

Braubilanz 2025

Brauerei-Branche im Wandel: Bierausstoß lag bei 9,25 Mio. Hektoliter

- **Allgemeiner Konsumrückgang trifft auch Getränke-Branche**
- **Bier-Konsum europaweit rückläufig**
- **Dosenbierproduktion ist „implodiert“: Um 100 Mio. Bierdosen weniger abgefüllt als im Jahr davor**
- **Produkt-Trend: Alkoholfreie Biere steigen kontinuierlich**
- **Pfand auf Einweg-Gebinde brachte Verschiebung im Gebinde-Mix**
- **Kreislauf-Wirtschaft im Fokus: Bereits 72 Prozent des Bierausstoßes in Mehrweg-Gebinden**

Wien, 24.2.2026 – Österreichs Brauwirtschaft befindet sich in einer Phase spürbarer Veränderung. Der Gesamtausstoß im Vorjahr (Bier inkl. alkoholfreiem Bier und Export) belief sich auf 9,25 Mio. Hektoliter – das ist ein Rückgang von 7,1 Prozent zum Jahr 2024. Die Inlands-Produktion von Bier und alkoholfreiem Bier lag bei 7,88 Mio. Hektolitern, der Export kam auf 1,37 Mio. Hektoliter. Das Inlands-Minus fiel mit 6,1 Prozent deutlich aus; jenes im Export beträgt sogar 12,4 Prozent. Diese Entwicklung spiegelt strukturelle Veränderungen im Konsumverhalten und im Marktumfeld wider: Demografische Verschiebungen, ein verändertes Genussverhalten sowie eine gedämpfte wirtschaftliche Grundstimmung lassen die Sparquote steigen und die Ausgaben für Konsumgüter sinken. Positiv bemerkbar macht sich die steigende Nachfrage nach alkoholfreien Bieren. Die Konsolidierung im Absatz ist dabei kein österreichisches Phänomen: In ganz Europa sowie über alle Getränkesegmente hinweg mussten Produzenten 2025 teils deutliche Absatzverluste hinnehmen.

Karl Schwarz, Obmann des Verbandes der Brauereien Österreichs, appelliert an die Politik „rasch die richtigen Entscheidungen zu treffen, die Inflation langfristig und dauerhaft zu senken und damit Zuversicht zu vermitteln.“ Zuversicht sei – so Schwarz – „der Konsummotor schlechthin“. Positiv zu bemerken sei die gestiegene Eigenversorgung mit heimischen Brau-Zutaten Hopfen und Gerste – nicht zuletzt aufgrund der guten Ernteergebnisse 2025.

2025 war für die heimische Brauwirtschaft erneut ein forderndes Jahr. Anhaltend hoher Kostendruck durch Energiepreise und Lohnabschlüsse, veränderte Absatzmärkte sowie eine markante Konsumzurückhaltung prägten die Entwicklung. Die Bierproduktion war daher rückläufig - die Branche sieht darin weniger eine kurzfristige Schwäche als vielmehr die Fortsetzung eines strukturellen Wandels: Bierausstoß und Pro-Kopf-Konsum bewegen sich in Österreich weiterhin auf hohem Niveau, haben ihren Zenit jedoch bereits überschritten. „Mengenwachstum sei nicht mehr zu erwarten“, so der Verband der Brauereien. Im Vorjahr wurde von heimischen Brauereien 8,7 Mio. Hektoliter Bier (exkl. AF-Biere) produziert, davon gingen mehr als 1,12 Mio. Hektoliter in den Export. Das Minus im Bier-Inlands-Ausstoß belief sich auf 6,5 Prozent, im Export auf 10,8 Prozent. Der deutliche Rückgang im Export ist weniger auf eine schwächere Nachfrage nach heimischen Bieren im Ausland zurückzuführen, sondern eher auf Produktionsverlagerungen in länderübergreifenden Unternehmensstrukturen.

