vinetur

Globaler Travel Retail für Spirituosen und Wein stieg 2025 um 5 %, laut IWSR

Whisky führte das Wachstum an, während der Wert von japanischem Whisky in Duty-free-Kanälen um 44 % stieg.

Dienstag, 22. September 2026



Der globale Travel Retail übertraf 2025 weiterhin viele inländische Alkoholmärkte, doch das Wachstum verlief je nach Region und Kategorie uneinheitlich, da Verbraucher ihre Ausgaben innerhalb von Spirituosen und Wein verlagerten, wie neue, am Montag

veröffentlichte IWSR-Daten zeigen.

Die Forschungsgruppe sagte, dass die kombinierten Volumina von Spirituosen und Wein im globalen Travel Retail, einschließlich der Duty-free-Kanäle, 2025 um 5 % stiegen. Innerhalb dessen legten die Spirituosenvolumina um 6 % zu und der Wert von Spirituosen stieg um 7 %, während die Weinvolumina um 2 % wuchsen und der Weinwert um 5 % zunahm.

Die Zuwächse waren auf dem Papier breit angelegt. IWSR sagte, dass alle vier von ihr beobachteten Regionen im vergangenen Jahr Wertzuwächse verzeichneten. Europa sowie Afrika und der Nahe Osten legten jeweils um 11 % beim Wert zu, gefolgt von den Amerikas mit 7 % und Asien-Pazifik mit 2 %. Doch hinter den Schlagzeilen verbargen sich deutliche regionale Unterschiede. IWSR beschrieb die Spirituosenentwicklung in Asien-Pazifik insgesamt als schwach, obwohl Indien weiterhin stark wuchs. Außerdem verwies das Unternehmen auf eine Zweiteilung in den Amerikas, wobei Lateinamerika gut abschnitt und Nordamerika schwächer war.

Whisky war 2025 der wichtigste Wachstumstreiber im Travel-Retail-Spirituosenmarkt. IWSR sagte, der Whisky-Wert sei insgesamt um 12 % gestiegen, angeführt von starken Entwicklungen in mehreren Segmenten. Scotch whisky und American whiskey verzeichneten jeweils ein Wertwachstum von 10 %, während Irish whiskey um 11 % zulegte. Am stärksten fiel Japanese whisky auf, dessen Wert um 44 % und dessen Volumen um 37 % stiegen.

Spirituosen auf Agavenbasis waren ein weiterer großer Gewinner. IWSR sagte, die Volumina seien um 10 % gestiegen, während der Wert um 28 % zulegte, was darauf hindeutet, dass Verbraucher in dieser Kategorie weiterhin zu höherpreisigen Produkten griffen. Die Daten zeigen, dass Agave im Travel Retail weiterhin eine der stärksten Premiumisierungsstorys ist, zu einem Zeitpunkt, an dem Flughafen- und Duty-free-Betreiber nach Kategorien suchen, die sowohl Volumen- als auch Margenwachstum tragen können.

Auch Wodka gewann an Boden. IWSR sagte, die Wodka-Volumina seien um 7 % gestiegen, unterstützt durch die Nachfrage nach aromatisierten Produkten und durch Verbraucher, die in den Kernmärkten Europas von Gin zu Wodka wechselten. Das

Wertwachstum von Wodka erreichte zweistellige Raten, doch IWSR nannte in den am Montag veröffentlichten Daten keinen einzelnen Prozentwert für den Wertanstieg der Kategorie.

Dieser Wandel ging zulasten einiger etablierter Segmente. Die Rum-Volumina fielen 2025 um 6 %, obwohl die Kategorie weiterhin Wertzuwächse verzeichnete, was laut IWSR darauf hindeutet, dass Verbraucher innerhalb von Rum auf höherwertige Produkte umstiegen, statt die Kategorie ganz zu verlassen. Gin-Volumina lagen insgesamt weitgehend stabil, doch der Wert stieg um 7 %, wobei lokale und Craft-Marken in Märkten wie den nordischen Ländern, dem Vereinigten Königreich und Teilen von Asien-Pazifik gut abschnitten.

