zuwachs erfolgte offensichtlich auch zu einem gewissen Teil zugunsten von

ausländischem Bier. Denn nach sechs Jahren der Abnahme ist erstmals wieder eine Zunahme beim importierten Bier von 6,9 Prozent auf 1'126'179 hl (Vorjahr: 1'053'908 hl) zu verzeichnen. Der Anteil der Bierimporte am Gesamtmarkt beträgt so neu 24,3 Prozent (Vorjahr: 22,2 Prozent).

Natürlich sind diese Zahlen über das Braujahr verteilt betrachtet. Der Start ins Braujahr 2019/20 (Oktober bis Dezember 2019) war durchaus passabel. Auch der Endspurt nach dem nationalen Lockdown bis Ende September 2020 konnte sich sehen lassen. Fakt ist aber, dass wir auf die kalte Jahreszeit zugehen und die Ausweichmöglichkeiten für den Biergenuss nicht mehr so vielfältig sind wie im Sommer mit Gartenrestaurants, See, Bergen etc. Es ist daher zu hoffen, dass diese Durststrecke – auch für die Gastronomie – möglichst kurz bleibt.

Ein kleiner Lichtblick: Erfreulich zugelegt hat der Absatz der alkoholfreien Biere mit einem Plus von 10,3 Prozent. Der Anteil der alkoholfreien Biere am Gesamtmarkt beträgt mittlerweile 4,2 Prozent – Tendenz weiterhin steigend.

Corona-Pandemie – Schutzkonzepte, Systemrelevanz und #HELPGASTRO

Die Corona-Pandemie und der Umgang mit den entsprechenden behördlichen Auflagen sind für die Brauereien eine grosse Herausforderung. Hier hat der SBV in den vergangenen Monaten eine wichtige Scharnierfunktion übernommen. Neben dem Erstellen von Muster-Schutzkonzepten für die Brauereien und der Rechtsberatung musste auch