vinetur

Die 6 großen Trends des Alkohols für 2026

6 Trends, die den globalen Alkoholmarkt im Jahr 2026 bestimmen

Donnerstag, 8. Januar 2026



Mit Blick auf das Jahr 2026 durchläuft die Getränkeindustrie bedeutende Veränderungen, wobei neue Verbraucherverhaltensweisen und Markttrends ihre Zukunft prägen werden. Laut einer aktuellen Studie von IWSR beeinflussen sechs Hauptfaktoren die Richtung der Branche: die sich entwickelnde Beziehung der Generation Z zu Alkohol, die Auswirkungen der Erschwinglichkeit auf die Wahl der Verbraucher, die wachsende Bedeutung des globalen Reiseeinzelhandels (GTR), der Aufstieg von Ready-to-Drink-Getränken (RTD), ein breit angelegtes Wachstum in den

Entwicklungsmärkten und ein erneuter Fokus auf Innovation.

Die Generation Z, die zwischen Ende der 1990er und Anfang der 2010er Jahre geboren wurde, gibt den Alkohol nicht auf, sondern definiert neu, wie und wann sie ihn konsumiert. Daten aus der Bevtrac-Verbraucherforschung von IWSR im September 2025 zeigen, dass die Beteiligung der Generation Z am Alkoholkonsum im Vergleich zum Vorjahr stabil und höher ist als im Jahr 2023. Allerdings wird diese Gruppe immer wählerischer, da die durchschnittliche Anzahl der pro Gelegenheit konsumierten Getränkekategorien innerhalb von zwei Jahren von 2,8 auf 1,8 gesunken ist. Während die Generation Z nach wie vor die Altersgruppe ist, die am ehesten vorübergehende Trinkpausen einlegt - 53 % gaben an, eine Zeit lang abstinent zu sein, verglichen mit 39 % aller Trinker -, ist diese Rate seit dem letzten Jahr zurückgegangen, insbesondere in Ländern wie Australien und Großbritannien.

In Europa, Nordamerika, Australien, Südafrika und Japan konsumiert die Generation Z mit größerer Wahrscheinlichkeit Alkohol in Bars und Restaurants als ältere Erwachsene. In den Vereinigten Staaten gaben 47 % der Generation Z an, dass ihr letzter Alkoholkonsum in einer Gaststätte stattfand, verglichen mit 33 % aller Erwachsenen. Dieser Trend deutet darauf hin, dass die Beteiligung am Ausschank insgesamt zwar zurückgeht, jüngere Verbraucher aber nach wie vor die sozialen Erfahrungen schätzen, die mit dem Ausgehen verbunden sind.

Die Erschwinglichkeit ist ein weiterer Schlüsselfaktor, der das Verbraucherverhalten beeinflusst. Trotz eines gewissen wirtschaftlichen Aufschwungs in bestimmten Regionen schränkt das schleppende Lohnwachstum in wichtigen Industrieländern wie den Vereinigten Staaten, Deutschland, Frankreich und dem Vereinigten Königreich nach wie vor die Ermessensausgaben für Alkohol ein. Sowohl die unteren als auch die oberen Einkommensschichten schränken ihre Alkoholkäufe ein, wobei dies bei den Besserverdienenden seltener der Fall ist. In den USA verlagern sich die Verbraucher auf alternative Verpackungsformate - entweder kleinere oder größere Packungsgrößen - um ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis in Spirituosenkategorien wie Wodka, Whisky und Rum zu finden.

Der globale Reiseeinzelhandel entwickelt sich zu einem wichtigen Absatzkanal für Premium-Spirituosen. Da die US-Konsumenten ihre Ausgaben im oberen Segment des Marktes reduzieren - was sich auf Kategorien wie Tequila auswirkt -, wird erwartet, dass der zollfreie Verkauf bis 2029 einen Großteil des weltweiten Wachstums bei Prestigespirituosen ausmachen wird. Auch der asiatisch-pazifische Raum und Europa werden voraussichtlich einen positiven Beitrag zu diesem Segment leisten.

Ready-to-Drink-Getränke gewinnen weiter an Zugkraft als trendübergreifender Touchpoint innerhalb des Getränkealkohols. Persönliche Vorlieben sind nach wie vor der wichtigste Grund für die Wahl von RTDs (68%), aber auch Bequemlichkeit (39%) und Mäßigung (39%) sind zunehmend wichtige Faktoren, insbesondere bei jüngeren Verbrauchern. Der Geschmack ist jetzt in allen Altersgruppen das wichtigste Kriterium für die Wahl eines RTD-Produkts; 52 % der Verbraucher geben ihn als Hauptgrund für die Wahl eines RTD-Produkts an. Die Preissensibilität ist in Märkten wie Australien, Kanada, Südafrika und Japan am höchsten.

