Verantwortung | Braukunst | Genuss

ÖSTERREICHISCHER BIERKULTURBERICHT

2015

Unsere österreichische Bierkultur.

BRAUUNION ÖSTERREICH

PART OF THE HEINEKEN COMPANY

INHALT.

5 Vorwort Generaldirektor DI Dr. **Markus Liebl**.

7 **Christa Kummer:** Verantwortungsvoller Konsum heißt Selbst-Verantwortung.

8 **Conrad Seidl:** Bilanz eines schönen Sommers.

11 Bierkulturbericht 2015 – Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick.

12 ÖSTERREICH – WO BIER KULTUR HAT.

14 Stellenwert von Bier für die Getränkekultur in Österreich.

16 Die Österreicher und ihre Liebe zum Bier.

18 Konsumhäufigkeit von Bier.

20 Wann und wie oft gönnt man sich in Österreich ein Bier?

22 Gerne werden verschiedene Biersorten getrunken.

24 Österreich schwört auf das heimische und regionale Bier.

25 **Conrad Seidl:** Verfeinerung des Geschmacks.

26 Schankhygiene und saubere Zapfanlage beim Bierkonsum.

28 Bierkultur in der Gastronomie beginnt mit Sauberkeit bei der Ausschank.

28 **Conrad Seidl:** Der Ort der Bierkultur.

29 **CoolFlow Technology** – ein neues Kapitel in der Schanktechnik.

30 Die Gastronomie als Bühne der österreichischen Bierkultur.

32 **MASSVOLLER GENUSS IST BIERGENUSS MIT VERANTWORTUNG.**

34 Wie verantwortungsvoll genießen die Österreicher?

36 Österreicher genießen mit viel Verantwortung.

37 **Conrad Seidl:** Kosten und genießen, nicht saufen.

38 Kriterien für verantwortungsvollen Alkoholkonsum.

40 In puncto Alkohol ist das Verantwortungsbewusstsein besonders hoch.

42 Kriterien für verantwortungsvolle und nachhaltige Bierproduktion.

43 Und was ist eine verantwortungsvolle Bierproduktion?

45 Das neue Reinheitsgebot.

47 BRAU UNION ÖSTERREICH: In ganz Österreich regional verankert.

VORWORT GENERALDIREKTOR DI DR. MARKUS LIEBL.

Als Brautechniker liebe ich die unerschöpfliche Vielfalt und den Variantenreichtum des Bieres. Je mehr Spielarten und Facetten das Bier eines Landes hat, umso reicher ist seine Bierkultur – zumindest ist das ein Aspekt davon. Österreich ist in diesem Sinne ein Land der Bierhochkultur. Es gibt hunderte verschiedene Bierspezialitäten und fast jede Region hat ihr eigenes Bier, das fest mit der jeweiligen Region verwurzelt ist. Dem Aspekt der Regionalität unseres heimischen Bieres haben wir letztes Jahr den thematischen Schwerpunkt unseres Bierkulturberichtes gewidmet. Das war alleine darum schon naheliegend, weil die BRAU UNION ÖSTERREICH genauso wie unser heimisches Bier regional verwurzelt ist. Mit acht Braustätten und einem flächendeckenden Netz von Lagern und Verkaufspartnern ist die BRAU UNION ÖSTERREICH im ganzen Land heimisch. Weil unsere Biere in allen Regionen Österreichs anzutreffen sind und sich bei den Menschen großer Beliebtheit erfreuen, sind wir uns auch unserer Verantwortung im Umgang mit dem Bier als alkoholisches Getränk bewusst. Deshalb ist es uns ein großes Anliegen, dass beim Biergenuss das rechte Maß und Ziel herrscht. So ist der Schwerpunkt des vorliegenden siebenten Bierkulturberichtes das Thema maßvoller Genuss.

Gemeinsam mit dem Linzer market-Institut haben wir eine breit angelegte, österreichweite Studie durchgeführt. Die Studie geht den geselligen und verbindenden Aspekten des Alkohol- und Biergenusses auf den Grund und gibt darüber Auskunft, wie maßvoll die Menschen im Umgang mit Genuss sind.

Es werden hier Fragen beantwortet wie: Wann greift man besonders gerne zu einem Glas Bier? Was verstehen die Österreicher unter verantwortungsvollem Genuss und wie ernst ist es ihnen damit? Wir als BRAU UNION ÖSTERREICH haben jedenfalls einen Trend zu alkoholfreien und -armen Bieren und Radlern erkannt und darauf reagiert. Darum haben wir den eingefleischten Biertrinkern einige attraktive, alkoholfreie und -arme Alternativen angeboten.

Neben den nüchternen Zahlen und Fakten zum Thema maßvoller Genuss werden Ihnen vor allem die vollmundigen Essays unseres Bierpapstes Conrad Seidl und unserer Klimatologin Christa Kummer besonderen Lesegenuss und Erkenntnisgewinn bereiten.

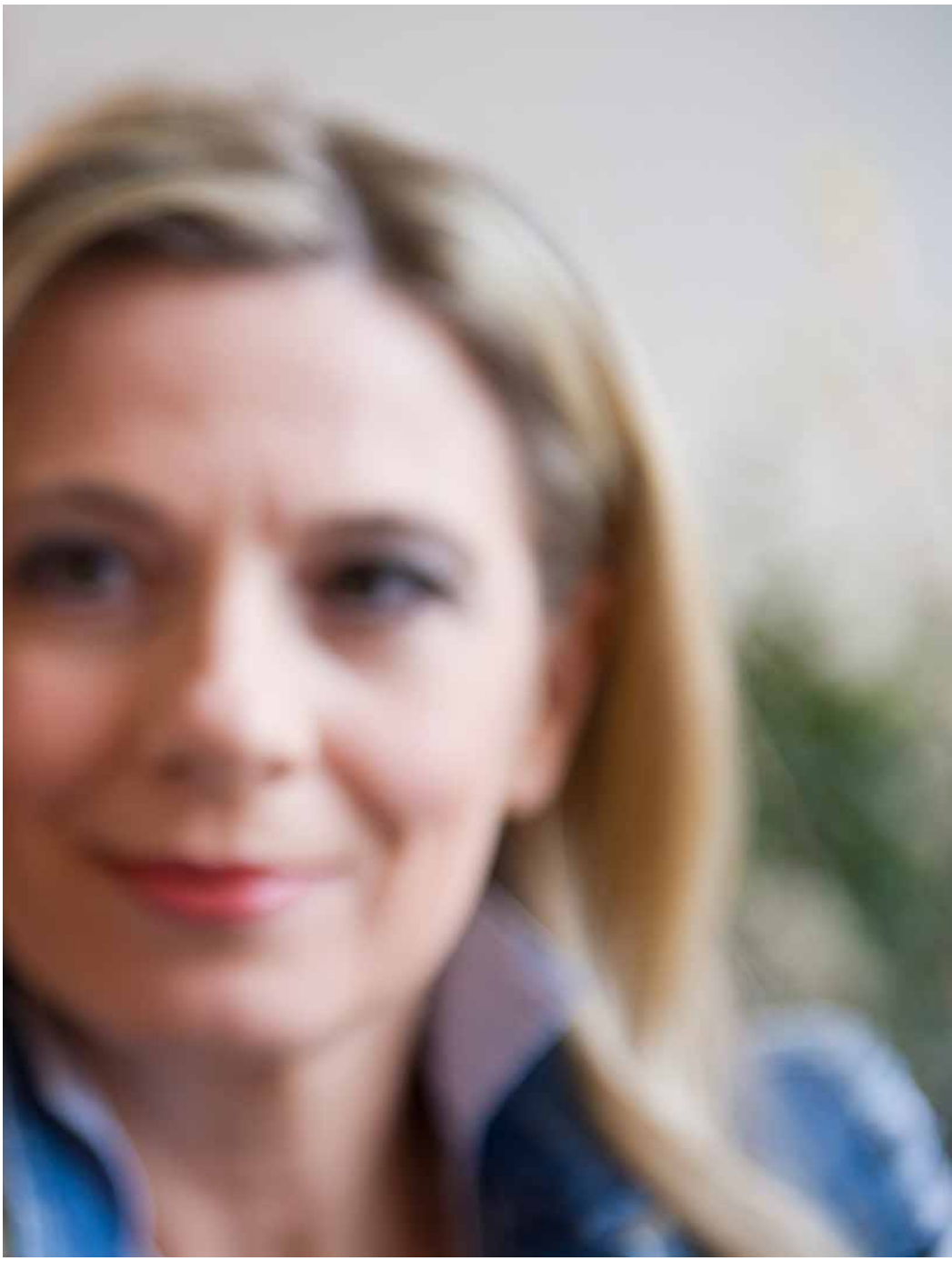
Verantwortungsvoller Umgang ist uns nicht nur beim Bierkonsum, sondern auch in der Bierproduktion wichtig. Darum setzen wir von der BRAU UNION ÖSTERREICH auf Rohstoffe aus und Arbeitsplätze in unserem eigenen Land. Dass die BRAU UNION ÖSTERREICH damit auch eine Rolle für die heimische Volkswirtschaft spielt, macht mich sehr stolz.

Stolz bin ich auch auf eine Innovation der BRAU UNION ÖSTERREICH, nämlich die neue Kaltzapfanlage, die ein Meilenstein in Richtung eines noch hygienischeren und geschmackvolleren Zapfens ist. Ich hoffe, dass diese Neuerung von der heimischen Gastronomie gut angenommen wird, weil sie einen weiteren großen Schritt in der Bierkultur bedeutet.

Apropos Gastronomie: Es freut mich, dass der heimischen Gastronomie in puncto Bierkultur auch dieses Jahr wieder ein so gutes Zeugnis ausgestellt wurde, und lade die Gastronomen dazu ein, den eingeschlagenen Weg zu einer Bierhochkultur weiter zu verfolgen.

Ich wünsche Ihnen nun mit dem vorliegenden Bierkulturbericht 2015 eine interessante Lektüre und hoffe, dass Sie in maßvoller Weise Ihr Bier auch in Zukunft so lieben, wie ich es tue.

Prost!
Ihr Markus Liebl
Generaldirektor



VERANTWORTUNGSVOLLER KONSUM HEISST SELBST-VERANTWORTUNG.

Schlagwörter wie verantwortungsvoller Konsum und Nachhaltigkeit sind zu täglichen Begleitern geworden. Manche denken aktiv über diese Schlagwörter nach, manche lassen sie als mediale Berieselung einfach vor ihrem geistigen Auge vorbeiziehen. Wenn es um den Konsum geht, bleibt vom gesunden Hausverstand leider oft nicht mehr viel übrig. Dabei sollte verantwortungsvoller Konsum doch zu den bedeutendsten Gegenwartsthemen zählen.

Bewusst konsumieren beschränkt sich in Zeiten wie diesen, in denen die globale Erwärmung schon deutliche Spuren hinterlässt, nicht nur aufs grüne Einkaufen. Das wäre zu leicht. Bewusster konsumieren ist nicht immer bequem. Bewusst konsumieren heißt nämlich auch, Gewohnheiten zu hinterfragen und nach neuen Lebensmodellen Ausschau zu halten. Auf politischer Ebene geht damit die Frage einher, wie unser Wirtschaftssystem aussehen sollte, um Ökonomie und Ökologie in Einklang zu bringen. Konsumieren ist nicht nur Einkaufen. Neben dem reinen Akt des Kaufens bestimmt die Art, wie Konsumgüter genutzt, gewartet, repariert oder entsorgt werden, darüber, ob ein Konsumverhalten verantwortungsvoll ist oder nicht. Dabei entscheidet der ganze Lebenszyklus von der Produktion über die Verarbeitung, den Handel, den Verbrauch und die Entsorgung darüber, ob die Bezeichnung verantwortungsvoll tatsächlich gerechtfertigt ist. An diesem Punkt möchte ich auf das Bier zu sprechen kommen.

Bier ist nämlich ein Produkt, bei dem die Konsumenten im Bereich der nachhaltigen Produktion die Latte sehr hoch legen. Das belegen Umfragen der letzten Jahre: Die Verwendung regionaler Rohstoffe zur Unterstützung der heimischen Wirtschaft ist den Umfrageergebnissen zufolge das Um & Auf für eine nachhaltige Bierproduktion. Andere Anforderungen, die an eine nachhaltige Produktion von Bier gestellt werden, sind die Verwendung erneuerbarer Energieformen, die Vermeidung von langen Transportwegen sowie die sozialen Bedingungen in der Brauerei. Da mehr als die Hälfte der Befragten den Stellenwert von Bier in der heimischen Getränkekultur für sehr wichtig und weitere 39 % für wichtig halten, ist das Qualitäts- und Nachhaltigkeitskriterium in der Produktion also nicht unbedeutend.

In den letzten Jahren sind vor allem Biermischgetränke in Mode gekommen. Das hat maßgeblich damit zu tun, dass diese Produkte einen geringeren Alkoholgehalt aufweisen. Jede zweite Österreicherin bzw. Österreicher bekennt sich als Fan dieser alkoholreduzierten Produkte. In erster Linie Damen und die Zielgruppe der unter 30-Jährigen schätzen den leichten Genuss. Und hier sind wir wieder bei der Verantwortung: Der Trend zu alkoholreduzierten und alkoholfreien Produkten unterstreicht, dass die Österreicher verantwortungsvolle Biergenießer sind und ihnen die Verantwortung nicht nur bei der Bierproduktion, sondern auch beim Konsum wichtig ist. Dieses Verantwortungsbewusstsein ist in den letzten Jahren sogar noch deutlich gestiegen. Vor allem unter der älteren Bevölkerung geben 4 von 10 Befragten an, beim Trinken immer verantwortungsvoll zu sein. Gut 60 % achten laut Eigenaussage immer auf einen maßvollen Genuss, obwohl ein Drittel zugibt, in Ausnahmefällen beim Trinken übers Ziel hinauszuschießen.

