vinetur

Premium-Spirituosen wachsen in Indien fast dreimal so schnell wie der Gesamtmarkt

Laut ISWAI entfiel 2025 dennoch fast die Hälfte des Spirituosenabsatzes auf preisgünstigere Flaschen

Donnerstag, 8. Oktober 2026



Premium-Spirituosen wachsen in Indien deutlich schneller als preisgünstige Spirituosen. Das geht aus einem Bericht der International Spirits and Wines Association of India hervor. Demnach verschiebt sich die Verbrauchernachfrage stetig hin zu

höherpreisigen Flaschen, obwohl günstige Produkte weiterhin einen großen Teil des Marktes ausmachen.

Laut dem Bericht stieg der Absatz von Premium-Spirituosen in Indien zwischen 2022 und 2025 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 10,2 %. Damit war das Wachstum fast dreimal so hoch wie das des gesamten Spirituosenmarktes, der im selben Zeitraum jährlich um 3,7 % zulegte. Im Vergleich dazu wuchs das preisgünstigste Segment jährlich um 1,1 % und reguläre Spirituosen um 1,4 %. Das zeigt, dass die Kategorien des Massenmarkts deutlich langsamer zulegten.

Die Zahlen deuten auf eine Veränderung im Absatzmix hin, nicht auf einen sprunghaften Anstieg innerhalb eines einzelnen Jahres. Die im Bericht genannten Wachstumsraten sind durchschnittliche Jahresraten für den Zeitraum von 2022 bis 2025. Wie The Times of India am Donnerstag berichtete, veröffentlichte der Bericht keine vollständigen Preisschwellen für die einzelnen Kategorien. Eine vollständige öffentliche Methodik war im öffentlichen Archiv der ISWAI zunächst nicht verfügbar.

Trotz des langsameren Wachstums bleiben preisgünstige Spirituosen ein zentraler Bestandteil des indischen Marktes. Dem Bericht zufolge entfielen 2025 fast die Hälfte des gesamten Spirituosenabsatzes auf die preisgünstigsten und die regulären Kategorien zusammen. Die Verschiebung hin zu Premiumprodukten findet also in einem Markt statt, in dem erschwingliche Marken weiterhin einen großen Teil der Käufe ausmachen.

Das stärkste Wachstum innerhalb der Premiumkategorien verzeichneten laut Bericht in Indien hergestellte Super-Premium-Spirituosen. Ihr Absatz legte von 2022 bis 2025 jährlich um rund 34 % zu. Das Segment ist allerdings noch klein. Nach Schätzung der ISWAI machten in Indien hergestellte Super-Premium-Produkte 2025 weniger als 1 % des gesamten Spirituosenabsatzes aus. Das deutet darauf hin, dass das schnelle Wachstum von einer niedrigen Ausgangsbasis kommt.

Der Bericht führte den allgemeinen Trend zur Premiumisierung auf steigende Einkommen, veränderte Ansprüche der Verbraucher und einen breiteren Zugang zu höherwertigen Marken zurück. Zudem verwies er auf Veränderungen im Einzelhandel: Geschäfte mit größerer Auswahl, ansprechenderer Produktpräsentation und mehr

Möglichkeiten zum Stöbern animierten Kunden dazu, neue Marken auszuprobieren und mehr auszugeben. Das deutet darauf hin, dass der Wandel nicht nur mit dem Einkommen zusammenhängt, sondern auch damit, wie Alkohol präsentiert und verkauft wird.

Indischer Malt-Whisky gehörte laut Bericht zu den am schnellsten wachsenden Segmenten. Der Absatz indischer Malts stieg zwischen 2022 und 2025 jährlich um rund 39 %, während Scotch-Malts jährlich um etwa 5 % zulegten. Nach Angaben der ISWAI überholten indische Malts 2024 Scotch-Malts beim Absatz. Das ist eine bemerkenswerte Veränderung in einer Kategorie, in der importierte Produkte bei vielen Verbrauchern lange ein hohes Prestige genossen.

Auch importierte Spirituosen insgesamt entwickelten sich besser als der Gesamtmarkt, machten aber weiterhin einen relativ kleinen Anteil am Absatz aus. Ihr Absatz stieg im Dreijahreszeitraum laut Bericht jährlich um rund 8 %, ihr Marktanteil erhöhte sich von 2,4 % auf 2,7 %. Das Wachstum zeigt, dass die Nachfrage nach ausländischen Marken anhält. Zugleich deutet es darauf hin, dass heimische Premiumprodukte in einigen Kategorien, insbesondere bei Malt-Whisky, schneller Marktanteile gewinnen.

Die Zahlen zeichnen ein genaueres Bild des seit Längerem anhaltenden Wandels auf dem indischen Alkoholmarkt, auf dem Hersteller und Händler versuchen, Verbraucher für höherwertige Produkte zu gewinnen. Das Absatzwachstum bei Premium- und Super-Premium-Produkten ist bedeutsam, weil es zeigt, dass der Wandel nicht allein auf Preissteigerungen oder Inflation zurückzuführen ist. Immer mehr Verbraucher greifen zu Kategorien oberhalb des regulären und des Economy-Segments, auch wenn diese Premiumsegmente gemessen am Absatz weiterhin einen kleineren Teil des Gesamtmarkts ausmachen.

Die ISWAI schätzte den Wert des indischen Marktes für alkoholische Getränke auf rund 6,2 Lakh Crore Rupien beziehungsweise etwa 71 Milliarden US-Dollar.