

HELLES LÄUFT GLÄNZEND

Auf die Top 5 Marken im Team Beverage Universum (Augustiner, Allgäuer, Paulaner, Spaten, Bayreuther) entfallen 41 Prozent des Hektoliterabsatzes. Die Top 16 von insgesamt mehr als 200 Marken repräsentieren 80 Prozent. Die Gebindeverteilung ist mit 2/3 Fass zu 1/3 Flasche das in der Branche Übliche.

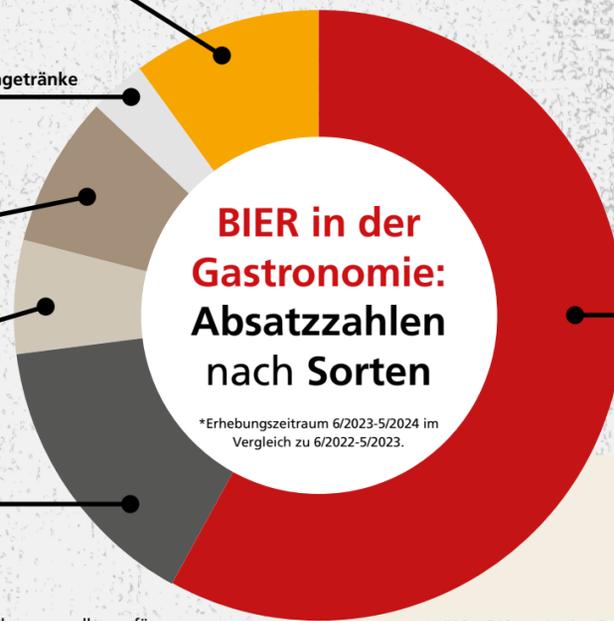
10,2% Helles
(+16,5%)

3,5% Biermischgetränke
(+0,6%)

7,7% Bierspezialitäten
(+0,1%)

5,6% Lager
(+5,9%)

14,6% Weizenbier
(+5,5%)



Helles Bier steht hinter Pils und Weizenbier an Platz 3 der Gastro Biersorten-Rangliste und wächst im Volumen mit 16,5 Prozent überdurchschnittlich (alle Biersorten: +3,7%). Erstaunlich ist der Anteil von nur 1,3 Prozent alkoholfreier Varianten. Die ersten Hersteller haben das im Fokus und sind hier am Start. In jedem 5. Gastroobjekt läuft Helles und wo es läuft, läuft's mit durchschnittlich 12,5 Hektolitern pro Objekt sehr gut. Das ist ein Hektoliter pro Objekt mehr als im Vorjahreszeitraum. Am stärksten wächst Helles im Betriebstyp Kneipe/Gaststätte, wo durchschnittlich 14,7 Hektoliter je Objekt über den Tresen gehen, im Vorjahr waren es nur 12,6 Hektoliter je Objekt.

Lesebeispiel: 10,2 Prozent des Bierabsatzes in der Gastronomie entfallen auf die Sorte Helles, das entspricht gegenüber dem Vorjahres-Erhebungszeitraum einem Absatz-Plus von 16,5 Prozent.

Datenquelle: Beverage Analytics aggregiert und analysiert Absatzdaten aus der Gastronomie, um Entscheidungsgrundlagen für den Vertrieb zu schaffen. Der gastronomieorientierte GFGH unter dem Dach der Team Beverage AG beliefert ca. 58.000 Gastronomieobjekte in Deutschland, unterteilt in 11 Channel und 103 Betriebstypen. Quelle: Beverage Analytics, Team Beverage AG.

Anzeige

NACHGEFRAGT BEI

Frauke Kappesser,
Getränke Schneider, Wiesbaden

„Helles Bier spielt bei uns eine große Rolle. Straußwirtschaften in Weingegenden führen oft kein Bier vom Fass - Helles in Flaschen kommt da gut an. Ein Gastronom erzählte mir von seinem Table-Top Kühlschranks, den er bei Catering einsetzt. Darin kommen die bei Hellem dominierenden Farben Blau und Weiß/Silber schön zur Geltung. Der Gast bedient sich selbst und aus der kleinen Euroflasche kann man gut direkt trinken. Weniger bieraffine Betriebe set-



zen oft auf die Sorte, die am besten läuft - Pils. Der begrenzte Platz am Zapfhahn und der zusätzliche Schulungsaufwand für das Personal sind weitere Hürden. In bieraffinen Betrieben hingegen wird Helles gerne aufgenommen. Es ist jedoch unrealistisch, 100 Prozent der Lokale mit Hellem zu beliefern, da auch viele andere Getränke Platz benötigen - wir haben allein bei uns im Lager Helles Bier von 15 Marken mit 44 verschiedenen Artikeln.“

Frank Bleckmann,
Radeberger Gruppe, Frankfurt

„Helles ist die Gewinnersorte - sowohl im Biermarkt als auch in unserem Portfolio. Was uns freut: dass wir mit unseren nationalen Marken Oberdorfer Helles und Allgäuer Büble Bayrisch Hell kontinuierlich und vor allem deutlich stärker gewinnen als das Segment. Sogar mit prozentual zweistelligen Zuwachsraten. Weil wir überzeugende Markenkonzepte haben, die von Flensburg bis Füssen nachgefragt werden. So hat Helles inzwischen Weizen



auf den dritten Platz im Absatzranking verwiesen. Ob nun alkoholfreies Helles ebenso dauerhaft maßgebliche Volumina erzielen wird, ist derzeit sicherlich eine der spannendsten Fragen. Klar dürfte hingegen sein, dass Pils längerfristig die Nummer 1 bleiben wird: Den Marktanteil von rund 50 Prozent für diese Sorte wird auch Helles so schnell nicht übertreffen.“

Interviews: Ann-Christin Zilling