

Rückgang des Bierabsatzes: Jüngere Generation bevorzugt Wein und Mix-Getränke

„Analyse: Warum junge Menschen beim Feiern weniger Bier trinken und Brauereien umdenken müssen. Lesen Sie mehr bei Mitteldeutsche Zeitung.“

Fußballpartys und der Wandel im Bierkonsum

In den letzten Jahren ist ein deutlicher Wandel im Bierkonsum bei öffentlichen und privaten Fußballpartys zu beobachten. Besonders unter jüngeren Menschen greifen immer weniger zu Bier und bevorzugen stattdessen Wein und Mixgetränke mit Spirituosen. Diese Veränderung wird vor allem den großen Brauereien zugeschrieben, die ihre Markenbindung verloren haben.

Während in Bayern die Identifikation mit regionalen Brauereien noch stark ist, zeigen sich bei den großen Marken wie Veltins rückläufige Bindungen. Konsumenten entscheiden sich oft für Bierangebote im Supermarkt, anstatt einer bestimmten Marke treu zu bleiben. Ein Beispiel für diesen Trend ist die Marke Hasseröder, die durch Angebote und günstige Preise von AB Inbev in eine Abwärtsspirale geraten ist.

Die Fußball-Europameisterschaft allein reicht nicht aus, um den Bierabsatz anzukurbeln. Brauereien müssen neue Marken aufbauen, die eine emotionale Verbindung zum Verbraucher herstellen und dessen Vorlieben treffen. Nur so können sie dem veränderten Konsumverhalten gerecht werden und sich

langfristig behaupten.

- **NAG**

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de