vinetur

Wodka verliert in Osteuropa an Boden, während Whisky und aromatisierte Spirituosen zulegen

Krieg, Steuern and Mäßigung?

Donnerstag, 18. Juni 2026



Die Trinkgewohnheiten in Osteuropa verschieben sich, da Krieg, Steuern und veränderte Vorlieben einen der wichtigsten Spirituosenmärkte der Region umgestalten. Wodka bleibt in Ländern wie der Ukraine und Polen zwar dominant, verliert jedoch gegenüber Whisky, aromatisierten Produkten und Getränken mit geringerem Alkoholgehalt an Boden.

In der Ukraine prägt der Krieg weiterhin die Arbeitsweise der Produzenten. Yuriy Sorochynskiy, Geschäftsführer von Nemiroff, sagte, das Unternehmen arbeite inzwischen in dem, was er als dauerhaften Kriegszustand bezeichnete. Ende vergangenen Jahres wurde ein Container mit Nemiroff-Produkten im Hafen von Odesa bei einem russischen Raketenangriff getroffen. Dennoch, so sagte er, seien die Exporte weiter gewachsen und machten inzwischen rund 40% des Umsatzes des Unternehmens aus.

Sorochynskiy sagte, auch die Inlandsverkäufe seien trotz der schrumpfenden Bevölkerung gestiegen; 5,3 Millionen Ukrainer lebten im Ausland und schätzungsweise 3 Millionen oder mehr unter russischer Besatzung. Einen Teil dieses Wachstums führte er auf strengere staatliche Regulierung in den Jahren 2023 und 2024 zurück, die seiner Aussage nach den illegalen Handel verringert habe. Nach seiner Schätzung machen illegale Spirituosen weiterhin etwa 20%-25% des ukrainischen Marktes aus, vor allem bei heimischen Produkten.

Nemiroff habe im Inland ein zweistelliges Mengenwachstum erzielt, während der Staat mehr Steuereinnahmen zur Finanzierung des Militärs anstrebe, sagte er. Gleichzeitig seien Logistik und Transport langsamer und komplexer geworden. Lieferungen, die früher drei Tage nach Mitteleuropa und fünf Tage nach Großbritannien dauerten, benötigten nun 10 Tage bis zwei Wochen, überwiegend per Lkw und mit mehr Grenzformalitäten.

Die Ukraine bleibt überwiegend ein Wodka-Markt. Sorochynskiy sagte, Wodka mache dort 85%-90% des gesamten Spirituosenkonsums aus. Doch die Produzenten passen sich auch an neue Nachfragemuster an. Im März brachte Nemiroff sein erstes Ready-to-drink-Produkt in der Ukraine auf den Markt, ausgerichtet auf den Sommerkonsum und jüngere Erwachsene mit Vorliebe für Bequemlichkeit und Getränke mit niedrigerem ABV. Das Unternehmen vertreibt zudem importierte Marken wie Bushmills, Jose Cuervo und das Scotch-Portfolio von Whyte & Mackay.

Dieses Importgeschäft spiegelt einen breiteren Trend in der Region wider. Die Scotch-Exporte in die Ukraine stiegen 2025 um 10% auf £6,3 Millionen, wie aus vom Branchenbericht zitierten britischen Zollzahlen hervorgeht; deutlich mehr als die £2,4

Millionen im Jahr 2022, dem ersten Jahr des umfassenden Kriegs.

In Polen ist Wodka zwar weiterhin die größte Spirituosenkategorie, doch importierter Whisky gewinnt seit Jahren Marktanteile. Britische Zolldaten zeigen, dass importierte abgefüllte Scotch Blends nach Polen in den vergangenen drei Jahren wertmäßig bei rund £98 Millionen relativ stabil geblieben sind, während Single Malt schneller gewachsen ist. 2025 erreichten die Single-Malt-Lieferungen £29,7 Millionen und lagen damit mehr als doppelt so hoch wie die £14 Millionen aus dem Jahr 2020.