Daneben kommt es zu Verschiebungen innerhalb der Produktpalette: Alkoholfreie Biere gewinnen weiter an Bedeutung, können allerdings den Rückgang klassischer Bier-Sorten nicht abfedern. Auch wenn alkoholfreie Biere derzeit noch einen vergleichsweise kleinen Anteil von rund 3,8 Prozent am Inlands-Ausstoß ausmachen, eröffnen sie neue Möglichkeiten für die Branche. Die österreichischen Brauer sehen darin die Chance, ihr Angebot weiterzuentwickeln und die starke heimische Bierkultur in eine neue Ära zu führen. „Aktuell ist eines von 25¹ in Österreich produzierten Bieren alkoholfrei“, ordnet Florian Berger ein. Mit Blick nach vorne zeigt sich die Branche verhalten zuversichtlich. Eine wirtschaftliche Erholung und mehr Planungssicherheit würden auch dem privaten Konsum wieder

1 Inlandsausstoß Bier inkl. AF-Bier 2025: 7,88 Mio. hl, davon AF-Bier Inland 298.000 hl; 3,8Prozent Produktions-Anteil

Impulse geben. Entscheidend sind stabile Rahmenbedingungen und eine Politik, die Vertrauen und Zuversicht stärkt.

Strukturwandel, Konsumzurückhaltung und Anpassung an neue Marktbedingungen

Getragen wird die aktuelle Marktentwicklung maßgeblich von einer Konsumzurückhaltung, die „quasi alle Lebensmittelproduzenten betrifft.“² Trotz nominell steigender Einkommen wird vor allem in der Gastronomie weniger ausgegeben. Laut einer repräsentativen Marktforschung von marketagent.com³ im Auftrag des Brauereiverbandes zeigt sich spürbare Zurückhaltung beim Ausgehen: Mehr als die Hälfte (55,3 Prozent) der Befragten geht derzeit seltener aus als früher. Hauptgründe sind ein bewussteres Planen der Ausgaben (31 Prozent), veränderte Prioritäten (31 Prozent) und fehlende Zeit (27,6 Prozent). Zwei Drittel verzichten zumindest gelegentlich aufs Ausgehen, obwohl sie Lust darauf hätten – ein Viertel sogar häufig.

Gleichzeitig ist die Sparquote⁴ in Österreich im europäischen Vergleich überdurchschnittlich hoch – dies dämpft den privaten Konsum insgesamt spürbar. Laut Erste Bank haben die Österreicherinnen und Österreicher allein im Jahr 2024 rund 34 Milliarden Euro gespart. Die Brauwirtschaft appelliert an die Gesellschaft, „im eigenen Interesse wieder einen Teil dieser Mittel in den Konsum fließen zu lassen“ – das sichere Wertschöpfung, Arbeitsplätze und wirtschaftliche Dynamik im Land - und würde der Seele guttun.

Einweg-Pfand stellt sich als „echte Herausforderung“ dar: Hundert Millionen Bierdosen weniger als im Vorjahr produziert

Zusätzliche Verwerfungen für die ohnehin unter Druck stehende Branche brachte 2025 die Einführung des Einweg-Pfandes auf Getränkedosen. Der Dosenbierabsatz ist „regelrecht implodiert“: Ein Produktionsrückgang von 503.000 Hektolitern entspricht rund 100 Millionen Bierdosen weniger als im Vorjahr. Anders ausgedrückt: Pro Kalendertag wurden 274.000 Dosen weniger gefüllt.

Insgesamt sank die Dosenbierproduktion im Inland um 23 Prozent. Eine Kompensation durch andere Einweggebinde (z.B. Einweg-Glasflaschen) blieb aus. Hingegen konnten sich die Produktionszahlen von Mehrweggebinden mit einem Plus von 0,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr behaupten.

Die Ursachen des Rückgangs sind multifaktoriell und werden derzeit analysiert. Erklärungsansätze reichen von einer temporären Verlagerung der Nachfrage in grenznahe Auslandsmärkte bis hin zu kurzfristigen Veränderungen im Kaufverhalten. Klar ist für Karl Schwarz jedoch: „Die heimische Brauwirtschaft ist von der Einführung des Einweg-Pfandes aufgrund des traditionell hohen Dosenbieranteils, speziell im bevölkerungsreichen Osten des Landes, überproportional stark betroffen“.

Dosenbier ist innerhalb des Gebindemixes eine wichtige Verpackungsform. „Dennoch werden wir nach dem ersten Jahr des Einwegpfands keinen Stab darüber brechen“, so Schwarz weiter.

