vinetur

US-Brauereien beleben Bier mit mittlerem Alkoholgehalt neu, um moderat trinkende Konsumenten zu gewinnen

Brauer setzen darauf, dass Biere mit 4 % bis 5 % Alkohol die Lücke zwischen leichten Lagerbieren und schnell wachsenden alkoholfreien Optionen schließen können.

Dienstag, 23. Juni 2026



US-Brauereien treiben erneut Bier mit mittlerem Alkoholgehalt voran, ein Segment, das allgemein bei etwa 4 % bis 5 % Alkohol nach Volumen definiert wird, da sie nach Wachstum zwischen traditionellem Light Beer und der rasant wachsenden alkoholfreien Kategorie suchen.

Die Entwicklung spiegelt eine neue Wendung im Biermarkt wider, nachdem viele amerikanische Craft-Brauer über Jahre hinweg stärkere Stile bevorzugt hatten. Joshua M. Bernstein schrieb in SevenFifty Daily, dass sich die Brauer vor etwa 15 Jahren in zwei Richtungen aufteilten: Einige gingen beim Alkoholgehalt nach unten, andere nach oben. Er verwies auf Founders All Day IPA mit 4,7 % ABV als Schlüsselprodukt dieses Wandels und sagte, es habe dazu beigetragen, IPA zu einem eher beiläufigen Getränk für den Tag zu machen und in den USA faktisch die Kategorie Session IPA geschaffen. Es sei bis heute das meistverkaufte Bier der Brauerei.

Brauer scheinen dieses Mittelfeld nun wieder aufzugreifen, da Moderation für Verbraucher zu einem stärkeren Thema wird. Chuck Buckingham, Chief Marketing Officer bei Mahou, sagte, das „Pendulum feels like it’s swinging even further now“, und beschrieb damit ein erneutes Interesse an alkoholärmeren Stilen.

Bernstein sagte, Bier mit mittlerem Alkoholgehalt sei seit Langem zentral für die Trinkkultur in Ländern wie dem Vereinigten Königreich, Skandinavien und Australien, wo Regierungen die Produktion alkoholärmerer Biere fördern, indem sie stärkere Biere höher besteuern. Er verwies auf Australiens meistverkauftes Bier, Great Northern Super Crisp, ein Lagerbier mit 3,5 % ABV, und merkte an, dass Milds und Bitters mit moderatem Alkoholgehalt in britischen Pubs weiterhin feste Größen seien.

Diese Steuerstruktur im Ausland könnte für das breitere Getränkegeschäft relevant werden, da Produzenten abwägen, wie Regulierung die Nachfrage prägt. In den Vereinigten Staaten könnte eine stärkere Verschiebung hin zu Bieren im Bereich von 4 % bis 5 % langfristig das Portfolio der Brauereien und die Regalflächen im Handel beeinflussen, wenn sich moderate Trinkgewohnheiten weiter ausbreiten.

Bernstein sagte, US-Craft-Brauer hätten in den 2010er-Jahren Extreme bei Geschmack und Alkoholgehalt als Mittel genutzt, um sich abzuheben und Verkäufe anzukurbeln. Bier mit mittlerem Alkoholgehalt wird nun für Konsumenten positioniert, die ihren

Alkoholkonsum reduzieren wollen, ohne ganz darauf zu verzichten. Amerikanische Pilsner und IPAs mit mittlerem Alkoholgehalt könnten weiterhin mehr Geschmack bieten als Light Lager und zugleich weniger Alkohol enthalten.

Die Kategorie steht vor einer vertrauten Herausforderung: dem Geschmack. Bernstein sagte, Session IPA habe unter anderem deshalb an Schwung verloren, weil zu viele frühe Beispiele dünn oder unausgewogen schmeckten. Er argumentierte, dass Brauereien bei einem neuen Anlauf diese Fehler vermeiden müssten, wenn das Segment dauerhaft Bestand haben solle.

Auch die Aufklärung der Verbraucher entwickelt sich zu einer Hürde. Caroline Foulk, die 2024 Beer Girl Brewing in Laguna Beach, Kalifornien, gründete, stellt zwei glutenreduzierte Lagerbiere mit 3,5 % ABV her. Sie sagte, der Begriff „mid-strength“ komme bei Konsumenten nicht immer sofort an und direkte Verkostungen seien der wirksamste Weg gewesen, Interesse aufzubauen.

F.X. Matt Brewing in Utica im US-Bundesstaat New York stieg im vergangenen Frühjahr mit Saranac Weekend Warrior ein, einem Pilsner mit 3 % ABV, und ergänzte später ein Weekend Warrior hazy IPA. Die Biere werden inzwischen in einem neuen Bereich für alkoholärmere Produkte in den Wegmans-Supermärkten verkauft. Fred Matt, Präsident von F.X. Matt Brewing, sagte, der Aufbau der Nachfrage habe wiederholte Verkostungen und Erklärungen gegenüber Kunden erfordert.

Bernstein sagte, der Aufstieg des alkoholfreien Biers habe Verbraucher möglicherweise auf diesen nächsten Schritt vorbereitet, indem er alkoholärmere Optionen sichtbarer und akzeptabler gemacht habe. Für Brauereien, die zwischen Craft Beer in voller Stärke und alkoholfreien Produkten Raum finden wollen, werde Bier mit mittlerem Alkoholgehalt zu einer weiteren Möglichkeit, Moderation anzusprechen, ohne den Geschmack aufzugeben.