vinetur

Indiens Spirituosenmarkt wuchs nur um 2 %, nachdem die Whisky-Verkäufe zurückgegangen waren

Steuererhöhungen der Bundesländer auf abgefüllte Spirituosen vergrößerten die Preisunterschiede gegenüber Bier, dessen Preis im Juni-Quartal bundesweit um 17 % stieg.

Dienstag, 8. September 2026



Indiens Spirituosenmarkt wuchs im Quartal, das im Juni 2026 endete, nur um 2 %, da die Whisky-Verkäufe zurückgingen und Änderungen bei den staatlichen Steuern dazu führten, dass viele abgefüllte Spirituosen in einigen der größten Trinkmärkte des Landes gegenüber Bier an Wettbewerbsfähigkeit einbüßten.

Die schwache Entwicklung war bemerkenswert, da Whisky den indischen Spirituosenmarkt dominiert und volumenmäßig fast zwei Drittel der Kategorie ausmacht. Laut Branchenvertretern, die von der „Economic Times“ unter Berufung auf Verbrauchsteuerdaten zitiert wurden, sank das Whisky-Absatzvolumen im Zeitraum April bis Juni um 1 % und bremste damit das Gesamtwachstum, obwohl Brandy und Wodka Zuwächse verzeichneten. Der Bericht gab keine Wachstumsraten für diese Kategorien bekannt, und ihr Anstieg reichte nicht aus, um den Rückgang beim Whisky auszugleichen.

Die Zahlen deuten auf eine Veränderung des Verbraucherverhaltens in einem Markt hin, der lange Zeit von erschwinglichen Spirituosen geprägt war. Führungskräfte der Branche erklärten, dass höhere Preise, insbesondere bei preisgünstigen, in Indien hergestellten ausländischen Spirituosen (IMFL), die Nachfrage in den Einstiegssegmenten beeinträchtigt hätten. Mehrere Bundesstaaten, darunter Maharashtra, Karnataka, Odisha und Westbengalen, erhöhten die Steuern auf IMFL, während die Bierpreise unverändert blieben oder in einigen Fällen sogar gesenkt wurden. Dies vergrößerte die Preisdifferenz zwischen Spirituosen und Bier und veranlasste einige Verbraucher zum Umstieg.

Laut offiziellen Angaben, die sich auf dieselben Verbrauchsteuerdaten stützen, stieg der Bierabsatz im selben Quartal landesweit um 17 %. Dies stellte eine deutliche Abweichung gegenüber Spirituosen dar und deutete darauf hin, dass politische Veränderungen, saisonale Nachfrage und Wetterbedingungen der Bierbranche zugutekamen, während Spirituosen an Schwung verloren.

Amar Sinha, Geschäftsführer von Allied Blenders, erklärte gegenüber der „Economic Times“, dass die Gesamtnachfrage weiterhin verhalten sei und sich ein Teil des Drucks auf die großen staatlichen Märkte konzentriere. Er sagte, der IMFL-Markt in Maharashtra sei nicht gewachsen, während preisgünstigere Produkte in Karnataka von

Preisunterschieden betroffen waren und ebenfalls kein Wachstum verzeichnen konnten. Er fügte hinzu, dass saisonale Faktoren, darunter die Shravan-Zeit in Nordindien, den Konsum im August belasteten und die Nachfrage weiter dämpften, obwohl er davon ausging, dass sich der Markt ab September erholen könnte, sobald diese vorübergehenden Faktoren nachlassen.

Die Abschwächung ist von Bedeutung, da Indien gemessen am Volumen der weltweit größte Whisky-Markt ist und die Größe dieses Marktes dazu führt, dass selbst ein geringer Rückgang die Ergebnisse der gesamten Branche beeinflussen kann. Der Rückgang bei Whisky um 1 % im Quartal stand im Kontrast zur stärkeren Entwicklung bei Bier und unterstrich die Empfindlichkeit der Nachfrage nach Massenmarkt-Alkohol gegenüber Steuern und Einzelhandelspreisen.

Der Druck scheint im unteren Preissegment des Spirituosenmarktes am stärksten zu sein. Die Zahl der Alkoholkonsumenten in Indien wird laut dem Bericht auf etwa 300 Millionen geschätzt, und ein großer Teil der Verbraucher kauft preisgünstigen oder markenlosen Alkohol. Das „Mass-Premium“-Segment war bislang ein Wachstumsmotor für Whisky, Rum und Brandy gewesen, doch Branchenvertreter gaben an, dass dieser Teil des Marktes nun durch höhere Kosten und zunehmenden lokalen Wettbewerb unter Druck stehe.

