vinetur

Chinesische Baijiu-Hersteller werben mit leichteren Mixgetränken um jüngere Trinkende

Die Produktion großer Hersteller sank im ersten Halbjahr um 4,7 Prozent. Destillerien setzen auf kleinere Flaschen, Mixgetränke, Nachbarschaftsläden und Tourismusangebote.

Montag, 16. November 2026



Chinesische Baijiu-Hersteller versuchen, jüngere Trinkende mit alkoholärmeren Mixgetränken, kleineren Produktformaten und touristischen Erlebnissen zu erreichen. Der traditionelle Markt für die Spirituose steht zunehmend unter Druck.

Der Wandel war in Renhuai zu beobachten, einer Stadt in der Provinz Guizhou, in der Kweichow Moutai und zahlreiche weitere Brennereien ansässig sind. Beim vierten Zunyi Sauce-Aroma Baijiu Festival am 16. Oktober erklärten Hersteller und Branchenvertreter, die Branche müsse über den Verkauf möglichst vieler Flaschen hinausdenken und sich stärker damit befassen, wie Baijiu im Alltag konsumiert wird.

Qin Shuyao, Leiter der China National Association for Liquor and Spirits Circulation, sagte am 16. Oktober, die Branche befinde sich in einer umfassenden Anpassungsphase. Die Produktion großer Baijiu-Hersteller sei im ersten Halbjahr 2026 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 4,7 Prozent gesunken, sagte Qin. Zugleich stünden börsennotierte Unternehmen der Branche bei Umsatz und Gewinn unter zunehmendem Druck.

Laut Qin kann sich die Branche nicht länger hauptsächlich auf Geschäftsbankette und formelle gesellschaftliche Anlässe verlassen – Veranstaltungen, die den Baijiu-Absatz in China lange getragen haben. Die Hersteller müssten sich auf ungezwungenere Zusammenkünfte und auf Verbraucher einstellen, die aus persönlichem Genuss statt aus gesellschaftlicher Verpflichtung trinken.

Baijiu, oft als weißer Schnaps übersetzt, gehört in China seit Generationen zu Geschäftsessen, Festtagsmahlzeiten und Familienfeiern. Das Zuprosten mit der Spirituose hat häufig eine soziale Bedeutung, etwa als Zeichen des Respekts und der Verbundenheit. Hersteller sagen jedoch inzwischen, dass dieses Modell den Gewohnheiten jüngerer Verbraucher nicht mehr vollständig entspricht. Sie achten stärker auf Preis und Qualität sowie darauf, wie gut ein Produkt zu ihrem Lebensstil passt.

Das verändert die Produktentwicklung. In Renhuai und im weiteren Gebiet um Zunyi mischen einige kleinere Marken Baijiu mit Saucenaroma mit Fruchtsaft, um den kräftigen Geschmack abzumildern und Neulingen den Einstieg zu erleichtern. Jiang Liangliang, eine lokale Getränkemarke, nutzt Fruchtaromen, um ein leichteres

Trinkerlebnis zu schaffen. Chen Jun, der die Marke führt, sagte, die Produkte richteten sich an Verbraucher, die einen entspannteren Trinkstil suchten. Besonders angesprochen werden sollten Frauen.

Auch etablierte Hersteller schlagen einen ähnlichen Weg ein. Guizhou Jinjiao Liquor Industry hat dem Bericht zufolge mehr als zehn Nachbarschaftsläden eröffnet und Mixgetränke auf Basis von Baijiu mit Saucenaroma entwickelt. Kunden können die Spirituose mit Fruchtsäften und weiteren Zutaten kombinieren und so Getränke nach ihrem eigenen Geschmack kreieren.

Branchenvertreter verwiesen auch auf weitere Veränderungen der Nachfrage, darunter das wachsende Interesse an alkoholärmeren Getränken, kleineren Flaschen und einer schnelleren Lieferung im Einzelhandel. Zusammengenommen deuten diese Entwicklungen darauf hin, dass Baijiu-Hersteller nicht nur Rezepturen und Verpackungen anpassen, sondern auch die Anlässe, zu denen das Getränk konsumiert wird. Für die Getränkebranche insgesamt könnte dies auf einen breiteren Wandel bei Spirituosen hindeuten: hin zu ungezwungenem Konsum, mehr Convenience und erlebnisorientiertem Verkauf statt einer alleinigen Abhängigkeit von formellen Anlässen.