Zu den klassischen Ausrutscher-Situationen zählen beispielsweise Geburtstagsfeiern oder ein gemütliches, geselliges Beisammensein. Interessant ist, dass verantwortungsvoller Genuss von den Österreichern aber weit gefasst wird: So versteht man darunter nicht nur den Alkoholverzicht in der Schwangerschaft, sondern auch im Straßenverkehr und bei der Arbeit oder die Vorbildfunktion für die Jugend, der unter der Altersgrenze kein Alkohol ausgeschenkt werden soll.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Umfrageergebnisse in vielen Bereichen das gesellschaftliche Bild sehr gut widerspiegeln: Konsum ist der Ausdruck des persönlichen Lebensstils. Nachhaltig oder verantwortungsvoll zu konsumieren heißt, die Konsequenzen bei Kauf- und Lebensstilentscheidungen im Blick zu haben und negative Folgen des eigenen Handelns zu vermeiden. Es ist an der Zeit, Verantwortung zu übernehmen – und zwar Selbst-Verantwortung.

Ihre
Christa Kummer

BILANZ EINES SCHÖNEN SOMMERS.

Was für ein Sommer! Noch am 1. September, an dem man üblicherweise schon mit dem Eintreffen des Herbstwetters rechnet, gab es mit 35,4 Grad einen Hitzerekord – ausgerechnet in der für ihr Bier bekannten niederösterreichischen Stadt Wieselburg. Auch sonst hat Österreich den zweitwärmsten Sommer und den heißesten Juli überhaupt seit dem Beginn der regelmäßigen Temperaturmessungen im Jahr 1767 erlebt. Bei den Temperaturen wurde eine Abweichung von 2,5 Grad über dem vieljährigen Mittel registriert, es gab 20 % mehr Sonnenstunden als in einem normalen Sommer, „Hitzewelle" war in diesem Sommer das meistbenutzte Wort. In Wien wurden ebenfalls rekordverdächtige 15 extrem heiße Tage gezählt, die 3.135.000 Badegäste in den Wiener Bädern waren jedenfalls ein Rekord.

Und die Biergärten? Danke der Nachfrage: Auch dort war es ein schöner Sommer. Der Wiener übersetzt ja umgangssprachlich die Celsius-Grade in „Krügerl im Schatten" – und da wären es mehrfach 30 Krügerl und mehr geworden. 15 Liter Bier an einem Tag.

Ist natürlich völliger Unsinn. Da wäre die Stadt ja voller Betrunkener. War sie aber auch in diesem Sommer nicht. Tatsache ist nämlich: Auch wenn es extrem heiß ist, wird nicht hemmungslos getrunken. Die Beobachtung zeigt: Gerade bei extremen Temperaturen wird hierzulande eher leicht getrunken. Anders als in tropischen Ländern, wo man Biere bevorzugt, die nach unserem Verständnis als Bockbier gelten würden, ist der Österreicher ein eher zurückhaltender Genießer.

Klar schmeckt ein Krügerl Bier an einem heißen Sommerabend – und bei Biergartenwetter (definiert als mindestens 21 Grad nach 21 Uhr abends) vielleicht auch ein zweites. Aber dann ist meist auch Schluss.

Das belegt auch der heurige Bierkulturbericht. Die Österreicher üben sich in maßvollem Biergenuss. Und sie zeigen sich verantwortungsbewusst: So ist es in den letzten Jahren für viele Bierfreunde zur Gewohnheit geworden, in der Mittagspause oder bei Pausen zwischendurch alkoholfreies Bier zu trinken – immerhin jeder elfte Befragte gibt an, das so zu halten. Und der vorliegende Bierkulturbericht belegt: Wenn Biertrinker vorhaben, später am Tag noch Auto zu fahren, dann greifen 67 % zu alkoholfreiem Bier. 18 % der Befragten sagen, dass sie jetzt – im Vergleich zu früher – mehr oder öfter alkoholfreies Bier trinken würden. Es sind besonders die Männer, die bewusst zum Bier ohne Promille greifen – nämlich jeder Vierte tut das.

Siehe da: Viele tun das nicht nur aus Verantwortungsbewusstsein (was für sich genommen löblich ist), sondern noch aus einem viel näherliegenden Grund. Es schmeckt ihnen nämlich. Auch das belegen die neuen Umfragedaten deutlich: Auf die Frage, ob sie persönlich gerne alkoholfreies Bier trinken, stimmen 16 % zu, weitere 4 % sagen, dass sie sogar sehr gern alkoholfreie Biere trinken.

Natürlich nicht immer. Es gibt ja viele andere Biere zu entdecken. So viele Innovationen! So viele Möglichkeiten zum Genuss! Nicht nur bei Rekordhitze. Also: Gehen wir auf ein Bier!

Herzliches Prost!
Conrad Seidl

BIERKULTURBERICHT 2015 – DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK.

ÖSTERREICH – WO BIER KULTUR HAT.

- 92 % der Bevölkerung sind überzeugt, dass Bier ein wichtiger Bestandteil der österreichischen Getränkekultur ist.
- 84 % der Österreicher sind mit dem Angebot an regionalen Bieren und Bierspezialitäten in Österreich zufrieden.
- 37 % der Bevölkerung denken, dass sich die Reputation von Bier in den letzten 10 Jahren weiter verbessert hat.

DER BIERKONSUM IN ÖSTERREICH.

- 59 % der Österreicher trinken regelmäßig Bier.
- 46 %, also fast die Hälfte aller Männer, trinken mehrmals in der Woche Bier; bei den Frauen sind es 13 %.
- 33 % der Bevölkerung trinken gerne Bier aus ihrer näheren Region. Weitere 46 % greifen zumindest zu Bier aus Österreich. Das bedeutet, dass 79 % der Österreicher auf heimisches Bier schwören.
- Dennoch sind 46 % der Biertrinker, also fast die Hälfte, probierfreudig und würden auch zu neuen Biersorten greifen.

BRENNPUNKT DER HEIMISCHEN BIERKULTUR: DIE ÖSTERREICHISCHE GASTRONOMIE.

- 53 % der Bevölkerung finden die Beratungsqualität bezugnehmend auf Bier gut oder sehr gut. In Westösterreich sind es sogar 61 %.
- Obwohl 49 % der Österreicher angeben, sich mit Typen- und Sortenbezeichnungen beim Bier auszukennen, gibt es noch immer Informationsbedarf: So wollen 43 % der Frauen und 52 % der 18- bis 29-Jährigen mehr rund um Biertypen und -sorten wissen.
- Besonders wichtig in der Gastronomie ist den Österreichern die Schankhygiene (72 %), eine perfekte Temperierung des Biers (67 %), dass kein Alkohol an Minderjährige ausgeschenkt wird (65 %) und perfekt gezapftes Bier (51 %).

MASSVOLLER BIERGENUSS IST DEN ÖSTERREICHERN WICHTIG.

- 94 % der Österreicher achten laut Eigenaussage immer auf einen verantwortungsvollen Genuss beim Trinken.
- 40 % der Bevölkerung erkennen in den letzten Jahren höheres Verantwortungsbewusstsein beim Umgang mit Alkohol.
- So scheint es nicht verwunderlich, dass bereits 24 % der Österreicher die neuen alkoholfreien Bierprodukte probiert haben.
- Verantwortungsvoller Genuss wird in Österreich breit definiert. Für 77 % fällt kein Alkoholgenuss in der Schwangerschaft darunter, für 76 % kein Alkoholausschank an Jugendliche, für 74 % kein Alkoholkonsum beim Autofahren und für jeweils 70 % kein Alkohol in der Arbeitszeit und kein maßloses Trinken über den Durst.
- Für die Österreicher geht es bei der Verantwortung im Zusammenhang mit Bier auch um die Bierproduktion. Hier ist den Menschen wichtig, dass regionale Rohstoffe verwendet werden (74 %), dass die regionale Wirtschaft unterstützt wird (73 %) und dass Arbeitsplätze geschaffen werden (70 %).

ÖSTERREICH – WO BIER KULTUR HAT.

WAS FÜR DIE ITALIENER PASTA UND PARMESAN UND FÜR DIE FRANZOSEN WEIN UND KÄSE SIND, SIND FÜR DIE ÖSTERREICHER DAS SCHNITZEL UND DAS BIER. EIN GETRÄNK MIT LANGER TRADITION UND EINER UNFASSBAREN SORTENVIELFALT, DIE SICH MIT EINER DAZU PASSENDEN TRINK- UND GENUSSKULTUR VERBINDET. FAST JEDE REGION IN UNSEREM LAND HAT IHRE EIGENEN BIERSPEZIALITÄTEN. BIER IST IN ÖSTERREICH ABER NICHT NUR REGIONAL, SONDERN AUCH SAISONAL. SO HABEN VERSCHIEDENE ANLÄSSE IHR EIGENES BIER. DARUM WUNDERT ES NICHT, DASS 92 % DER ÖSTERREICHER SAGEN, DASS DER STELLENWERT VON BIER FÜR DIE HEIMISCHE GETRÄNKEKULTUR WICHTIG IST.

ÖSTERREICH –
WO BIER KULTUR HAT. 1

STELLENWERT VON BIER FÜR DIE GETRÄNKEKULTUR IN ÖSTERREICH. 1.1

KONSUMHÄUFIGKEIT VON BIER. 1.2

BIERSORTEN, DIE GERNE GETRUNKEN WERDEN. 1.3

SCHANKHYGIENE UND SAUBERE ZAPFANLAGE BEIM BIERKONSUM. 1.4

MASSVOLLER GENUSS IST BIER-GENUSS MIT VERANTWORTUNG. 2

WIE VERANTWORTUNGSVOLL GENIESSEN DIE ÖSTERREICHER? 2.1

KRITERIEN FÜR VERANT-WORTUNGSVOLLEN ALKOHOL-KONSUM. 2.2

KRITERIEN FÜR VERANT-WORTUNGSVOLLE UND NACH-HALTIGE BIERPRODUKTION. 2.3

STELLENWERT VON BIER FÜR DIE GETRÄNKEKULTUR IN ÖSTERREICH.

5 %
Eher weniger wichtig
1 %
Gar nicht wichtig
2 %
Keine Angabe

DIE ÖSTERREICHER UND IHRE LIEBE ZUM BIER.

HOPFEN UND MALZ, GOTT ERHALT'S – DIESER WUNSCH IST IN ÖSTERREICH BESONDERS INNIG. KEIN WUNDER, GIBT ES JA AUCH KAUM LÄNDER, IN DENEN BIER SO EINEN STELLENWERT FÜR DIE KULTUR HAT UND SO LEIDENSCHAFTLICH GENOSSEN WIRD WIE IN ÖSTERREICH. FÜR 92 % ALLER ÖSTERREICHER IST BIER WICHTIG FÜR DIE HEIMISCHE GETRÄNKEKULTUR, 37 % SEHEN EINE WEITERE IMAGEVERBESSERUNG VON BIER IN DEN LETZTEN JAHREN.

Vor mehr als tausend Jahren, bereits 985 – 993 n. Chr., wurde im Pustertal in Tirol das Bierbrauen erstmals urkundlich erwähnt. Auf Grund dieser langen Geschichte der Biererzeugung wurde das Lieblingsgetränk der Österreicher vor 2 Jahren ins „Register der Traditionellen Lebensmittel" aufgenommen. So tief wie der goldgelbe Gerstensaft mit der österreichischen Kultur verwoben ist, überrascht es nicht, dass fast alle Österreicher davon überzeugt sind, dass Bier eine wichtige Rolle für die Getränkekultur unseres Landes spielt (Abb. S. 14/15).

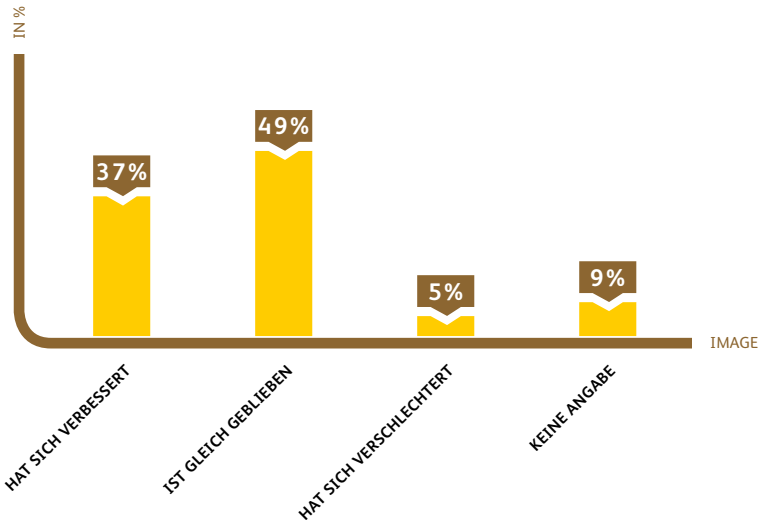
Dieses Ergebnis zeigt die aktuelle, österreichweite Studie, die die BRAU UNION ÖSTERREICH beim Linzer market-Institut in Auftrag gegeben hat und die im Sommer 2015 durchgeführt wurde. Ziel der Studie war es, einen signifikanten Statusbericht der heimischen Bierkultur zu erheben. Herausgekommen ist, dass die Bedeutung des Bieres für die österreichische Getränkekultur von mehr als der Hälfte der Österreicher, nämlich 53 %, als sehr wichtig eingeschätzt wird, weitere 39 % schätzen die Rolle des Bieres als wichtig ein. 5 % denken, dass der Stellenwert des Biers eher weniger wichtig ist, und nur 1 % findet, dass Bier ganz und gar nicht wichtig für die Getränkekultur ist. Mit insgesamt 92 %, die von der Wichtigkeit des Bieres überzeugt sind, kann man knapp nicht an den Rekordwert des Vorjahrs, 94 %, anknüpfen, befindet sich aber auf ähnlich hohem Niveau. Interessant ist, dass die Verteilung derer, die dem Bier eine sehr wichtige Rolle für die Getränkekultur einräumen, über alle Bildungs-, Alters-, Geschlechts- und Religionsgruppen hinweg gleichmäßig hoch zwischen 42 % und 61 % verteilt ist. Daraus kann geschlossen werden: Die zentrale Rolle des Biers in Österreich wird von allen Menschen erkannt und anerkannt.

