



Biermixsegment traditionell und innovativ zugleich

Alkoholfreies Radler ist der große Sortengewinner und legt national um satte 25 % zu

- **Alkoholfreie Radler mit 0,0% immer öfter gefragt**
- **Naturtrübe Radler wachsen sogar um 57 %**
- **Dose beschert Wachstumsimpulse im Biermixsegment**

Es ist der leise, aber große Gewinner des letzten Jahrzehnts: Anders als Craftbiere konnten sich alkoholfreie Biermischgetränke aus der Nische zu einer gefragten Sorte mit hoher Wertschätzung befreien – das Volumen im Handel liegt heute deutschlandweit bei 750.000 hl. In jüngster Vergangenheit haben sich außerdem die naturtrüben, alkoholreduzierten Radler profiliert und sind innerhalb Jahresfrist um 57 % gewachsen. Unterm Strich liegt die Gesamtmenge aller Biermischgetränke in Deutschland bei 4,5 Mio. hl, das bedeutet ein Sortenwachstum um 17 %. „Die erfreuliche Biermixnachfrage spiegelt den Wunsch der Verbraucher nach erfrischenden und spritzigen Getränkealternativen wider und ist eine Bereicherung für den deutschen Biermarkt“, sagt Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins.

Nachfrage nach alkoholfreien Radlern steigt

Besonders erfreulich entwickelten sich die klassischen Radler, die vom alkoholfreien Pendant, aber auch von innovativen Biermixen mit der Curuba-Frucht oder Grapefruit sowie Energy-Drinks flankiert werden. Dabei feiern die alkoholfreien Radler sogar ein kleines Jubiläum, denn seit der nationalen Markteinführung dieser Sorte vor zehn Jahren ist dieses Segment rasant gewachsen – allein 2018 ist der Absatz von alkoholfreien Radlern um 25 % gewachsen. „Der traditionelle Biermix gilt wegen seines Erfrischungscharakters als beliebter Durstlöscher. Allerdings rufen die Genussgewohnheiten der Radler-Verwender gleichzeitig auch nach immer



neuen alkoholfreien Produktantworten im Biermix-Segment. Dabei punkten alkoholfreie Radler durch ihre Spritzigkeit mit zugleich bierigem Charakter gegenüber klassischen Softgetränken und werden gern nach dem Sport oder der Gartenarbeit gewünscht“, so Dr. Volker Kuhl. Die Entwicklung der alkoholfreien Varianten gilt dabei als Spiegelbild für das Ernährungs- und Gesundheitsbewusstsein. Einige Markenhersteller gehen dabei sogar noch einen Schritt weiter und bieten ihren alkoholfreien Radler-Biermix in der 0,0%-Variante an. „Die Diskussion um Restspuren von Alkohol in den klassischen alkoholfreien Varianten ist damit auch für Veltins passé“, weiß Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer der Brauerei C. & A. Veltins, die unlängst das alkoholfreie Radler 0,0% eingeführt hat. Besonders bemerkenswert sei dieser Newcomer jedoch, weil dem Verbraucher im Bereich der alkoholfreien Radler mit rund 60 Anbietern nur eine kleine Auswahl zur Verfügung steht, wohingegen der Wettbewerbsdruck bei den klassischen Radlern mit rund 330 Produkten im Handel vergleichsweise hoch ist.

Trend geht hin zu klassischen Radler-Biermixen

Es gibt gute Gründe, warum das gesamte Radler-Segment so stark wächst. „Der Trend geht hin zu klassischen und traditionellen Biermixen, zu denen Radler zweifelsohne zählt“, so Dr. Volker Kuhl. Schon bevor die Änderung des Biersteuergesetzes 1993 den Brauereien ermöglichte, Radler überhaupt erst abzufüllen, galt die Mischung aus Bier und Zitronenlimonade als beliebtes Gastronomie-Getränk – die Historie reicht bis in die 1920er-Jahre zurück. Allein im deutschen Handel wurden 2018 über 446.000 hl mehr Radler abgesetzt als noch im Jahr zuvor – eine Steigerung von 22 %. Noch augenfälliger ist die Dynamik im Bereich der naturtrüben Radler, die innerhalb eines Jahres um 57 % rasant zulegen. „Das traditionelle Brauhandwerk wird mehr denn je von den Verbrauchern geschätzt. Ursprünglichkeit und Natürlichkeit gewinnen dabei zunehmend an Bedeutung“, so Dr. Volker Kuhl. Diesen Trend hat die Brauerei C. & A. Veltins bereits früh erkannt und mit Grevensteiner Ur-Radler ein naturtrübes Radler auf den Markt gebracht, das diesen Wünschen der Verwender durch den natürlichen und zugleich zitronig-spritzigen Charakter Rechnung trägt.



