vinetur

Stillweinkonsum in wichtigen Märkten weltweit im ersten Halbjahr um 4 % gesunken

Laut IWSR legte Prosecco um 3 % zu. Starke Rückgänge in den USA und China vergrößerten die Unterschiede innerhalb der Kategorie.

Donnerstag, 12. November 2026



Der weltweite Stillweinkonsum sank im ersten Halbjahr in den 21 von IWSR erfassten wichtigen Märkten um 4 %, während Prosecco um 3 % zulegte. Das verdeutlicht die wachsende Kluft innerhalb der Weinbranche, da sich die Verbrauchernachfrage je nach Kategorie und Land unterschiedlich entwickelt.

Die Zahlen, die IWSR am Dienstag, dem 10. November, veröffentlichte, umfassen Märkte, auf die 76 % des weltweiten Konsums alkoholischer Getränke entfallen. Über alle Kategorien alkoholischer Getränke hinweg gingen die Gesamtmengen in diesen Märkten gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 1 % zurück. Das Gesamtergebnis wurde jedoch stark von den USA und China beeinflusst. Ohne diese beiden Länder stieg der Gesamtkonsum alkoholischer Getränke in der Gruppe um 1 %.

Der stärkste Druck auf Stillwein ging von den beiden größten Problemfeldern aus. In den USA sank der Gesamtkonsum alkoholischer Getränke von Januar bis Juni laut IWSR um 4 %. Der Stillweinkonsum ging um 6 % zurück, Bier und trinkfertige Getränke jeweils um 4 %. In China schrumpfte der Markt für alkoholische Getränke insgesamt um 3 %, der Stillweinkonsum sank um 9 %. Chinesische Spirituosen verzeichneten ein Minus von 12 %.

Laut IWSR ist die Abschwächung sowohl auf den wirtschaftlichen Druck als auch auf verändertes Konsumverhalten zurückzuführen. In den USA belasteten wirtschaftliche Unsicherheit, Inflationsdruck und die Auswirkungen der Zölle auf die Kaufkraft der Haushalte den Markt. In China beeinträchtigten das schwächere Wachstum, Probleme im Immobiliensektor und eine alternde Bevölkerung die Nachfrage. Die Marktforschungsgruppe verwies zudem auf einen allgemeinen Trend zu maßvollerem Alkoholkonsum, der sich in mehreren Märkten auf verschiedene Kategorien auswirkt.

Diese Entwicklung traf jedoch nicht alle Segmente gleichermaßen. Prosecco gehörte mit einem Konsumplus von 3 % in den untersuchten Märkten zu den deutlichsten Wachstumsbereichen. IWSR meldete außerdem einen Anstieg um 8 % bei alkoholfreiem Bier und um 4 % bei indischem Whisky. Der Gegensatz deutet darauf hin, dass Produkte für unterschiedliche Trinkgelegenheiten oder mit geringerem Alkoholgehalt beziehungsweise in alternativen Formaten vielerorts besser abschneiden als herkömmlicher Stillwein.

Der Zuwachs bei Prosecco zeigt auch, dass die Entwicklung einer Kategorie und die Handelsbilanz nicht immer Hand in Hand gehen. Während IWSR einen höheren Prosecco-Konsum verzeichnete, meldete das italienische Statistikamt Istat für das erste Halbjahr einen Rückgang der Exportmengen von Prosecco DOP um 0,3 %. Diese

Diskrepanz verweist auf einen komplexeren Markt, in dem Zuwächse im Einzelhandel oder in der Gastronomie nicht zwangsläufig gleichermaßen bei den Exportlieferungen ankommen.

