vinetur

Globaler Alkoholkonsum sinkt 2025 zum dritten Mal in Folge

IWSR teilte mit, dass die Volumina um -2% zurückgingen, da die Verbraucher seltener tranken, was RTDs und alkoholfreien Produkten trotz Rückgängen bei Bier, Wein und Spirituosen Auftrieb gab.

Donnerstag, 9. Juli 2026



Der weltweite Alkoholkonsum ist 2025 erneut gesunken und verzeichnet damit das dritte Jahr in Folge mit Rückgängen, da die Verbraucher seltener tranken und sich, wenn sie tranken, in vielen Fällen für andere Produkte entschieden, wie neue Daten des Getränke-Marktforschungsunternehmens IWSR zeigen.

Das gesamte Volumen alkoholischer Getränke sank im vergangenen Jahr um -2% und entsprach damit rund 500 Millionen Nine-Liter-Kartons. Bier, Wein und Spirituosen verzeichneten allesamt Rückgänge gegenüber 2024, während trinkfertige Getränke, oder RTDs, die einzige große Kategorie mit Wachstum waren. Wein fiel zudem erstmals weltweit beim Volumen hinter Spirituosen zurück.

Die Zahlen deuten auf einen breiten Wandel der Trinkgewohnheiten in vielen Märkten hin. Marten Lodewijks, Geschäftsführer und Präsident von IWSR, bezeichnete die aktuelle Phase als „einen großen Neustart“ für das globale Geschäft mit alkoholischen Getränken.

„Die Verbraucher wenden sich nicht von Alkohol ab, aber sie gehen bewusster damit um, wie oft und wie intensiv sie ihn trinken“, sagte Lodewijks. „Während die Volumina insgesamt weiter zurückgehen, bleiben Wachstums- und Chanceninseln bestehen.“

Diese Wachstumsinseln verteilten sich über Kategorien und Regionen. Indien blieb der stärkste große Wachstumsmarkt, mit einem Anstieg des Gesamtvolumens alkoholischer Getränke um +4% im Jahr 2025. IWSR zufolge ist Indien inzwischen der weltweit achtgrößte Markt für alkoholische Getränke und dürfte bis 2035 auf Platz fünf vorrücken. Auch Türkiye fiel in Europa auf, wo die Zuwächse von Produkten im Standardpreissegment in mehreren Kategorien getragen wurden.

RTDs waren der klarste Lichtblick. Das weltweite Volumen in diesem Segment stieg 2025 um +3%, obwohl die Vereinigten Staaten, weiterhin der größte RTD-Markt, ihren ersten Jahresrückgang seit 2015 verzeichneten. Auf die USA entfallen weiterhin rund 40% des weltweiten RTD-Volumens, und RTDs im Premium- und höheren Segment legten dort um mehr als +15% zu, was darauf hindeutet, dass Verbraucher, die in der Kategorie bleiben, zu höherwertigen Produkten greifen.

Japan, der zweitgrößte RTD-Markt, wuchs ebenfalls langsamer als in den Vorjahren, ein Zeichen dafür, dass einer der etabliertesten Dosen-Cocktail-Märkte der Welt eine reifere Phase erreichen könnte. Gleichzeitig zählten europäische Länder wie Spanien, die Niederlande und Großbritannien zu den zehn wichtigsten Wachstumsmärkten für RTDs.

Lodewijks sagte, die Kategorie wachse weiter, auch wenn sich ihre größten Märkte auf langsameres Wachstum einstellten. Er verwies auf Premium-Formate, neue Geschmacksrichtungen und Markteinführungen als Zeichen dafür, dass RTDs weiterhin Entwicklungsspielraum haben.

Das Spirituosenvolumen sank 2025 weltweit um -3% und setzte damit einen Rückgang fort, der 2017 begonnen hatte. IWSR sagte jedoch, dass das Spirituosenvolumen im vergangenen Jahr ungefähr stabil gewesen sei, wenn nationale Spirituosen wie Baijiu in China herausgerechnet würden.

Innerhalb der Spirituosen gehörte Whisky zu den stärkeren Kategorien. Das weltweite Whiskyvolumen stieg um +2%, vor allem getrieben von indischem Whisky im Heimatmarkt, wo die Volumina um +4% zunahmen. Günstigere Whiskys dominieren in Indien weiterhin den Absatz, doch Premium-Segmente wachsen und indische Single Malts gewinnen an Boden.

Auch Irish Whiskey legte um +2% zu und setzte damit einen langen Wachstumstrend fort. Andere Whisky-Kategorien schnitten weniger gut ab. Scotch fiel um -2%, japanischer Whisky sank um -3% und kanadischer Whisky gab um -1% nach.

Tequila wuchs 2025 weltweit um +2%, langsamer als während seiner stärkeren Phase 2021 und 2022, aber dennoch positiv in einer Zeit, in der viele Kategorien schrumpften. Ultra-Premium-Tequila entwickelte sich besser als das breitere Segment, mit einem Volumenplus von +8%, und festigte damit seine Position als hochwertiger Spirituose mit globaler Anziehungskraft.

