

PRESSEMITTEILUNG

Wirtschaftslage dämpft Konsum: Wodka-Umsatz fällt um elf Prozent

Die aktuelle Marktforschungserhebung von CGA by NIQ zeigt: Das Konsumverhalten ändert sich – Cocktails und Aperitifs gewinnen zunehmend an Bedeutung.

Frankfurt am Main, 26. Mai 2025_Die gestiegenen Preise wirken sich spürbar auf den Konsum von Spirituosen in der Gastronomie aus. Eine aktuelle Erhebung des führenden Marktforschungsunternehmens CGA by NIQ zeigt, dass der deutsche Spirituosenmarkt sich im Zeitraum Januar bis Dezember 2024 insgesamt rückläufig entwickelte. So sanken die Umsätze um 7,1 % nach Wert und um 5,5 % nach Volumen. Besonders betroffen waren die Kategorien Brandy (-17,4 %), Gin (-8,0 %), weißer Rum (-13,2 %) und Wodka (-11 %).

Trotz dieser Entwicklung bleibt die Gastronomie ein zentraler Vertriebskanal für Spirituosen. Laut CGA by NIQ entfallen 54,5 % aller Ausgaben für Spirituosen auf den Außer-Haus-Konsum – von Bars und Kneipen bis hin zu gehobenen Restaurants.

Spirituosengenuss durch Inflation eher rückläufig

Die Erhebung zeigt auch: 43 % der Konsumenten, die regelmäßig Spirituosen trinken, fühlen sich durch die Krisen der vergangenen Jahre stark oder zumindest moderat betroffen. Der Durchschnittspreis pro 30 ml ist seit 2022 um 9,3 % gestiegen – gleichzeitig sanken die durchschnittlichen Ausgaben pro Konsument um 5,6 %. Ein Viertel der Konsumenten gibt an, gezielt auf günstigere Getränkealternativen umzusteigen – unabhängig von der Kategorie.

Cocktails überzeugen 32 % der experimentierfreudigen Verbraucher

Laut Erhebung greifen Gäste in Gastronomiebetrieben doppelt so häufig zu Cocktails wie zu reinen Spirituosen oder Spirituosen mit einem Mixer.

Ein weiteres Ergebnis: Aus Verbrauchersicht schneiden Cocktails hinsichtlich Preis-Leistungs-Verhältnisses, Attraktivität und Qualität besser ab als herkömmliche Spirituosen. Für Hersteller und Gastronomiebetriebe ergeben sich hier neue Potenziale. So könnte eine stärkere gemeinsame Bewerbung von Cocktailangeboten helfen, Umsätze im Vor-Ort-Konsum zu stabilisieren. Trotz höherer Preise greifen viele Konsumenten gezielt zu Cocktails, da sie diese als qualitativ hochwertiger und lohnenswerter im Hinblick auf das gesamte Trinkerlebnis wahrnehmen.

Aperitifs mit einem Umsatzwachstum von 13,3 %

Eine weitere Ausnahme im rückläufigen Spirituosenmarkt bildet die Kategorie der Aperitifs. Diese konnte im Jahr 2024 sowohl beim Volumen (+10,4 %) als auch beim Umsatz (+13,3 %) zulegen. Immer mehr Verbraucher entscheiden sich für Aperitifs – ein Anstieg um drei Prozentpunkte im Vergleich zu 2023. Hauptgründe: ein wachsendes Gesundheitsbewusstsein sowie der Wunsch nach Getränken mit niedrigerem Alkoholgehalt.

PRESSEMITTEILUNG

Miriam Stirnimann, Client Success und Insight Manager bei CGA by NIQ, erklärt:

„Sinkende Umsätze, veränderte Konsumgewohnheiten und ein wachsendes Gesundheitsbewusstsein stellen den Spirituosenmarkt vor neue Herausforderungen. Gleichzeitig bieten beliebte Kategorien wie Cocktails und Aperitifs Wachstumsperspektiven – insbesondere für Hersteller, die eng mit der Gastronomie zusammenarbeiten und auf die sich verändernden Bedürfnisse ihrer Gäste reagieren.“

Zum Report

Für diese Report-Ausgabe vom Januar 2025 wurden 1.000 Verbraucher ab 18 Jahren befragt. Sie stammen aus allen Regionen Deutschlands und müssen in der Regel mindestens einmal in einem Zeitraum von drei Monaten vor Ort ein Lokal besucht haben. Der CGA-Report liefert exklusive Erkenntnisse über das Konsumverhalten in verschiedenen Getränkekategorien und hilft damit Lieferanten und Gastronomen, Konsumgewohnheiten besser zu verstehen und ihre Verkaufs- und Marketingstrategien entsprechend anzupassen.

Den vollständigen Report können Sie [hier herunterladen](#).

Über das On-Premise Measurement (OPM)

CGA's On-Premise Measurement Service ist eine volumetrische Messung des Alkoholabsatzes in Bars, Pubs und Restaurants. On Premise Measurement (OPM) gibt Aufschluss über die Positionierung Ihrer Marke im On-Premise-Markt und darüber, wie sich Anteil, Rang und Trend im Laufe der Zeit verändern, um die Marktleistung im Vergleich zu Mitbewerbern und zur Kategorie zu verdeutlichen.

Über CGA by NIQ

CGA by NIQ liefert aussagekräftige Verbraucherdaten aus der Gastronomie, die den erfolgreichsten Lebensmittel- und Getränkemarken der Welt neue Wachstumschancen aufzeigen. Mit mehr als 30 Jahren erstklassiger Forschung, Daten und Analysen bietet CGA by NIQ den kompletten Überblick (TM).

CGA by NIQ arbeitet mit Lebensmittel- und Getränkeliieferanten, Markeninhabern, Großhändlern, Regierungsbehörden, Caterern, Bars und Restaurants zusammen, um die Zukunft des Vor-Ort-Erlebnisses zu schützen und zu gestalten. Mit den umfangreichsten und genauesten Messungen und den daraus gewonnenen Erkenntnissen bietet CGA by NIQ einen Wettbewerbsvorteil bei der Entwicklung erfolgreicher Strategien für On-Premise-Unternehmen.

Das 1923 gegründete NIQ ist ein Portfoliounternehmen von Advent International.

Weitere Informationen finden Sie unter NIQ.com oder www.cgastrategy.com.

Für alle Anfragen:

Stefanie Gorzolka

ELEMENT C GmbH

Communications Agency

t +49 89 720 137 – 19

f +49 89 720 137 – 10

e s.gorzolka@elementc.de