vinetur

Schweizer Brauereien produzierten bis Oktober 1,86 Millionen Hektoliter – ein Minus von 1,4 Prozent

Ein Rekordsommer trieb das saisonale Brauvolumen auf einen Höchststand, doch Inflation, geplante Preiserhöhungen und Energiekosten bremsten den Markt.

Donnerstag, 26. November 2026



Schweizer Brauereien produzierten im Braujahr 2025/26 bis Oktober 1,86 Millionen Hektoliter Bier und damit 1,4 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Ein ungewöhnlich heißer Sommer hatte zwar die Nachfrage angekurbelt und das Brauvolumen auf einen saisonalen Rekord getrieben, teilte der Schweizer Brauerei-Verband am Mittwoch, dem 25. November, mit.

Nach Angaben des Branchenverbands wurden in der Hauptsaison von September bis Oktober 895.000 Hektoliter gebraut. Der Sommer 2025 sei ein Rekordzeitraum gewesen: Sehr hohe Temperaturen und viele Sonnentage hätten den Bierkonsum angekurbelt und im entsprechenden Zeitraum des Jahres zum höchsten jemals verzeichneten Produktionsniveau geführt.

Trotz des starken Sommers fällt die bisherige Bilanz des Braujahrs laut Verband durchwachsen aus. Anhaltende Inflation, die allgemeine Wirtschaftslage und geplante Preiserhöhungen sorgten bei Brauereien und Verbrauchern für Unsicherheit. Nach den Sommermonaten habe sich das Wachstum zudem verlangsamt; höhere Preise und die Belastungen durch Energiekosten setzten dem Markt zu.

Einer der deutlichsten Lichtblicke war alkoholfreies Bier. Die Produktion in diesem Segment stieg laut Verband von September bis Oktober um 15,5 Prozent auf 180.000 Hektoliter. In diesem Zeitraum entfielen 9,7 Prozent des gesamten Bierabsatzes auf alkoholfreies Bier. Das unterstreiche, wie stark die Kategorie für Schweizer Brauereien an Bedeutung gewonnen habe.

Die Zahlen deuten darauf hin, dass Brauereien in zwei Märkten zugleich tätig sind. Traditionelles Bier bleibt das Kerngeschäft, doch das stärkste Wachstum verzeichnen alkoholfreie Produkte. Sie nehmen in der Produktionsplanung und Produktentwicklung zunehmend mehr Raum ein. Das ist für die gesamte Getränkeindustrie relevant: Unternehmen müssen entscheiden, wo sie neue Investitionen tätigen, wie sie ihr Produktportfolio anpassen und wie sie auf Verbraucher reagieren, die sowohl preissensibel sind als auch zunehmend Alternativen zu herkömmlichen alkoholischen Getränken suchen.

Die inländische Bierproduktion habe sich gegenüber Importbier behauptet, teilte der Verband mit. Im bisherigen Braujahr 2025/26 entfielen 25,5 Prozent des Marktes auf Importe und damit etwas mehr als im Vorjahr. Schweizer Brauereien hielten somit insgesamt ihre Position, auch wenn ausländisches Bier weiterhin einen bedeutenden Anteil am Konsum ausmacht.

Gleichzeitig bleibt das Marktumfeld schwierig. Verbraucher reagierten sehr sensibel auf Kosten – eine Herausforderung, während auch die Ausgaben der Brauereien steigen. Die Energieproblematik verschärfe den Druck zusätzlich. Die Branche bereite sich auf einen Markt vor, der in den kommenden Monaten voraussichtlich anspruchsvoll bleiben werde, so der Verband.

Als Reaktion setzen Brauereien auf neue Produkte und Investitionen, die die Produktion effizienter machen sollen. Innovation sei einer der wichtigsten Wege, mit denen die Brauer ihre Margen sichern und zugleich der veränderten Nachfrage gerecht werden wollten, erklärte der Verband. Alkoholfreie Biere und andere mit alternativen Verfahren gebraute Produkte dürften künftig weiter an Bedeutung gewinnen.

Diese Einschätzung spiegelt einen umfassenderen Wandel der Trinkgewohnheiten wider. Bier ist eng mit Wetter, Freizeit und geselligen Anlässen verbunden, und die Sommerhitze hat den Absatz eindeutig unterstützt. Die Zahlen des Verbands zeigen jedoch auch, dass das Wetter allein das schwindende Verbrauchervertrauen und die steigenden Kosten in der gesamten Wirtschaft nicht ausgleichen kann. Eine starke Saison kann die Mengen vorübergehend erhöhen, doch wenn die saisonale Nachfrage nachlässt, bleibt die Branche unter Druck.

Der Verband zeigte sich zuversichtlich, dass die Feiern zum Jahresende und andere Gelegenheiten zum Bierkonsum die Nachfrage wiederbeleben und stabilisieren werden. Die jüngsten Zahlen zeigen jedoch eine Branche, die kurzfristige saisonale Zuwächse mit längerfristigen Veränderungen im Verbraucherverhalten in Einklang bringen muss. Um sich in einem langsameren und kostspieligeren Markt zu behaupten, setzen Brauereien zunehmend auf das Wachstum bei alkoholfreien Produkten und auf eine effizientere Produktion.