vinetur

Konsum nationaler Spirituosen in China sinkt im ersten Halbjahr 2026 um 12 %

Indischer Whisky legte laut IWSR um 4 % zu. Die Daten zeigen die wachsende Kluft zwischen den beiden größten Alkoholmärkten Asiens.

Mittwoch, 11. November 2026



Der Konsum nationaler Spirituosen in China sank im ersten Halbjahr 2026 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 12 %, während der Konsum indischen Whiskys in Indien um 4 % stieg. Das geht aus neuen Marktdaten hervor, die IWSR am Dienstag, dem 10. November, veröffentlichte. Die Zahlen zeigen, dass sich zwei bedeutende Spirituosenmärkte Asiens sehr unterschiedlich entwickeln – zu einer Zeit, in der die globale Alkoholbranche in einigen großen Volkswirtschaften mit einer schwächeren Nachfrage und in anderen mit anhaltendem Wachstum konfrontiert ist.

Die Daten stammen aus IWSRs Analyse des ersten Halbjahrs 2026 in 21 wichtigen Märkten, auf die nach Unternehmensangaben 76 % des weltweiten Konsums alkoholischer Getränke entfallen. Die Zahlen für China und Indien beziehen sich auf die Veränderung des Konsumvolumens vom ersten Halbjahr 2025 zum ersten Halbjahr 2026. IWSR veröffentlichte für diese Kategorien weder absolute Mengen in Litern oder Kisten noch Preis- oder Umsatzdaten.

In China gehörte der Rückgang bei den nationalen Spirituosen zu den stärksten Einbußen einer Kategorie im Bericht. Der Konsum alkoholischer Getränke insgesamt sank laut IWSR im ersten Halbjahr um 3 %. Ausschlaggebend waren Rückgänge bei Bier (minus 2 %), Stillwein (minus 9 %) und nationalen Spirituosen (minus 12 %). Das Unternehmen verwendete für die Kategorie den Begriff „nationale Spirituosen“, setzte sie jedoch weder mit allen chinesischen Spirituosen noch mit dem gesamten Baijiu-Markt gleich.

In Indien stieg der Konsum alkoholischer Getränke insgesamt im selben Zeitraum dagegen um 10 %. Dieses Wachstum wurde laut IWSR von Bier mit vollem Alkoholgehalt (plus 16 %), Ready-to-Drink-Produkten (plus 12 %) und indischem Whisky (plus 4 %) getragen. Die Zahlen für Indien deuten darauf hin, dass die Nachfrage nach Spirituosen robust blieb, während sich die Konsummuster in anderen großen Märkten verschoben.

Der Gegensatz zwischen den beiden Ländern entspricht einem allgemeineren Muster im Bericht. Über alle 21 Märkte hinweg ging der Konsum alkoholischer Getränke insgesamt gegenüber dem ersten Halbjahr 2025 um 1 % zurück. Ohne die USA und China gerechnet stieg der Gesamtverbrauch in den übrigen Märkten jedoch um 1 % –

gestützt durch Zuwächse unter anderem in Indien, Brasilien, Kolumbien, Südafrika und dem Vereinigten Königreich.

Diese gegenläufige Entwicklung ist bedeutsam, weil China und die USA die beiden größten Märkte für alkoholische Getränke weltweit sind. Ihre Schwäche überdecke die stärkere Entwicklung andernorts, erklärte IWSR. In den USA sank der Konsum alkoholischer Getränke insgesamt im ersten Halbjahr ebenfalls, und zwar um 4 %. Bier verzeichnete ein Minus von 4 %, Stillwein von 6 % und Ready-to-Drink-Produkte von 4 %.

IWSR zufolge zeigten sich in der gesamten Gruppe der Märkte mehrere Kategorietrends. Bier mit vollem Alkoholgehalt ging um weniger als 1 % zurück, Stillwein um 4 % und nationale Spirituosen um 11 %. Zuwächse verzeichneten alkoholfreies Bier (plus 8 %), indischer Whisky (plus 4 %) und Prosecco (plus 3 %).

