vinetur

Oktoberfest-Biere ziehen in diesem Herbst Käufer in die Geschäfte

Händler sagen, der Stil erreiche auch Gelegenheitskäufer und stütze so den Absatz von Kürbisbieren, Cider und anderen Herbstneuheiten.

Dienstag, 29. September 2026



Händler sagen, dass Oktoberfest-Biere in diesem Herbst erneut Käufer in die Geschäfte ziehen und damit den saisonalen Bierabsatz ankurbeln sowie in einigen Märkten die Nachfrage nach Kürbisbieren, Cider und anderen für die kalte Jahreszeit typischen

Neuheiten stützen.

Geschäftsbetreiber in Chicago, North Dakota und im Westen des Bundesstaats New York sagen, dass der saisonale Stil eine breite Anziehungskraft hat, die über die Stammkundschaft im Craft-Bier-Bereich hinausgeht. Sie beschreiben Oktoberfest als eine der wenigen Herbstbier-Kategorien, die sowohl eingefleischte Liebhaber als auch Gelegenheitskäufer anzieht, die nach einer vertrauten saisonalen Option suchen.

Bei Archer Liquors in Chicago sagte Chief Beer Officer Randy Wesselhoff, Oktoberfest hebe sich ab, weil es eine Verbindung zu Mainstream-Kunden herstelle, wie es vielen anderen Spezialbier-Neuerscheinungen nicht gelinge. Er sagte, selbst Gelegenheitsbiertrinker seien oft bereit, den Stil zu probieren, trotz eines Biermarktes, der sich schnell verändere und für manche Käufer schwer nachzuvollziehen sei.

Der Stil umfasst traditionelle deutsche bernsteinfarbene Märzenlager und leichtere Festbier-Varianten sowie eine große Zahl amerikanischer Interpretationen. Wesselhoff sagte, diese Mischung gebe Händlern eine breite Auswahl, biete den Kunden aber zugleich eine klare saisonale Identität. Er sagte, das Geschäft baue jedes Jahr eine eigene Regalpräsentation für Oktoberfest-Biere auf, ein Zeichen für die Bedeutung der Kategorie in der Herbstsaison.

Das meistverkaufte Oktoberfest-Bier bei Archer Liquors ist Ayinger, zum Preis von 4,29 Dollar für eine 500-Milliliter-Flasche oder zwei für 8 Dollar. Wesselhoff sagte, das Bier sei bei den Kunden der eindeutige Favorit. Er fügte hinzu, dass auch Samuel Adams, verkauft für 19 Dollar pro 12er-Pack mit 12-Unzen-Flaschen, und Spaten, zum Preis von 11 Dollar pro Sechserpack mit 12-Unzen-Flaschen, sich gut verkaufen.

In North Dakota sagte Dustin Mitzel, Vorstandschef von Happy Harry’s Bottle Shops, Oktoberfest-Neuerscheinungen seien die größte und gefragteste der vier wichtigsten saisonalen Veröffentlichungsphasen der Bierbranche. Sein Unternehmen betreibt fünf Filialen, drei in Fargo und zwei in Grand Forks, und führt in diesem Jahr in jedem Geschäft rund 60 Oktoberfest-SKUs, etwa auf dem Niveau des Vorjahres.

Mitzel sagte, die Kette habe ihr Angebot an alkoholfreien Oktoberfest-Bieren ausgebaut und damit das breitere Wachstum alkoholfreier Produkte aufgegriffen. Er sagte, das saisonale Merchandising des Unternehmens variiere je nach Standort und Jahr, auch weil Oktoberfest-Produkte oft erst Ende Juli und im August eintreffen, sich damit mit dem Ende der Sommerbiersaison überschneiden und die Präsentationsplanung erschweren. In den meisten Fällen werden die Biere innerhalb des Kühlersortiments der jeweiligen Marke und auf Bodenaufstellern platziert. Wenn der Platz es zulässt, bündeln die Geschäfte Oktoberfest-Optionen auch in einem eigenen Bereich.

Die meistverkauften deutschen Oktoberfest-Biere bei Happy Harry’s sind Hacker-Pschorr und Paulaner, jeweils zum Preis von 19 Dollar für einen 12er-Pack mit 330-Milliliter-Flaschen. Unter den amerikanischen Vertretern führen Samuel Adams mit 14,97 Dollar für einen 12er-Pack mit 12-Unzen-Flaschen und Shiner Oktoberfest mit 13,97 Dollar die Kategorie an.

Mitzel sagte, Oktoberfest stehe in der Herbstpalette des Unternehmens nicht für sich allein. Der Händler führt außerdem rund 20 saisonale Kürbisbiere und Cider. Er sagte, diese Produkte hielten das herbstliche Biersortiment für Kunden frisch und abwechslungsreich, die in der Saison mehr als nur einen Stil suchen. Zu den stärkeren Verkäufern zählen Samuel Adams Jack-O zum Preis von 14,97 Dollar für einen 12er-Pack mit 12-Unzen-Flaschen, Southern Tier’s Pumpkin Sampler Pack für 18 Dollar und Southern Tier PumQueen Cider für 16 Dollar pro Viererpack mit 16-Unzen-Dosen.