Inzwischen gehört jedes dritte Radler, das im Handel über die Ladentheke geht, zu den naturtrüben Varianten. Auffallend in diesem Segment ist, dass die Käufer von naturtrüben Radlern überdurchschnittlich jung sind – 38 % sind unter 40 Jahre alt. Dagegen gehören bei den Verwendern von allen anderen alkoholhaltigen Radlern nur 30 % zur Altersgruppe unter 40 Jahren.

Biermischgetränke wachsen in jedem Bundesland

Vor allem in Bayern ist Radler mit einem Anteil von 65 % im Handel nach wie vor der stärkste Biermix, während in Baden-Württemberg 58 % zum traditionellen Biermix greifen. Hinzu kommt der Radler-Anteil in der Gastronomie, den keine Statistik erfasst. Deutlich probierfreudiger ist Nordrhein-Westfalen, wo der Anteil von Radler mit 42,6 % nur knapp vor den innovativen Biermischen mit Curuba oder Energy mit einem Marktanteil von 39,4 % liegt. Im Norden Deutschlands verstärkt sich dieses Bild. Dort führen innovative Biermische das Ranking noch vor Radler an – bei gleichzeitig wachsender Menge. Ob in der alkoholfreien Alternative nach dem Sport oder als klassisches Radler zur Erfrischung an lauen Sommerabenden. Garant dafür ist die breite Geschmacksvielfalt, die die Brauereien dem Handel und Gastronomie zur Verfügung stellen.

Convenience-Gedanke: Dose legt um 25 % zu

Dementsprechend unverändert war im vergangenen Jahr die Verteilung der verkauften Biermixgetränke im Gebindevergleich. Die Drittelliter-Mehrwegflasche bleibt mit einem Anteil von 49 % die beliebteste Verzehrgröße im Biermixsegment. Davon wird der Großteil von 27 % im Sixpack verkauft, das wegen seines Handling-Vorteils nach wie vor eine beliebte Convenience-Einheit ist. Auch die Halbliter-Mehrwegflasche bleibt mit 37,9 % – einzeln oder im Kasten – ein präferiertes Gebinde der Verbraucher, was besonders auf die Nachfrage im Süden Deutschlands zurückzuführen ist. Auf dem Vormarsch im Biermix-Segment bleibt die Dose, die 2018 um 25 % zulegte und ihren Marktanteil von 8,6 % auf 9,2 % steigerte. „Das Convenience-Gebinde hat in jüngster Zeit im gesamten



Biermarkt an Bedeutung gewonnen, da ist der Anstieg beim Biermix nicht verwunderlich. Dem Wunsch der Verwender nach mehr Handlichkeit wird die Dose eben gerecht“, sagt Dr. Volker Kuhl.

(Quelle: AC Nielsen 2019, GfK 2019)

Bildzeilen:

Biermix_Radler_2019:

Traditionell und bewährt: Alkoholreduzierte und spritzig-fruchtige Radler wachsen stärker als zuvor. Vor allem naturtrübe Radler konnten zuletzt um 57 % zulegen – eine erfreuliche Entwicklung.

Biermix_RadlerAF_2019:

Rund 60 unterschiedliche alkoholfreie Radler gibt es im deutschen Handel. Inzwischen erfreuen sich Produkte mit 0,0% vol. wachsender Beliebtheit.

Biermix_innovativ_2019:

In der Mitte und im Norden stärker beliebt als im Süden: Die innovativen Biermixe können mit alternativen Geschmacksrichtungen wie Curuba, Energy oder Lemon punkten.

Das Unternehmen im Porträt

Die Privat-Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, braut eine der führenden Premium-Pils-Marken in Deutschland und bilanzierte 2018 einen Umsatz von 352 Mio. Euro bei einem Ausstoß von 3,01 Mio. hl. Der Marketingetat wird auf 37 Mio. Euro beziffert. Zum Sortenportfolio zählen Veltins Pilsener und Veltins Radler sowie das alkoholfreie Veltins Pilsener 0,0% und Veltins Radler 0,0%, Veltins Malz und Veltins Fassbrause in den Sorten Zitrone, Holunder und Mango-Maracuja. Hinzu kommt die Spezialitätenmarke Grevensteiner mit dem Landbier Grevensteiner Original, Grevensteiner Ur-Radler und Grevensteiner Naturtrübes Helles. Außerdem gehört die Biermix-Range V+ mit insgesamt sechs Sorten zum Produktangebot. Der Mehrweganteil liegt bei 94%.

Ansprechpartner

Ulrich Biene, Telefon: 02934 – 959 325, ulrich.biene@veltins.de

Weitere Informationen der Brauerei C. & A. VELTINS im Internet verfügbar:
www.bierpresse.de, www.veltins.de, www.vplus.de