

Neue Biersorten im Trend

Wie sich der Biermarkt in den vergangenen Jahren verändert hat

VON MAXIME GILLEN

Der Bierkonsum geht zurück. Die Gewohnheiten und Geschmäcker der Biertrinker haben sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Aktuell hoch im Kurs sind vor allem neue, speziellere Biersorten.

„Es wird allgemein immer weniger Bier getrunken“, so der Brauereiexperte Dario Cotterchio. Und er muss es wissen. Der Luxemburger arbeitet als Brauereiberater am Forschungszentrum Weihenstephan für Brau- und Lebensmittelqualität der Technischen Universität in München. Anlässlich seines gestrigen Vortrages im Nationalarchiv, spricht er mit dem LW über die Entwicklungen des Biermarktes der vergangenen Jahre.

„Die Erwartungen der Konsumenten haben sich gewandelt. Heute wird allgemein weniger Bier und speziell weniger klassisches helles Bier getrunken.“ Gleichzeitig seien die Menschen aber neugierig auf neue Sorten und seien auch bereit, mehr für ihr Bier zu zahlen, erklärt Dario Cotterchio. Der Konsum geht also insgesamt zurück, doch der Umsatz bleibt – bisher zumindest – stabil.

Das liege zum einen an dem vermehrten Aufkommen neuer Biersorten, zum anderen aber auch an verbesserten Technologien im Brauwesen, so Dario Cotterchio. „In den vergangenen Jahren wurden neue Technologien zum Brauen von Bier entwickelt und die Herstellung mehr und mehr automatisiert.“ Dadurch werde die Anwendung der Maschinen einfacher, erklärt der 35-Jährige. Folglich benötigen Brauereien weniger Personal und sparen dadurch Kosten bei der Produktion.

Eine Brauerei aufzubauen, erfordert aber immer noch sehr hohe Investitionen. Dennoch entstehen weiter kleinere Brauereien, die neue Biersorten auf den Markt

bringen. Einige sind damit sehr erfolgreich. „Da diese Brauereien jedoch in wesentlich kleineren Mengen produzieren, liegen ihre Preise oft etwas höher“, so der Experte. Dario Cotterchio ist trotzdem überzeugt, dass sich einige der kleineren Brauereien dauerhaft durchsetzen können. „Es ist ein sehr agiler Markt.“

Vielfalt entwickelt sich langsam

In Luxemburg ging der Bierkonsum in den vergangenen Jahren stetig zurück. Wurden 2013 noch 31,6 Millionen Liter Bier getrunken, waren es 2014 nur noch 30,8 Millionen Liter und 2015 30 Millionen Liter. Das geht aus einer Studie des europäischen Brauereiverbandes hervor. Das Problem des Konsumrückgangs betrifft aber nicht nur Europa. Tatsächlich wurde vergangenes Jahr, laut dem Magazin The Economist, weltweit ein Rückgang von 1,8 Prozent verzeichnet.

Brauereien verkaufen immer weniger Bier in Fässern an Cafés und Bars. Dafür möchte der Kunde mehr Auswahl im Supermarkt.

„Früher gab es im Supermarkt jeweils eine Sorte der fünf größten Brauereien des Landes. Heute bieten auch große Brauereien ihren Kunden speziellere Biere an“, sagt Dario Cotterchio. Das komme daher, dass die Menschen früher nicht bereit waren, viel Geld für ihr Bier zu zahlen und obendrein nicht besonders experimentierfreudig waren. Außer beim Wein: Hier ließen sich die Kunden auch früher schon auf neue Sorten ein

„Früher waren die Menschen nicht bereit, viel Geld für ihr Bier zu zahlen. Außerdem waren sie nicht besonders experimentierfreudig, wenn es um neue Biersorten ging.“

und zahlten gerne etwas mehr für einen guten Wein.

Beim Bier dauerte das etwas länger. „In den USA entwickelte sich das Angebot in den 1980er Jahren. Doch erst Anfang der 2000er folgten Brauereien in Deutschland, Frankreich und Luxemburg diesem Trend“, so Cotterchio.

Außerhalb des deutschen Reinheitsgebotes experimentieren Braumeister nun also auch mit Gewürzen und Früchten. Dadurch entsteht eine Vielfalt an neuen Biersorten. Selbst Bier, das nach dem Reinheitsgebot gebraut wird, kann ganz unterschiedliche Geschmacksrichtungen haben. Obwohl es ausschließlich Malz, Hopfen, Wasser und Hefe enthält, könne man mit unterschiedlichen Sorten von Malz, Hopfen oder Hefe bemerkenswerte Unterschiede im Geschmack erreichen, erklärt Dario Cotterchio.

Auch bei den Flaschen und der Etikettierung werde die Bierindustrie immer kreativer, meint Dario Cotterchio. Während es in Belgien schon länger Bier in Champagner- oder Weinflaschen gibt, wird diese Verpackungsart in anderen Ländern jetzt erst populär.

Für große Brauereien sei es demnach überlebenswichtig, sich diesen Entwicklungen anzupassen, so das Fazit des Luxemburger Experten.

„Onse Béier“

Die Konferenzreihe „Béier no véier“ findet im Rahmen der Ausstellung „Onse Béier“ im Nationalarchiv statt. Die knapp hundert Dokumente und Exponate der Ausstellung erzählen die Geschichte der Luxemburger Bierkultur zwischen Industrie, Gesellschaft und Kultur, die bis ins Jahr 1815 zurückreicht. Zu sehen ist die Ausstellung noch bis zum 6. Oktober.



Der Brauereiexperte David Cotterchio bei seinem gestrigen Vortrag im Nationalarchiv.

(FOTO: CHRIS KARABA)