Wesselhoff sagte, Kürbisbiere blieben bei Archer Liquors stärker polarisierend als Oktoberfest-Biere. Er sagte, die Kundschaft für Kürbisbier sei deutlich kleiner und das Volumen liege nur bei etwa 20% dessen, was das Geschäft mit Oktoberfest-Bier verkaufe. Zu Archers führenden Kürbisbiermarken zählen Southern Tier Pumking für 15 Dollar pro Viererpack mit 12-Unzen-Flaschen, Sam Adams Jacko für 12 Dollar pro Sechserpack mit 12-Unzen-Flaschen, Brooklyn Post Road für 11 Dollar und Schlafly Pumpkin Ale aus St. Louis für 14 Dollar.

In Amherst, einem Vorort von Buffalo, sagte Premier Gourmet-Präsident Mark Notarius, Oktoberfest und andere saisonale Herbst- und Winterbiere seien wichtige Treiber sowohl für Kundenfrequenz als auch für den gesamten Einzelhandelsumsatz. Er sagte,

Geschäfte mit breiterem Craft-Sortiment könnten im vierten Quartal profitieren, weil viele Wettbewerber sich vor allem auf große nationale Marken konzentrierten, während Fachhändler eine größere Mischung aus lokalen Brauereien und limitierten saisonalen Veröffentlichungen aus den USA und dem Ausland anbieten könnten.

Premier Gourmet führt in diesem Jahr rund 40 Oktoberfest- und kühleres Wetter betreffende saisonale Bier-SKUs, ungefähr auf dem Niveau des Vorjahres. Das Geschäft bewirbt sie per E-Mail-Marketing, über soziale Medien, mit In-Store-Displays und Verkostungen. Notarius sagte, diese Maßnahmen helfe dabei, Kunden in den Laden zu ziehen, und führten oft zu zusätzlichen Käufen.

Zu den meistverkauften Oktoberfest-Produkten bei Premier Gourmet zählen Hofbrau Festbier für 14 Dollar pro Sechserpack mit 330-Milliliter-Flaschen, Thin Man aus Buffalo für 13 Dollar pro Viererpack mit 16-Unzen-Dosen und Founders Ultimate Oktoberfest für 15 Dollar pro Viererpack mit 12-Unzen-Bieren.

Notarius sagte, stärkerer Oktoberfest-Verkehr helfe auch anderen Kategorien. Er sagte, Kürbisbiere machten etwa 33% des saisonalen Herbstbierabsatzes des Geschäfts aus, angeführt von Southern Tier Pumpking Ale für 14 Dollar pro Viererpack mit 12-Unzen-Flaschen. Er fügte hinzu, dass der Absatz von India Pale Ale mindestens stabil bleibe und sich in einigen Fällen verbessere, weil während der herbstlichen Saisonaktion mehr Kunden ins Geschäft kämen.

Händler sagten, der Zeitpunkt der Kategorie bleibe wichtig. Oktoberfest-Biere kommen lange vor der Mitte des Herbstes in die Regale, und die Geschäfte nutzen sie als Brücke von den Sommer-Trinkmustern hin zu den kühleren Saisonverkäufen. Das frühe Eintreffen der Biere kann logistischen Druck erzeugen, weil Händler wärmerebestände räumen und Platz für neue Saisonprodukte schaffen müssen. Mehrere Geschäftsbetreiber sagten jedoch, die Kategorie sei wichtig genug, um den Aufwand zu rechtfertigen.

Wesselhoff sagte, Oktoberfest habe einen besonderen Platz im jährlichen Bierkalender, weil Brauereien im ganzen Markt, von traditionellen deutschen Produzenten bis hin zu US-Craft-Brauern, alle derselben Stilrichtung ihren Auftritt geben. Das ermögliche direkte Vergleiche im Regal und gebe den Kunden die Möglichkeit, aufzuwerten, zu

experimentieren oder zu bewährten Favoriten zurückzukehren.

Die breite Spannweite der Kategorie helfe den Händlern zudem, unterschiedliche Budgets der Kunden zu bedienen. Importierte deutsche Biere blieben wichtige Anker für Authentizität, während heimische Marken niedrigere Preispunkte und vertraute Namen böten. Diese Kombination ermögliche es den Geschäften, Käufer mit hochwertigen Einzelflaschen, Import-Multipacks oder günstigeren amerikanischen 12er-Packs zu bedienen.

Mitzel sagte, die Verkaufstrends in dieser Saison seien bislang ermutigend, und er rechne damit, dass Oktoberfest und andere Herbstbiere in diesem Jahr Zuwächse verzeichnen werden. Notarius sagte, er erwarte, dass die Verkäufe von Oktoberfest und anderen herbstlichen Saisonbieren bei Premier Gourmet im Vergleich zum Vorjahr relativ stabil bleiben werden, während die anhaltende Kundenfrequenz Kürbisbiere und IPAs bis zum Rest der Saison stützen sollte.