Das mengenmäßige Minus beim Inlands-Gesamtausstoß Bier inkl. AF-Bier beträgt 510.677 Hektoliter⁵ – das entspricht „mehr oder weniger 1:1 jener Menge, die beim Dosen-Absatz fehlt.“⁶ Die Brauer gehen davon aus, dass sich auch die Dosenbierabsätze wieder erholen, sobald sich das Einwegpfand-System vollständig etabliert hat und von Konsumentinnen und Konsumenten akzeptiert wurde. Bis Ende 2025 konnten vom Handel noch Dosen-Restbestände ohne Pfand abverkauft werden. Langfristig wird sich der Markt stabilisieren – zumal jedes Gebinde seine Berechtigung und spezifische Einsatzbereiche hat. „Wir gehen nicht davon aus, dass sich die Dose als Gebinde für Bier marginalisieren wird. Gerade bei Events oder überall dort, wo Bruchsicherheit entscheidend ist, bleibt sie relevant“, betont Florian Berger, Geschäftsführer des Brauereiverbandes. „Uns als Branche ist es wichtig, für jeden Genussanlass weiterhin das passende Gebinde anbieten zu können“, so Berger.

² Das Minus von 6,1 Prozent im Inlands-Bierabsatz ist kein spezifisches Bier-Problem: Wein - 5,2 Prozent; Mineralwasser – 12,3 Prozent; Limonaden – 6 Prozent; Eistee – 9 Prozent; Fruchtsaft – 12 Prozent; Quelle: Getränkeverbände

³ Studie marketagent.com, N=1.015, Sample repräsentativ für österr. Bevölkerung (18-75 Jahre), Durchführungszeitraum: 3.-11.2.2026

⁴ Quelle: Bilanz-PK ÖNG 4.12.2025, Sparquote AUT 2024: 11,7 Prozent - im restlichen Euroraum 8,4 Prozent;

⁵ Gesamtausstoß Bier + AF Bier Inland 2025: 7.880.179 hl versus 8.390.856 hl in 2024

⁶ Bier in Dosen und Kunststoff: Produktion 2025 Inland rund 1,7 Mio. hl – Minus von rund 503.000 hl zum Vorjahr (2024: 2,2 Mio. hl)

Gastronomie rückläufig

Der seit mehreren Jahren anhaltende Produktionsrückgang bei dem für die Gastronomie besonders wichtigen Fass- und Tankbier setzte sich fort und lag 2025 bei vier Prozent; in Krügerl umgerechnet sind das 12 Millionen, die nicht getrunken wurden. Dieser Rückgang sei „multifaktoriell“ und schmerze ob der höheren Deckungsbeiträge die Branche: Teuerungsbedingt werde weniger konsumiert und unter den „klassischen Genussstätten für Bier“ wie Wirtshäusern grassiert eine Schließungswelle. Obmann Karl Schwarz spricht von mehreren Hundert Betrieben⁷, die in den vergangenen Jahren vom Markt verschwunden sind – mit klar spürbaren Auswirkungen auf die Brauproduktion.

Stärken stärken als Ziel

Ein Hoffnungsträger für die heimische Brauwirtschaft ist der Tourismus in Österreich: Im Jahr 2025 wurden 157 Millionen Übernachtungen registriert⁸, ein Rekordwert und ein deutliches Zeichen dafür, dass Österreich als Urlaubs-Destination weiterhin stark nachgefragt ist. Dieser Tourismus-Boom wirkt sich naturgemäß auf den Konsum aus – insbesondere in Gastronomie, Hotellerie und Freizeit-Bereichen, in denen Bier traditionell eine wichtige Rolle spielt.

Studie: Ausgehen stärkt Wohlbefinden und Zusammenhalt

Eine repräsentative Marktforschung⁹ zeigt: Ausgehen ist weit mehr als Konsum – es ist ein spürbarer Beitrag zum persönlichen Wohlbefinden und zum gesellschaftlichen Miteinander. Zwar würden zwei Drittel der Befragten (66 Prozent) einen spontanen freien Abend am liebsten zuhause verbringen, knapp ein Drittel (30,5 Prozent) zieht jedoch einen geselligen Abend im Lokal vor. Entscheidend ist dabei die Wirkung: 9 von 10 Befragten geben an, dass sich Ausgehen in der Regel positiv auf ihr Wohlbefinden auswirkt. Es bedeutet vor allem Zeit mit Freundinnen und Freunden sowie Familie (67,5 Prozent), Lebensfreude und Genuss (53,1 Prozent) sowie Abwechslung vom Alltag (52,1 Prozent).

