vinetur

Japanischer Whisky führte den Spirituosenmarkt im Travel Retail 2025 mit einem Wertzuwachs von 44 % an.

IWSR zufolge setzten die weltweiten Alkoholverkäufe im Travel Retail ihr Wachstum fort, getragen von Irish Whiskey und Agavenspirituosen, während Cognac unter Druck blieb.

Donnerstag, 17. September 2026



Der globale Travel Retail wuchs 2025 weiter schneller als weite Teile des breiteren Getränkalkoholmarkts. Eine neue IWSR-Analyse zeigt jedoch, dass sich das Wachstum in Richtung Kategorien wie japanischer Whisky, Irish Whiskey und Agavenspirituosen verlagert, während einige traditionelle Segmente an Boden verlieren.

Die in dieser Woche veröffentlichte Studie ergab, dass die weltweiten kombinierten Volumina von Spirituosen und Wein im Travel Retail 2025 um 5 % stiegen. Auch der Wert legte zu: Spirituosen um 7 % und Wein um 5 % bei konstanten Wechselkursen. Alle vier von IWSR erfassten Regionen verzeichneten Wertzuwächse, angeführt von Europa und Afrika/Naher Osten mit jeweils 11 %, gefolgt von den Amerikas mit 7 % und Asien-Pazifik mit 2 %.

Das Gesamtbild verdeckte jedoch deutliche Unterschiede nach Region und Kategorie. In Asien-Pazifik entwickelte sich Spirituosen schwächer als in einigen anderen Märkten, obwohl Indien stark blieb. In den Amerikas zeigte sich Lateinamerika robuster als Nordamerika. IWSR sagte, die anhaltenden Veränderungen im Geschmack der Reisenden veränderten auch, welche Produkte in Duty-free-Shops Regalfläche und die Aufmerksamkeit der Kunden gewinnen.

Charlotte Reid, Senior Insights Manager für Global Travel Retail bei IWSR, sagte, traditionelle Spirituosenkategorien stünden unter Druck, da Verbraucher rasch zu neueren oder schneller wachsenden Segmenten wechselten. Den Daten der Gruppe zufolge verzeichnete Spirituosen insgesamt 2025 ein Volumenplus von 6 % und ein Wertplus von 7 %, doch die Entwicklung fiel zwischen den Unterkategorien sehr unterschiedlich aus.

Whisky blieb der wichtigste Wachstumsmotor im Travel Retail. IWSR sagte, der Whiskywert sei 2025 um 12 % gestiegen und damit der stärkste Hauptbeitrag zur Kategorieausweitung gewesen. Innerhalb des Whiskys stach japanischer Whisky mit großem Abstand hervor: Der Wert legte um 44 % zu, die Volumina um 37 %. Scotch Whisky und American Whiskey verzeichneten jeweils ein Wertplus von 10 %, während Irish Whiskey um 11 % zulegte.

Reid sagte, japanischer Whisky profitiere von starker kultureller Anziehungskraft, der Neugier der Reisenden und der Bereitschaft der Käufer, Premiumpreise zu zahlen. Zudem gewinne Irish Whiskey breiter an Dynamik, da mehr neue Destillerien internationale Reisende erreichen und zum Probieren anregen.

Auch Agavenspirituosen außerhalb des Whiskys verzeichneten starke Zuwächse. IWSR meldete 2025 im globalen Travel Retail ein Volumenplus von 10 % und einen Wertsprung von 28 %. Reid sagte, diese Verkäufe seien weniger von beiläufigem Stöbern als von markengetriebenen Käufen getragen worden, wobei viele Konsumenten bereits wussten, welche Flasche sie in den Duty-free-Shops wollten.

Auch Wodka schnitt besser ab als der Gesamtmarkt der Spirituosen. IWSR sagte, die Wodka-Volumina seien 2025 um 7 % gestiegen, der Wert habe im zweistelligen Bereich zugelegt. Begünstigt wurde die Kategorie durch Flavoured Vodka und durch Verbraucher, die sich in einigen Kernmärkten Europas von Gin abwandten.

Nicht alle großen Spirituosenkategorien profitierten von diesem Wachstum. Cognac und Brandy blieben unter Druck; die Volumina sanken 2025 um 6 %, der Wert um 8 %. Reid bezeichnete die Probleme der Kategorie als strukturell und sagte, das Premiumsegment XO sei besonders hart getroffen worden, da traditionelle Schenkanlässe an Bedeutung verloren hätten. Die VS-Varianten seien robuster gewesen, da sie zunehmend in Cocktails verwendet würden.

