vinetur

Coopers zufolge verliert Bier in Australien bei 65 A $ pro Kiste seinen Ruf als krisenfestes Produkt

Der Brauereichef sagt, höhere Verbrauchsteuern und knappe Haushaltsbudgets ließen Verbraucher Käufe aufschieben, die Marke wechseln oder weniger kaufen

Montag, 9. November 2026



Bier verliert in Australien seinen Ruf als Produkt, das sich auch in einem Abschwung gut verkauft. Das sagt der Chef der Coopers Brewery, der darauf verweist, dass höhere Steuern und der Druck auf die Haushaltsbudgets die Verbraucher vorsichtiger werden lassen.

Am Montag, dem 9. November, sagte Michael Shearer, Geschäftsführer der familiengeführten Brauerei, eine Kiste Bier koste inzwischen regelmäßig mehr als 65 A $. Dieser Preis beginne, das Konsumverhalten zu verändern. Wiederholte Erhöhungen der Verbrauchsteuer auf abgepacktes Bier durch die Regierung sowie die allgemein gestiegenen Lebenshaltungskosten ließen die Kunden zunehmend zögern.

Die Äußerungen sind eine bemerkenswerte Warnung von einer der etablierten Brauereien des Landes. Coopers ist laut Shearer Australiens drittgrößte Brauereigruppe und hält landesweit einen Marktanteil von 6 %. Seine Einschätzung deutet darauf hin, dass Verbraucher selbst einer Kategorie, die in wirtschaftlich schwächeren Zeiten lange als vergleichsweise stabil galt, inzwischen stärker widerstehen.

Shearer zufolge ist Bier nicht mehr so krisenfest wie früher. Der Druck komme, so seine Einschätzung, von zwei Seiten zugleich: durch höhere, steuerbedingte Ladenpreise und knappere Haushaltsbudgets. Für Verbraucher wird damit ein routinemäßiger Kauf zu einer bewussteren Entscheidung. Für Brauereien und Händler bedeutet das, dass es weniger Spielraum geben könnte, die Preise weiter anzuheben, ohne den Absatz zu beeinträchtigen.

Die Warnung ist für die Getränkeindustrie insgesamt bedeutsam, weil Bier oft als eines der widerstandsfähigeren Segmente alkoholischer Getränke gilt. Schwächt sich die Nachfrage nach Bier angesichts steigender Steuern und Lebenshaltungskosten ab, könnte das auf eine größere Preissensibilität in der Branche hindeuten – auch in anderen Kategorien, die auf frei verfügbares Konsumbudget angewiesen sind. Das bedeutet nicht, dass sich dieselbe Entwicklung gleichermaßen auf Wein, Spirituosen oder trinkfertige Getränke übertragen wird. Es weist jedoch auf ein schwierigeres Preisumfeld für Getränkeunternehmen insgesamt hin.

Shearer bezog sich vor allem auf abgepacktes Bier, bei dem die Auswirkungen von Steuererhöhungen im Regal sichtbar sind und sich die Preise verschiedener Marken und Geschäfte leicht vergleichen lassen. Kostet eine Kiste deutlich mehr als 65 A $, könnten Käufer ihre Gewohnheiten ändern, indem sie Käufe aufschieben, die Marke wechseln oder weniger kaufen. Ein solches Verhalten kann in einem Markt rasch an Bedeutung gewinnen, in dem bereits moderate Nachfrageschwankungen Produktionsplanung, Rabattaktionen und Margen beeinflussen können.

Die Äußerungen unterstreichen auch die Rolle der Verbrauchsteuerpolitik der Regierung für den Endpreis, den Verbraucher zahlen. Treffen Steuererhöhungen auf eine Phase angespannter Haushaltsbudgets, erschwert das Brauereien den Versuch, sowohl Absatzvolumen als auch Rentabilität zu sichern. In dieser Situation geht es bei Preiserhöhungen nicht nur darum, Kosten auszugleichen. Sie zeigen auch, wie viel die Verbraucher hinzunehmen bereit sind, bevor sie ihre Käufe reduzieren.

Für Händler könnte die Entwicklung Preisnachlässe und das Produktsortiment beeinflussen, insbesondere bei Bier in Großgebinden. Für Brauereien stellt sich grundsätzlicher die Frage, ob Bier noch auf jene Widerstandsfähigkeit setzen kann, die es einst von vielen anderen frei verfügbaren Konsumgütern abhob. Shearers Äußerungen legen nahe, dass diese Annahme im derzeitigen australischen Markt zunehmend schwerer zu vertreten ist.