Fragt man nach der Imageveränderung des Biers, zeigt die Studie einen entschieden positiven Trend. 37 % sind überzeugt, dass sich das Image von Bier in den letzten Jahren weiter verbessert hat. Für 49 % der Österreicher ist das Image von Bier gleich geblieben und nur für 5 % hat es sich verschlechtert. Im Trendverlauf entspricht dieser gute Wert denen der letzten Jahre, ohne jedoch den Allzeithöchstwert des letzten Jahres von 38 % zu erreichen. Auffallend ist weiter, dass besonders in der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen beachtliche 44 % eine Imageverbesserung beim Bier sehen, während sich für die Gruppe der 18- bis 29-Jährigen das Image von Bier nur für 23 % verbessert hat. Gerade für die Jüngeren hat das Bier damit ein kritischeres Image als für die älteren Menschen.

Vergleicht man das Image von Bier mit dem von anderen alkoholischen Getränken, zeichnet die market-Studie folgendes

Bild: Wie in den letzten Jahren wird Wein, Champagner und Sekt ein höheres Image ausgestellt als Bier. Vor allem dem Wein, dem zweiten Nationalgetränk der Österreicher, attestieren 42 % ein besseres Image als dem Bier. Für weitere 38 % hat der Wein aber das gleiche Image wie Bier. Nur 7 % sehen das Image des Weines unter jenem des Biers. Champagner wird von 39 % der Menschen als imageträchtiger angesehen als Bier und steht nur für 20 % auf dem gleichen Imageniveau. Für 20 % hat Champagner sogar einen schlechteren Ruf als das Bier. Spirituosen, Schnaps, aber auch Cider haben in Österreich einen bei weitem schlechteren Ruf als Bier. 44 % stellen Spirituosen und 42 % dem Schnaps ein schlechteres Zeugnis aus als dem Bier. Das von 26 % ausgedrückte Misstrauen gegenüber Cider rührt, anders als beim Schnaps (wo der hohe Alkoholgehalt ausschlaggebend ist), von der wohl mangelnden Bekanntheit dieses Getränks in unseren Breiten her.

WAHRGENOMMENE VERÄNDERUNGEN BEIM IMAGE VON BIER INNERHALB DER LETZTEN 10 JAHRE.



DER BIERMARKT IN ÖSTERREICH.

Bier hat in Österreich nicht nur als Getränk, sondern auch als Wirtschaftsfaktor eine besondere Bedeutung. Rund 105 Liter Bier genießt der Österreicher pro Jahr – ein Wert, der weltweit nur noch von Tschechien übertroffen wird und seit Jahren – im Vergleich zu vielen anderen Ländern weltweit – relativ konstant bleibt. In den österreichischen Brauereien werden jährlich von 3.800 Mitarbeitern rund 9,0 Mio. hl Bier gebraut. Die 198 Braustätten – davon 109 Gasthaus- und Hausbrauereien – liefern mit einer reichhaltigen Produktpalette von mehr als 1.000 verschiedenen Bieren für jeden Biertrinker das passende Getränk für die jeweilige Situation. Ein Indikator für die Biervielfalt eines Landes ist die Brauereidichte. In Österreich kommen hier 198 Brauereien auf rund 8,5 Millionen Einwohner: Damit belegen wir einen Spitzenplatz in Europa. Die österreichischen Brauereien beziehen ihre Rohstoffe größtenteils aus der heimischen Landwirtschaft, darunter etwa die gesamte österreichische Hopfenernte. Nicht zuletzt deshalb wird die Umweltverantwortung im Sektor Bier auch großgeschrieben: So gelangt heimisches Bier im Inland beispielsweise zu fast 70 % in Mehrweggebinden zu den Konsumenten, viele Brauereien setzen – zum Teil weltweit führende – Projekte zum Thema Nachhaltigkeit um.

KONSUMHÄUFIGKEIT
VON BIER.
29 %
Mehrmals p
Woche
10 %
(Fast) täglich
16 %
Seltener

%
ro
25 %
Fast gar nicht
20 %
Mehrmals pro Monat

WANN UND WIE OFT GÖNNT MAN SICH IN ÖSTERREICH EIN BIER?

FLIESSEN IM PARADIES MILCH UND HONIG, SO FLIESST IN ÖSTERREICH DAS BIER. DENN DIE ÖSTERREICHER LIEBEN IHR BIER, RUND 6 VON 10 TRINKEN ES REGELMÄSSIG. 1 VON 10 GENIESST DEN GERSTENSAFT FAST TÄGLICH. 3 VON 10 MEHRMALS PRO WOCHE, 2 VON 10 ZUMINDEST MEHRMALS IM MONAT UND NUR RUND 2 VON 10 ÖSTERREICHERN VERZICHTEN FAST GANZ AUF DAS GOLDGELBE GEBRÄU. GETRUNKEN WIRD DAS BIER MEISTENS ABENDS BEIM FORTGEHEN, WENN MAN SICH MIT FREUNDEN TRIFFT ODER ZU HAUSE ALS GETRÄNK ZUM ESSEN.

Gemeinsam mit unseren Nachbarländern Tschechien und Deutschland stellt Österreich so etwas wie das goldene Dreiländereck des Bieres dar. Denn nirgendwo auf der Welt wird so viel Bier getrunken wie in diesen 3 Ländern. Wenn es also um Bier und Bierkultur geht, liegt Österreich im internationalen Vergleich ganz weit vorne. Bier ist damit unbestritten das Lieblingsgetränk der Österreicher. Das hat auch die vom Linzer market-Institut groß angelegte, österreichweite Studie ergeben, die belegt, dass 59 % der Menschen in unserem Land den erfrischenden Gerstensaft regelmäßig genießen, 10 % genießen ihr Bier fast täglich. Weitere 29 % der österreichischen Bevölkerung gönnen sich mehrmals pro Woche ein Bier und zumindest 20 % der Befragten konsumieren mehrmals pro Monat ein Bier. Nur 16 % der Befragten geben an, Bier seltener als einmal im Monat zu trinken, und ein Viertel, nämlich exakt 25 % der Österreicher, trinkt fast gar kein Bier.

Besonders zugetan sind Männer dem Getränk aus Hopfen und Malz. Unter ihnen sind es 18 %, die täglich Bier genießen. Fast die Hälfte der Herren, nämlich 46 %, gönnt sich mehrmals pro Woche ein Bier. Was aus der Studie noch hervorgeht, ist, dass vor allem ältere Männer regelmäßig Bier genießen. Trinken in der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen bloß 6 % der Männer täglich Bier, sind es bei den 30- bis 49-Jährigen bereits 9 %. In der Gruppe der über 50-Jährigen jedoch genehmigen sich 14 % der Männer täglich ein kühles Blondes.

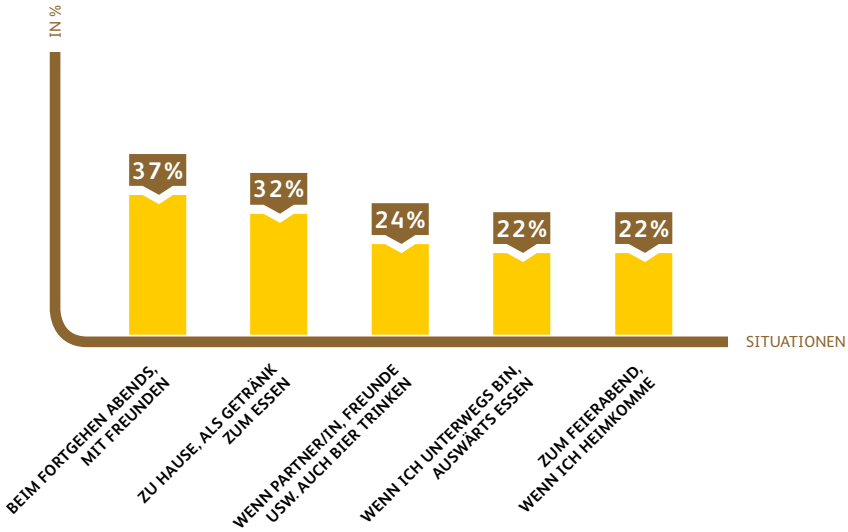
Wenn es um den Bierkauf geht, sind es gerade die jungen Bierfreunde der Gruppe zwischen 18 und 29 Jahren, die zu billigerer Aktionsware greifen und nicht zu einer bestimmten Biermarke, wie das die älteren Biertrinker tun. Denn unter den über 50-Jährigen kaufen bloß 5 % der Österreicher das Bier, das gerade in Aktion ist. Weiter sagen 13 % der 18- bis 29-Jährigen, dass sie weniger ausgehen und Bier eher zu Hause trinken. Daraus lässt sich ableiten, dass sich die wirtschaftlich schwierigen Zeiten auch auf die Art und Weise des Bierkonsums niederschlagen – vor allem bei jenen Menschen mit geringerem Einkommen. Unterstützt wird diese These von einem anderen Ergebnis: Fast 3 von 10 regelmäßigen Bierkonsumenten, exakt 29 %, sagen aus, dass sie in den letzten Jahren billigeres Bier kaufen.

Zum Konsumverhalten generell lässt sich sagen, dass dieses zunehmend volatil wird, also immer größeren Änderungen unterworfen ist. Haben im Jahr 2009 noch 86 % der Österreicher ausgesagt, dass sich ihr Konsumverhalten beim Bierkauf in den letzten Jahren nicht verändert hat, sind es heuer nur noch 65 %. Auch aus dieser Unsicherheit und Unstetheit im Bierkon-

sum lassen sich vielleicht wirtschaftliche Schwierigkeiten der letzten Jahre ablesen.

Den Gusto auf ein kühles Bier wollen sich die Österreicherin und der Österreicher trotz aller wirtschaftlichen Herausforderungen aber nicht nehmen lassen. Vor allem dann nicht, wenn man Freunde trifft und abends fortgeht. Das sind nämlich die Situationen, in denen 37 % der Österreicher Bier genießen. Besonders unter den 18- bis 29-Jährigen ist beim Fortgehen Bier das Getränk der Wahl – 55 % dieser Gruppe bestätigen das. Für 32 % der Befragten gilt Bier als fixer Bestandteil der Esskultur, für sie ist der Gerstensaft das bevorzugte Getränk, wenn zu Hause gegessen wird. Vor allem bei den Männern ist es so. 45 % von ihnen trinken zum Essen Bier. 22 % der Österreicher geben an, auch wenn sie auswärts essen gehen, ein Bier zu bestellen. Eine andere Gelegenheit zum Biergenuss ist der Feierabend, nachdem man von der Arbeit nach Hause kommt. Dabei belohnen sich 22 % der heimischen Bevölkerung mit einem kühlen Bier.

SITUATIONEN, IN DENEN MAN IN DER REGEL BIER TRINKT.



BRAU UNION ÖSTERREICH ALS VERMITTLER HEIMISCHER BIERKULTUR.

Das Interesse und Wissen rund um Bier steigt. In der Alpenrepublik entwickelt sich in jüngster Zeit, zusätzlich zum traditionellen Interesse an Bier, eine verstärkte Nachfrage nach besonderen Bieren, die sich durch spezielle Braumethoden, interessante Geschmacksvarianten oder neuartige Rezepturen auszeichnen. Je nach Situation oder Anlass entscheiden sich die Biergenießer immer bewusster für ein spezielles Bier, eine bestimmte Sorte.

Als Botschafter und Förderer der österreichischen Bierkultur legt die BRAU UNION ÖSTERREICH seit Jahren einen starken Fokus auf das Thema Bierkultur und sorgt mit diversen Maßnahmen von Ausbildungen wie dem Biersommelierkurs, den man in der Spezialitätenbrauerei der BRAU UNION ÖSTERREICH in Kaltenhausen machen kann, bis hin zu Auszeichnungen wie der Bierkrone, die jährlich an Restaurants mit gehobener Bierkultur vergeben werden, für die Pflege und Weiterentwicklung dieses Themas. Neben dem edukativen Aspekt erzeugt die Spezialitätenbrauerei Kaltenhausen auch einzigartige Bierspezialitäten, die wertvolle Beiträge zur heimischen Bierkultur sind.

