vinetur

Glühwein löst unter Chinas Jugend einen Boom beim Wintertrinken aus

Glühwein wird zur Feiertags-Obsession für junge Chinesen

Mittwoch, 14. Januar 2026



In China zeigen junge Verbraucher eine wachsende Vorliebe für Weißwein und Glühwein, auch in den Wintermonaten. Besonders deutlich wurde dieser Trend in der Woche zwischen Weihnachten und Neujahr, als die Verkäufe dieser Weine auf Meituan, der größten Instant-Retail-Plattform des Landes, in die Höhe schnellten. Der Anstieg der Nachfrage spiegelt eine allgemeine Verschiebung unter jüngeren Käufern hin zu

Käufen, die sich selbst belohnen, und zu rituellem Konsum wider.

Den Daten von Meituan Flash Buy zufolge war in der Woche vor Neujahr ein deutlicher Anstieg der Alkoholverkäufe unter jüngeren Verbrauchern zu verzeichnen. Der Verkauf von Weißwein hat sich im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt, während die Suchanfragen nach Glühweinsets im Vergleich zur Vorwoche um 212 % gestiegen sind. Diese Zahlen kursierten seit dem 30. Dezember in den chinesischen sozialen Medien, wobei die Daten den Heiligabend und den ersten Weihnachtstag abdeckten - die wichtigsten Momente für die Weihnachtsausgaben. Meituan führte den Anstieg auf junge Menschen zurück, die einen persönlichen Genuss und ein Gefühl für den Anlass suchen.

Weißwein, der für seinen leichteren Körper und seine blumigen oder fruchtigen Aromen bekannt ist, hat in den letzten zwei Jahren bei jungen chinesischen Verbrauchern, insbesondere bei Frauen, an Beliebtheit gewonnen. Der Verkauf konzentriert sich auf E-Commerce-Plattformen und kleine Weinbars. Neuseeländischer Sauvignon Blanc und deutscher Riesling haben sich als Favoriten herauskristallisiert. Weißwein, der traditionell als Sommergetränk gilt, entwickelte sich bis Dezember 2025 weiterhin gut. Dieser Trend wird nicht nur durch die Daten von Meituan, sondern auch durch die Importstatistiken gestützt. Im Oktober und November 2025 importierte China fast 800.000 Liter neuseeländischen Wein - ein Anstieg von 44,66 % im Vergleich zum Vorjahr -, während der Wert dieser Importe um 16 % auf 6,47 Millionen Dollar stieg, wie aus den offiziellen Zolldaten hervorgeht, die von Vino Joy News gemeldet wurden. Diese Zahlen deuten darauf hin, dass die chinesischen Importeure ihre Bestellungen in einer traditionell schwachen Saison für Weißwein erhöht haben.

Glühwein, der eng mit Winter- und Weihnachtstraditionen verbunden ist, hat sich auch bei jüngeren Verbrauchern in China zu einem Favoriten entwickelt. Seine Anziehungskraft liegt in seiner Neuartigkeit, den Do-it-yourself-Elementen und den starken visuellen Erzählungen - Qualitäten, die durch Lifestyle-Influencer auf Plattformen wie Xiaohongshu (Red Note) verstärkt werden. Diese Beliebtheit hat sich sofort in Verkäufe im Einzelhandel niedergeschlagen. In den Wintermonaten haben viele Einzelhändler auf Abruf Glühweinprodukte in ihr Angebot aufgenommen. Laut einem Bericht über Konsumtrends 2023 von Ele.me, der Lieferplattform von Alibaba,

verzeichnet Glühwein in China seit 2021 ein schnelles Wachstum, wobei die Nachfrage jeden November steigt und im Dezember ihren Höhepunkt erreicht. Innerhalb von drei Jahren stieg die Zahl der aktiven Händler, die Glühwein verkaufen, von knapp über 200 auf mehr als 15.000.

Wang Yutian, Marketingdirektor bei Torria China - dem Unternehmen, das hinter der Online-Weinmarke Knock Knock steht - sagte, dass der Sofortverkauf direkt auf "Selbstbelohnungs"-Konsumszenarien abzielt, zu denen Weißwein und Glühwein natürlich passen. Die starke Verbindung zwischen Glühwein und festlichen Anlässen in Verbindung mit den von Marken und Einzelhändlern während der Weihnachtszeit angebotenen Rabatten hat die Nachfrage weiter angekurbelt.

Obwohl die chinesischen Behörden in den letzten Jahren von großen Weihnachtsfeiern abrieten und einige Städte öffentliche Versammlungen einschränkten, sind die Feiertage für junge Leute und Paare nach wie vor eine wichtige Zeit, um für Essen und Trinken auszugeben. Als westlicher Feiertag, der mit Lifestyle-Erlebnissen und Kulinarik assoziiert wird, schafft Weihnachten weiterhin Möglichkeiten für westliche Lebensmittel und Weine in China. Wang stellte fest, dass die Nachfrage nach optisch ansprechenden und erlebnisorientierten Abendessen - im Internet oft als "schöne Mahlzeiten" bezeichnet - in dieser Zeit ungebrochen ist. "Davon profitiert natürlich auch der Wein", sagte er.

Neben Weißwein und Glühwein zeigten die Daten von Meituan auch, dass die Verkäufe von Weinbrand in der Woche vor Neujahr um mehr als 230 % im Vergleich zum Vorjahr gestiegen sind. Der Absatz von Craft-Bier stieg um über 100 %, während der Absatz von aromatisiertem Bier um mehr als 70 % zunahm. Meituan führt diese Zuwächse auf denselben Grund zurück: das wachsende Bedürfnis junger Verbraucher nach Selbstgenuss und ritualisiertem Konsum.

Die veränderten Trinkgewohnheiten der jungen chinesischen Verbraucher verändern sowohl die Einzelhandelsstrategien als auch die Importmuster auf dem chinesischen Getränkemarkt. Der Fokus auf persönlichen Genuss und festliche Rituale wird wahrscheinlich auch weiterhin beeinflussen, was in den chinesischen Städten während der Winterferien und darüber hinaus in die Gläser gefüllt wird.