Hersteller suchen auch jenseits des Getränks nach neuen Einnahmequellen. In Renhuai arbeiten Brennereien und Tourismusvertreter daran, Produktionsstätten für Baijiu zu vielfältigeren Ausflugszielen zu machen. Werksführungen und Vorführungen des Brauprozesses gehören weiterhin zum Angebot. Hinzugekommen sind jedoch Musik, Spiele und interaktive Verkostungsbereiche, damit sich das Erlebnis nicht mehr so stark auf den Kauf von Spirituosen beschränkt.

Beim Festival am 16. Oktober stellten die Organisatoren Reiserouten vor, die mehrere Baijiu-Tourismusgebiete miteinander verbinden. Besucher konnten an interaktiven Spielen teilnehmen, Musik hören und in ausgewiesenen Bereichen Mixgetränke ausprobieren. Baijiu soll so als Teil eines umfassenderen Freizeitausflugs präsentiert werden und nicht mehr der einzige Grund für einen Besuch sein.

Ding Wenjie, ein Vertreter eines Tourismusverbands aus Guilin im Autonomen Gebiet Guangxi der Zhuang, sagte, er besuche Zunyi zum dritten Mal. Bei früheren Reisen, so Ding, habe der Schwerpunkt vor allem auf Besichtigungen von Brennereien und dem Kauf von Spirituosen gelegen. Diesmal sei das Angebot an Kultur- und Tourismusaktivitäten deutlich breiter. Baijiu sei zu einem Teil des Reiseerlebnisses geworden.

Für die Region steht wirtschaftlich viel auf dem Spiel. Von Januar bis Juli verzeichnete Zunyi 8,28 Millionen Besuche im Zusammenhang mit Baijiu-Tourismus, die Ausgaben von 16,05 Milliarden Yuan beziehungsweise rund 2,40 Milliarden US-Dollar generierten, teilte das Kultur- und Tourismusamt der Stadt mit. Diese Ausgaben umfassen nicht nur den Kauf von Spirituosen, sondern auch Gastronomie, Übernachtungen und kulturelle Aktivitäten.

Für Brennereien eröffnet sich damit eine weitere Möglichkeit, das schwächere Wachstum im traditionellen Absatz auszugleichen. Besuchererlebnisse können direkte Einnahmen bringen und Verbraucher zugleich in einem anderen Umfeld mit Marken bekannt machen. Das könnte besonders wichtig sein, während Hersteller versuchen, Beziehungen zu jüngeren Erwachsenen aufzubauen, die möglicherweise weniger Interesse an kräftigen Spirituosen bei formellen Mahlzeiten haben und Mixgetränken, Reisen und markenbezogenen Freizeitaktivitäten offener gegenüberstehen.

Renhuais Lage verschafft der Stadt bei dieser Strategie einen Vorteil. Sie zählt zu den wichtigsten Zentren Chinas für Baijiu mit Saucenaroma, einen Stil, der mit der Gegend am Chishui-Fluss sowie mit langen Gärungs- und Brautraditionen verbunden ist. Die Hersteller vor Ort versuchen nun, dieses Erbe nicht nur als Zeichen der Authentizität zu nutzen, sondern auch als Grundlage für Tourismus und neue Konsumformen.

Die Veränderungen bedeuten nicht, dass die Hersteller dem traditionellen Baijiu den Rücken kehren. Sie versuchen vielmehr, ihn zugänglicher zu machen, indem sie Format, Geschmacksprofil und Konsumumfeld verändern. In der Praxis wird eine Spirituose, die lange mit formellen Ritualen verbunden war, so für Nachbarschaftsläden, Tresen für Mixgetränke und Tourismusangebote neu positioniert.

Ob diese Bemühungen die Abkühlung der Branche umkehren können, ist noch unklar. Die Richtung zeichnet sich jedoch immer deutlicher ab: Angesichts rückläufiger Produktionszahlen und des Gewinndrucks verbreitern Baijiu-Hersteller ihr Geschäftsmodell und verbinden den Spirituosenverkauf mit Gastgewerbe, bequemem Einzelhandel und Anlässen für leichteren Alkoholkonsum.