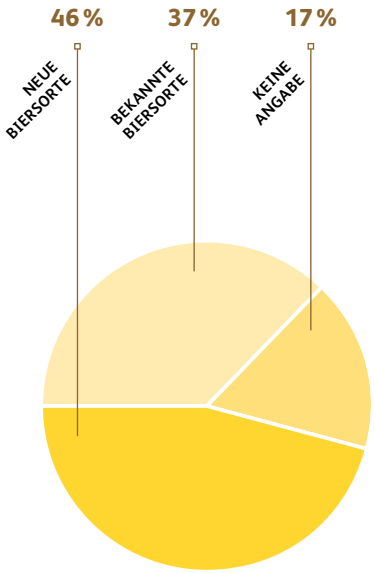
GERNE WERDEN VERSCHIEDENE BIERSORTEN GETRUNKEN.
33 %
Zwei oder drei Biersorten

29 %
Eine bestimmte Biersorte
3 %
Keine Angabe
3 %
Mehr als drei Biersorten
32 %
Keine bestimmte Biersorte

ÖSTERREICH SCHWÖRT AUF DAS HEIMISCHE UND REGIONALE BIER.

BEIM BIER SIND HERR UND FRAU ÖSTERREICHER PATRIOTEN. SO GEBEN 82 % DER HEIMISCHEN BEVÖLKERUNG AN, DASS ES IHNEN NICHT EGAL IST, WOHER DAS BIER KOMMT. FAST DIE HÄLFTE DER MENSCHEN IN UNSEREM LAND TRINKT AM LIEBSTEN BIER AUS ÖSTERREICH UND EIN DRITTEL GENIESST BEVORZUGT BIERSPEZIALITÄTEN AUS DER EIGENEN REGION. OBWOHL DIE ÖSTERREICHER DAMIT AUF IHR HEIMISCHES BIER EINGESCHWOREN SIND UND GROSSTEILS AUF EINE BIS DREI BIERMARKEN SCHWÖREN, SIND SIE IN BEZUG AUF NEUE BIERSORTEN DURCHAUS PROBIERFREUDIG.

BEKANNTE BIERSORTEN VERSUS NEUE BIERSORTEN.



Für die Österreicher ist es klar: Sie wollen Bier aus der Region. Zu dem Ergebnis kam eine vom Linzer market-Institut durchgeführte bundesweite Großstudie zur Bierkultur in Österreich. Demnach ist es nur 18 % der Menschen in unserem Land egal, woher das Bier, das sie trinken, stammt. 82 % der Befragten allerdings legen Wert darauf zu wissen, woher ihr Bier kommt. Sie bevorzugen hauptsächlich Bier aus ihrer Region oder zumindest aus Österreich. Dass Bier als besonders regional wahrgenommen und geschätzt wird, ist ein wesentlicher Bestandteil der Bierkultur in unserem Land. Fast jede Region hat ihre eigenen Bierspezialitäten, die sich zumeist mit den regionalen kulinarischen Spezialitäten zu einer stimmigen Einheit verbinden. Besonders stark ist die Bindung zum Bier aus der eigenen Region im ländlichen Bereich. Hier sagt fast die Hälfte aller Menschen, exakt 41 %, dass sie bevorzugt zu Bierspezialitäten aus der eigenen Region greift. Die Studie zeigt weiter, dass Männer mit 38 % mehr auf die Biere aus ihrer Region schwören als die Damen, von denen das lediglich 29 % angeben. Auch regelmäßige Bierkonsumenten haben eine hohe Präferenz für Bier aus ihrer Region. Von ihnen trinken 37 % am liebsten das Bier aus der nächsten Umgebung, während sporadische Bierkonsumenten nur zu 27 % dem regionalen Bier die Treue halten. Bei der Loyalität zum regionalen Bier enthüllt die market-Studie ein starkes und interessantes West-Ost-Gefälle. Trinken die Menschen in Westösterreich mit 43 % am liebsten ihr regionales Bier, sind es in Südösterreich nur mehr 39 % und im Osten unseres Landes nur noch geringe 21 %. Umgekehrt zeigt sich dieses Bild allerdings, wenn es um die Vorliebe zu Bier aus Österreich geht. Während nämlich dem Ostösterreicher mit 50 % wichtig ist, dass sein Bier aus Österreich kommt, geben dies nur 44 % der Südösterreicher und nur 41 % der Westösterreicher an.

Die Lust auf internationales Bier ist im Vergleich zum Vorjahr, wo noch 7 % der Bevölkerung angegeben haben, gerne internationale Bierspezialitäten zu konsumieren, auf 3 % gesunken. Im Trendverlauf der letzten Jahre ist das der bisher absolut niedrigste Wert. Im Jahr 2009 schwärmten immerhin noch 10 % der Bevölkerung von internationalen Bierspezialitäten. Dies kann zum einen daran liegen, dass die heimische Bierkultur in den letzten Jahren noch einmal massiv an Niveau zugelegt hat, aber auch daran, dass die heimischen Braumeister immer innovativer werden, man eine unglaubliche Sorten- und Variantenvielfalt auch Made in Austria bekommt und damit nicht mehr in die Ferne schweifen muss.

Eine große Treue zeigen die Österreicher aber nicht nur gegenüber dem Bier aus

ihrer Region oder ihrer Heimat, sondern auch zu gewissen Biermarken. 29 % der Befragten sagen, dass sie auf eine bestimmte Biermarke schwören. Weitere 33 % konsumieren zwischen 2 bis 3 verschiedene Biermarken und nur 32 % haben keine bestimmte Marke, der sie den Vorzug geben. Vor allem sporadische Biertrinker (57 %) und Frauen (46 %) legen sich auf keine bestimmte Biermarke fest. Geschmackliche Unterschiede zwischen den einzelnen Biermarken nehmen laut Eigenaussage vor allem die 18- bis 29-Jährigen wahr. 58 % dieser Gruppe meinen, große Unterschiede zwischen den Biermarken zu schmecken. Ähnlich hoch ist die Zahl bei der Gruppe der Maturanten und Akademiker. Von ihnen geben 51 % an, den Unterschied zwischen den Biermarken zu schmecken. Im Bevölkerungsschnitt sagen allerdings nur 12 % der Menschen, die regelmäßig verschiedene Biermarken trinken, dass sie den Unterschied für sehr groß halten und weitere 34 % halten ihn für eher groß. Ein geschmacklicher Unterschied zwischen den Biermarken wird damit in Summe von 46 % der Menschen bemerkt – im Gros schmeckt also jeder zweite Österreicher einen Unterschied zwischen den Marken.

Trotz dem starken Bekenntnis zum regionalen und österreichischen Bier und der Treue zu einigen Marken ist der Österreicher beim Biertrinken durchaus probierfreudig: Fast die Hälfte, nämlich 46 %, gibt an, neugierig auf neue Sorten zu sein. Besonders Männer mit 53 %, über 50-Jährige mit 52 % und die regelmäßigen Bierkonsumenten mit 60 % sagen, dass sie gerne einmal eine neue Bierspezialität ausprobieren würden.

CONRAD SEIDL

Verfeinerung des Geschmacks.

EIN KLEINES GEDANKENEXPERIMENT: Stellen wir uns vor, es gäbe nur eine Sorte Bier. Einen Käse. Eine Sorte Brot. Und tagaus tagein eine Suppe, ein ewig gleiches Fleischgericht und immer den gleichen Kuchen als Dessert. Langweilig? Ja, sicher. Aber bis um das Jahr 1900 der Alltag des allergrößten Teils der heimischen Bevölkerung, die allenfalls an hohen und entsprechend in der Erinnerung verankerten Festtagen etwas Abwechslung auf den Tisch bekommen hat.

Man kann sich das schwer vorstellen, wenn man die Menschenmengen betrachtet, die heute in asiatische Lokale strömen und zwischen vietnamesischer und koreanischer Küche, zwischen Japanese Home Cooking und den verschiedenen Varianten der chinesischen Küche trefflich zu unterscheiden wissen. Besuchen nicht Zehntausende die diversen Food-Festivals, lobt sich Österreich nicht zu Recht der hunderten verschiedenen Käse, sind wir nicht ein Land des Genusses? Ja, sind wir. Und Genuss, das hat sich herumgesprochen, ist nicht eine Frage der Menge. Es ist eine Frage der Auswahl, genauer: der kundigen Auswahl.

Das war, halten wir uns das noch einmal vor Augen, nicht immer so: In Zeiten des Mangels (und bis in die 1960er Jahre waren die Zeiten von Mangel geprägt) galt wohl schon als Genuss, wenn es einmal ein zweites Stück Fleisch sein durfte, ein Brot mehr, vielleicht auch noch ein weiteres Bier.

Und ganz verschwunden ist diese Haltung immer noch nicht: Neben all den kundigen Genießern, die in den Medien das Bild vom Feinkostladen Europas bilden, gibt es hunderttausende, ja wahrscheinlich Millionen von Mitbürgern, deren Speisekarte ziemlich eintönig ist und die Wiener Schnitzel und Schweinsbraten – oder auch Hamburger und Frankfurter – als tägliche Kost zu sich nehmen.

Es gibt eben Menschen, für die die Auswahl an Genüssen eher eine Belastung ist – und die ganz zufrieden sind, wenn sie ihre gewohnten Speisen und Getränke in gewohnter Qualität pünktlich auf den Tisch bekommen. Man kann darüber eitel die Nase rümpfen, wie es elitäre Genießer in allen Jahrhunderten getan haben: Die Verachtung des einfachen Mannes, der einfachen Frau gehörte ja schon immer zur Abgrenzung der „feinen Leute“ vom Rest der Welt.

Aber das passt nicht in eine moderne demokratische Gesellschaft, passt nicht zum weitgehend egalitären Menschenbild, das Österreich prägt. Und ist nicht das Bier an sich ein Gleichmacher, sind wir Menschen nicht vor dem Bierkrug alle gleich? Ja, sind wir. Bier ist ja ein erschwinglicher Genuss. Aber eben auch einer, der – ähnlich wie beim Brot, von dem jeder Supermarkt heute ein Dutzend und mehr Sorten zu bieten hat – in den vergangenen Jahren eine enorme Differenzierung erfahren hat. Es gibt mehr Biermarken, mehr Bierstile – einfach mehr Angebot. Und es ist eine noble Aufgabe für jene, die ihre eigenen kulinarischen Vorlieben bereits verfeinert haben, anderen den Weg in diese Welt zu öffnen.

Es ist ja wie beim Brot, beim Käse, bei der asiatischen oder afrikanischen Küche: Vor Jahren war es ja auch eine erfreuliche Überraschung, wenn man mal Kürbiskerne, Walnüsse oder Sonnenblumensaat im Brot gefunden hat und entdeckt hat, dass das gut schmeckt. Ähnlich beim Käse, von dem man vor 30 Jahren selbst in gut sortierten Regalen kaum mehr als ein Dutzend Varianten gefunden hat, während man heute selbst in Ostösterreich stets unter unzähligen Sorten des Vorarlberger Bergkäses wählen und die geschmacklichen Unterschiede schmecken kann. Zitronengras und Chili, Curry und Falafel, Couscous und Viktoriabarsch haben wir ja auch erst einmal entdecken müssen.

Und jetzt ist es ähnlich beim Bier. Nichts gegen die 29 % der Biertrinker, die immer dieselbe Sorte kaufen – aber da gibt es mehr zu entdecken! ◊

SCHANKHYGIENE UND SAUBERE ZAPFANLAGE BEIM BIERKONSUM.

12 %
Wichtig
6 %
Gar nicht wichtig
1 %
Weniger wichtig

BIERKULTUR IN DER GASTRONOMIE BEGINNT MIT SAUBERKEIT BEI DER AUSSCHANK.

BIERKULTUR KANN SICH NUR ENTFALTEN, WENN DIE VOM BRAUER PRODUZIERTE QUALITÄT BEIM KONSUMENTEN ANKOMMT. DAZU MÜSSEN EINIGE FAKTOREN STIMMEN: MIT AM WICHTIGSTEN IST EINE HYGIENISCHE AUSSCHANK – SIE IST FÜR DIE ÖSTERREICHER IM ZUSAMMENHANG MIT BIERKONSUM DAS WICHTIGSTE KRITERIUM ZUR BEWERTUNG EINES GASTRONOMIEBETRIEBS. NEBEN DER SCHANKHYGIENE ENTSCHEIDET DIE RICHTIGE TEMPERIERUNG DES BIERS, DASS ES PERFEKT GEZAPFT IST UND IM PASSENDEN GLAS SERVIERT WIRD.

Die vom market-Institut in ganz Österreich durchgeführte, repräsentative Studie zum Thema Bierkultur in Österreich zeigt, dass das wichtigste Kriterium zur Bewertung einer Gastronomie für die Österreicher die Schankhygiene ist. Satte 72 % geben an, dass ihnen die Sauberkeit der Zapfanlage sehr wichtig ist. Weitere 12 % der Menschen halten sie zumindest für wichtig. Das sind in Summe 84 %, die den wesentlichen Stellenwert von Schankhygiene erkennen. 6 % der Befragten ist eine saubere Ausschank gar nicht wichtig und nur 1 % hält sie für eher nicht wichtig.

