vinetur

Novabev: Auslieferungen der Wodka-Marke Arkhangelskaya in Russland um 49 % gestiegen

Der Zuwachs im dritten Quartal unterstreicht die starke Dynamik einer Kernmarke. Novabev nannte jedoch keine absoluten Mengen.

Freitag, 9. Oktober 2026



Die Novabev Group teilte mit, dass die Auslieferungsmenge ihrer Wodka-Marke Arkhangelskaya in Russland im dritten Quartal gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 49 % gestiegen sei. Für eine der Kernmarken des Unternehmens auf dem heimischen

Wodkamarkt ist das ein deutlicher Zuwachs.

Die Zahl wurde von den russischen Medien Finmarket am 8. Oktober und InvestFuture am 9. Oktober veröffentlicht und war Teil der nach Marken aufgeschlüsselten Unternehmenszahlen für den Zeitraum von Juli bis September. In den Berichten nannte Novabev weder die absolute Menge von Arkhangelskaya in Litern, Flaschen oder Dekalitern noch eine detaillierte Methodik zur Ermittlung der Kennzahl.

Der Anstieg bezieht sich auf das dritte Quartal, also den Zeitraum von Juli bis September, im Vergleich zum entsprechenden Quartal 2025. Da das Unternehmen die Ausgangsmenge der Marke nicht veröffentlichte, zeigt der Zuwachs von 49 % zwar die Wachstumsrate, nicht aber, wie viele zusätzliche Einheiten verkauft oder ausgeliefert wurden. Die verfügbaren Berichte enthielten auch keine vergleichbare Zahl für Arkhangelskaya im zweiten Quartal. Daher lässt sich anhand dieser Angaben nicht beurteilen, ob sich das Wachstum der Marke im Jahresverlauf beschleunigt oder verlangsamt hat.

Novabev stellte Arkhangelskaya als starke Marke im eigenen Wodkasortiment dar. In derselben Zahlenreihe teilte das Unternehmen mit, dass Beluga, sein Flaggschiff-Wodka, im dritten Quartal um 65 % zulegte, während Orthodox um 131 % und Belaya Sova um 35 % wuchsen. Die Ergebnisse deuten auf ein breit angelegtes Wachstum mehrerer Wodkamarken hin, wobei das Tempo je nach Segment und Markenposition unterschiedlich ausfiel.

Arkhangelskaya ist im unteren Premiumsegment des russischen Wodkamarkts angesiedelt. Novabev bezeichnete die Marke als Marktführer in diesem Segment. Diese Einordnung stammt vom Unternehmen und wurde von den russischen Medien wiedergegeben; zusammen mit der Aussage wurden jedoch keine Marktanteilsdaten von unabhängiger Seite veröffentlicht.

Das Unternehmen führte die Zuwächse in seinem Sortiment auf Maßnahmen im Vertrieb und ein breiteres Produktangebot in landesweiten Einzelhandelsketten zurück. Laut von Finmarket zitierten Aussagen erklärte Novabev, die Marketingmaßnahmen seien darauf ausgerichtet, die Nachfrage anzukurbeln und die Markenbekanntheit zu steigern. Das Unternehmen schlüsselte nicht auf, welcher Anteil des Wachstums von

Arkhangelskaya auf eine größere Vertriebsreichweite, Preise, Werbeaktionen oder Veränderungen der Verbrauchernachfrage entfiel.

Auch für mehrere andere Marken meldete Novabev im dritten Quartal ein starkes Wachstum. Finmarket zufolge legte der Wermut Tete de Cheval um mehr als das Vierfache zu, der Gin Green Baboon um 29 % und sowohl der Brandy Sokrovishche Tiflisa als auch der Schaumwein Tete de Cheval um 16 %. Bei den Importmarken zählten laut den Berichten die Rummarken Planteray mit 60 % und Barcelo mit 57 %, der Brandy Torres mit 49 % sowie Weine wie Concha y Toro mit 148 %, Masi mit 74 % und Calvet mit 64 % zu den stärksten Zuwächsen.

Die Zahl zu Arkhangelskaya sticht hervor, weil sie sich auf das Mengenwachstum einer einzelnen Marke auf dem russischen Wodkamarkt bezieht und nicht auf unternehmensweite Umsätze aus zahlreichen Kategorien. Damit ist sie ein konkreterer Indikator für die Dynamik der Marke, auch wenn fehlende absolute Mengen eine externe Analyse erschweren. Ohne Angaben zu den Stückzahlen lässt sich weder ermitteln, wie viele Flaschen oder Kartons zusätzlich verkauft oder ausgeliefert wurden, noch wie das Wachstum von Arkhangelskaya im Vergleich zum längerfristigen Trend der Marke ausfällt.

Die ursprüngliche Mitteilung von Novabev war in den geprüften Materialien nicht direkt zugänglich. Die verfügbaren Angaben stammen daher aus zwei Sekundärberichten, die das Unternehmen zitieren. Beide ordneten die Entwicklung von Arkhangelskaya dem dritten Quartal zu und nannten denselben Zuwachs von 49 % gegenüber dem Vorjahr.

Die Novabev Group zählt zu den großen Alkoholherstellern und -vertrieben Russlands. Finmarket zufolge besitzt das Unternehmen fünf Brennereien, das Weingut Golubitskoe Estate und ein eigenes Vertriebssystem.