Dabei wünschen sich 45,5 Prozent ausdrücklich, öfter auszugehen. Sie erwarten sich davon vor allem mehr Abwechslung vom Alltag (55,8 Prozent) und eine Stärkung sozialer Kontakte (54,8 Prozent). Rückblickend beschreiben 44,3 Prozent ihr letztes Ausgehen mit den Worten: „Das hat mir richtig gutgetan.“ Acht von zehn empfinden ihre jüngsten Ausgeh-Erlebnisse als erinnerungswürdig.

Bewusste Genussmomente in unsicheren Zeiten: 9 von 10 sind dafür

Gerade in wirtschaftlich und gesellschaftlich unsicheren Zeiten gewinnt dieses Bedürfnis an Bedeutung: Rund 90 Prozent stimmen der Aussage zu, dass es guttut, sich bewusst kleine Genussmomente zu gönnen. Und drei Viertel (76,8 Prozent) würden rückblickend lieber auf viele schöne Erlebnisse und Erinnerungen als auf ein höheres Sparguthaben blicken.

Die Ergebnisse unterstreichen: Gastronomie ist nicht nur ein Wirtschaftsfaktor, sondern ein sozialer Resonanzraum – Ausgehen stiftet Lebensqualität.



Vor diesem Hintergrund wird die österreichische Brauwirtschaft gemeinsam mit Gastronominnen und Gastronomen eine zielgerichtete Kampagne zur Stärkung des Bierabsatzes in der Gastronomie starten. Ziel ist es, innovative Angebotskonzepte, Genuss-Initiativen und lokal verankerte Aktionen zu fördern, die Gäste zu einem bewussten und genussvollen Konsum einladen. Die Kampagne soll nicht nur

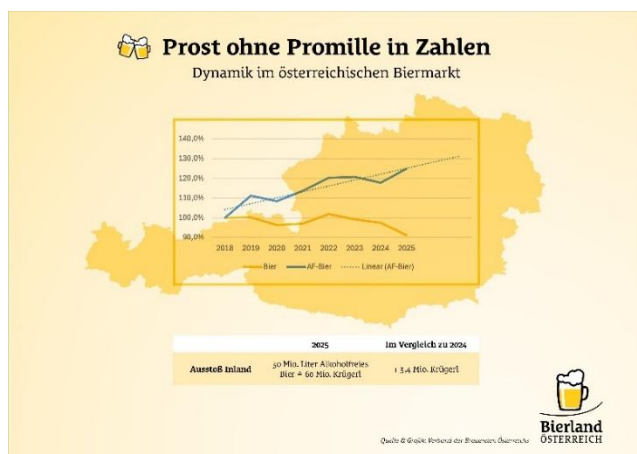
⁷ Quellen: Fachverband Gastronomie, Statistik zum Stichtag 31.12.2024, 31.12.2023 und 31.12.2022 nach Betriebstypen exkl. Ruhende

⁸ Quelle: Statistik Austria, Übernachtungsbilanz 2025

⁹ Studie marketagent.com, N=1.015, Sample repräsentativ für österr. Bevölkerung (18-75 Jahre), Durchführungszeitraum: 3.-11.2.2026

Absatzimpulse setzen, sondern auch das Bewusstsein für regionale Produkte und für die hohe Qualität heimischer Biere schärfen.

Anhaltende Dynamik bei alkoholfreiem Bier: In Österreich fast 60 Mio. Krügerl „mit ohne“¹⁰ für den Heimatmarkt produziert



Der Inlands-Ausstoß an AF-Bieren stieg 2025 um 6,1 Prozent auf in Summe fast 300.000 Hektoliter an – es wurden also für den Heimatmarkt „rund 30 Millionen Liter alkoholfreies Bier eingebraut“, weiß Florian Berger. Das entspricht 60 Millionen Bierkrügerl. „Alkoholfreies Bier macht damit bereits etwa 4 Prozent des Inlands-Ausstoßes aus“, so Berger weiter. Er sieht in diesem Segment große Möglichkeiten für die heimische Brauwirtschaft. Einerseits werden AF-Biere konsumentenseitig immer beliebter, andererseits sorgt die technologische Weiterentwicklung dafür, „dass zwischenzeitig

alkoholfreie Biere geschmacklich den Vergleich mit dem Original nicht mehr zu scheuen brauchen“, so Karl Schwarz. Zahlreiche heimische Brauereien konnten im vergangenen Jahr mit Neuprodukten punkten. Das spiegelt sich eindeutig in den Zahlen: Im ersten Quartal 2025 – in das der zunehmend beliebte *Dry January* fällt – legte der Absatz alkoholfreier Biere gegenüber dem Vorjahr um rund zehn Prozent zu. Zum Jahresende gewann die Dynamik nochmals deutlich an Fahrt: Im vierten Quartal betrug das Plus sogar rund 15 Prozent.