Das zweite Bewertungskriterium ist die perfekte Temperatur des Bieres. Diese bewerten 67 % als sehr wichtig und weitere 15 % als wichtig. Damit sind es insgesamt 82 % der Menschen, die ihr Bier am liebsten in der perfekten Temperatur – also erfrischend kühl – trinken. Ebenfalls insgesamt 82 % der Österreicher legen Wert darauf, dass kein Alkohol an Personen unter dem gesetzlichen Mindestalter ausgeschenkt wird. Die Einhaltung dieses Reglements erachten 65 % als sehr wichtig und 17 % als zumindest wichtig. An vierter Stelle des Rankings der Bewertungskriterien findet sich der Aspekt, dass das Bier perfekt gezapft ist. Ein perfekt gezapftes Bier ist für 46 % der Biertrinker sehr wichtig und für 23 % wichtig, wenn sie in einer Gastronomie sind. Weitere Qualitätsmerkmale für die Gastronomie im Zusammenhang mit

CONRAD SEIDL

Der Ort der Bierkultur.

WANN TRINKT DER ÖSTERREICHER am liebsten Bier? Die Auskunft des Bierkulturberichts ist seit Jahren sehr deutlich: „Wenn ich abends fortgehe, mich mit Freunden treffe" – das sagen 37 % der Befragten. Und es ist auch ganz klar, dass es vor allem die jüngeren Menschen sind, die gerne „auf ein Bier gehen". Bier trinken hat mit Geselligkeit zu tun; und der Ort der Geselligkeit ist das Gasthaus, das Pub, das Café, der Biergarten.

Die Rolle guter Gastronomie für die Bierkultur kann gar nicht überschätzt werden. Daher lohnt es, die entsprechenden Zahlen genauer anzusehen. Unverkennbar ist: Die Konsumhäufigkeit von Bier nimmt im langjährigen Vergleich in fast allen entwickelten Ländern ab – und Österreich ist da – wenn auch auf hohem Niveau – keine Ausnahme mehr. Eine hochentwickelte Bierkultur funktioniert aber nur dort, wo Menschen häufig zusammenkommen, um sich Bier schmecken zu lassen. In den Bierkulturberichten findet sich seit Jahren eine (wie der Meinungsforscher sagt: gestützte) Frage, ob „Gusto auf den typischen Biergeschmack" Anlass ist, sich ein Bier zu kaufen. Hier hat es in den vergangenen Jahren einen Rückgang um gut ein Drittel gegeben.

Und das heißt wiederum: Die Österreicher hätten schon Lust auf ein Bier – aber dieser Gusto müsste jeweils geweckt werden. Und das ist wiederum zuallererst eine Aufgabe für die Gastronomen, in zweiter Linie für den Handel. Die Umfrage des Jahres 2015 zeigt: Besonders die Konsumenten unter 30 wünschen sich eine größere Auswahl an Bieren in der Gastronomie – sie ist der Platz, wo man fachkundig zu trinken lernt.

Ein wichtiger Faktor ist die Biervielfalt: Es sind gerade die jungen Menschen, also jene, von denen wir wissen, dass sie gerne fortgehen, denen Treue beim Bierkonsum weniger wichtig ist als die Möglichkeit, immer wieder mal etwas Neues auszuprobieren. Von den Befragten unter 30 Jahren sagen nur 19 %, dass sie immer einen bestimmten Biertyp trinken, bei den Menschen über 50 sind es 36 %. Und noch etwas fällt auf: Jene Menschen, die nur sporadisch Bier trinken, sind zu 57 % überhaupt nicht an einen Bierstil gebunden. Ähnlich sieht es mit der Markenbindung aus: Biermarken mögen Sympathien auslösen, Treue erfahren sie aber nur bedingt. Und wenn man ein neues Bier anbietet, dann greifen auch ältere Konsumenten gerne mal nach der neuen Sorte.

Wo also liegen die Herausforderungen für die weitere Entwicklung der Bierkultur? Zunächst einmal in der Information – die gefühlte Informiertheit der Konsumenten war gegen Ende des vorigen Jahrzehnts etwa auf dem Niveau wie sie heute ist, schon damals hat sich etwa die Hälfte der Befragten über die Unterschiede zwischen verschiedenen Bieren ausreichend informiert gefühlt. Dieser Wert ist zu Beginn unseres Jahrzehnts auf rund zwei Drittel gestiegen,

Im Bereich der Schanktechnik gibt es, gerade von Seiten der Brau Union Österreich, immer wieder Innovationen, die uns im täglichen Geschäft unterstützen. So haben wir mit CoolFlow Technology in den ersten Wochen und Monaten doppelt soviel Bier verkauft wie erwartet. Wir haben mit der Qualität sogar die Gäste überzeugt, die sonst ausschließlich Flaschenbier bestellt haben.

Gina Seyr
»Zanklstüberl«
Graz

Bier sind in absteigender Reihenfolge eine gute Auswahl an regionalen Bieren, eine gute Auswahl an Fassbieren, eine gute Auswahl an Flaschenbieren, eine gute Auswahl an unterschiedlichen Bierstärken sowie alkoholfreies Bier und schließlich – mit jedenfalls zunehmender Tendenz – eine eigene Bierkarte und persönliche Betreuung.

in den letzten beiden Jahren aber wieder zurückgegangen. Das mag damit zusammenhängen, dass wer schon viel weiß, eben auch besser abschätzen kann, dass er oder sie eben noch mehr wissen sollte. Es sollte aber jedenfalls Handlungsanleitung für alle sein, die sich professionell mit Bier befassen.

Und das ist wiederum die Herausforderung für die Gastronomie. Denn hier suchen die Konsumenten nicht nur gute Qualität (die perfekte Pflege der Zapfanlage ist mit 72 % das am häufigsten als „sehr wichtig“ genannte Kriterium), sondern auch Auswahl, eine gut gestaltete und entsprechend informierende Bierkarte.

Das Wichtigste aber ist und bleibt ein guter Wirt und sein nicht nur geschultes, sondern vom Bier begeistertes Personal: Da wird „auf ein Bier gehen“ zum Erlebnis, zur Teilnahme an der Kultur, zu dem, was man unter Bierkultur versteht. ◊

COOLFLOW TECHNOLOGY – EIN NEUES KAPITEL IN DER SCHANKTECHNIK.

Symbolbild

Mit einer Innovation, der sogenannten CoolFlow Technology oder Kaltzapfanlage, konnte das Schanktechnikzentrum – die Entwicklungsabteilung der BRAU UNION ÖSTERREICH, wenn es um den Erkenntnisgewinn rund um Schanktechnik geht – aufhorchen lassen. Die CoolFlow Technology stellt durch ganzheitliche Kühlung der Schankanlage einen absoluten Meilenstein in puncto Qualität und Hygiene beim Bierkonsum in der Gastronomie dar.

Brauereien liefern durch hohe Standards in der Produktion schon seit langem eine konstant hohe Bierqualität an die Gastronomiebetriebe. Damit diese beim Gast so ankommt, muss der Gastronom selbst einigen Aufwand betreiben. Es geht um regelmäßige, konsequente Reinigung, Kühlung sowie die Beachtung des First in-First out-Prinzips. Knackpunkt dabei ist in der Praxis oft, dass einzelne Stellen am Weg vom Fass ins Glas, zum Beispiel die Schanksäule oder die Bierleitungen, nicht oder nur unzureichend gekühlt sind. Dabei entsteht die Gefahr von mikrobieller Verunreinigung, die sich auf Qualität und Geschmack auswirkt.

Die neue CoolFlow Technology gewährleistet eine konstant exzellente Bierqualität mit gleichzeitig geringerem Wartungsaufwand. Zusätzliche Vorteile sind Energieeffizienz und weniger Bierverlust: Schon das erste gezapfte Bier pro Tag ist perfekt. Durch das neue System ist das Bier milder, zusätzliche Nutzen sind ein weiches Mundgefühl und besonders feinporiger und haltbarer Schaum.

Helmut Paulitsch und Alfred Donabauer, die bei der BRAU UNION ÖSTERREICH für das neue System verantwortlich zeichnen, erklären: „Das neue Zapfsystem hält das Bier den gesamten Weg durch die Anlage kalt. Das gelingt durch durchgehende Kühlung und perfekte Isolation, die die Berührung des Biers mit Wärme verhindert. Durch ein innovatives Schankventil und durchgehend hygienisches Design wird der Nährboden für mikrobiologische Keime verringert. Eine Grundreinigung reicht durch die genannten Vorteile in den von der Schankanlagenverordnung vorgesehenen zeitlichen Abständen bzw. sogar selteneren Intervallen. Bei herkömmlichen Anlagen muss die Reinigung wesentlich häufiger – am besten täglich – durchgeführt werden. Der Zapfhahn selbst, der als einziger Teil mit Sauerstoff und Bier in Berührung kommt, sollte bei jeder Schankanlage zusätzlich täglich mit einem speziellen Reinigungsmittel wie z. B. QualiPro behandelt werden.“

In ganz Österreich ist das neue Schanksystem bereits bei rund 10 Gastronomen im Einsatz, die Testbetriebe sind begeistert von der Qualität des Bieres.

DIE GASTRONOMIE ALS BÜHNE DER ÖSTERREICHISCHEN BIERKULTUR.

WENN CONRAD SEIDL ALS DER BIERPAPST DEN GLAUBEN AN DEN GOLDGELBEN GERSTENSAFT PREDIGT, SO SIND DIE HEIMISCHEN GASTRONOMIEBETRIEBE DIE ORTE, WO DEM BIER DAS HOCHAMT GEHALTEN WIRD. IN ÖSTERREICHS WIRTSHÄUSERN, BARS UND GASTSTÄTTEN FINDET DIE BIERKULTUR STATT, IST LEBENDIG UND WIRD VON GENERATION ZU GENERATION WEITERGEGEBEN. SO WUNDERT ES NICHT, DASS DIE MENSCHEN IN UNSEREM LAND ZUM GROSSTEIL MIT DER BERATUNGSQUALITÄT BEIM BIER ZUFRIEDEN SIND, WENNGLEICH NACH OBEN HIN NOCH LUFT IST. DENN DER WUNSCH NACH MEHR INFORMATION RUND UM BIER IST VOR ALLEM BEI JÜNGEREN UND FRAUEN NOCH IMMER GROSS.

Insgesamt sind damit 53 % der Befragten mit der Beratung beim Bier zufrieden. 43 % glauben, dass die Beratung in den Gaststätten Österreichs gut ist. Weitere 10 % sind damit sogar sehr zufrieden. Das zeigt die vom Linzer market-Institut bundesweit durchgeführte Studie zum Thema Bierkultur in Österreich. Vergleicht man das mit den Vorjahren, ist das ein sehr guter Wert. 2014 waren weniger als die Hälfte, genau 49 %, und 2013 sogar nur 45 % mit der Beratungsqualität der Gastronomie rund um Bier völlig zufrieden. Die höchste Zufriedenheit gibt es in Westösterreich, wo 61 % der Befragten die Beratung beim Bier mit gut (51 %) und sehr gut (10 %) bewerten.

Zufrieden sind die Österreicher großteils auch mit der Biervielfalt, die von der heimischen Gastronomie geboten wird. 75 % der Bevölkerung geben an, dass das Angebot für sie ausreicht. 8 % der Leute wünschen hingegen auf jeden Fall mehr Auswahl und Angebot. 13 % wären einem breiteren Biersortiment in der Gastronomie auch nicht abgeneigt. Das bedeutet, dass insgesamt 21 % der Befragten auch gerne einmal eine neue Bierspezialität im Gastronomiebetrieb ihrer Wahl vorfinden würden. Vor allem in der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen wünschen sich 10 % in jedem Fall und weitere 13 % eher ein reichhaltigeres Angebot an Biersorten.

Auf den ersten Blick könnte man dem Irrtum erliegen, Bierkultur habe lediglich etwas mit der Sortenvielfalt beim Bier zu tun. Natürlich ist eine hohe Bierkultur reich an Biersorten und verschiedenen geschmacklichen Spielarten dieses beliebten Getränks. Das ist aber nicht alles.

Ein weiterer Aspekt der Bierkultur wird vom Ritual des Biertrinkens bestimmt, das heißt, wo, wann und wie das Bier getrunken wird. Hier rücken andere Aspekte der Gastronomie in den Fokus. Vor allem aus der Art und Weise, wie das Bier genossen wird, lässt sich gut auf den Zustand der Bierkultur schließen. Ist das Bier perfekt gezapft und wird es im passenden Glas serviert? Gibt es Bierspezialitäten, die angeboten werden? Wird dem Bierliebhaber eine Bierkarte ausgehändigt, die über das Bierangebot in der jeweiligen Gastronomie informiert?

Das sind die Fragen, die entscheiden, wie ausgeprägt die Bierkultur in einem Gastronomiebetrieb ist. Auch hierzu weiß die market-Studie Interessantes zu berichten: Denn obwohl fast die Hälfte (49 %) der Österreicher sagt, dass sie sich mit den Typen- und Sortenbezeichnungen beim Bier auskennt, sagen beachtliche 35 % der Menschen, dass sie sich eine genauere Beschreibung und mehr Informationen rund um die verschiedenen Biersorten wünschen würden. Besonders

Unsere Gäste fragen schon vermehrt nach einer Bierkarte – wie bei den Speisen oder beim Wein möchten sie wissen, woraus sie wählen können, gustieren gerne, kommen nur so auch auf die Idee, einmal etwas Neues zu probieren – und mögen das! Was auch spannend ist: Wird ein Bier mit dem falschen Glas serviert, gibt es immer mehr Kritik – zu Recht! Schließlich kann z. B. ein Pils in einem groben Krug niemals gleich wirken wie in einem eleganten, schmalen Glas!

