vinetur

Bierkonsum in Tschechien 2025 auf Rekordtief

Der Pro-Kopf-Bierkonsum sank auf 121 Liter – fast 25 % weniger als 2007. Gesündere Lebensgewohnheiten und ein Generationenwechsel verändern den Markt.

Donnerstag, 8. Oktober 2026



Der Bierkonsum in Tschechien sank 2025 auf den niedrigsten Stand seit Beginn der Aufzeichnungen. Mit 121 Litern pro Kopf spiegeln die Zahlen veränderte Trinkgewohnheiten, ein stärkeres Gesundheitsbewusstsein und den Generationenwechsel wider, die einen der traditionsreichsten Biermärkte Europas

weiter verändern.

Die Zahlen wurden von Vertretern der tschechischen Brauindustrie sowie von Novinky.cz zitierten aktuellen Eurostat-Daten veröffentlicht. Demnach liegt der Bierkonsum in Tschechien inzwischen fast 25 % unter dem Wert von 2007, als der Jahresverbrauch bei knapp 159 Litern pro Kopf lag. Um 2010 sank der Konsum erstmals unter 150 Liter, bewegte sich vor der Pandemie um die 140 Liter und ging während der Covid-Jahre dann stärker zurück. Eine kurze Erholung im Jahr 2022 hielt nicht an.

Trotz des Rückgangs bleibt Tschechien eine Ausnahme in Europa. Der durchschnittliche Bierkonsum liegt dort weiterhin fast doppelt so hoch wie der EU-Durchschnitt von 67 Litern pro Jahr.

Auch die Produktion spiegelt den Wandel wider, obwohl das Land ein bedeutender Brauereistandort bleibt. Nach Angaben des tschechischen Brauereiverbands produzierten die tschechischen Brauereien 2025 knapp 2 Milliarden Liter Bier und kamen damit auf 5,8 % der gesamten EU-Produktion. EU-weit stellten die Brauereien im vergangenen Jahr 34,4 Milliarden Liter her – weniger als im Vorjahr. Deutschland blieb mit großem Abstand der größte Bierproduzent in der EU, gefolgt von Spanien und Polen.

Vertreter der Branche sehen den Rückgang als Teil eines umfassenderen Wandels im Konsumverhalten und nicht als plötzlichen Nachfrageeinbruch. Tomas Slunecko, Geschäftsführer des Tschechischen Brauer- und Mälzerverbands, sagte Novinky, die Menschen tranken insgesamt weniger Alkohol, versuchten, aktiver zu bleiben, und achteten stärker auf einen gesunden Lebensstil. Der Wandel sei auch generationsbedingt: Jüngere Verbraucher suchten mehr Abwechslung und griffen zunehmend zu aromatisierten, alkoholfreien oder Craft-Bieren statt zu traditionellem Lagerbier.

Das deutet darauf hin, dass der Rückgang nicht alle Segmente des Biermarkts gleichermaßen trifft. Petr Dvorak, Vorstandschef der staatseigenen Brauerei Budejovicky Budvar, sagte, Verbraucher tränken zwar häufig weniger, entschieden sich aber für höherwertiges Bier. Höherpreisige Kategorien seien weniger stark betroffen, was den auch andernorts in Europa zu beobachtenden Trends entspreche.

Die Zahlen sind in Tschechien besonders bemerkenswert, weil Bier eng mit der Identität und Wirtschaft des Landes verbunden ist. Das Brauwesen blickt dort auf eine mehr als 1.000-jährige Geschichte zurück; die erste schriftliche Erwähnung der Bierherstellung stammt aus dem Jahr 1088. Auch die globale Brauereigeschichte wurde maßgeblich von Tschechien geprägt: 1842 braute Josef Groll in Plzen die erste Charge des hellen Lagerbiers nach Pilsner Art. Dieser Bierstil verbreitete sich später weltweit. Seit 2008 ist „Czech Beer“ in der EU als geschützte geografische Angabe eingetragen.

Die Tradition hat den Markt jedoch nicht vor langfristigen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen bewahrt. Die Pandemie beeinträchtigte den Absatz in Bars und Restaurants und scheint bestehende Trends beschleunigt zu haben. Gleichzeitig haben Brauereien mit höheren Betriebskosten zu kämpfen, etwa für Energie, Rohstoffe, Verpackung und Vertrieb. Der Bericht von Novinky konzentrierte sich zwar vor allem auf die Nachfrage, doch der Druck durch den rückläufigen Konsum trifft viele Hersteller, während sie zugleich versuchen, ihre Margen in einem stärker kostenbewussten Markt zu sichern.

Die tschechischen Zahlen dürften in der Getränkeindustrie insgesamt genau verfolgt werden, denn sie stammen aus einem Land, das lange als einer der stärksten Biermärkte der Welt galt. Ein anhaltender Rückgang in einem so reifen, stark vom Bier geprägten Markt könnte darauf hindeuten, dass Hersteller und Händler ihre Produktportfolios, Vertriebskanäle und Kapazitätsplanung auf eine Zukunft ausrichten müssen, in der Maßhalten wichtiger ist als Mengenwachstum. Das könnte weitere Investitionen in Premiumbier, alkoholarmes und alkoholfreies Bier sowie andere Kategorien fördern, die den veränderten Verbraucherpräferenzen entsprechen.

Der Wandel wirft auch die Frage auf, wo Bier getrunken wird und wie sich das auf den Absatz auswirkt. Der Ausgangsartikel verwies auf eine Abkehr vom traditionellen Kneipenbesuch hin zum Konsum zu Hause. Für die Hersteller ist jedoch vor allem relevant, dass ein Wechsel des Konsumorts die Nachfrage nach Verpackungen, die Preissetzungsspielräume und die Produktauswahl verändern kann. Der Ausschank in Kneipen und Restaurants bietet üblicherweise andere Margen und Möglichkeiten zur Markenpositionierung als der Einzelhandel für den Konsum zu Hause.

Klar ist, dass die tschechischen Biertrinker dem Bier nicht gänzlich den Rücken kehren. Der Konsum liegt weiterhin deutlich über dem europäischen Durchschnitt, und Bier bleibt zentral für die Esskultur, das touristische Image und das industrielle Erbe des Landes. Die jüngsten Zahlen zeigen jedoch, dass sich die Konsummuster selbst in einem Markt mit jahrhundertealter Brautradition zurückhaltender und vielfältiger entwickeln.

Das dürfte den Anpassungsdruck auf die Brauereien aufrechterhalten. Unternehmen, die bislang stark auf eine stabile Nachfrage nach Standardlagerbier angewiesen waren, müssen sich womöglich auf einen Markt einstellen, in dem die Absatzmengen sinken und jüngere Verbraucher experimentierfreudiger sind. Wachstum könnte künftig weniger davon abhängen, wie viel die Menschen trinken, als davon, wofür sie sich entscheiden.