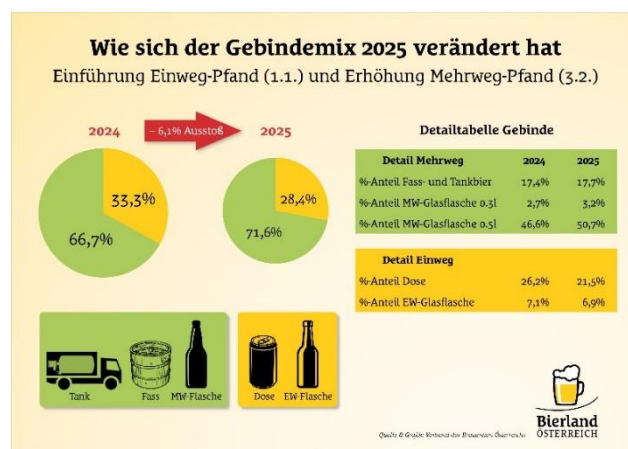
Bewährte Klassiker in Österreich weiterhin tonangebend: Märzenbier am beliebtesten

An der Spitze des Beliebtheitsrankings steht – wie seit vielen Jahren – das klassische Lager- bzw. Märzenbier. „Die heimischen Bierkonsumenten bleiben ihrem Geschmack treu“, betont Florian Berger. 2025 wurden in Österreich rund 5,5 Millionen Hektoliter Märzenbier hergestellt, das entspricht rund 70 Prozent der gesamten Produktionsmenge. Auf Platz zwei folgt sonstiges Vollbier mit einer Produktionsmenge von knapp unter einer Million Hektolitern und einem Anteil von rund 12 Prozent, Spezialbiere belegen mit rund 4 Prozent den dritten Rang.

Kreislauf-Wirtschaft: Bierbrauer als Vorreiter und Innovatoren mit 72%igem Mehrweg-Anteil

Auch 2025 stand im Zeichen der nachhaltigen Entwicklungen, die gerade beim Bier schon lange Thema sind. Bier hat den höchsten Mehrweg-Anteil bei Getränken – dieser legte von 67 Prozent im Vorjahr nochmals auf mittlerweile 72 Prozent¹¹ zu.

Der Anteil der 0,5-Liter-Mehrwegflasche an der Inlandsproduktion stieg von 46,6 Prozent im Jahr 2024 auf 50,7 Prozent im Jahr 2025 – ein Zuwachs von 4,4 Prozentpunkten binnen eines Jahres.¹² Über 80.000 Hektoliter mehr als im Jahr davor wurden in die „prototypische Bierflasche“ gefüllt – das ist ein Plus von 16 Mio. Flaschen oder 800.000 20er-Kisten oder fast 700 LKW-Ladungen¹³. Damit ist die „klassische Bierflasche“ das beliebteste heimische Gebinde.



¹⁰ AF-Bier Produktion 2025 Inland: 298.056 hl = rund 60 Mio. Krügerl Bier

¹¹ Bier in Gebinden in 2025: Fass & Tank 18 Prozent, Glas 61 Prozent (davon 51 Prozent Glas MW 0,5 und 7 Prozent Glas MW 0,33), Dosen 21 Prozent

¹² Anteil 0,5 l Mehrweg-Glas 2024 am Gebindemix: 46,6 Prozent, 2025: 50,7 Prozent

¹³ 40 Kisten pro Palette, 30 Paletten pro LKW = 1.200 Kisten/LKW

Kleine Standard-MW-Flasche „zieht an“

Wachstumssieger der Gebinde-Bier-Bilanz 2025 ist die 0,33-Liter-Mehrweg-Glasflasche: Sie legte um zehn Prozent zu, insgesamt wurden rund 75 Millionen 0,33-Liter-Mehrwegflaschen¹⁴ befüllt. Damit unterstreicht die Branche ihren klaren Fokus auf Mehrweg: Der Mehrweganteil bei Kleinflaschen lag 2025 bereits bei über 32 Prozent – jede dritte Kleinflasche wird somit wieder befüllt.

