vinetur

Stout steigt auf dem britischen Biermarkt

Jüngere Verbraucher und Trends in den sozialen Medien sorgen für einen überraschenden Anstieg der Beliebtheit von Stout

Donnerstag, 20. Februar 2025



Stout erlebt auf dem britischen Biermarkt einen überraschenden Aufschwung und erfreut sich entgegen dem allgemeinen Branchentrend seit der Covid-19-Pandemie wachsender Beliebtheit. Während der Bierabsatz im Vereinigten Königreich insgesamt zurückgegangen ist, hat Stout einen starken Aufschwung erlebt, der durch die Medienberichterstattung, Trends in den sozialen Medien und veränderte

Verbraucherpräferenzen angetrieben wurde.

Laut IWSR, einer globalen Autorität für Getränkealkoholdaten, wächst das Stout-Volumen im Vereinigten Königreich zwischen 2019 und 2023 um 24 %, mit einem Anstieg von 12 % allein im Jahr 2023. Dies steht in starkem Kontrast zum gesamten britischen Biermarkt, der im gleichen Zeitraum einen Rückgang von 6 % verzeichnete. Stout, Premium-Plus-World-Lagerbiere und alkoholfreie Biere sind die einzigen Biersegmente, die derzeit ein Wachstum verzeichnen. Ursprünglich prognostizierte IWSR für Stout einen Anstieg des Volumens um 6 % im Jahr 2024, doch angesichts der jüngsten Entwicklungen könnten diese Zahlen nach oben korrigiert werden. Zwischen 2023 und 2028 wird für Stout eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR) von 2 % erwartet, während für den gesamten Biermarkt eine CAGR von -1 % prognostiziert wird.

Der jüngste Anstieg der Beliebtheit von Stout ist auf mehrere Schlüsselfaktoren zurückzuführen. Ein wichtiger Faktor ist die sich verändernde Demografie der Stout-Trinker. Jüngere Verbraucher, die das gesetzliche Mindestalter für den Alkoholkonsum erreicht haben, sind nach der Pandemie wieder zum Trinken an Ort und Stelle zurückgekehrt, wobei viele von Spirituosen auf längere alkoholische Getränke, einschließlich Stout, umgestiegen sind. Dadurch hat sich das traditionelle Publikum von Stout, das früher vor allem aus älteren männlichen Konsumenten bestand, um jüngere Trinker und mehr Frauen erweitert.

Soziale Medien und der Einfluss von Prominenten haben ebenfalls eine Rolle bei der neuen Attraktivität von Stout gespielt. Schlagzeilen über eine Guinness-Knappheit Ende 2024 erregten große Aufmerksamkeit, und prominente Befürworter wie Kim Kardashian, die in einem Londoner Pub Stout trank, und Olivia Rodrigo, die in Dublin ein Guinness-T-Shirt trug, trugen dazu bei, den Bekanntheitsgrad zu steigern. Instagram-Trends wie "splitting the G", bei dem die Trinker versuchen, den Schaum mit dem Buchstaben G auf einem Guinness-Pint in Einklang zu bringen, und der "Baby Guinness"-Shot, ein Cocktail, der ein winziges Stout nachahmt, haben die Popularität des Segments weiter gesteigert. Die visuelle Anziehungskraft des Stout mit seiner charakteristischen dunklen Farbe und der cremigen Schaumkrone hat es für die Werbung in den sozialen Medien prädestiniert, ähnlich wie Roséwein und Schorle-

Cocktails.

Das Aufkommen von alkoholfreiem Bier hat sich auch indirekt auf den Erfolg von Stout ausgewirkt. Viele Brauereien haben alkoholfreie Stout-Varianten auf den Markt gebracht, um den wachsenden Markt der jüngeren Verbraucher zu erschließen, die an einem maßvollen Konsum interessiert sind. Obwohl diese alkoholfreien Stouts in den Mengenangaben getrennt von den traditionellen Stouts aufgeführt werden, hat ihre Präsenz zur allgemeinen Sichtbarkeit und Attraktivität der Kategorie beigetragen.

Das gestiegene Interesse der Verbraucher hat zu einer größeren Experimentierfreudigkeit innerhalb dieser Kategorie geführt. Aufgrund der bekannten Guinness-Knappheit haben die Verbraucher andere Stout-Marken erkundet, was die Brauereien dazu veranlasst hat, Innovationen und neue Produkte einzuführen. Diese wachsende Vielfalt hat die Beschäftigung mit diesem Segment weiter gefördert.

Während das Wiederaufleben von Stout im Vereinigten Königreich am stärksten ausgeprägt ist, zeichnen sich in Irland und anderen Märkten ähnliche Trends ab. IWSR-Untersuchungen zeigen, dass Stout international an Bedeutung gewinnt, auch wenn die Wachstumszahlen im Vereinigten Königreich und in Irland weiterhin am auffälligsten sind.

Die entscheidende Frage ist, ob die Dynamik von Stout langfristig anhalten wird. Es wird zwar erwartet, dass sich das Wachstum in naher Zukunft fortsetzt, aber es bleibt ungewiss, ob der derzeitige Anstieg eine dauerhafte Veränderung oder einen vorübergehenden Trend darstellt, der durch die jüngste Öffentlichkeitsarbeit und die Begeisterung in den sozialen Medien ausgelöst wurde.