Cognac und Brandy hatten ein deutlich schwächeres Jahr. IWSR sagte, die Volumina seien um 6 % gefallen und der Wert um 8 % zurückgegangen, womit sie zu den schwächsten Spirituosenkategorien im Travel Retail gehörten. Charlotte Reid, Senior Insights Manager für Global Travel Retail bei IWSR, sagte, traditionelle Spirituosenkategorien würden durch schnelle Veränderungen der Verbraucherpräferenzen herausgefordert. Sie sagte, Japanese whisky und Agave-Spirituosen hätten stark zugelegt, während Cognac einen der kräftigsten Rückgänge seit Jahrzehnten verzeichnet habe. Zudem sagte sie, aromatisierter Gin habe an Schwung verloren, da Verbraucher zu Wodka und Ready-to-drink-Produkten wechselten.

Wein verzeichnete insgesamt ein positives Jahr, auch wenn das Wachstum ebenfalls uneinheitlich verlief. Stillwein war der wichtigste Treiber der Kategorieexpansion und half dabei, die gesamten Weinvolumina um 2 % und den Wert um 5 % zu erhöhen. Leichte Aperitifs waren die herausragende Unterkategorie, mit einem Volumenplus von 16 % und einem Wertanstieg von 25 %.

Schaumwein zeigte ein gemischteres Bild. Die Champagne-Volumina gingen zurück, doch der Wert stieg dennoch, was auf eine robuste Entwicklung in den höherpreisigen Segmenten hindeutet. Prosecco bewegte sich in die entgegengesetzte Richtung, sowohl Volumen als auch Wert gingen zurück. IWSR sagte, die Kategorie zeige Anzeichen von „Prosecco-Müdigkeit“ – ein Zeichen dafür, dass sich einige Reisende möglicherweise

von Produkten abwenden, die in den vergangenen Jahren starke Performer gewesen waren.

Die Veränderungen in den Kategorien sind über den Flughafenkanal hinaus relevant, weil sie beeinflussen könnten, wie Getränkegruppen und Distributoren ihre Portfolios, Promotions und Regalflächen für den Travel Retail in den kommenden Jahren planen. Da Agave, Whisky und Wodka Marktanteile gewinnen und Rum trotz niedrigerer Volumina Anzeichen von Premiumisierung zeigt, könnten Einkaufs- und Sortimentsentscheidungen im Duty-free-Bereich sich noch stärker auf diese Segmente verlagern. Das könnte beeinflussen, wie Hersteller von Spirituosen, Wein und anderen alkoholischen Getränken Produkteinführungen, Packungsformate und regionale Bestände bis 2027 priorisieren.

IWSR sagte, das längerfristige Bild begünstige weiterhin einige derselben Kategorien, die 2025 führend waren. Bei den Spirituosen erwartet das Institut, dass Scotch whisky bis 2030 die größte Wachstumschance bleibt, während Japanese und Irish whiskies das Momentum anführen dürften. Beim Wein dürfte das künftige Wertwachstum von Stillwein und Champagne getragen werden, mit kleineren Zuwächsen bei Likörwein und anderem Schaumwein. Prosecco dürfte weiter unter Druck bleiben und bis 2030 leicht zurückgehen. Leichte Aperitifs werden voraussichtlich die am schnellsten wachsende weinbezogene Unterkategorie bleiben.

Selbst bei diesem Wachstumspotenzial sagte die Forschungsgruppe, dass der kurzfristige Ausblick für 2025 bis 2027 durch Risiken im Zusammenhang mit dem Konflikt im Nahen Osten belastet wird. IWSR sagte, Luftraumsperrungen, Flugstörungen, höhere Treibstoffkosten und breiterer Druck durch die Lebenshaltungskosten belasteten den Sektor. Travel Retail ist stark von internationalen Passagierströmen abhängig, und solche Störungen können sowohl die Kundenfrequenz in den Geschäften als auch den Produktmix schnell beeinflussen.

Afrika und der Nahe Osten dürften den stärksten Effekt spüren. IWSR sagte, die Region könne in einem einzelnen Jahr einen Volumenrückgang von bis zu 22 % verzeichnen, eine Erholung sei vor 2028 unwahrscheinlich. Die Amerikas und Asien-Pazifik gelten als weniger exponiert, aber nicht immun. Europa ist zudem wegen der Flugrouten und Reisebewegungen sehr anfällig für Störungen im Zusammenhang mit dem Nahen

Osten, und IWSR erwartet, dass sich die Region unter den großen Märkten in den kommenden Jahren am langsamsten erholen wird.