„Unsere Mitgliedsbetriebe leben Kreislaufwirtschaft und Klimaschutz“, betont Florian Berger. Ein sichtbares Symbol dafür ist die mehrwegfähige Standard-Kleinflasche „Vichy“. Als brauereiübergreifende Poolflasche – analog zur klassischen 0,5-Liter-Flasche – wird sie von zahlreichen Brauereien eingesetzt und gilt als Vorzeigeprojekt der Branche. „Das ist ein starkes Zeichen unserer ökologischen Orientierung – vor allem unsere deutschen Nachbarn beneiden uns um diese Lösung“, so Karl Schwarz.

Die „Vichy“-Flasche überzeugt dabei nicht nur optisch, sondern auch durch ihre inneren Werte: Ein hoher Anteil an Recyclingglas senkt Material- und Energieeinsatz in der Produktion. Durch ein neues Härungsverfahren ist sie leichter, bruchsicherer und langlebiger. Optimierte Logistikprozesse reduzieren den CO₂-Ausstoß zudem um rund 20 Prozent.

Recap: Pfanderhöhung auf 0,5 Mehrweg-Flaschen „erfüllt ihren Zweck“

Die Erhöhung des Mehrweg-Pfandes von 9 auf 20 Cent brutto pro Flasche verlief „reibungslos“ und habe den Bierbrauern „einen niedrigen zweistelligen Millionenbetrag“ gekostet. Man gehe jedoch davon aus, dass sich die Kosten „binnen weniger Jahre“ amortisieren, da die Pfanderhöhung – wie beabsichtigt – dafür sorgt, dass die Flaschen wieder vermehrt dem Mehrweg-Kreislauf zugeführt werden.

Rohstoffe: Grad der Inlands-Versorgung steigt

Sowohl beim Hopfen als auch bei der Braugerste verzeichneten die heimischen Landwirte 2025 Rekord-Erntemengen: So konnten laut der Fachzeitschrift „Die Landwirtschaft“ 185.000 Tonnen Sommerbrau- und Winterbraugerste eingefahren werden; und knapp 480 Tonnen Hopfen im Wald- und Mühlviertel sowie dem steirischen Leutschach geerntet werden. Gepaart mit dem gesunkenen Bierausstoß steigt damit der Grad der Inlands-Versorgung mit Rohstoffen an.

Über Bierland Österreich:

Bierland Österreich ist der Kommunikationsauftritt des Verbands der Brauereien Österreichs, der Interessenvertretung der österreichischen Brauwirtschaft. Der Verband in seiner heutigen Organisationsform im Rahmen der Wirtschaftskammer Österreich übernahm 1945 die Interessenvertretung der österreichischen Brauwirtschaft und damit die Agenden des 1850 gegründeten sogenannten „Brauherren-Vereins“.

Österreich, das Bierland mit Tradition, erfreut sich einer gesunden regionalen Struktur. Knapp 350 Braustätten erfüllen mit ihrer reichhaltigen Produktpalette und einem Ausstoß von gut 9 Mio. hl im Jahr jeden Wunsch verantwortungsvoller Biergenießerinnen und Biergenießer. 2024 erzielten die österreichischen Brauereien einen Umsatz von mehr als 1,4 Mrd. €, die Steuern auf Bier bringen dem österreichischen Staatshaushalt jährlich rd. 600 Mio. € ein. Die Branche beschäftigt rd. 3.500 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, ein Vielfaches davon ist in der erweiterten Wertschöpfungskette der Brauwirtschaft tätig.

Grafik und Fotodownload: <https://bierland-oesterreich.at>

Rückfragehinweis:

Verband der Brauereien Österreichs
T +43 (0) 1 713 15 05
getraenke@dielebensmittel.at
www.bierland-oesterreich.at

Für die Presse:

Martina Macho,
Martina Macho PR
martina@macho-pr.at
T +43 (0)664 396 90 58

¹⁴ 2025 wurden 248.937 hl Bier in Österreich in 0,33 l MW-Flaschen gefüllt; 248.937 hl = 75,4 Mio. 0,33 l Flaschen