

# Pressemeldung

## Tag des Bieres 2021

03.08.2021

**Klara Fichtenbauer**  
Senior Marketing Consultant  
Consumer Panel & Services  
T +43 1 717 10 364  
[klara.fichtenbauer@gfk.com](mailto:klara.fichtenbauer@gfk.com)

**Marie-Sophie Beauchamp**  
Senior Specialist Marketing  
T +43 1 717 10 178  
[marie-sophie.beauchamp@gfk.com](mailto:marie-sophie.beauchamp@gfk.com)

**Wien, 03. August 2021 – Anlässlich des Tag des Bieres 2021 hat die GfK Austria sich das Kaufverhalten der ÖsterreicherInnen bei Bier genauer unter die Lupe genommen. Im GfK Haushaltspanel wird das Kaufverhalten österreichischer Privathaushalte kontinuierlich gemessen und so können Änderungen im Kaufverhalten gezeigt werden.**

Österreich ist ein Land der Biertrinker. Hierzulande gibt es deutlich mehr Haushalte die Bier kaufen als Wein bzw. jedes andere alkoholische Getränk. Mehr als 3 von 4 österreichischen Privathaushalten kaufen zumindest einmal pro Jahr Bier und/oder Biermischgetränke.

**Der Biermarkt ist nach wie vor ein regional sehr stark gegliederter.**

Welche Biermarke bevorzugt wird unterscheidet sich zwischen den verschiedenen Regionen sehr deutlich: Vorarlberger Haushalte präferieren andere Biermarken als jene im Südburgenland bzw. im Waldviertel. Regionale Brauereien haben neben den nationalen Marken eine sehr wichtige Bedeutung in ihrem Gebiet. Durch die Covid-19 Krise wurde das Thema Regionalität auch noch bedeutender: 1/3 der ÖsterreicherInnen sagen, dass sie nun „verstärkt versuchen, lokale Unternehmen zu unterstützen“, weiß Klara Fichtenbauer.



GfK Austria GmbH  
Erdberger Lände 26a  
1030 Wien  
Österreich

T +43 (0)1 71710-0  
F +43 (0)1 71710-194  
[www.gfk.at](http://www.gfk.at)  
[at@gfk.com](mailto:at@gfk.com)

Geschäftsführung  
Mag. Michael Wottawa

Registriert beim Handelsgericht  
Wien unter FN 119110m  
Gesellschaftssitz: Wien

Die mit Abstand beliebteste Biersorte ist in Österreich traditionell das Märzen/Lager Bier (während bei unseren deutschen Nachbarn Pils ganz vorne auf der Beliebtheitsskala steht). Aber auch Biermischgetränke/Radler werden gerne getrunken, wobei hier in den letzten Jahren vor allem die alkoholfreien Varianten immer mehr Käufer gewinnen konnten.

**Durch die Covid-19 Krise und die Gastro-Schließungen stieg der Kauf von Bier bei Privathaushalten deutlich.**

Was macht Mann und Frau, wenn die Lokale geschlossen sind? Sie kaufen sich eben mehr Bier für zu Hause. 2020 und 2021 haben österreichische Privathaushalte deutlich mehr Bier gekauft als in den Jahren davor und so konnten 2020 und 2021 zweistellige Wachstumsraten gemessen werden.

Es wurde vor allem öfters Bier eingekauft: So gab es in den letzten 12 Monaten um über 8 Millionen mehr Einkaufsakte für Bier als im Jahr 2019. Ein durchschnittlicher Haushalt kauft jetzt 18,4mal pro Jahr Bier ein.

Was bei alkoholfreien Getränken noch kaum praktiziert wird, ist im Biermarkt nicht wegzudenken: Die Mehrwegflasche ist hier österreichweit die wichtigste und beliebteste Verpackungsform für Bier. Wenn auch in Wien sehr häufig Dosenbier gekauft wird, der größte Teil des Bierabsatzes in Österreich stammt von den 0,5l Pfandflaschen.

*Quellen:*

*Das GfK Consumer Panel besteht aus Privathaushalten, repräsentativ selektiert nach geografischen und soziodemografischen Merkmalen. Das Panel ist somit eine verkleinerte, maßstabgetreue Abbildung der Grundgesamtheit.*

*Die Haushalte berichten kontinuierlich mittels Inhome Scanning über ihre Einkäufe in Kategorien des täglichen Bedarfs.*

*Neben dem klassischen Lebensmittel-Einzelhandel werden auch die Einkäufe in Diskontern (zB Hofer, Lidl), bei Lebensmittel-Spezialgeschäften und Cash & Carry sowie alle anderen möglichen Einkaufsstätten für FMCG-Ware erfasst.*

*„Wer kauft was, wo, wann, wie viel, zu welchem Preis?“ – Ihre Zielfragen, welche wir Ihnen mit Hilfe unseres Panels beantworten können.*

## **Über GfK**

GfK arbeitet fokussiert, digital und stellt den Kunden stets in den Mittelpunkt. GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und ist in der einzigartigen Position, eigene Daten und jene von Dritten zu nutzen, um unverzichtbare Markt- und Verbrauchereinsichten sowie -empfehlungen zu erstellen. Das Unternehmen liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien. Als Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit "Growth from Knowledge".

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte [www.gfk.com](http://www.gfk.com) oder folgen Sie GfK auf Twitter: <https://twitter.com/GfK>."