vinetur

# Weinabsatz in Kasachstan von Januar bis August um 12 % gesunken

Importierte Flaschen machten 39 % des verfügbaren Angebots aus, nachdem die heimische Produktion um 17,2 % und die Importe um 2,2 % zurückgegangen waren

Dienstag, 10. November 2026



Der Weinabsatz in Kasachstan sank von Januar bis August im Jahresvergleich um 12 %. Zugleich nahmen importierte Flaschen einen größeren Anteil am verfügbaren Weinangebot des Landes ein, da die heimische Produktion stärker zurückging als die Einfuhren.

Daten des kasachischen Statistikamts, die am Dienstag von The Astana Times zitiert und in einer am 4. November veröffentlichten Analyse von Energyprom aufgegriffen wurden, zeigen einen breit angelegten Rückgang auf dem Weinmarkt. Die heimische Weinproduktion sank gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 17,2 %. Auch die Weinimporte gingen zurück, allerdings mit 2,2 % deutlich weniger stark. Dadurch stieg der relative Anteil ausländischer Produkte am Markt.

Den von Energyprom zitierten Daten zufolge stieg der Importanteil am verfügbaren Weinangebot von 35,2 % im Vorjahr auf 39 %, ein Plus von 3,8 Prozentpunkten. Das deutet auf eine Verschiebung der Wettbewerbsposition in einem schrumpfenden Markt hin: Importwein verlor zwar an Volumen, die heimischen Erzeuger jedoch noch stärker.

Die veröffentlichten Zahlen enthielten keine absoluten Mengenangaben zu verkauftem, erzeugtem oder importiertem Wein, anhand derer sich der Absatzrückgang in Litern beziffern ließe. Daher kann das Ausmaß des Rückgangs auf Grundlage der verfügbaren Berichte nur in Prozent angegeben werden.

Auch die Verbraucherpreise stiegen. Den in den Berichten zitierten Statistiken zufolge waren die Weinpreise in Kasachstan im September 12,8 % höher als ein Jahr zuvor. Die Preise für alkoholische Getränke insgesamt legten im September im Jahresvergleich um 14,8 % zu. Die Zahlen zeigen, dass der Weinabsatz bei steigenden Preisen zurückging; für sich genommen belegen sie jedoch nicht, dass die höheren Preise den Rückgang verursacht haben. Die Absatzdaten beziehen sich auf den Zeitraum von Januar bis August, die Preisangaben auf den September. Die Berichte enthielten keinen vergleichbaren Monatswert für den Weinabsatz.

Die Weindaten waren Teil einer allgemeinen Abschwächung des kasachischen Alkoholmarkts. Von Januar bis August sank der Bierabsatz um 5 %, der Cognacabsatz um 41,9 %, während der Wodkaabsatz laut einem Bericht von The Astana Times um 4,5 % zunahm. Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass Verbraucher ihre Ausgaben

möglicherweise innerhalb des Alkoholmarkts verlagerten, statt den Konsum in allen Kategorien gleichermaßen zu reduzieren.

Auch die Produktions- und Importtrends in anderen Segmenten standen unter Druck. Die Cognacproduktion sank laut Energyprom um 41,9 % auf 5,2 Millionen Liter, während die Cognacimporte um 41,5 % zurückgingen. Damit erreichten heimische Erzeuger einen Marktanteil von 78,5 %. Die Bierproduktion verringerte sich um 6 % auf 445 Millionen Liter und lag damit unter dem heimischen Bierabsatz von 482,3 Millionen Litern. Infolgedessen stieg der Anteil der Bierimporte am verfügbaren Marktangebot von 10 % auf 10,4 %, während die Bierexporte um 22,6 % zurückgingen.

Auch die in denselben Berichten angeführten Daten zu den Haushaltsausgaben wiesen auf eine schwächere Nachfrage hin. Die Ausgaben für alkoholische Getränke sanken im ersten Halbjahr um 4 % und setzten damit ihren Abwärtstrend fort, berichtete The Astana Times.

Beim Wein bestand die entscheidende Entwicklung nicht in einem Anstieg der Importmengen, sondern in einem höheren Importanteil in einem schrumpfenden Markt. Da die heimische Produktion viel stärker zurückging als die Importe, entfiel ein größerer Teil des verfügbaren Angebots auf ausländische Produkte, obwohl die Einfuhren selbst niedriger waren als ein Jahr zuvor.

Die von The Astana Times zitierten Zahlen stammten aus einer Sekundärberichterstattung auf Grundlage amtlicher Statistiken. Auch die Analyse von Energyprom war eine sekundäre Auswertung von Daten des nationalen Statistikamts. Wie viele operative Statistiken können auch die zugrunde liegenden Zahlen später noch revidiert werden. Der Importanteil bezieht sich zudem auf das verfügbare Marktangebot und nicht auf bestätigte Einzelhandelsverkäufe. Dieser Unterschied ist wichtig, um beurteilen zu können, wie viel die Verbraucher tatsächlich in den Geschäften gekauft haben.