Das Vodkavolumen sank um -2%. Rum ging um -1% zurück, obwohl IWSR darauf hinwies, dass das weltweite Rumvolumen weiterhin über dem Niveau von 2019 liegt. Cognac und Armagnac fielen um -7% und damit in gleichem Ausmaß wie die starken Rückgänge in den Jahren 2023 und 2024. Sowohl bei Rum als auch bei Cognac/Armagnac gehörte Südafrika zu den wenigen herausragenden Märkten und verzeichnete zweistelliges Wachstum.

Gin legte um +1% zu, doch dieser Zuwachs kam vor allem von lokal produzierten Produkten in den niedrigen Preis- und Value-Segmenten, insbesondere in Schwellenmärkten. Premium- und Super-Premium-Gin blieben unter Druck. Weltweit gingen die Premium-Plus-Gin-Segmente um -2% zurück, trotz Zuwächsen in Brasilien, Indien, Japan und Frankreich.

Bitter und Spirituosen-Aperitifs stiegen um +2%. IWSR sagte, dass sich günstigere Bitter in Subsahara-Afrika und Südamerika gut verkauften, während Spirituosen-Aperitifs weltweit weiter stetig zulegten. Europa bleibt das Zentrum dieser Kategorie und macht mehr als zwei Drittel des weltweiten Konsums aus.

Wein gehörte unter den großen Getränkekategorien zu den schwächsten Jahren. Das weltweite Weinvolumen sank 2025 um -5% und setzte damit einen langen Abwärtstrend fort, der Produzenten in traditionellen Weinmärkten belastet. Selbst bei ebenfalls leicht rückläufigen Spirituosen reichte der Rückgang beim Wein aus, damit Spirituosen weltweit beim Volumen vorbeizogen.

Innerhalb des Weinsegments gab es einige Ausnahmen. Schaumweine schnitten besser ab als Stillweine, wobei Prosecco und Crémant die Nachfrage stützten. Auch alkoholfreie Still- und Schaumweine legten zu und spiegelten damit das breitere Verbraucherinteresse an Mäßigung wider.

Das Biervolumen sank 2025 weltweit um -2%. Dieser Rückgang erfolgte trotz bemerkenswerten Wachstums in Indien, Südafrika und Vietnam. Wie bei RTDs und einigen Spirituosensegmenten blieb Premiumisierung eines der wenigen positiven Themen. Das Volumen von Bier im Premium- und höheren Segment stieg weltweit um +1%, unterstützt von starken Entwicklungen in Vietnam, China, Südafrika und Indien.

Alkoholfreie Produkte verzeichneten in mehreren Kategorien ein weiteres Jahr starken Wachstums. Alkoholfreies Bier legte um +8% zu, alkoholfreie Spirituosen um +8%, alkoholfreier Stillwein um +13% und alkoholfreier Schaumwein ebenfalls um +13%.

Das alkoholfreie Segment bleibt im Vergleich zu traditionellem Bier, Wein und Spirituosen klein, doch seine Dynamik ist für die Hersteller immer schwerer zu ignorieren. Die Daten deuten darauf hin, dass Mäßigung nicht länger auf eine Nische

von Verbrauchern oder einige wenige urbane Märkte beschränkt ist. Sie wird zunehmend Teil des Mainstream-Trinkverhaltens über Länder und Preispunkte hinweg.

Lodewijks sagte, diese Trends zeigten, dass Verbraucher, die nach Optionen mit geringerer Trinkintensität suchen, bereit seien, für Qualitätsalternativen Geld auszugeben, statt einfach zu verzichten.

Für Produzenten, Händler und Gastronomiebetriebe liefern die jüngsten Zahlen weitere Hinweise darauf, dass die Erholung nicht aus einer einfachen Rückkehr zu vorpandemischen Gewohnheiten oder früheren Mustern des Volumenwachstums kommen wird. Stattdessen scheint sich die Nachfrage hin zu weniger Trinkgelegenheiten, selektiveren Käufen und stärkerem Interesse an Premiumprodukten in einigen Kategorien sowie alkoholfreien Alternativen in anderen zu verschieben.

Auch das regionale Bild gewinnt an Bedeutung. Reife Märkte wie die Vereinigten Staaten und Japan zeigen Anzeichen eines langsameren Wachstums oder eines Rückgangs in Kategorien, die einst das Branchenwachstum antrieben. Gleichzeitig gewinnen Schwellenmärkte wie Indien und Türkiye für künftige Volumenzuwächse an Bedeutung.

IWSR teilte mit, dass seine Daten für das Gesamtjahr 2025 160 Märkte abdecken und Prognosen bis 2035 enthalten. Für eine Branche, die mit sinkendem Gesamtkonsum, aber uneinheitlicher Nachfrage über die Segmente hinweg konfrontiert ist, dürften diese Prognosen die Entscheidungen zu Investitionen, Produktentwicklung und Exportstrategie im kommenden Jahrzehnt prägen.