



Nr. 6/2026  
24. März 2026

– Pressemitteilung –

## Wodka: Klare Perspektiven für einen Spirituosenklassiker

**Bonn (BSI) – Mit einem Anteil von 16 Prozent ist Wodka nach Likören ein absatzstarkes Spirituosen-Segment. Seine reinen, klaren und neutralen Eigenschaften machen ihn zu einem zentralen Bestandteil moderner Bar- und Cocktailkultur. Dank fortschrittlicher und qualitativ hochwertiger Herstellungsverfahren wie mehrfacher Destillation und sorgfältiger Filtration entwickelt sich der Wodka-Markt kontinuierlich weiter. Doch was zeichnet Wodka eigentlich aus? Wie wird er hergestellt? Wer genießt ihn – und zu welchen Anlässen? Welche Trends und Regularien bestimmen den Markt?**

### Wodka – Vielseitigkeit in Cocktails und purer Genuss

Wodka ist ein Synonym für Reinheit und Klarheit. Anders als Spirituosen mit intensiven Aromen oder süß-fruchtigen Profilen überzeugt Wodka durch seinen neutralen Geschmack, der ihn zum unverzichtbaren Bestandteil von klassischen und modernen Cocktails macht. Auch als eisgekühlter Pur-Genuss erfreut sich Wodka wachsender Beliebtheit. Die Absätze liegen mit rund 16 Prozent hinter Likören (28 Prozent), bleiben jedoch trotz leichter Rückgänge relativ stabil im Gesamtmarkt. Premiumisierung, Innovation und veränderte Konsumgewohnheiten prägen derzeit die Entwicklungen am Wodka-Markt.

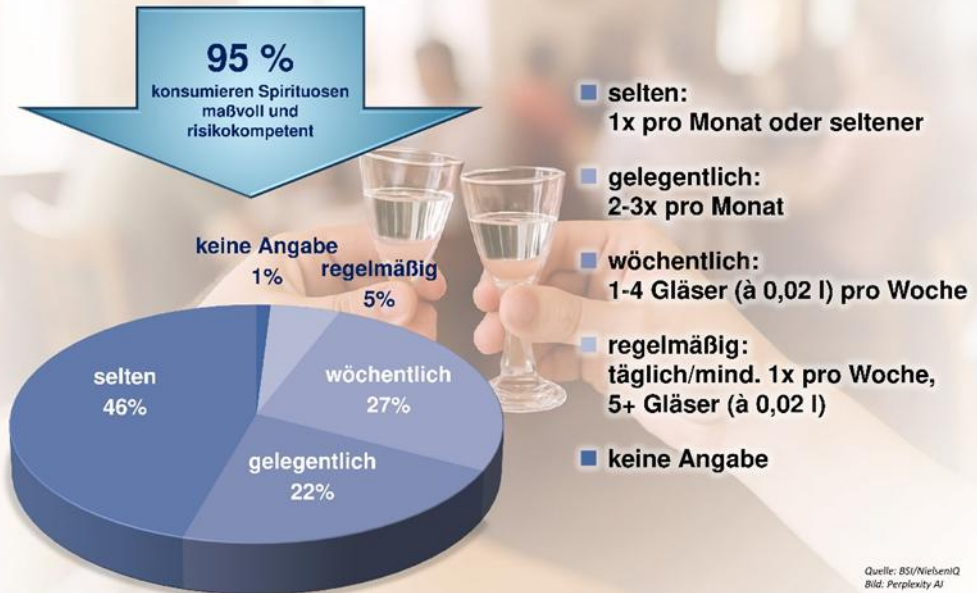
Eine Studie der Firma NielsenIQ (Germany) GmbH im Auftrag des Bundesverbandes der Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI) zum Genuss von Spirituosen in Deutschland zeigt, dass Spirituosen und spirituosenhaltige Getränke von 71 Prozent der Erwachsenen genossen werden. Hiervon genießt der überwiegende Teil (46 Prozent) die Produkte nur selten (1-mal pro Monat oder seltener), 27 Prozent ein bis vier Gläser à 0,02 Liter pro Woche und 22 Prozent gelegentlich (2- bis 3-mal pro Monat). Dabei geht der Trend zur Premiumisierung – gesetzt wird auf Qualität statt Quantität.