IWSR sagte, eine Erholung des Cognacs werde wahrscheinlich davon abhängen, wie Marken die Kategorie Reisenden präsentieren. Der Bericht verwies auf erlebnisorientierten Einzelhandel, preisgünstigere Einstiegsabfüllungen und Bemühungen, Cognac jenseits des Schenkens und hin zum Selbstkauf oder Konsum auf Reisen neu zu positionieren.

Auch Rum verlor an Volumen, minus 6 %, doch der Wert stieg dennoch, was darauf hindeutet, dass Verbraucher höherwertiger kauften, obwohl weniger Einheiten verkauft wurden. IWSR sagte, die Premiumisierung bei Rum befinde sich noch in einem frühen Stadium und die Produzenten hätten Spielraum, in den Premium- und Super-Premium-Segmenten zu wachsen. Dark Rum sei ein Treiber der Premiumisierung gewesen, während aromatisierte Produkte weiterhin Impulskäufe unterstützten und Craft-Labels

auf Kreuzfahrten an Zugkraft gewännen.

Gin-Volumina blieben 2025 insgesamt stabil, doch der Wert stieg um 7 %. IWSR sagte, lokaler und Craft-Gin habe sich in Märkten wie den nordischen Ländern, dem Vereinigten Königreich und Teilen von Asien-Pazifik relativ gut entwickelt. Flavoured Gin dagegen schwächte sich ab.

Auch Wein verzeichnete im Travel Retail ein positives Jahr. IWSR sagte, das Weinvolumen sei 2025 um 2 % und der Wert um 5 % gestiegen. Stillwein erzielte die größten absoluten Zuwächse, während leichte Aperitifs die am schnellsten wachsende weinbezogene Unterkategorie waren, mit einem Volumenplus von 16 % und einem Wertplus von 25 %.

Champagne entwickelte sich gemischt. Die Volumina gingen zurück, der Wert stieg jedoch, was IWSR als widerstandsfähigeres Ergebnis als in vielen Binnenmärkten bezeichnete. Prosecco bewegte sich entgegen dem früheren Wachstumsmuster: Sowohl Volumen als auch Wert gingen zurück. Der Bericht wertete diese Entwicklung als Zeichen einer „Prosecco-Müdigkeit“ unter Reisenden.

Die Daten zeigen auch einen Markt, in dem Travel Retail weiterhin bessere Chancen bietet als viele inländische Alkoholmärkte, auch wenn die Rahmenbedingungen komplexer werden. Reid sagte, der Kanal bleibe für Markeninhaber attraktiv, doch die Käufer würden selektiver und offener dafür, Kategorien auszuprobieren, die früher als Nische galten.

Der Ausblick über 2025 hinaus zeigt in IWSRs Prognose bis 2030, dass Scotch Whisky innerhalb des Travel Retail bei Spirituosen das größte absolute Wachstumspotenzial bietet. Für japanischen und Irish Whiskey werden die stärksten Dynamikraten erwartet, während Cognac und Brandy im betrachteten Zeitraum wertmäßig nahezu unverändert bleiben dürften.

Bei Wein dürfte das künftige Wertwachstum vor allem von Stillwein und Champagne kommen, mit kleineren Zuwächsen bei Likörwein und anderen Schaumweinen. IWSR erwartet, dass Prosecco weiter unter Druck bleibt und bis 2030 leicht zurückgeht, während leichte Aperitifs laut Prognose das am schnellsten wachsende weinbezogene

Segment bleiben.

Der kurzfristige Ausblick ist schwieriger. IWSR sagte, die Prognosen für 2025 bis 2027 würden durch mehrere externe Belastungen gedämpft, darunter der Konflikt im Nahen Osten, Sperrungen des Luftraums, Flugstörungen, höhere Treibstoffkosten und anhaltender Druck durch die Lebenshaltungskosten.

Afrika und der Nahe Osten dürften am stärksten betroffen sein. IWSR sagte, die Region könne einen einjährigen Volumenrückgang von bis zu 22 % verzeichnen, eine Erholung sei vor 2028 kaum wahrscheinlich. Europa ist ebenfalls stark exponiert wegen der mit dem Nahen Osten verbundenen Störungen und dürfte unter den großen Regionen die langsamste Erholung erleben. Die Amerikas und Asien-Pazifik gelten als weniger betroffen, auch wenn sie nicht immun gegen den breiteren Druck auf Luftfahrt und Konsumausgaben sind.

Der Bericht legt nahe, dass die Verkäufe alkoholischer Getränke im Duty-free-Bereich zwar weiter wachsen, die Produkte, die dieses Wachstum antreiben, sich aber verändern. Reisende geben Geld für Whisky aus, vor allem für japanische und Irish-Whiskey-Abfüllungen, sowie für Agavenspirituosen und einige Premium-Wodka-Angebote, während ältere Stützen wie Cognac, Flavoured Gin und Prosecco es mit einem härteren Markt zu tun haben.