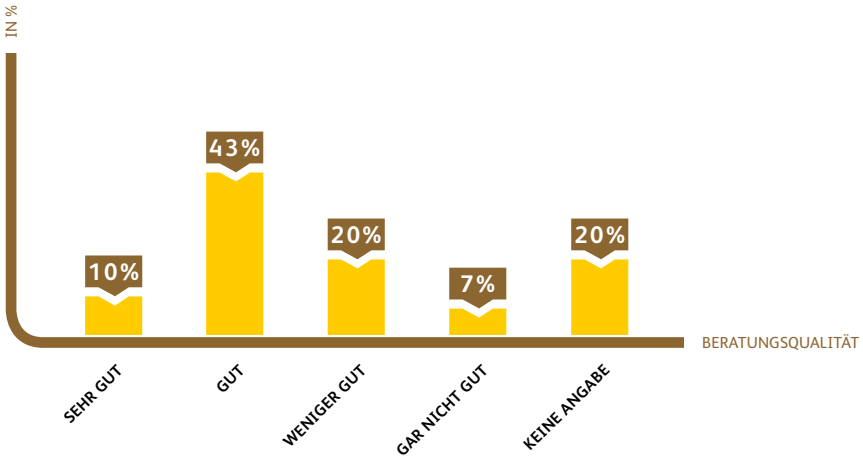
Georg Baumgartner
»Hotel & Restaurant Christkindlwirt in Steyr«
Steyr

ausgeprägt ist dieser Wunsch nach mehr Informationen auf der Bier- bzw. Getränkekarte bei jüngeren Freunden des Gerstensaftes. Mehr als die Hälfte, exakt 52 % der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen, gibt an, an einer genaueren Beschreibung und mehr Informationen interessiert zu sein. Auch bei den Frauen würden sich 43 % mehr Information von der Gastronomie in Bezug auf das Biersortiment wünschen.

Obwohl die Österreicher also großteils mit der in der Gastronomie gelebten Bierkultur zufrieden sind, gibt es noch einiges an Potential. Vor allem aus dem Grund, weil es eine Menge Menschen gibt, die gerne mehr Anteil an der Bierhochkultur unseres Landes nehmen würden.

Durch bessere Information und Vermittlung von Bierkultur kann Bierliebhabern mittels mehr Wissen zu einer noch höheren Stufe des Genusses verholfen werden.

EINSCHÄTZUNG DER BERATUNGSQUALITÄT IN DER ÖSTERREICHISCHEN GASTRONOMIE.



MASSVOLLER GENUSS IST BIERGENUSS MIT VERANTWORTUNG.

TEIL DER BIERKULTUR IST NICHT NUR, WO, MIT WEM UND WIE MAN WELCHES BIER GENIESST, SONDERN AUCH, WIEVIEL MAN DAVON GENIESST. DIESBEZÜGLICH GIBT ES GUTE NACHRICHTEN: 6 VON 10 ÖSTERREICHERN ACHTEN LAUT EIGENAUSSAGE IMMER DARAUF, NICHT ZU VIEL ZU TRINKEN, UND 3 VON 10 ACHTEN ZUMINDEST MEISTENS DARAUF. DAMIT SIND SICH 94 % DER MENSCHEN IN UNSEREM LAND IHRER VERANTWORTUNG BEIM BIERKONSUM BEWUSST UND GEHEN DAMIT SELBSTVERANTWORTLICH GUT UM. 4 VON 10 PERSONEN ERKENNEN IN DER GESELLSCHAFT EIN HÖHERES VERANTWORTUNGSBEWUSSTSEIN BEIM ALKOHOLKONSUM ALS NOCH VOR 10 JAHREN. DARAUF BASIERT DER TREND ZU ALKOHOLREDUZIERTEN UND ALKOHOLFREIEN PRODUKTEN, DIE IMMER MEHR IHREN PLATZ IN DER HEIMISCHEN BIERKULTUR BEANSPRUCHEN.

ÖSTERREICH – WO BIER KULTUR HAT. 1

STELLENWERT VON BIER FÜR DIE GETRÄNKEKULTUR IN ÖSTERREICH. 1.1

KONSUMHÄUFIGKEIT VON BIER. 1.2

BIERSORTEN, DIE GERNE GETRUNKEN WERDEN. 1.3

SCHANKHYGIENE UND SAUBERE ZAPFANLAGE BEIM BIERKONSUM. 1.4

MASSVOLLER GENUSS IST BIERGENUSS MIT VERANTWORTUNG. 2

WIE VERANTWORTUNGSVOLL GENIESSEN DIE ÖSTERREICHER? 2.1

KRITERIEN FÜR VERANTWORTUNGSVOLLEN ALKOHOLKONSUM. 2.2

KRITERIEN FÜR VERANTWORTUNGSVOLLE UND NACHHALTIGE BIERPRODUKTION. 2.3

WIE VERANTWORTUNGSVOLL GENIESSEN DIE ÖSTERREICHER?

33 %
Genießen fast immer verantwortungsvoll
2 %
Genießen meistens verantwortungsvoll
1 %
Genießen nicht verantwortungsvoll
3 %
Keine Angabe

ÖSTERREICHER GENIESSEN MIT VIEL VERANTWORTUNG.

DIE ÖSTERREICHER SIND, ZUMINDEST NACH EIGENAUSSAGE, VERANTWORTUNGSVOLLE GENIESSER. GUT 60 % ACHTEN DEMNACH IMMER AUF EINEN KONSUM MIT MASS UND ZIEL. VOR ALLEM ÄLTERE MENSCHEN UND FRAUEN SIND SEHR BEDACHT DARAUF, NIE ZU VIEL ZU TRINKEN. NUR EIN DRITTEL SCHIESST BEIM ALKOHOLGENUSS MITUNTER ÜBERS ZIEL HINAUS – ABER NUR IN AUSNAHMEFÄLLEN. DER UMGANG MIT ALKOHOL SEI LAUT 40 % DER ÖSTERREICHER HEUTE VERANTWORTUNGSVOLLER ALS NOCH VOR 10 JAHREN UND IST DAMIT WEITER IM STEIGEN BEGRIFFEN.

Zuviel zu trinken kommt heute weniger oft vor als noch vor 10 Jahren. Das fand eine bundesweit angelegte, repräsentative Studie des Linzer market-Instituts zum Thema Bierkultur in Österreich heraus. Demnach sind 40 % der Befragten der Meinung, dass der Umgang mit Alkohol heute verantwortungsvoller ist als vor 10 Jahren. Für 28 % gibt es im historischen Vergleich keinen Unterschied und für 26 % ist die Verantwortung beim Umgang mit Alkohol sogar gesunken. Mit 47 % haben vor allem Männer den Eindruck, dass man mit Bier, Wein und Co. heute verantwortungsvoller umgeht als in der Vergangenheit.

Fragt man die Menschen nach ihrem persönlichen Umgang mit Alkohol, geben 61 % der Befragten an, dass sie persönlich immer verantwortungsvoll trinken. 33 % achten meistens darauf, verantwortungsvoll zu trinken. Nur 2 % in unserem Land sagen, dass sie wenig darauf achten, verantwortungsvoll zu trinken, und 1 % achtet so gut wie gar nicht auf einen verantwortungsvollen Alkoholgenuss. Besonders hoch ist der verantwortungsvolle Umgang mit Alkohol bei Frauen, von ihnen sagen 71 %, dass sie niemals zu viel trinken, während diese Zahl bei den Männern nur bei 51 % liegt. Ähnlich verantwortungsvoll wie bei den Frauen geht es bei der Gruppe 50+ zu, bei ihnen trinken laut Eigenaussage 69 % nie zu viel.

Als Wirt sollte man sich selbstverständlich seiner Verantwortung bewusst sein, insbesondere, was das gesetzliche Mindestalter beim Alkoholkonsum betrifft – wir sehen das als unsere Verantwortung dem Individuum gegenüber, aber auch der Gesellschaft.

Peter Haas
»Augustin«, »Gasthaus zum Landhaushof«, »Domgassner« Klagenfurt

CONRAD SEIDL

Kosten und genießen, nicht saufen.

BEREITS IM 17. JAHRHUNDERT erfand die satirische Literatur den Blasius Multibibus Vielsauff, der angeblich vor allem in Wittenberg anzutreffen war – das Bild des fröhlichen Studenten mit dem nie enden wollenden Bierdurst. Ein lustiger Kerl, dessen Andenken nicht nur in diversen Burschenschaften noch heute, wenn auch mit gehörigem Augenzwinkern, hochgehalten wird. Aber wenn wir es heute nüchtern betrachten: Der Vielsauff ist doch ein recht seltsames Zerrbild – ebenso wie sein Saufkumpan Cornelius Relegatus, der ewige Bummelstudent, der ebenfalls im 17. Jahrhundert zu literarischen Ehren gekommen ist.

Lotterleben und übermäßiger Biergenuss, das ist für das studentische Leben nicht repräsentativ. Und war es auch damals nicht.

Aber die Bilder sitzen nun einmal fest in den Köpfen. So fest, dass sie von Buchautoren und Journalisten immer wieder hervorgeholt und damit die Vorurteile perpetuiert werden. Wobei diese Bilder eben nicht typisch sind.

Die Bierkulturberichte belegen das seit vielen Jahren: Die Österreicher haben generell ein positives Bild von der Bierkultur in unserem Land, wahrscheinlich ein viel besseres als das, das in manchen Journalistenköpfen herumspukt: 37 % der Befragten sagen in der Umfrage von 2015, dass sich das Ansehen und Image von Bier in den letzten Jahren verbessert habe. Und das ist ein kontinuierlicher Trend – denn schon in den vergangenen Jahren hat es stets mehr als 30 % der Befragten gegeben, die dem Bier ein zunehmend positives Image bescheinigt haben. Wobei das gestiegene Ansehen von Bier vor allem den Menschen im traditionell weinseligen Ost- und Südösterreich auffällt; anderswo geht man vielleicht davon aus, dass das Bier eigentlich schon immer einen guten Ruf hatte. Das mag auch erklären, warum jüngere Befragte nicht so starke Verbesserungen der Bierkultur wahrnehmen: Wer heute 20 oder auch 25 Jahre alt ist, hat schon sein gesamtes Erwachsenenleben eine gute Bierkultur erlebt – älteren Befragten wird der Wandel zum Positiven vielleicht stärker bewusst.

Das ist ein weiterer Hinweis auf den bewussten Bierkonsum (der den verantwortungsbewussten Bierkonsum einschließt): Es sind gerade die jüngeren Konsumenten, die geschmackliche Unterschiede verschiedener Biere bewusst wahrnehmen. Die Probierfreude nimmt zu. Aber mehr Biere zu kosten heißt nicht, dass man insgesamt mehr trinkt.

Den Bierkulturberichten ist über die Jahre nämlich auch zu entnehmen, dass die Bierfreunde maßvolle Genießer sind. 6 von 10 Befragten geben an, dass sie immer auf einen Konsum mit Maß und Ziel achten, Frauen und Menschen mit größerer Lebenserfahrung sind da besonders sensibel. 7 von 10 Österreichern sehen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol dadurch gegeben, dass man eben nicht maßlos über den Durst trinkt. Das schließt nicht aus, dass man – in Ausnahmefällen – auch einmal übers Ziel hinausschießt. Ein Drittel der Befragten räumt ein, dass das manchmal passiert; aber nur ganz wenige Personen trinken regelmäßig zu viel. Unter den Ausnahmesituationen sticht hervor, dass man gelegentlich einmal kräftiger feiert, da darf es wohl auch mal ein Glas mehr sein. Und dabei oft das Bekenntnis: Wenn man nicht Auto fahren muss, dann darf man sich auch einen Drink mehr gönnen.

Genuss mit Maß und Ziel nennt man das – und so definieren es auch die Befragten: Keine alkoholischen Getränke während der Schwangerschaft trinken, keinen oder allenfalls sehr wenig Alkohol trinken, wenn man ein Auto lenken muss. 53 % der Männer und 42 % der Frauen halten es (wie auch der Gesetzgeber) für verantwortbar, geringe Mengen alkoholischer Getränke zu konsumieren, wenn man fahren muss.

Wobei man darauf hinweisen muss: Es ist zumeist nicht das Bier, bei dem „Maß und Ziel“ des Alkohol-Genusses verfehlt werden, vielmehr sind es Schnäpse und Spirituosen. Den verantwortungsbewussten Genuss dokumentieren dagegen die Bierfeste, die in den vergangenen Jahren immer populärer geworden sind: Da kommen tausende Leute zusammen, kosten aus kleinen Gläsern, und keiner käme auf die Idee, sich zu betrinken. ◊

KRITERIEN FÜR VERANTWORTUNGS-
VOLLEN ALKOHOLKONSUM.
70 %
Kein maßloses Trinken über den Durst
77 %
Kein Alkoholkonsum in der Schwanger-schaft

76 %
Kein Alkohol-ausschank an Jugendliche
74 %
Kein Alkoholkonsum im Zusammenhang mit Autofahren

IN PUNCTO ALKOHOL IST DAS VERANTWORTUNGSBEWUSSTSEIN BESONDERS HOCH.