Betrachtet man die **Konsumgelegenheiten**, liegt Wodka mit 35 Prozent vor Likör (30 Prozent) und Whisk(e)y (26 Prozent) an der Spitze der Beliebtheit. Auf der Konsumentenseite spielen bei Spirituosen wie Wodka insbesondere Qualität und Hochwertigkeit sowie gesellschaftliche Anlässe und Zusammenkünfte eine wichtige Rolle. Vor allem jüngere, erwachsene Zielgruppen entdecken Wodka als Basis für kreative Cocktails und Mixgetränke.



# Spirituosen-Konsummuster in Deutschland

71 % der Befragten über 18 Jahren haben Spirituosengetränke genossen – davon:



Quelle: DALL-E, OpenAI

## Zukunftsausblick 2026: Evolution der Cocktailkultur

Der Trend zu hochwertigem Wodka und Premiumisierung sowie internationaler Cocktailkultur zeigt sich auch Anfang 2026 relativ stabil. Wodka bleibt ein vielseitiger Partner in der modernen Bar, egal ob als Basis für klassische Drinks wie „Moscow Mule“ und „Cosmopolitan“ oder als puristischer Genuss – eisgekühlt und in bester Gesellschaft. Hersteller profitieren von Innovationen in Geschmack, Design und Mixability.

*„Für das Jahr 2026 erwarten wir keine grundlegende Marktverschiebung. Der Wodka-Markt in Deutschland bleibt ein attraktives Spielfeld für etablierte Marken und neue Anbieter. Innovationskraft und die Fähigkeit, sich an veränderte verantwortungsbewusste Konsumgewohnheiten – zum Beispiel in Cocktails – anzupassen, machen Wodka zu einem zukunftsfähigen Segment der Spirituosenbranche“,* so Angelika Wiesgen-Pick, Geschäftsführerin des BSI.

### **Rechtlicher Rahmen: Wann darf sich ein Produkt „Wodka“ nennen?**

In Deutschland und der EU ist die Bezeichnung „Wodka“ klar geregelt. Grundlage ist die EU-Spirituosenverordnung (EU) 2019/787, die unmittelbar in allen Mitgliedstaaten gilt. Demnach darf sich ein Getränk nur dann „Wodka“ nennen, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- Der Alkoholgehalt beträgt mindestens 37,5 Volumenprozent.
- Wodka wird aus Ethylalkohol landwirtschaftlichen Ursprungs durch Gärung mit Hefe aus Kartoffeln oder Getreide oder beidem oder sonstigen landwirtschaftlichen Rohstoffen gewonnen.
- Er wird so destilliert, dass der typische Geschmack der Ausgangsstoffe und der Nebenprodukte der Gärung weitgehend abgeschwächt wird.
- Anschließend kann das Produkt noch einmal destilliert und/oder mit geeigneten Hilfsstoffen behandelt werden, um ihm besondere Geschmacks- und Geruchseigenschaften zu geben.
- Zur Aromatisierung dürfen nur natürliche Aromastoffe aus den vergorenen Ausgangsstoffen oder Aromaextrakte verwendet werden. Außerdem kann dem Wodka ein besonderer Geschmack verliehen werden, der vom Hauptgeschmack abweicht.
- Wodka darf nicht gefärbt, aber zur Abrundung des Geschmacks gesüßt werden (max. 8 g/l als Invertzucker gerechnet).

### **Über den BSI:**

Der **Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und Importeure e. V. (BSI)** ist die zentrale Dialog-Plattform und das **politische Sprachrohr** der deutschen Spirituosenbranche. Mit rund 250 Mitgliedern – von Familienunternehmen über Craft-Hersteller bis hin zu internationalen Konzernen – steht der Verband für Vielfalt, Genuss, Verantwortung und Tradition.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

(Die Presseerklärung Nr. 6/2026 finden Sie auch im Internet unter: [www.spirituosen-verband.de/kommunikation-presse#pressemitteilungen.](http://www.spirituosen-verband.de/kommunikation-presse#pressemitteilungen))

Zeichen: 4.796

Fragen beantwortet Ihnen gerne:

**BSI-Geschäftsstelle**

**Angelika Wiesgen-Pick**

**Geschäftsführerin**

**Pfaffenweg 15**

**53227 Bonn**

**Telefon: 0228 53994-0**

**Telefax: 0228 53994-20**

**E-Mail: [info@bsi-bonn.de](mailto:info@bsi-bonn.de)**

**Internet: [www.spirituosen-verband.de](http://www.spirituosen-verband.de)**

