vinetur

Alkoholkonsum außerhalb der USA und Chinas stieg im ersten Halbjahr 2026 um 1 Prozent

IWSR-Daten zufolge sank der Konsum in 21 wichtigen Märkten um 1 Prozent, nachdem die Nachfrage in den USA um 4 Prozent und in China um 3 Prozent zurückgegangen war

Mittwoch, 11. November 2026



Der Alkoholkonsum in 21 wichtigen Märkten sank im ersten Halbjahr 2026 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 1 Prozent. Ohne die Vereinigten Staaten und China zeigte sich jedoch ein deutlich anderes Bild, wie aus Daten hervorgeht, die IWSR am Dienstag, dem 10. November, veröffentlichte.

IWSR zufolge umfasst der Datensatz für das erste Halbjahr 2026 insgesamt 21 Märkte, auf die 76 Prozent des weltweiten Konsums alkoholischer Getränke entfallen. In dieser Gruppe ging das Gesamtvolumen alkoholischer Getränke vom ersten Halbjahr 2025 bis zum ersten Halbjahr 2026 um 1 Prozent zurück. Ohne die USA und China stieg der Konsum hingegen um 1 Prozent, gestützt durch Zuwächse in Brasilien, Indien, Kolumbien, Südafrika und dem Vereinigten Königreich.

Der Bericht macht eine wachsende Kluft zwischen den beiden größten Alkoholmärkten der Welt und vielen anderen Ländern deutlich. In den USA sank der Gesamtkonsum alkoholischer Getränke um 4 Prozent. Ausschlaggebend waren Rückgänge bei Bier um 4 Prozent, bei Stillwein um 6 Prozent und bei trinkfertigen Getränken um 4 Prozent. In China ging der Gesamtkonsum alkoholischer Getränke um 3 Prozent zurück; Bier verzeichnete ein Minus von 2 Prozent, Stillwein von 9 Prozent und landestypische Spirituosen von 12 Prozent.

Außerhalb dieser beiden Märkte erzielten mehrere Länder bessere Ergebnisse. Indien verzeichnete ein Wachstum des Gesamtvolumens alkoholischer Getränke um 10 Prozent, angeführt von Bier mit vollem Alkoholgehalt, das um 16 Prozent zulegte, RTDs mit einem Plus von 12 Prozent und indischem Whisky mit einem Plus von 4 Prozent. Brasilien wuchs um 3 Prozent, getragen von Bier mit vollem Alkoholgehalt (plus 3 Prozent), alkoholfreiem Bier (plus 11 Prozent) und RTDs (plus 9 Prozent). In Kolumbien stieg der Konsum um 9 Prozent. Treiber waren Bier mit vollem Alkoholgehalt (plus 8 Prozent), alkoholfreies Bier (plus 11 Prozent) und RTDs, die um 110 Prozent zulegten.

Südafrika verzeichnete ein Wachstum von 5 Prozent, gestützt durch Bier mit vollem Alkoholgehalt (plus 5 Prozent), RTDs (plus 4 Prozent) und Stillwein (plus 3 Prozent). Im Vereinigten Königreich lag das Wachstum bei 2 Prozent. Dazu trugen Bier mit vollem Alkoholgehalt (plus 2 Prozent), alkoholfreies Bier (plus 22 Prozent) und RTDs (plus 25 Prozent) bei.

Auf Kategorienebene zeigten die Daten, dass die weltweite Nachfrage nach Alkohol in einigen der größten Segmente der Branche weiterhin unter Druck stand. IWSR zufolge entfielen in den 21 Märkten drei Kategorien auf einen Großteil des Volumenrückgangs: Bier mit vollem Alkoholgehalt, das um weniger als 1 Prozent nachgab, aufgrund seines

großen Marktvolumens aber überproportional ins Gewicht fiel; Stillwein mit einem Minus von 4 Prozent; und landestypische Spirituosen mit einem Minus von 11 Prozent.