Der Einzelhandel zeichnet ein gemischteres Bild. NielsenIQ-Daten zeigten, dass das Scotch-Volumen in Polen im vergangenen Jahr um 7% zurückging, das gesamte Whisky-Volumen jedoch stabil blieb, weil amerikanischer, japanischer und irischer Whiskey stärker zulegten. IWSR-Daten bis 2024 zeigten, dass sich Polens gesamter Spirituosenmarkt seit der Pandemie abgeflacht habe: mit null durchschnittlichem jährlichem Wachstum und einem Mengenrückgang von 2% von 2023 auf 2024. IWSR prognostiziert bis 2029 einen weiteren jährlichen Rückgang um 1%.

Innerhalb dieses insgesamt schwächeren Marktes wachsen einige Kategorien dennoch weiter. Laut IWSR legten Bitterliköre und Aperitifs in Polen 2024 mengenmäßig um 9% zu, während Brandy um 6% stieg. Whisky, die größte importierte Spirituosenkategorie des Landes, wuchs von 2019 bis 2024 mit einer durchschnittlichen jährlichen Rate von 8% und soll bis 2029 um weitere 1% pro Jahr zulegen. Wodka entwickelte sich in die entgegengesetzte Richtung: Bis 2024 schrumpfte er jährlich um 3%, wobei sich dieser Rückgang in den kommenden Jahren voraussichtlich auf 1% pro Jahr verlangsamen wird.

Diese Verschiebungen sind nicht nur für Spirituosen relevant, weil sie zeigen, wohin sich die Getränkenachfrage über Ladenregale und Bars hinweg bewegt. Steuerpolitik, Beschränkungen für den Alkoholverkauf spätabends und das Verbraucherinteresse an leichteren Formaten können beeinflussen, welche Kategorien Sichtbarkeit und Investitionen gewinnen – von Whisky- und Aperitif-ähnlichen Getränken bis hin zu Ready-to-drink-Produkten, die mit Bier-, weinbasierten Cocktails und anderen abgepackten Getränken um Regalfläche konkurrieren.

Zak Oganian, Geschäftsführer der Origen X Group, sagte, Polen habe sich sowohl bei der Kaufkraft als auch bei der gesellschaftlichen Akzeptanz von Premiumprodukten stark verändert – wenn auch von dem aus seiner Sicht niedrigen Ausgangsniveau aus. Er bezeichnete den Markt zudem als polarisiert: Rund 70% der Volumina würden über den Einzelhandel verkauft, sagte er, und etwa 80% davon entfielen auf Einstiegsprodukte.

Für Premium-Wodkamarken wie Mikolasch Ukrainian vodka verlagere sich der Fokus zunehmend auf Bars und Restaurants statt auf den Massenhandel, sagte Oganian. Er verwies auf neue Restaurant-Eröffnungen und eine stärkere Cocktailkultur in Polen als Zeichen dafür, dass Verbraucher offener für importierte Marken werden und selektiver auswählen, was sie trinken.

Aromen sind ein weiterer wichtiger Treiber in Osteuropa. Anne Martin, Chief Marketing Officer bei Stock Spirits, sagte, Frucht- und Zitrusprofile blieben im Wodka stark gefragt; zugleich zeigten Verbraucher Interesse an weniger traditionellen Kombinationen. Unter Verweis auf IWSR-Zahlen für Mainstream-Clear-Vodka im Preisbereich von €9-€22 pro 700-Milliliter-Flasche sagte sie, Stock halte rund 25% Mengenanteil bei klarem Wodka und mehr als 36% bei aromatisiertem Wodka in der gesamten Region.

Stock produziert polnische Marken wie Żołądkowa De Luxe und Gorzka in seiner Brennerei in Lublin. Martin sagte, die lokale Produktion gebe dem Unternehmen in einer Zeit ungleichmäßiger regionaler Bedingungen eine engere Kontrolle über Versorgung und Herstellung.

Piotr Poznanski, Forschungsdirektor von IWSR für Osteuropa, die GUS-Staaten und den Nahen Osten, sagte, Polen verzeichne ein rasches Wachstum bei niedrigprozentigen aromatisierten „Vodkas“ und farbigen Spirituosen, die häufiger in sozialen Situationen konsumiert würden – ähnlich wie bei Aperitif-Anlässen – als in traditionellen Kontexten starken Alkoholkonsums. Stock hat diesen Trend mit Lubelska-Fruchtlikören aufgegriffen; sie werden mit einem Alkoholgehalt von 25%-28% vol. in mehr als einem Dutzend Geschmacksrichtungen abgefüllt.

