

Wein/Bier/Spirituosen: Struktur, Zukunft und Trends der Branche

Klein und fein – das ist es, wofür Wein, Bier und Spirituosen aus Österreich stehen: Keine Massenprodukte, sondern Raritäten

- [Struktur](#)
- [Zukunft](#)
- [Trends](#)
- [go-international](#)

Struktur des Bereiches Wein, Bier und Spirituosen

Weltweit ist eine Professionalisierung und Qualitätssteigerung bei Weinen zu beobachten. Zusätzlich findet ein immer stärker werdender Verdrängungswettbewerb statt. Die traditionellen Weinländer wie Frankreich, Italien und Spanien kommen durch neue Konkurrenz immer mehr unter Druck. Vor allem Anbieter von Weinen der Neuen Welt und aus den CEE-Ländern drängen auf die Märkte.

Das Preiseingangssegment bewegt sich stetig nach oben. Gleichzeitig ist allerdings ein immer größeres Angebot in den Premium und Ultrapremiumsegmenten zu beobachten, das die Nachfrage bei weitem übersteigt. Daher werden in diesem Preissegment die Preise mittelfristig unter Druck kommen.

Bei den Bierherstellern gibt es immer weniger *Global Player*, da die großen Hersteller kleinere Brauereien aufkaufen und große Hersteller fusionieren. Es ist eine größere Nachfrage nach alkoholfreiem Bier und nach Spezialbieren (*Craft beer*) festzustellen.

Bei den Spirituosen ist ebenfalls eine Verdichtung der Hersteller zu sehen, da sich auch hier große Hersteller zusammenschließen, um effektiver Märkte bearbeiten zu können.

Zukunft der Branche Wein, Bier und Spirituosen

Die Österreich Wein Marketing GmbH (ÖWM) unterstützt und koordiniert die österreichische Weinwirtschaft bei Qualität und Verkauf und setzt sich folgende strategische Ziel:

- Veränderung des Markts von billigem Fasswein zu höherwertigen Flaschenweinen in den klassischen Fassweinemärkten Deutschland, Tschechische Republik und Italien
- Ausstieg aus dem Billigeschäft bei Flaschenwein in Deutschland und verstärkter Absatz höherwertiger Flaschenweine auch im deutschen Lebensmitteleinzelhandel und Diskont
- Aufbau neuer Märkte im Fokus auf mittlere und höhere Preisklassen durch einen konsequenten Image- und Distributionsaufbau in der qualitativ hochwertigen Nische in vielen Märkten

Steigen Sie in unsere Zeitmaschine! – Auf unseren [Zukunftsreisen](#) lernen Sie neue Trends, Technologien und Geschäftsmodelle kennen.

Die Erschließung neuer Märkte ist nötig, da die Zahl leistungsfähiger Betriebe in Österreich so steigt, dass wenige Märkte die viele Marken (Weingüter) nicht aufnehmen könnten. Der Strukturwandel macht die österreichische Weinwirtschaft immer leistungsfähiger, verschärft aber auch den Wettbewerb. In der exportrelevanten Klasse über 30.000 Liter Qualitätswein steigt die Zahl der Betriebe weiter an, während die Zahl der Kleinstbetriebe abnimmt.

Bei Bier ist ein Rückgang vom Dosenbier zu beobachten, während der Flaschenbieranteil zunimmt. In Zukunft sind bei Spirituosen verstärkte Zuwächse bei Whiskey und Gin zu erwarten.

Trends der Branche Wein, Bier und Spirituosen

Nachhaltigkeit ist in der Landwirtschaft seit vielen Jahren ein wichtiges Thema. Der Weinbau ist durch den Einsatz von Pflanzenschutz- bzw.

Pflanzenpflegemitteln und Dünger, aber auch durch einen hohen Maschinen- und damit Energie- und Wasseraufwand eine sehr intensive Form der Landwirtschaft. Ziel eines nachhaltigen Weinbaus ist es, die Ressourcen möglichst zu schonen und emissionsarm zu produzieren. Zu einem nachhaltigen Weinbau gehören auch die anschließenden Verarbeitungs- und Vertriebsketten und schließlich auch die Konsumentinnen und Konsumenten. Daher ist die Umstellung auf Bio-, Demeter- bzw. Orange-Weine der Trend für die nächsten Jahre.

Weißwein verzeichnet einen wert- und mengenmäßigen Zuwachs, während der Rotweinkonsum leicht rückläufig ist. Roséweine konnten in Menge und Wert leicht zulegen.

Die Dynamik im Export kommt immer stärker aus den Märkten außerhalb der Europäischen Union. In Europa haben die Benelux-Länder und Skandinavien das größte Wachstumspotential. Auch die Nachbarländer außer Deutschland, aber überraschenderweise inklusive Italien, wachsen stärker als der Durchschnitt, ebenso Osteuropa. Aufgrund des absehbaren Potenzials gewinnen die asiatischen Märkte an Bedeutung.

Bei Bier und Spirituosen ist eine starke Entwicklung zu regionalen Spezialitäten wie Starkbier, Gin und Wodka von kleineren, lokalen Brauereien festzustellen. Dieser Trend spiegelt sich auch im Export wider.

Internationalisierungsoffensive go-international

Wer Kräfte bündelt, erreicht mehr und kommt schneller ans Ziel. Wer sich im Auslandsgeschäft viel vornimmt, nützt daher am besten die „All-inclusive-Angebote“ von mehr als 160 Branchenfokusprogrammen.

Zum richtigen Zeitpunkt, am richtigen Markt und oft regional gebündelt unterstützt die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA in 45 Schlüsselbranchen den Markteintritt oder die Expansion österreichischer Exporteurinnen und Exporteure und Investorinnen und Investoren mit maßgeschneiderten Leistungspaketen:

Von Fachleuten vor Ort erstellte Studien versorgen Unternehmen mit wertvollem Markt- und Branchenwissen. Expertenforen informieren über Geschäftschancen und Rahmenbedingungen. Auslandsveranstaltungen mit starkem B2B-Fokus unterstützen bei der Geschäftsanbahnung im Zielmarkt. Branchen-Managerinnen und -Manager betreuen Firmen in Österreich, und Expertinnen und Experten in den Außenwirtschaftszentren unterstützen vor Ort.

Dazu gibt es Startgeld für Mutige! - Das Förderprogramm go-international erleichtert Ihnen den Sprung über die Grenze und ist Teil der Internationalisierungsoffensive des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort und der Wirtschaftskammer Österreich.