UNTER VERANTWORTUNGSVOLLEM UMGANG MIT ALKOHOL VERSTEHEN DIE ÖSTERREICHER VIELES: KEIN ALKOHOL WÄHREND DER SCHWANGERSCHAFT, KEIN ALKOHOL AN MINDERJÄHRIGE ODER IM STRASSENVERKEHR USW. DIE GEFÄHRLICHKEIT DER VERSCHIEDENEN ALKOHOLISCHEN GETRÄNKE WIRD ALLERDINGS UNTERSCHIEDLICH BEWERTET. SCHNAPS UND SPIRITUOSEN GELTEN ALS WEITAUS GEFÄHRLICHER ALS BIER UND WEIN. ALS AUSRUTSCHERSITUATIONEN GELTEN GEBURTSTAGSFEIERN, DAS BEISAMMENSEIN MIT FREUNDEN UND BESONDERE ANLÄSSE. DENNOCH IST DAS VERANTWORTUNGSGEFÜHL HOCH: 94 % ACHTEN IMMER ODER MEISTENS DARAUF, NICHT ZU VIEL ZU TRINKEN.

Fragt man die Österreicher, was sie eigentlich unter Genuss mit Maß und Ziel verstehen, erfährt man, dass verantwortungsvoller Umgang mit Alkohol viele Dimensionen hat. Am wichtigsten erscheint den Menschen in unserem Land dabei, dass Frauen während der Schwangerschaft keinen Alkohol trinken. Zumindest geben das 77 % unserer Bevölkerung in einer bundesweiten Studie des Linzer market-Instituts zum Thema Bierkultur in Österreich an. Frauen sind mit dem völligen Verzicht auf Alkohol während der Schwangerschaft besonders streng, für 83 % von ihnen ist Alkohol in der Schwangerschaft völlig tabu.

Fast ebenso wichtig ist es den Befragten (76 %), dass kein Alkohol an Jugendliche unter dem gesetzlichen Mindestalter ausgeschenkt wird. Weitere 74 % verstehen unter verantwortungsvollem Genuss keinen Alkohol beim Autofahren. Unter den Frauen liegt dieser Wert sogar bei 83 %. Für jeweils 70 % der Menschen lässt sich maßloses Trinken über den Durst, Alkoholkonsum in der Arbeitszeit sowie übermäßiger Genuss vor Kindern und Jugendlichen nicht mit einem verantwortungsvollen Umgang zusammenbringen. Eher nachrangig verstehen die Österreicher unter Alkoholgenuss mit Maß und Ziel auch die Zurückhaltung bei offiziellen Anlässen wie Firmenfeiern oder Hochzeiten (58 %) sowie religiöse Gebote (20 %).

Aus der Vielfältigkeit der Nennungen im Zusammenhang mit verantwortungsvollem Umgang mit Alkohol lässt sich schließen, dass das Bewusstsein um einen vernünftigen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken in unserer Gesellschaft weit verbreitet und in unterschiedlichsten Lebenslagen vorhanden ist.

Trotz der breiten Verankerung des verantwortungsvollen Umgangs mit alkoho-

Wir haben über die letzten Jahre bemerkt, dass die Gesellschaft verantwortungsbewusster wird im Umgang mit Alkohol. Es gab Zeiten, da wurde untertags kaum noch ein Bier getrunken. Allerdings wandelt sich das gerade: mit den vielen neuen alkoholfreien Bieren, die geschmacklich wirklich schon einer neuen Generation angehören und den Leuten gerade untertags sehr gut schmecken, weil sie natürlich erfrischend und nicht so süß sind, wie z. B. Limonaden. Wobei auch alkoholfreie Radler sehr gerne getrunken werden.

Fam. Mag. Wolfgang Ebner und Sabina Ebner
»Alpenhotel Rettenberg«
Kolsass

Wir stellen eine Veränderung fest: Unsere Gäste bestellen nicht mehr »ein Bier«, sondern wissen mittlerweile oft sehr genau, was sie wollen. Sie wünschen je nach Anlass und Situation ganz bewusst ein spezielles Bier, z. B. zu Mittag ein alkoholfreies Bier oder zu einem feierlichen Anlass ein besonderes Pils, oder sie haben Lust auf etwas Neues und lassen sich bewusst etwas empfehlen, das sie noch nicht kennen. Aus diesem Grund ist es wichtig und wird es immer wichtiger, eine gewisse Biervielfalt anbieten zu können!

Alexander Jamina und
Tina Heindl-Jamina
»Stormy Sunday«
Wien

lischen Getränken werden diese als unterschiedlich gefährlich bewertet: So sagen 87 % aller Befragten, dass mit Schnaps und 72 %, dass mit Spirituosen besonders verantwortungsvoll umgegangen werden muss. Wein halten nur 58 % und Bier nur 56 % der Befragten für gefährlich. Dieser Umstand ist selbstverständlich dem unterschiedlich hohen Alkoholgehalt zuzuschreiben. Bemerkenswert ist, dass auch 42 % der Österreicher bei Energy Drinks und 18 % bei Limonaden einen verantwortungsvollen Umgang als angebracht sehen.

61 % der Österreicher achten laut Eigenaussage immer und ausnahmslos darauf, nicht zu viel zu trinken. Weitere 33 % achten fast immer darauf. Damit pflegen insgesamt 94 % einen maßvollen Genuss.

Fragt man nach den Ausrutschersituationen, also jenen Situationen, wo es trotz aller Umsicht passieren kann, dass zu viel getrunken wird, erhält man folgendes Ergebnis: Bei Geburtstagsfeiern (51 %), im Zusammensein mit Freunden (44 %), bei besonderen Anlässen wie Hochzeiten etc. (41 %) sowie generell beim Fortgehen (22 %) kann es passieren, dass Herr und Frau Österreicher einmal ein Glas zu viel erwischen.

Trotzdem ist das allgemeine Niveau im verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol in unserem Land hoch und in der Breite unserer Gesellschaft selbstverständlich.

Das ist auch der Grund dafür, dass der Trend zu alkoholreduzierten oder alkoholfreien Bierspezialitäten ungebrochen ist. So sagen 44 % aller regelmäßigen Bierkonsumenten, dass sie die neuen alkoholfreien Bierprodukte entweder schon probiert haben oder sie demnächst mal probieren wollen. Das ist auch gut nachvollziehbar, denn durch die neuen alkoholfreien und alkoholreduzierten Produkte ist es den eingefleischten Biergenießern möglich, auch in jenen Situationen nicht auf den Biergenuss verzichten zu müssen, in denen sie konzentriert bleiben müssen. Vor allem die Mittagspause bietet sich als Situation für ein alkoholfreies Bier an.

KRITERIEN FÜR VERANTWORTUNGS-
VOLLE UND NACHHALTIGE
BIERPRODUKTION.
70 %
Schaffung bzw. Sicherung
von Arbeitsplätzen
in der Region
73 %
Unterstützung
der regionalen
Wirtschaft
74 %
Verwendung
von regionalen
Rohstoffen

UND WAS IST EINE VERANTWORTUNGSVOLLE BIERPRODUKTION?

NICHT NUR BEIM BIERGENUSS WÜNSCHEN SICH DIE ÖSTERREICHER EINEN VERANTWORTUNGSVOLLEN UMGANG, SONDERN AUCH DIE HEIMISCHE BIERPRODUKTION SOLL VERANTWORTUNGSVOLL GESTALTET SEIN.

Fragt man Herrn und Frau Österreicher, was eine verantwortungsvolle Bierproduktion für sie bedeutet, sind die Assoziationen vielfältig: 74 % der Befragten meinen – und somit ist das der wichtigste Aspekt – , dass bei der Produktion von Bier heimische Rohstoffe, also Getreide, Wasser und Hopfen aus der Region, verwendet werden müssen, um von einer verantwortungsvollen Bierproduktion sprechen zu können. Fast genauso viele Menschen, exakt 73 %, finden, dass eine verantwortungsvolle Bierproduktion die Unterstützung der regionalen Wirtschaft sowie der heimischen Bauern nach sich zieht. 7 von 10 Österreichern, also 70 %, geben an, dass für sie der Aspekt der Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen in den Regionen im Zentrum steht. Dieser Wert ist besonders bei den jungen Menschen in unserem Land, also in der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen, stark unterrepräsentiert. In dieser Gruppe denken nur 54 %, also knapp mehr als die Hälfte, an die Sicherung von Arbeitsplätzen.

Für 68 % fällt die Einhaltung von Umweltschutzauflagen unter verantwortungsvolle Bierproduktion. 63 % sagen, dass es auch darum geht, lange Transportwege von Rohstoffen sowie des fertigen Produkts zu vermeiden. Für 61 % heißt verantwortungsvolles Bierbrauen, die sozialen Bedingungen in der Brauerei zu berücksichtigen. 60 % nennen eine energiesparende Produktionsanlage und 56 % geben schließlich an, dass bei einer verantwortungsvollen Bierproduktion alternative Energieformen wie Solar- oder Windenergie Berücksichtigung finden sollten.

Wir merken schon, dass die Gäste anspruchsvoller werden – perfekte Hygiene, perfekt gezapftes Bier usw. – all das wird verlangt. Natürlich auch zu Recht, gerade in einem Bierland, in einem Bierkulturland wie Österreich! Wir achten darauf, dass die Gäste genau das kriegen – schließlich ist der Kunde König!

Wolfgang und Bettina Graf
»Zum Burgenländer«
Wien

DAS NEUE REINHEITSGEBOT.

Das Reinheitsgebot sah vor, dass Bier ausschließlich aus Wasser Hopfen, Hefe und Malz bestehe. Eine zeitgemäße Interpretation des Reinheitsgebots bezieht sich nicht nur auf die Reinheit des Biers, sondern auch auf die Reinheit des Bierbrauens. Denn Bierbrauen kann heute als nachhaltiges Handwerk betrieben werden. Ein Beispiel dafür ist die BRAU UNION ÖSTERREICH, die sich ihrer Verantwortung gegenüber Gesellschaft, Kunden, Konsumenten und Mitarbeitern bewusst ist und sich daher für den Umwelt- und Klimaschutz, aber auch für Soziales besonders engagiert.

Im Bereich Soziales setzt die BRAU UNION ÖSTERREICH zahlreiche Maßnahmen in der Gesundheitsvorsorge für Mitarbeiter. Weiters unterstützt sie – durch die Partnerschaft mit Pro Mente Oberösterreich – Projekte zum verantwortungsvollen Alkoholkonsum bzw. zur Prävention bei Jugendlichen. All diese Initiativen sind für die BRAU UNION ÖSTERREICH elementarer Bestandteil des täglichen Handwerks: dem verantwortungsvollen Brauen von Bier und dem Bewahren und Forcieren einer niveauvollen Bierkultur Made in Austria.

Um das Ziel der BRAU UNION ÖSTERREICH, die beste Bierkultur für die Zukunft zu schaffen und die heimische Bierproduktion sozial und ökologisch zu gestalten, zu erreichen, wurde eine Reihe von Initiativen zur Senkung von Strom- und Kraftstoffverbrauch initiiert und die Nutzung erneuerbarer Energieträger erhöht.

CO_2-neutrales Brauen in Göss.

Nachdem schon bisher 40 % des Wärmebedarfs der Brauerei Göss aus der Abwärme des benachbarten Holzverarbeitungsbetriebs gedeckt wurden und auch eine Solaranlage im Einsatz ist, wurde nun ein weiterer, einzigartiger Meilenstein gesetzt. Im Oktober 2015 wurde in der Grünen Großbrauerei Göss eine Biertrebervergärungsanlage in Betrieb genommen, mit der nun das Bier zu 100 % CO_2-neutral produziert wird. Weltweit ist die steirische Brauerei damit Vorreiter und die erste Großbrauerei, die das schafft. Obwohl die BRAU UNION ÖSTERREICH in all ihren Brauereien Initiativen für ein nachhaltiges Bierbrauen setzt, sticht die Brauerei Göss mit der Biertrebervergärungsanlage besonders heraus. Der völlig CO_2-neutral produzierte Gerstensaft aus Göss ist somit nicht nur das liebste Bier der Österreicher, sondern auch ein weltweiter Pionier und Botschafter unseres Landes in Sachen Nachhaltigkeit.

Gold beim TRIGOS OÖ 2015.

Der TRIGOS ist Österreichs Auszeichnung für Corporate Social Responsibility. Die BRAU UNION ÖSTERREICH wurde damit für ihr ganzheitliches Engagement im sozialen und ökologischen Bereich geehrt und konnte vor allem mit der Grünen Großbrauerei Göss punkten. Für dieses Engagement wurde das Unternehmen im Rahmen einer Gala im Mai 2015 von der Jury zum Oberösterreich-Sieger in der Kategorie Ganzheitliches CSR-Engagement/Großunternehmen gekürt. Neben dem renommierten TRIGOS Award in Gold konnte aber auch noch ein anderer Preis im Bereich der Nachhaltigkeit errungen werden, auf den die BRAU UNION ÖSTERREICH sehr stolz ist: der Energy Globe 2015.

Gold beim Energy Globe.

So gibt es auch aus Niederösterreich in puncto Nachhaltigkeit etwas zu berichten: Die Brauerei, in der Bierspezialitäten wie Wieselburger und Kaiser gebraut werden, setzt im Bereich der Wärmegewinnung neue Akzente und überzeugt durch ein regionales Kooperationsprojekt: Das Unternehmen Wibeba Holz betreibt direkt neben der Brauerei Wieselburg ein Laubholzsägewerk. Von diesem bezieht die Brauerei Fernwärme und produziert dadurch wesentlich umweltfreundlicher. Dafür wurde das Unternehmen in der New Design University in St. Pölten mit dem Energy Globe 2015 ausgezeichnet. Die Brauerei Wieselburg, die im Bereich Energie- und Wasserbedarf international zu den effizientesten Brauereien zählt und lange als die modernste Europas galt, gewann diesen renommierten Preis mit dem Siegerprojekt CO_2-neutrale Energiebereitstellung Brauerei Wieselburg.

