vinetur

Bierabsatz in Japan steigt im Oktober nach Steuerreform um 22 Prozent

Im ersten vollen Monat nach den neuen Regeln wurden mehr bierähnliche Getränke als Bier eingestuft, was Vorjahresvergleiche erschwert

Donnerstag, 12. November 2026



Der Bierabsatz in Japan ist im Oktober gegenüber dem Vorjahresmonat um 22 Prozent gestiegen. Das geht aus einer Branchenschätzung hervor, die auf den Absatzmengen der vier größten Brauereien des Landes basiert. Es ist die erste vollständige Monatsauswertung nach einer Steuerreform und Änderungen bei der Einstufung einiger Produkte.

Die von Jiji Press veröffentlichte und am Donnerstag, dem 12. November, von Nippon.com aufgegriffene Zahl deutet auf eine deutliche Erholung der Bierkategorie im Oktober 2026 gegenüber Oktober 2025 hin. Der Anstieg allein belegt jedoch nicht, dass der Bierkonsum auf vergleichbarer Basis im selben Umfang zugenommen hat. Ein Teil des Zuwachses ist darauf zurückzuführen, dass Produkte aus einer separaten Kategorie bierähnlicher Getränke in die rechtliche Kategorie Bier wechselten.

Medienberichte aus Japan zufolge wurde das Ergebnis im Oktober von zwei Faktoren zugleich beeinflusst. Zum einen verringerte die Steueränderung die Belastung für Bier und verkleinerte den Abstand zu geringer besteuerten Alternativen. Zum anderen änderte sich die Zusammensetzung des Produktangebots: Getränke, die zuvor in der sogenannten dritten Kategorie verkauft worden waren, wurden nun als Bier vermarktet.

Diese Unterscheidung ist auf dem japanischen Getränkemarkt wichtig. Bier konkurriert dort seit Langem mit verwandten Kategorien, deren Produkte Bier ähneln, die steuerlich und nach den Produktvorschriften jedoch anders behandelt werden. Brauereien nutzten diese Kategorien jahrelang, um günstigere Alternativen anzubieten. Nach der jüngsten Reform wurden einige dieser Produkte neu formuliert oder anders positioniert, damit sie als Bier verkauft werden konnten.

FNN, der Nachrichtensender von Fuji Television, berichtete am Donnerstag, dem 12. November, dass der Kategorienwechsel die Marktstruktur deutlich verändert habe. Dem Bericht zufolge stieg der Anteil von Bier an der übergeordneten Gruppe aus Bier und ähnlichen Getränken von etwa 60 auf rund 80 Prozent – ein Plus von etwa 20 Prozentpunkten. Damit wurde im Oktober ein größerer Teil der von den Verbrauchern gekauften Getränke als Bier gezählt als im selben Monat 2025.

Wegen dieses Wechsels ist der gemeldete Zuwachs von 22 Prozent nicht direkt mit einem Nachfragewert bei unverändertem Erfassungsumfang vergleichbar. Keiner der beiden zitierten Berichte veröffentlichte absolute Absatzmengen in Litern, einen vergleichbaren Wert für den Zeitraum seit Jahresbeginn oder eine Aufschlüsselung dazu, welcher Anteil des Zuwachses auf Steuereffekte und welcher auf die Neueinstufung von Produkten als Bier entfiel.

Die Schätzung gibt dennoch einen ersten Einblick, wie stark die Brauereien von der Reform im Oktober profitierten. Bier war traditionell höher besteuert als benachbarte Kategorien, was Hersteller und Verbraucher dazu veranlasste, auf günstigere Ersatzprodukte auszuweichen. Indem die Reform diesen Abstand verringerte, erhielten große Hersteller einen Anreiz, den Absatz wieder stärker auf Bier zu lenken – eine Kategorie mit höherem Markenbekanntheitsgrad und in manchen Fällen größerem Preissetzungsspielraum.

Die Oktoberzahl erfasste die vier großen Hersteller, die den japanischen Biermarkt dominieren. In der Zusammenfassung der Branchenschätzung nannten die Berichte keine Zahlen für einzelne Unternehmen. Der breite Anstieg deutet jedoch darauf hin, dass der Wechsel den gesamten Markt betraf und nicht nur eine Brauerei oder eine Marke.

Die Daten verdeutlichen auch, warum ein einzelner Monatswert in Prozent nur bedingt als klares Zeichen für einen höheren Konsum gelesen werden kann. Wenn mehr Produkte als ein Jahr zuvor als Bier eingestuft werden, kann die Bierkategorie rasch wachsen, selbst wenn die Gesamtkäufe von Bier und bierähnlichen Getränken nur moderat zunehmen oder unverändert bleiben. Ohne eine zentrale Tabelle, die diese Effekte getrennt ausweist, lässt sich anhand der veröffentlichten Berichte nicht ermitteln, welcher Anteil des Oktoberanstiegs auf eine stärkere Verbrauchernachfrage und welcher auf die Verbuchung des Absatzes in einer anderen Kategorie zurückging.

Dennoch markiert das Oktoberergebnis einen wichtigen Wendepunkt für Japans Brauereien. Es war der erste volle Monat, in dem sich die neue Steuerstruktur und die damit verbundenen Produktänderungen niederschlugen. Investoren und Branche erhalten damit einen ersten Anhaltspunkt dafür, wie schnell sich das Kaufverhalten

ändern könnte, wenn sich der relative Preis von Bier verbessert.

Die Berichte enthielten keine Umsatzangaben; in der Schätzung wurde keine Währung berücksichtigt. Die veröffentlichte Zahl bezog sich ausschließlich auf die verkaufte physische Biermenge im Oktober 2026 im Vergleich zu Oktober 2025.