Österreichische Bierkultur am Weg in eine vielfältige Zukunft

Econ Award: Auszeichnung für den Bierkulturbericht 2017

06.12.2018 - Im Jahr 2018 hat das Linzer market-Institut bereits zum zehnten Mal im Auftrag der Brau Union Österreich eine großangelegte, repräsentative Studie zur Bierkultur in Österreich durchgeführt. Dabei wurden zum Jubiläum mehr Österreicher denn je – 2.000 an der Zahl – befragt. Fazit: Bier wird immer facettenreicher und äußerst positiv wahrgenommen.

„Der Jubiläumsbericht fasst die Erkenntnisse der letzten zehn Jahre zusammen. Und die Bestandsaufnahme zeigt, dass sich Stellenwert und Image der österreichischen Bierkultur in dieser Zeit hervorragend entwickelt haben. Zugleich gibt er auch einen Ausblick auf Trends für die Zukunft “, erklärt Magne Setnes, Vorstandsvorsitzender der Brau Union Österreich.

„Ziel des Bierkulturberichtes war von Beginn an die Bierkultur in und für Österreich zu verbessern und Österreich so zum Land mit der besten Bierkultur Europas zu machen. Und das wir auf dem richtigen Weg sind, zeigt uns die Auszeichnung des Bierkulturberichtes 2017 mit dem Econ Award“, ergänzt Gabriela Maria Straka, Leitung Kommunikation/PR & CSR der Brau Union Österreich. „Dieser Award ist eine besondere Belohnung für die Arbeit unseres Teams, welches den Bericht konzeptioniert, redigiert und publiziert hat. Gleichzeitig war die Auszeichnung auch Ansporn für den Jubiläumsbericht, den wir in kurzer Zeit unter Einbindung von Stakeholdern erstellt haben.“

Katharina Schiffl

Gabriela Maria Straka, Leitung Kommunikation/PR & CSR, präsentiert die Produktvielfalt der Brau Union Österreich

Getränkekultur ist Bierkultur

Fast 90 Prozent der Österreicher erachten Bier als wichtig oder sehr wichtig für die österreichische Getränkekultur – es gibt kaum jemanden, der hier gar keine Wertigkeit sieht. Das attestiert dem Gerstensaft ein sehr gutes Image in Österreich. Dieser anhaltende Trend zur positiven Imageentwicklung wird auch rückblickend bestätigt: Knapp die Hälfte der Befragten gibt an, dass sich das Ansehen von Bier in der letzten Dekade verbessert hat.

Genuss als Motiv

© LUMITOS AG

Dem Genussfaktor kommt beim Biertrinken eine klar steigende Wertigkeit zu: Mittlerweile jeder Dritte trinkt Bier vor allem, wenn er oder sie Gusto auf den typischen Biergeschmack hat. Das zeigt sich auch im Zusammenhang mit alkoholfreiem Bier: Ganze 47 Prozent der Befragten sagen, sie greifen dann zu alkoholfreiem Bier, wenn sie Lust auf den Geschmack haben, aber bewusst auf den Alkohol verzichten möchten – ein Aspekt, der vor allem für Frauen zutrifft.

Nachhaltig und verantwortungsvoll

Die befragten Österreicherinnen und Österreicher haben hohe Ansprüche an eine nachhaltige Bierproduktion, dabei steht der Regionalitätsfaktor im Vordergrund: Jeweils rund 70 Prozent setzen in diesem Zusammenhang auf die Verwendung von regionalen Rohstoffen bzw. eine Unterstützung der regionalen Wirtschaft. Auch die Einhaltung von Umweltschutzauflagen, die Schaffung bzw. Sicherung von Arbeitsplätzen, die Vermeidung von langen Transportwegen, energiesparende Produktionsanlagen uvm. sind dem Großteil der Österreicher ein Anliegen.

Österreichischer Bierkulturbericht der Brau Union Österreich ausgezeichnet

Der Econ Verlag und die Handelsblatt-Gruppe gehören seit Jahrzehnten zu den bedeutenden Herausgebern deutschsprachiger Medien im Wirtschaftsbereich. Diese Fachkompetenz wurde gebündelt, um den Wettbewerb für die Econ Awards Unternehmenskommunikation auszuschreiben, der seit 2007 die besten Projekte im Bereich Corporate Communications aus dem deutschsprachigen Raum (Österreich, Deutschland, Schweiz, Luxemburg, Liechtenstein) auszeichnet. Nach Österreich gingen nur zwei Econ Awards. Einen davon holte die Brau Union Österreich für ihren Bierkulturbericht 2017 ins Land: den Econ Award in Bronze in der Kategorie Imagepublikationen. Dies ist eine wertvolle Bestätigung für die Arbeit des Mitarbeiterteams der Brau Union Österreich, welches für die Inhalte und Publikation des Berichtes verantwortlich ist.

Über die Studie:

Die Studie wurde vom Linzer market-Institut unter 2.000 Österreichern ab 18 Jahren in Form von Telefon- und Online-Interviews zwischen April und Mai 2018 durchgeführt.

Den gesamten Bierkulturbericht 2018 ist oben rechts im Kasten verlinkt.

© LUMITOS AG