Bierhersteller gaben an, dass die Verbrauchsteuerpolitik der Bundesstaaten ihrer Kategorie zusätzlichen Auftrieb verliehen habe. Vinod Giri von der Brewers Association of India, die United Breweries, AB InBev und Carlsberg vertritt, sagte, das erste Quartal des Geschäftsjahres, traditionell die Hochsaison für Bier, sei stark verlaufen. Er sagte, der nationale Bierabsatz sei im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 17 % gestiegen, und die Entwicklung im Juli sei ähnlich verlaufen. Er führte einen Großteil des Anstiegs auf günstige Verbrauchsteuermaßnahmen in mehreren Bundesstaaten zurück, die alkoholärmere Getränke begünstigten.

Giri sagte, der Bierabsatz in Maharashtra und Karnataka sei in diesem Zeitraum um 42 % bzw. 35 % gestiegen. Diese beiden Bundesstaaten gehören zu den größten Alkoholmärkten Indiens, und ihre steuerlichen Entscheidungen hatten einen überproportionalen Einfluss auf die Entwicklung der Kategorie. Führungskräfte

erklärten, dass Maharashtras Entscheidung, die Steuern auf Spirituosen zu erhöhen, ohne die Bierpreise anzuheben, dazu beigetragen habe, eine starke Verlagerung hin zum Bier in Gang zu setzen. Karnataka folgte später mit politischen Änderungen, die ebenfalls den relativen Wert von Bier verbesserten.

Kartikeya Sharma, Präsident von AB InBev India, erklärte gegenüber der Zeitung, Maharashtra habe nach der Erhöhung der Steuern auf Spirituosen „den Aufschwung beim Bier eingeleitet“. Er sagte, Maharashtra sei im vergangenen Jahr um etwa 40 % bis 45 % gewachsen und verzeichne im laufenden Jahr bisher immer noch ein Wachstum von etwa 40 %. Er fügte hinzu, dass sich auch Karnataka diesem Trend angeschlossen habe, wobei der Bierabsatz in den vergangenen drei Monaten um mehr als 50 % gestiegen sei. Sharma merkte an, dass in mehreren anderen Märkten, darunter Telangana, ein stärkerer Bierabsatz zu verzeichnen sei, während die Entwicklung in Westbengalen, Haryana und Uttar Pradesh verhaltener ausfalle.

Die Brauereien nannten zudem das Wetter als weiteren Faktor. Das Quartal umfasste die Sommerperiode, die typischerweise günstig für den Bierabsatz ist, und dem Bericht zufolge unterstützten unterdurchschnittliche Monsunregenfälle sowie ungewöhnlich trockene Bedingungen im August den Konsum. Spirituosen profitierten nicht in gleichem Maße davon, zumal Preiserhöhungen in wichtigen Bundesstaaten ihre Attraktivität für preisbewusste Verbraucher schmälerten.

Das letzte Quartal markiert eine Abweichung vom allgemeinen Trend des Geschäftsjahres 2025, als sowohl die Spirituosen- als auch die Bierabsätze um etwa 4 % stiegen. Die neuen Zahlen zeigen, dass sich die Kluft zwischen den beiden Kategorien deutlich vergrößert. Diese Kluft deutet darauf hin, dass die Verbrauchsteuerpolitik auf Bundesstaatenebene nun eine größere Rolle bei der Gestaltung der Alkoholnachfrage in ganz Indien spielt, insbesondere dort, wo Steueränderungen das Preisverhältnis zwischen Spirituosen und Bier verändern.

Neeraj Kumar, Geschäftsführer von Suntory in Indien, erklärte gegenüber der „Economic Times“, dass sich das Bild je nach Bundesstaat und Preisklasse unterscheide. Er sagte, die Einschätzungen zum Wert von IMFL variierten je nachdem, ob Produkte in das Premium-, das mittlere oder das untere Prestigesegment fielen, da

Verbrauchsteuerreformen oder Änderungen der Politik auf Bundesstaatsebene vorübergehende Störungen in bestimmten Märkten verursachen könnten.

Die im Bericht zitierten Daten stammten von Vertretern der Verbrauchsteuerbehörden und Führungskräften der Branche und nicht aus veröffentlichten nationalen Tabellen. Es wurden keine absoluten Absatzmengen, Einzelpreisvergleiche oder genauen Angaben zu den Steuererhöhungen der Bundesstaaten genannt. Dennoch war der Trend im Quartal bis Juni deutlich erkennbar: Spirituosen verzeichneten nur ein bescheidenes Wachstum, Whisky verlor an Boden, während Bier an Boden gewann, da Steueränderungen und Preisunterschiede die Kaufentscheidungen in einigen der größten indischen Alkoholmärkte beeinflussten.