vinetur

Vermögende Sammler suchen nach selteneren Weinen jenseits traditioneller Namen

Einer HSBC-Umfrage zufolge wollen 73 Prozent ihre Ausgaben erhöhen; jüngere Käufer und die stärkere Nachfrage in Asien treiben den Trend.

Mittwoch, 25. November 2026



Käufer hochwertiger Weine und seltener Whiskys wählen immer gezielter aus und sind zunehmend bereit, über traditionelle Namen und Regionen hinauszublicken. Das geht aus einem neuen Bericht von HSBC Private Bank und dem Weinhändler Justerini & Brooks hervor.

Der Bericht A Taste for Time basiert auf einer Umfrage unter mehr als 3.000 vermögenden und sehr vermögenden Privatpersonen. Demnach suchen Sammler zunehmend nach Weinen und Whiskys aus limitierter Produktion, die eine klare Herkunft, Tradition und Seltenheit aufweisen, statt lediglich ihre Keller zu vergrößern.

Die Ergebnisse deuten auf einen Wandel darin hin, wie vermögende Käufer das obere Marktsegment für Getränke angehen. Viele Sammler konzentrieren sich nicht mehr ausschließlich auf die etabliertesten Namen, sondern erkunden neue Märkte, andere Jahrgänge und Flaschen mit besonderer Provenienz. Dieser Trend könnte für Erzeuger, Händler und Auktionshäuser in der gesamten Getränkebranche relevant sein, denn die Nachfrage im Luxussegment scheint sich stärker auf eine gezielte Auswahl, eine spezifischere Beschaffung und ein größeres Interesse asiatischer Käufer auszurichten.

Laut Bericht legen jüngere Sammler mehr Wert auf Qualität als auf Quantität. Zudem weckt seltener Whisky besonders bei jüngeren Konsumenten und mehr Frauen Interesse. Das deutet darauf hin, dass sich das Profil der Käufer von Luxusgetränken über das traditionelle Bild älterer männlicher Sammler hinaus erweitert, deren Schwerpunkt vor allem auf hochwertigen Weinen liegt.

Weltweit sammelt der Umfrage zufolge jeder dritte Befragte hochwertige Weine und seltene Jahrgänge. Damit war der Anteil höher als bei Sammlern von Kunst oder Antiquitäten, die jeweils 25 Prozent ausmachten. Laut Bericht sammeln 57 Prozent der Getränkesammler in erster Linie aus Genuss, während für 25 Prozent das Anlagepotenzial ausschlaggebend ist.

Das Verhältnis zwischen Genuss und finanzieller Rendite unterscheidet sich je nach Region. In Indien gaben beispielsweise 76 Prozent der Befragten an, aus Genuss zu sammeln; 12 Prozent nannten Geldanlage als Grund. Laut Bericht zeigt dieses Muster, dass das Sammeln in einigen Märkten stärker mit Lebensstil, sozialen Aktivitäten und persönlichem Interesse verbunden ist als mit Anlagestrategien.

Asien stach in der Umfrage deutlich hervor. Auf dem chinesischen Festland sammeln rund 54 Prozent der Befragten hochwertige Weine, verglichen mit 39 Prozent im Vereinigten Königreich und jeweils 36 Prozent in Singapur und Indien. HSBC zufolge zeigen die Ergebnisse, dass vermögende asiatische Unternehmer inzwischen die weltweite Nachfrage nach hochwertigen Weinen mitprägen.

Ida Liu, Geschäftsführerin von HSBC Private Bank, sagte, eine neue Generation von Sammlern mit großem Interesse an Handwerkskunst und Provenienz verändere den Markt für hochwertige Weine in Asien. Für viele Kunden gehe der Wert einer Sammlung über ihren finanziellen Wert hinaus und umfasse auch Entdeckungen, gemeinsame Erlebnisse und Geschichten, die von einer Generation an die nächste weitergegeben werden.

Naomi Alston, Geschäftsführerin von Justerini & Brooks, sagte, der Bericht verdeutliche auch die soziale Seite des Sammelns. Hochwertige Weine und seltene Whiskys könnten Menschen zusammenbringen und Gemeinschaften entstehen lassen, die auf gemeinsamen Interessen, Gesprächen und langjährigen Freundschaften beruhten.

Der Bericht legt nahe, dass diese sozialen und kulturellen Beweggründe die Kaufbereitschaft nicht mindern. Im Gegenteil: 73 Prozent der befragten Sammler erwarten, ihre Ausgaben in den kommenden zwölf Monaten zu erhöhen. Das deutet auf anhaltende Widerstandsfähigkeit im oberen Marktsegment für Getränke hin, auch wenn Käufer bei ihren Einkäufen wählerischer werden.

Der Trend zu einer gezielteren Auswahl deckt sich mit anderen jüngsten Signalen aus der Branche. Harpers Wine & Spirit zufolge stimmen die Ergebnisse mit dem 2026 Golden Vines Report überein, demnach 52 Prozent der Befragten eine selektivere Kaufweise als auffälligsten Wandel im Kaufverhalten wahrnahmen. Zusammengenommen deuten die Umfragen darauf hin, dass die Nachfrage nach Luxusgetränken nicht unbedingt nachlässt, sondern gezielter wird.

Für Weinerzeuger und Händler könnte das eine stärkere Nachfrage nach Flaschen bedeuten, deren Herkunft, Jahrgang und Seltenheit sich klar vermitteln lassen. Für Whiskyhersteller, die sich insbesondere an neue und jüngere Käufer richten, könnte es auch den Wert limitierter Abfüllungen und einer Markenpositionierung stärken, die auf

Tradition und Authentizität setzt. Die wachsende Bedeutung asiatischer Sammler könnte zudem beeinflussen, wo Premiumflaschen vermarktet werden, wie Bestände zugeteilt werden und welche Regionen die größte kommerzielle Aufmerksamkeit erhalten.

Der Bericht legt nicht nahe, dass traditionelle Sammelzentren an Bedeutung verlieren. Das Vereinigte Königreich blieb in der Umfrage ein wichtiger Markt, und etablierte Kategorien dominieren weiterhin viele Sammlungen. Die Daten deuten jedoch darauf hin, dass sich das Wachstum sowohl geografisch als auch demografisch auf weitere Bereiche ausdehnen könnte.

Diese Ausweitung zeigt sich auf zwei Arten. Zum einen am Wohnort der Käufer: Asiatische Märkte verzeichneten einige der höchsten Beteiligungsquoten. Zum anderen daran, wie Käufer den Wert definieren: Genuss, persönliche Verbundenheit und sorgfältig ausgewählte Flaschen gewinnen gegenüber dem bloßen Anhäufen an Bedeutung.

Der Bericht beschreibt damit einen Markt für Luxusgetränke, der weiter wächst, sich dabei aber stärker ausdifferenziert und internationaler verteilt. Hochwertige Weine bleiben bei vermögenden Privatpersonen ein führendes Sammelgebiet, während seltene Whiskys bei neuen Zielgruppen an Boden gewinnen. Für Unternehmen der Wein- und Spirituosenbranche geht es weniger um Absatzmengen als darum, sich auf eine veränderte Käuferschaft einzustellen, die bei jedem Kauf nach Seltenheit, Glaubwürdigkeit und einem stärkeren Sinngehalt sucht.