Das Unternehmen erklärte, die Ergebnisse für das erste Halbjahr 2026 spiegelten zwar weiterhin ein schwieriges Marktumfeld für Alkoholproduzenten wider, fielen aber besser aus als im Vorjahr. Vom ersten Halbjahr 2024 zum ersten Halbjahr 2025 war der Konsum alkoholischer Getränke in denselben 21 Märkten insgesamt um 2 % gesunken. Der geringere Rückgang von 1 % im jüngsten Zeitraum sei durch sieben Märkte mit Wachstum und sechs weitere Märkte begünstigt worden, in denen die Einbußen geringer ausfielen als ein Jahr zuvor, so IWSR.

Die unterschiedliche Entwicklung in China und Indien dürfte bei Spirituosenherstellern genau beobachtet werden, denn sie beeinflusst die Frage, wo in Asien Wachstum entstehen könnte. Ein Rückgang um 12 % in einer bedeutenden chinesischen Spirituosenkategorie deutet auf anhaltenden Druck in einem Markt hin, der für globale Getränkeunternehmen seit Langem eine zentrale Rolle spielt. Das Plus von 4 % bei indischem Whisky fällt zwar bescheidener aus als Indiens breiteres Wachstum bei Bier und Ready-to-Drink-Produkten, signalisiert aber weiterhin eine Expansion in einer Kategorie, die im Inland große Bedeutung hat und international auf Interesse stößt.

IWSR führte die globale Abschwächung des Alkoholkonsums auf mehrere Faktoren zurück, darunter den Trend zu maßvollem Konsum und die zunehmende Verbreitung von GLP-1-Medikamenten. Diese Faktoren erklärten die stärkeren Rückgänge in den

USA und China jedoch nicht vollständig, erklärte das Unternehmen. Für China verwies es auf die schwächere Wirtschaftslage, darunter geringere Wachstumserwartungen, eine anhaltende Immobilienkrise und eine alternde Bevölkerung. Für die USA nannte es Zölle, Inflationsdruck und die allgemeine wirtschaftliche Unsicherheit.

Marten Lodewijks, Präsident und Geschäftsführer von IWSR, erklärte in der Mitteilung, der weltweite Konsum alkoholischer Getränke sei im ersten Halbjahr 2026 je nach Markt und Kategorie zunehmend uneinheitlich verlaufen. Maßvoller Konsum werde zu einem strukturellen Merkmal des Marktes, während Länder wie Indien und Brasilien weiter Wachstum verzeichneten. Zugleich belasteten große, etablierte Kategorien wie Stillwein und Bier mit vollem Alkoholgehalt weiterhin das Gesamtvolumen alkoholischer Getränke. Das Wachstum bei Ready-to-Drink-Produkten und alkoholfreiem Bier habe den Rückgang in vielen Märkten teilweise ausgeglichen.

Der Bericht enthält weder eine Aufschlüsselung nach Quartalen für die nationalen Spirituosen in China oder den Whisky in Indien noch einen Vergleich des ersten Halbjahrs 2026 mit den unmittelbar vorangegangenen sechs Monaten. Die Vergleiche beziehen sich ausschließlich auf den jeweiligen Vorjahreszeitraum. Auf dieser Grundlage sind die Zahlen für China und Indien direkt vergleichbar.

Die Daten unterstreichen, wie uneinheitlich sich der Alkoholmarkt entwickelt. In China, einem der wichtigsten Länder der Branche gemessen an der Marktgröße, kam zum allgemeinen Rückgang bei Bier und Wein ein zweistelliges Minus bei den nationalen Spirituosen hinzu. In Indien, wo die Nachfrage nach alkoholischen Getränken insgesamt kräftig zunahm, legte Whisky neben dem noch stärkeren Wachstum bei Bier und Ready-to-Drink-Produkten weiter zu. Für Hersteller, Händler und Investoren lautet die Botschaft aus den IWSR-Zahlen für das erste Halbjahr: Die beiden großen Verbrauchermärkte Asiens entwickeln sich in unterschiedliche Richtungen, und selbst innerhalb derselben Region können die einzelnen Kategorien sehr unterschiedliche Ergebnisse erzielen.