vinetur

54 % der vermögenden Befragten auf dem chinesischen Festland sammeln Spitzenweine, zeigt HSBC-Bericht

Die Umfrage zeigt, wie Asien die Nachfrage neu prägt: Jüngere Käufer suchen seltene Flaschen aus Genuss, wegen ihrer Herkunft und für persönliche Erlebnisse.

Mittwoch, 25. November 2026



Vermögende Sammler prägen den Markt für Spitzenweine und seltene Whiskys neu, indem sie sich zunehmend über traditionelle Marken und Regionen hinaus orientieren. Zu diesem Ergebnis kommt ein Bericht, den HSBC Private Bank am Dienstag, dem 24. November, gemeinsam mit dem Wein- und Spirituosenhändler Justerini & Brooks veröffentlichte.

Der Bericht A Taste for Time zeigt, dass Käufer breitere Geschmacksinteressen entwickeln und mehr Wert auf begrenzte Produktionsmengen, Herkunft und die Geschichte hinter einer Flasche legen. Zudem zeichnet sich beim Sammeln ein Generationenwechsel ab: Jüngere Käufer recherchieren intensiver und wählen gezielter aus, was sie erwerben.

Laut HSBC beruhen die Ergebnisse auf einer Befragung von mehr als 3.000 vermögenden und sehr vermögenden Unternehmern. Demnach sammeln 54 % der Befragten auf dem chinesischen Festland Spitzenweine, gegenüber 39 % im Vereinigten Königreich und jeweils 36 % in Singapur und Indien. Weltweit gaben 32 % der Befragten an, Spitzenweine und seltene Jahrgänge zu sammeln. Damit war ihr Anteil größer als jener der Sammler von Kunst und Skulpturen mit 25 % sowie von Antiquitäten, ebenfalls mit 25 %.

Die Zahlen deuten darauf hin, dass Asien und insbesondere das chinesische Festland ein wichtiges Nachfragezentrum für hochwertige Weine sind. Das könnte Auswirkungen darauf haben, wo Weingüter, Händler und Auktionshäuser ihre Vermarktung, Zuteilungen und den Aufbau von Kundenbeziehungen konzentrieren, während der Wettbewerb um vermögende Käufer zunimmt.

Dem Bericht zufolge sammeln Menschen Wein und Whisky vor allem aus Genussgründen und nicht als Geldanlage. HSBC stellte fest, dass 57 % der Sammler ausschließlich zum Vergnügen kaufen, während ein Viertel ausschließlich investiert. In einigen asiatischen Märkten war der Abstand noch größer. In Indien etwa gaben 76 % der Befragten an, aus Genuss zu sammeln, während 12 % als Anlage sammelten.

Diese Unterscheidung ist für Erzeuger und Verkäufer relevant, denn sie weist auf eine Kundschaft hin, die eher auf Handwerk, Seltenheit und persönliche Erlebnisse anspricht als auf kurzfristige Wertsteigerungen. Für Weingüter und Luxusgetränkemarken

könnten die Ergebnisse darauf hindeuten, dass Geschichten rund um die Produkte, der Zugang zu kleinen Auflagen und Sammlerangebote mit passenden Erlebnissen in der Gastronomie immer wichtiger werden, um Käufer zu gewinnen.

Die Umfrage zeigt zudem, dass die Ausgaben voraussichtlich weiter steigen. Über alle Märkte hinweg erwarten 73 % der Sammler, in den kommenden zwölf Monaten mehr für ihre Sammlungen auszugeben – sei es zum Vergnügen oder als Geldanlage. In Asien sagten die Befragten häufiger als im weltweiten Durchschnitt, höhere Ausgaben seien durch persönlichen Genuss motiviert. HSBC zufolge planen 47 % der Befragten in Hongkong und 43 % in Singapur aus diesem Grund höhere Ausgaben, gegenüber 38 % weltweit.

Der Bericht beschreibt einen Markt, in dem traditionelles Prestige weiterhin zählt, aber nicht mehr der einzige Anreiz ist. Laut HSBC erkunden Käufer neue Anbaugebiete und unterschiedliche Jahrgänge. Dadurch entstehen Chancen für weniger bekannte Weinregionen und für Flaschen, die sich durch Seltenheit oder Herkunft auszeichnen, statt allein durch einen langjährigen Ruf. Sollte dieser Wandel anhalten, könnten sich neue Möglichkeiten für Erzeuger außerhalb der klassischen Spitzenweinregionen ergeben – insbesondere für jene, die ihre Weine als eigenständig und limitiert positionieren können.

Auch der Markt für seltene Whiskys wird HSBC zufolge von einer sich wandelnden Käuferschaft geprägt. Dem Bericht zufolge interessieren sich zunehmend jüngere Konsumenten und mehr Frauen für Whisky, wodurch sich die Käuferbasis über das traditionelle Profil hinaus erweitert. Schottland bleibt zugleich eine dominante Kraft auf der Angebotsseite: Das Land exportiert dem Bericht zufolge jede Sekunde 43 Flaschen in mehr als 160 Märkte.

Ida Liu, Chief Executive Officer von HSBC Private Bank, erklärte in einer Stellungnahme, Asien trage dazu bei, den Markt für Spitzenweine neu zu prägen, da eine neue Generation von Sammlern „Neugier, Kultiviertheit und eine tiefe Wertschätzung für Handwerk und Herkunft“ mitbringe. Für viele Kunden gehe der Wert einer Sammlung über ihren finanziellen Wert hinaus und umfasse Entdeckungen, gemeinsame Erlebnisse und das, was von einer Generation an die nächste weitergegeben werde.

Naomi Alston, Managing Director von Justerini & Brooks, sagte, die wichtigste Botschaft des Berichts sei die Bedeutung des Genusses. Spitzenweine und seltene Whiskys könnten Gelegenheiten für Gespräche, Begegnungen und Gemeinschaft schaffen. Sammler schätzten die Beziehungen, die sich um diese Interessen entwickelten, oft ebenso sehr wie die Flaschen selbst.

Da die Studie von einer Privatbank und einem auf Luxusweine und -spirituosen spezialisierten Händler stammt, spiegelt sie die Ansichten und das Verhalten vermögender Kunden wider, nicht die des breiten Verbrauchermarkts. Dennoch bieten die Ergebnisse einen detaillierten Einblick darin, wie wohlhabende Käufer über sammelwürdige Getränke denken – zu einer Zeit, in der sich die Ausgabemuster im Luxussegment zwischen Regionen und Generationen verändern.

Für die Getränkeindustrie lautet die Botschaft: Die Nachfrage nach Spitzenweinen hält sich bei vermögenden Käufern nicht nur, sondern konzentriert sich zunehmend geografisch auf Asien und orientiert sich stärker an persönlichem Geschmack und Erlebnissen. Das könnte in den kommenden Jahren beeinflussen, wie Premiumerzeuger ihre Bestände auf den Markt bringen, Exportmärkte auswählen und um Sammler werben.