Außerhalb der USA und Chinas war das Bild gemischter und teils deutlich positiver. In Indien stieg die Gesamtmenge alkoholischer Getränke in den ersten sechs Monaten des Jahres um 10 %. Das Wachstum wurde von traditionellem Bier getragen, das um 16 % zulegte, von trinkfertigen Getränken mit einem Plus von 12 % und von indischem Whisky, der um 4 % wuchs. Kolumbien verzeichnete ein Plus von 9 %, Südafrika legte um 5 % zu und Brasilien um 3 %, vor allem dank Bier und trinkfertiger Getränke. Im Vereinigten Königreich betrug das Wachstum 2 %, gestützt durch traditionelles Bier, alkoholfreie Alternativen und trinkfertige Getränke.

Südafrika gehörte zu den wenigen Ländern, in denen auch der Stillweinkonsum zunahm: Er stieg um 3 %. In anderen Märkten mit starkem Wachstum war das nicht der Fall. Die IWSR-Daten zeigen, dass Zuwächse in Ländern wie Indien, Brasilien und Kolumbien auf einer Ausweitung des gesamten Konsums alkoholischer Getränke beruhen, nicht notwendigerweise auf einer stärkeren Weinnachfrage. Für Weinproduzenten und -händler ist dieser Unterschied wichtig. Ein Markt kann insgesamt kräftig wachsen und dennoch kurzfristig nur begrenzte Impulse für den Stillweinabsatz bieten.

Die Ergebnisse des ersten Halbjahres deuten außerdem darauf hin, dass sich der weltweite Markt für alkoholische Getränke gegenüber 2025 verbessert, auch wenn er weiterhin schrumpft. Im ersten Halbjahr 2025 war der Gesamtkonsum alkoholischer Getränke in den von IWSR erfassten Märkten gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2 % gesunken. Der diesjährige Rückgang um 1 % bedeutet eine langsamere Schrumpfung. Sieben Märkte verzeichneten Zuwächse bei den Absatzmengen: Brasilien, Mexiko, Indien, das Vereinigte Königreich, Südafrika, Kolumbien und Thailand. In sechs weiteren Märkten, darunter Italien, Frankreich und Deutschland, fielen die Rückgänge geringer aus als ein Jahr zuvor. Verschlechtert hat sich die Lage hingegen in China, Russland, Kanada, den Philippinen und den Niederlanden.

Für die Getränkeindustrie insgesamt könnte die unterschiedliche Entwicklung nach Märkten und Produkttypen beeinflussen, wohin Unternehmen Investitionen, Marketing- und Exportressourcen lenken. Das Wachstum verteilt sich nicht mehr gleichmäßig auf die Kategorien alkoholischer Getränke. Die größten Chancen hängen möglicherweise weniger von der Gesamtgröße eines Marktes ab als davon, ob Verbraucher zu Schaumwein, alkoholfreien Produkten, trinkfertigen Getränken oder lokalen Spirituosen greifen.

Der Rückgang bei Stillwein ist für Exporteure besonders bedeutsam, da die USA für viele Weinproduzenten weiterhin zu den wichtigsten Absatzmärkten zählen und China in Asien ein schwieriger, aber genau beobachteter Markt bleibt. Zugleich deutet die bessere Entwicklung von Prosecco, alkoholfreiem Bier und einigen lokalen Spirituosen darauf hin, dass sich die Trinkgelegenheiten verändern: Verbraucher sind eher bereit, auf andere Formate umzusteigen oder weniger zu trinken, statt dieselben Produkte in unveränderten Mengen weiterzukaufen.

Die IWSR-Daten für das erste Halbjahr zeigen einen weiterhin unter Druck stehenden Weltmarkt, dessen Schwäche jedoch weniger flächendeckend ist als vor einem Jahr. Die Nachfrage nach volumenstarken Kategorien wie traditionellem Bier und Stillwein bleibt in mehreren großen Ländern verhalten, während kleinere Segmente weiter wachsen. Für Produzenten aus den Bereichen Wein, Bier und Spirituosen dürfte dieses uneinheitliche Muster eine stärker nach Ländern und Kategorien differenzierte Absatzplanung im weiteren Jahresverlauf wichtiger machen.