Einige Kategorien legten dennoch zu. Alkoholfreies Bier wuchs in den 21 Märkten um 8 Prozent. Indischer Whisky verzeichnete ein Plus von 4 Prozent, Prosecco von 3 Prozent. Diese Zuwächse deuten darauf hin, dass sich die Verbraucher nicht bei allen Alkoholarten gleichermaßen in eine Richtung bewegen, sondern ihre Ausgaben auf verschiedene Kategorien und Preissegmente verteilen.

Für Weinproduzenten gehörten die Zahlen zu Stillwein zu den deutlichsten Anzeichen für den anhaltenden Druck. Die Kategorie ging in den 21 Märkten um 4 Prozent zurück, in den USA und China sogar stärker. Der Gegensatz zum Wachstum von 3 Prozent bei Prosecco dürfte die Branche zusätzlich vor die Frage stellen, wo die Nachfrage Bestand hat und wo die Erzeuger ihr Produktangebot, ihre Exportpläne und ihre Geschäftsprognosen möglicherweise anpassen müssen. Bier- und Spirituosenhersteller könnten vor ähnlichen Entscheidungen stehen, da sich die Schwäche in den USA und China zunehmend von den Entwicklungen in Teilen Lateinamerikas, Afrikas und Asiens unterscheidet.

IWSR zufolge blieb das erste Halbjahr 2026 in absoluten Zahlen schwach, verlief aber besser als der entsprechende Zeitraum ein Jahr zuvor. Der Rückgang des Gesamtvolumens alkoholischer Getränke um 1 Prozent war geringer als das Minus von 2 Prozent im Zeitraum vom ersten Halbjahr 2024 bis zum ersten Halbjahr 2025.

In sieben Märkten wurde im jüngsten Zeitraum ein Wachstum gegenüber dem Vorjahr verzeichnet: Brasilien, Mexiko, Indien, das Vereinigte Königreich, Südafrika, Kolumbien und Thailand. In sechs Märkten fiel der Rückgang geringer aus als ein Jahr zuvor: Deutschland, Japan, Italien, Frankreich, Polen und Australien. In Spanien, Taiwan und den USA lag das Minus ungefähr auf Vorjahresniveau, während die Rückgänge in China, Russland, Kanada, den Philippinen und den Niederlanden stärker ausfielen.

IWSR zufolge belasten allgemeine Trends zu einem moderateren Konsum und die zunehmende Verwendung von GLP-1-Medikamenten den weltweiten Alkoholkonsum. Diese Faktoren allein erklärten jedoch nicht die stärkeren Rückgänge in den USA und China. Für China verwies die Gruppe auf ein langsameres Wirtschaftswachstum und

strukturelle Belastungen, darunter eine anhaltende Immobilienkrise und eine alternde Bevölkerung. In den USA hätten Zölle, der Inflationsdruck und die allgemeine wirtschaftliche Unsicherheit die Verbraucher stärker belastet.

In einer zusammen mit den Daten veröffentlichten Erklärung sagte Marten Lodewijks, Präsident und Managing Director von IWSR, dass sich ein moderaterer Konsum zunehmend als strukturelles Merkmal des Marktes etabliere, während Länder wie Indien und Brasilien weiter Wachstum verzeichneten. Die jüngsten Zahlen zeigten zudem eine wachsende Kluft zwischen den Verbrauchern in den USA und China und denen im Rest der Welt.

Da die USA und China gemessen an Volumen und Wert weiterhin die größten Märkte der Branche sind, reicht die Bedeutung dieser Unterschiede weit über die beiden Länder hinaus. Für Getränkeunternehmen, Zulieferer und Händler könnte die Entwicklung beeinflussen, wohin sie Investitionen lenken, welche Kategorien sie priorisieren und wie sie für 2027 planen. Die Daten legen außerdem nahe, dass sich die Schwäche bei Stillwein und landestypischen Spirituosen nicht gleichmäßig in allen Alkoholsegmenten widerspiegelt: RTDs, alkoholfreies Bier und einige Schaumweine erweisen sich in mehreren Märkten als widerstandsfähiger.