Die sich entwickelnden Märkte bieten breit angelegte Wachstumschancen für Getränkealkoholmarken, die über die traditionellen Hochburgen hinausgehen. Da die Einkommen steigen und sich die Verbraucherpräferenzen in Ländern wie Indien, Mexiko, Brasilien und Südafrika weiterentwickeln, wird erwartet, dass diese Regionen eine größere Rolle bei der globalen Expansion der Branche spielen werden.

Schließlich bleibt Innovation für Marken, die in einem schwierigen Marktumfeld zusätzliche Gewinne erzielen wollen, von entscheidender Bedeutung. Die Unternehmen investieren in neue Produktentwicklungen und Marketingstrategien, die auf die sich ändernden Verbraucherwünsche zugeschnitten sind - sei es, dass sie alkoholreduzierte Optionen für maßvolle Trinker anbieten oder mit neuen Geschmacksrichtungen und Verpackungsformaten experimentieren.

Die Getränkeindustrie sieht sich aufgrund der wirtschaftlichen Unsicherheit und der sich ändernden Prioritäten der Verbraucher mit anhaltenden Herausforderungen konfrontiert, findet aber durch Anpassung und Innovation immer wieder neue Möglichkeiten. In den nächsten Jahren wird es wahrscheinlich zu weiteren Entwicklungen kommen, da die Marken auf die sechs von der IWSR-Forschung

identifizierten Schlüsselfaktoren reagieren.

6 Key Drivers Shaping the Beverage Alcohol Market by 2026

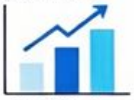
1. The Evolving Gen Z Consumer



Gen Z Redefines its Relationship with Alcohol

balancing discovery with selective drinking habits, focusing on intentionality and moderation.

[STATISTIC]



Participation

Fewer Categories per Occasion



FROM 2.8 TO 1.8



Enthusicam peeking, declining in some markets.



46%
Visited On-Trade on Last Occasion

Social Occasions Shift to Earlier, More Relaxed Moments

Driving demand for lighter, sessionable drinks like spritzes, brunch cocktails, and long drinks.

2. Affordability Reshapes Choice



Premiumization Becomes "Justifiable Spending"

More selective, seeking clear value and reason to trade up.

[STATISTIC]



[COMPARISON]





Consumers Seek Value in Smaller and Larger Formats

Little treats and miniatures for lower ts, larger formats for better price-per-serve.



Rising Incomes Not Boosting Consumption

Prioritizing sexing, slnggish wage growth drags discretionary spending.

3. Developing Markets Drive Growth



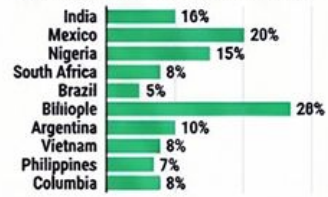
Developing Economies are Global Expansion Engines

Positive demographic and macroeconomic factors offsetting mature market stagnation.

India: Key Volume Growth Driver

US.India free trads agreement expected to sperk demand for imported spirits.

Top Volume Growth Markets 2024-2SF (%)



Consumers Exploring Beyond Traditional Categories

Growing interest in all spirits sub-categories, wines, and RTDs.

Targeted, Market-Specific Strategies Required

One-size-fite-all falls due to income, regulation, and taste differences.

4. Experience & Exploration in Global Travel Retail (GTR)



GTR Evolves into an Experience-Lod Destination

Discovery, storytelling, and exclusivity justify purchases.

[STATISTIC]



Forecast GTR Growth: US$4.2 Billion by 2034

Volume growth still lugs passenger traffic recovery.

Regional Spirits Growth Comparison



Europe: Standard

Asia-Pacific: Prestige Tier

Americas: Distributed Spending

5. RTDs: The Multi-Trend Touchpoint



Trends and Consummer Trends of Growth

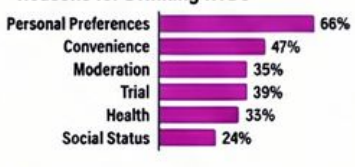
RTDs are a Key and Resilient Source of Growth

At the intersection of flavor, moderation, and convenience.

[STATISTIC] **Outpacing Total Alcohol Growth in 8 of 10 Key Markets**

Strongholds in US, Canada, and Japan, gaining total market share.

Reasons for Drinking RTDe



Flavor is the Undisputed Top Driver

Over 50% cite flavor, ahead of price.

6. The Increasing Importance of Innovation



Purposeful Innovation is a Strong Value Lever

Strategic innovation for incremental growth, not connibalization.

[STATISTIC]

55% of US$231 Billion Value Added Since 2015 Driven by Innovation

New product launches +5% CAGR, led by RTDs (+11% CAGR).

Five Innovation Forms:

- New-to-World Brands
- Brand Extensions
- Flavour Extensions
- Cross-Category Extensions