BRAUEREIEN DER BRAU UNION ÖSTERREICH

Brauerei Schwechat / Mautner Markhof-Straße 11 / 2320 Schwechat
Falkenstein / Pustertaler Straße 40 / 9900 Lienz
(BIO) Brauerei Schladming / Hammerfeldweg 163 / 8970 Schladming
Hofbräu Kaltenhausen / Salzburgerstraße 67 / 5400 Hallein
Brauerei Wieselburg / Dr. Beurle-Straße 1 / 3250 Wieselburg
Brauerei Puntigam / Triester Straße 357-359 / 8055 Graz
Brauerei Göss / Brauhausgasse 1 / 8700 Leoben
Brauerei Zipf / Zipf 22 / 4871 Zipf

VERKAUFSPARTNER UND -LAGER DER BRAU UNION ÖSTERREICH

Verkaufspartner Wien
Marinits / Mautner Markhof-Str. 11 / Schwechat

Verkaufslager Wien
BRAU UNION ÖSTERREICH / Mautner Markhof-Str. 11 / Schwechat

Verkaufspartner Niederösterreich/nördl. Burgenland
Lichtenegger Kurt / Wiener Str. 11 / Eggenburg
Dipl.-Ing. Kamper Hans / Hauptplatz 2 / Grünbach
Getränke Vielhaber / Amonstr. 8 / Lunz am See
Kazianschütz Eduard / Heidehofweg 20 / Parndorf
Getränke Hurter / Brunngasse 14 / Poysdorf
Dollfuß Getränkehandel / Saffen 5 / Scheibbs
Zach Getränkehandel / Marktplatz 19 / St. Peter in der Au
Gratzl Rudolf / Kellergasse 1 / Tulbing
Wieland Heinrich / Bahnhofstraße 16 / Wieselburg
Ruby Renate / Horner Str. 92 / Ziersdorf
Haberl / Inning Betriebsgebiet II/2 / Huerm

Verkaufslager Niederösterreich/nördl. Burgenland
BRAU UNION ÖSTERREICH / 1. Straße 51 / Kematen/Ybbs
BRAU UNION ÖSTERREICH / Horner Str. 22 / Schrems
BRAU UNION ÖSTERREICH / Fuhrgasse 2 / Seyring
BRAU UNION ÖSTERREICH / Porschestr. 27 / St. Pölten
BRAU UNION ÖSTERREICH / Radegundstraße 16 / Wr. Neustadt
BRAU UNION ÖSTERREICH / Dr. Beurle-Str. 1 / Wieselburg

Verkaufspartner Steiermark
Interex / Totterfeld 24 / Buch/Hartberg
Aufhauser Getränke / Nr. 177 / Eibiswald
Dr. Rieser Getränke / Südtirolerstr. 4 / Judenburg
Harich Roland / Grazerstr. 59 / Mürzzuschlag
Greimel Franz / Fladnitz a. d. Teichalm 4 / Passail-Fladnitz
Schrottshammer Getränke / Salzburgerstr. 441 / Stainach

Verkaufslager Steiermark
BRAU UNION ÖSTERREICH / Triesterstraße 359 / Graz
BRAU UNION ÖSTERREICH / Gasenerstr. 1 / Birkfeld
BRAU UNION ÖSTERREICH / Franz-Josef-Str. 5-11 / Feldbach
BRAU UNION ÖSTERREICH / Südbahnstr. 1 / Leibnitz
Brauerei Göss / Brauhausgasse 1 / Leoben-Göss
BRAU UNION ÖSTERREICH / Alleegasse 3 / Mürzzuschlag
BRAU UNION ÖSTERREICH / Dieselgasse 3 / Oberwart
Brauerei Schladming / Hammerfeldweg 163 / Schladming
BRAU UNION ÖSTERREICH / Hauptstr. 242 / Zeltweg

Verkaufspartner Kärnten/Osttirol
Petra Stöffler / Gailtalstr. 16 / Hermagor

Verkaufslager Kärnten/Osttirol
Kärntner Brau- und Getränke / Fallegasse 7 / Klagenfurt
Kärntner Brau- und Getränke / Theodor-Körner-Str. 6 / Spittal/Drau
Brauerei Falkenstein / Pustertalerstraße 9 / Lienz
Kärntner Brau- und Getränke / Stadthammerstr. 3 / Wolfsberg

Verkaufspartner Oberösterreich
Gruber Getränkehandel GmbH / Marktplatz 2-6 / Aigen
Fröhlich Nikolaus / Huterergasse 10 / Bad Zell
Feneberg Ralf / Burgweg 3 / Friedburg
Wartner e.U. / Linzerstr. 17 / Gramastetten
Marios Getränkestore / Unterlochnerstr. 1E / Mattighofen
Reindl Getränkevertrieb GmbH / Grünbichl 84 / Pregarten
Augustiner Chorherrenstift / Stiftstr. 1 / St. Florian
Ing. Seyr Christian / Struden 15 / St. Nikola
Böhm Anton / Saxen 10 / Saxen

Verkaufslager Oberösterreich
BRAU UNION ÖSTERREICH / Heizhausstraße / Linz
BRAU UNION ÖSTERREICH / Nr. 22 / Zipf
BRAU UNION ÖSTERREICH / Salzburger Str. 50 / Bad Ischl
BRAU UNION ÖSTERREICH / Salzburgerstraße 198 / Wels
Brauerei Enns-Steyr / Ennser Str. 29a / Steyr

Verkaufspartner Salzburg
Schwaighofer Getränkehandel / Au 149 / Abtenau
Grübler Thomas / Böcksteiner Bundesstr. 15 / Bad Gastein
Getränkevertrieb Gollackner / Kirchbergstr. 2 / Eigendorf
Radstädter Getränkevertrieb / Gewerbestr. 10-12 / Radstadt
Vinobile / Landesstr. 610 / Saalbach
Eder Gerhard / Bahnhofsiedlung 14 / Taxenbach
Brandstätter Günter / Nikolaus Gärtner Weg 10 / Thalgau
Graggaber & Ansperger / Gewerbegebiet 46 / Unternberg
Getränke Hörl / Glemmerstr. 210 / Viehhofen
Vorderegger / Nr. 74 / Wald/Pinzgau
Getränke Sperl / Tränkgasse 11 / Werfen

Verkaufslager Salzburg
BRAU UNION ÖSTERREICH Hofbräu Kaltenhausen / Salzburgerstr. 67 / Hallein
BRAU UNION ÖSTERREICH / Harham 72 / Saalfelden

Verkaufspartner Tirol
Mayer Hermann / Weidach 18 / Ebbs
Linzgieseder / R. Spielmann-Str. 2 / Ehrwald
Obwaller Stefan / Trixlegg 5 / Fieberbrunn
Grogger Johann / Behaimstr. 10 / Hall
Heine KG / Gewerbepark Süd 4 / Kufstein
Hausberger Thomas / Erlerstraße 18 / Niederndorf
Getränke Tollinger / Dorfstr. 38 / Ötz
Hafele Wolfgang / Gewerbegebiet Alt Greith 276 / Ried
Zorzi Rudolf / Leutascherstr. 686 / Seefeld
Grün Othmar / Schnatzerau 233 / See/Paznaun
Getränke Fiegl / Pitze 414 / Sölden
Thurnbichler / Schlagturn 30 / Stans
Getränkegroßhandel Hubert Heiss / Ganderweg 15 / St. Anton
Nagele / Bahnhofstr. 161 / Steinach
V.N. Getränke / Fiecht Au 50 / Vomp
Fuchs Kaspar / Boden 22 / Wörgl

Verkaufslager Tirol/Vorarlberg
Vereinigte Getränke Gesellschaft / Bundesstr. 80a / Rankweil
BRAU UNION ÖSTERREICH / Siemensstr. 12 / Neu-Rum
BRAU UNION ÖSTERREICH / Luna 62 / Kundl
BRAU UNION ÖSTERREICH / Bahnhofstr. 14 / Reutte

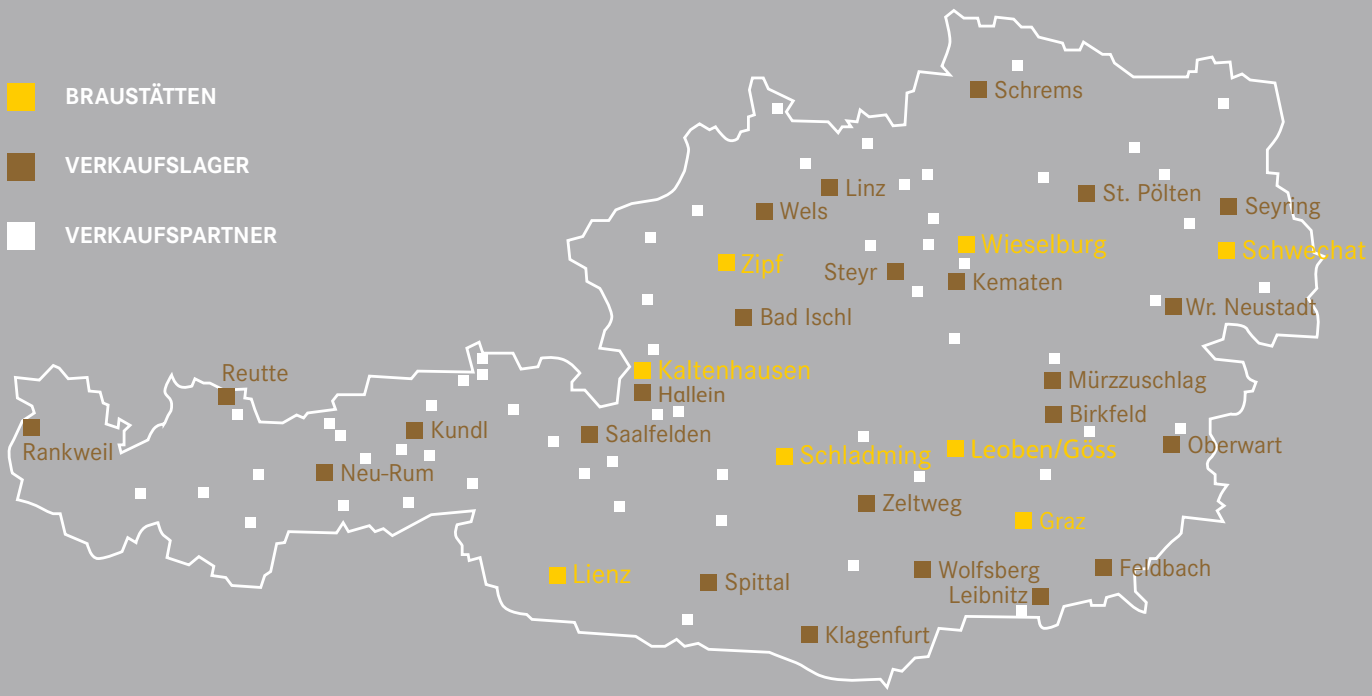
BRAU UNION ÖSTERREICH: IN GANZ ÖSTERREICH REGIONAL VERANKERT.

www.**ZIPFER**.at
www.**HEINEKEN**.at
www.**GOESSER**.at
www.**EDELWEISSBIER**.at
www.**SCHLOSSGOLD**.at
www.**PUNTIGAMER**.at
www.**KAISERBIER**.at
www.**SCHWECHATER**.at
www.**SCHLADMINGERBIER**.at
www.**WIESELBURGER**.at
www.**JAHRGANGSPILS**.at
www.**DESPERADOSBEER**.com
www.**AFFLIGEMBEER**.com
www.**KALTENHAUSEN**.at

BRAUSTÄTTEN

VERKAUFSLAGER

VERKAUFSPARTNER



BRAU UNION ÖSTERREICH AG
A-4021 Linz, Poschacherstraße 35 / Postfach 281
Tel: 0732/69 79 – 0 / Fax: 0732/65 44 54
E-Mail: office@brauunion.com
www.brauunion.at

MEDIENINHABER & HERAUSGEBER
BRAU UNION ÖSTERREICH AG
A-4021 Linz, Poschacherstraße 35
Postfach 281
Tel.: +43 732 69 79 – 0
Fax: +43 732 65 44 54
E-Mail: office@brauunion.com
www.brauunion.at

Die zur Produktion der vorliegenden Publikation verwendeten Materialien wurden sorgfältig ausgesucht und entsprechen den aktuellen Anforderungen des Umweltschutzes.

NOCH EIN ABSCHLIESSENDES WORT
Selbstverständlich möchten wir Damen wie Herren gleichermaßen ansprechen – auch wenn wir der Lesefreundlichkeit zuliebe auf geschlechtsneutrale Formulierungen verzichtet haben.

Stand: November 2015.
Satz- und Druckfehler vorbehalten.

IDEE & KONZEPT
GEHRER PLÖTZENEDER DDWS CORPORATE ADVISORS GMBH
A-1010 Wien, Kärntner Straße 7
www.gp-ddws.com

GRAFIK & DESIGN
Petersfriends WERBEAGENTUR PETER SCHWARZ
A-1010 Wien, Zedlitzgasse 11
www.petersfriends.net