Martin sagte, Verbraucher kehrten Alkohol nicht unbedingt den Rücken zu; sie tranken vielmehr bewusster und abwechslungsreicher. Dieses Muster zeigt sich auch in den nationalen Verbrauchsdaten. In Polen sank der Pro-Kopf-Alkoholkonsum gemessen in Litern reinen Alkohols von 9,62 Litern im Jahr 2020 auf 8,8 Liter im vergangenen Jahr.

Auch wenn der Konsum nachlässt, bleibt der Steuerdruck hoch. Poznanski sagte, das Finanzministerium habe vorgeschlagen, die Verbrauchsteuererhöhungen auf 15% im Jahr 2026 und auf 10% im Jahr 2027 zu beschleunigen. Präsident Karol Nawrocki legte gegen diese Änderung im Dezember sein Veto ein; damit blieb es für Januar bei der jährlichen Erhöhung um 5%, die seit 2021 gilt. Wenige Wochen später versuchte Polska 2050 als Teil der Regierungskoalition von Ministerpräsident Donald Tusk dieses Veto rückgängig zu machen.

Oganian argumentierte, eine stärkere Steuererhöhung würde vor allem Einstiegsprodukte treffen und nicht Premiumflaschen. Den im Bericht zitierten Zahlen zufolge würde eine Abgabenerhöhung um 15% eine Standardflasche Wodka mit 700 Millilitern nur um etwa drei Zloty verteuern.

Polen verschärft zudem die Regeln für die Verfügbarkeit. In Warschau soll noch in diesem Monat ein Verbot des außerhäuslichen Alkoholverkaufs nach 22 Uhr in Kraft treten; die Stadtverwaltung will damit nächtliches Trinken eindämmen. Maßnahmen wie diese könnten die Nachfrage weiter hin zu Bars und Restaurants sowie zu Kategorien verschieben lassen, die mit geringerem Alkoholgehalt oder anlassbezogenem Konsum verbunden sind.

Anderswo in Osteuropa prägen lokale Traditionen weiterhin die Stärke einzelner Kategorien – auch wenn internationale Marken expandieren. In Tschechien sei Rum laut Martin eines der wichtigsten Spirituosensegmente geblieben; dazu gehöre tuzemák, der heimische Stil ohne Zuckerrohrbasisstoffsprituosencharakteristik , der seit Langem mit der Trinkkultur des Landes verbunden sei. Božkov von Stock bleibe dort die führende Rum-Marke.

Auch für Whisky-Marken mit Fokus auf erschwingliche Preise wird der tschechische Markt wichtiger. Martin sagte, Clan Campbell – das Stock Spirits im Jahr 2023 von Pernod Ricard übernommen hat – sei dort bereits zur fünftgrößten Mainstream-Scotch-

Whisky-Marke geworden. In Polen bezeichnete sie aromatisierten Whisky als wichtiges Wachstumsnischenfeld; dies habe Produkteinführungen wie Honig- und Limettenvarianten sowie kleinere Formate einschließlich einer beliebten Flasche mit neun Zentilitern ausgelöst.

In ganz Osteuropa sagen Produzenten, dass Verbraucher zwar vorsichtiger trinken als früher, aber weiterhin Geschmack und Qualität suchen. Dávid Chovanec, Exportmanager bei Tatratea, sagte, das Verhalten werde besonders stark in Bars und Restaurants von zwei Faktoren geprägt: größerer Aufmerksamkeit für das Preis-Leistungs-Verhältnis und Mäßigung beim Ausgehen am Abend. Seiner Aussage nach wollen Gäste zunehmend das Gefühl haben, dass Ausgaben für Getränke und Service gerechtfertigt sind; außerdem wechseln sie über einen Abend hinweg seltener zwischen verschiedenen Spirituosenkategorien.

Das Ergebnis ist ein regionaler Markt mit weiterhin starken alten Loyalitäten – jedoch ohne Wachstumsgarantie. Wodka dominiert nach Volumen weiterhin in Schlüsselländern wie der Ukraine und Polen; Whisky hat jedoch durch Importe und Premiumisierung an Dynamik gewonnen, während aromatisierte Spirituosen sowie Aperitif-artige Serves und Ready-to-drink-Produkte unter strengeren wirtschaftlichen und regulatorischen Bedingungen neue Wachstumswege eröffnen.