EUROPEAN-NEWS-AGENCY.COM

EUROPEAN NEWS AGENCY

International Press Service

Ressort: Kunst, Kultur und Musik

# Neuer ProSpirits Report

Düsseldorf, 30.07.2025 [ENA]

Mit dem ersten ProSpirits Report 2025 liefern die Hochschule Geisenheim und die ProWein spannende Einblicke in Trends und Strategien, die das Spirituosenmarketing der kommenden Jahre prägen werden. Vorgestellt wurde der Bericht erstmals auf der ProWein 2025 – jetzt können Sie die Diskussion als Aufzeichnung im ProWein Business Talk am 14. August um 13 Uhr noch einmal in voller Länge erleben.

Die globale Spirituosenindustrie steht an einem Wendepunkt – und der erste ProSpirits Report: The Future of Spirits bringt auf den Punkt, worum es jetzt geht: Chancen erkennen, Risiken angehen und das Tempo anziehen.

Über 200 Branchenprofis aus 45 Ländern haben mitgewirkt. Das Ergebnis: ein faktenbasierter Realitätscheck. Wer mitspielen will, muss die Spielregeln kennen. Wer gewinnen will, muss schneller und smarter agieren als der Rest.

Konsumgewohnheiten verändern sich radikal. Neue Kategorien wie alkoholfreie und alkoholreduzierte Spirituosen greifen an. Der Wettbewerb wird härter. Wer sich jetzt nicht anpasst, wird vom Markt überrollt. In dieser dynamischen Phase sind belastbare Daten und der Wille zur Veränderung überlebenswichtig. Daher hat die ProWein diesen Report für ihren Spirituosenbereich ProSpirits initiiert. Federführend war Professor Dr. Simone Loose von der Hochschule Geisenheim. Das Ergebnis: geballtes Branchenwissen, praxisnah verdichtet und klar gegliedert in vier zentrale Themenfelder:
Aktuelle Lage und Wachstumschancen
Neue Trends, die das Geschäft neu definieren
Erwartungen an Marktsegmente und Vertriebskanäle
Entwicklungen auf intern. Märkten

Trotz aller wirtschaftlichen Gegenwinde ist die Grundstimmung besser als erwartet. Die meisten Unternehmen bewerten ihre Lage als gut oder zumindest zufriedenstellend – der Handel sogar etwas optimistischer als die Produzenten. Für 2025 rechnet fast die Hälfte mit einer Verbesserung der Wirtschaftslage. Aber: Nur wer jetzt innovativ und offensiv handelt, wird davon profitieren.
Wer in neuen Märkten aktiv wird und über clevere Vertriebskanäle skaliert, verschafft sich entscheidende Vorteile.

**Redaktioneller Programmdienst:**
**European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

**Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.






Trends, die zählen: Low & No setzen zur Eroberung an.
Alkoholfreie und alkoholreduzierte Spirituosen sind längst mehr als ein Nischenphänomen – sie sind der nächste große Wachstumstreiber. Während der Handel besonders in Rum (62 \%), Whisky (54 \%) und alkoholfreien Spirituosen (53 \%) Potenzial sieht, setzen die Produzenten auf Low-Alcohol-Varianten (55 \%), RTD-Drinks (53 \%) und alkoholfreie Optionen (47 \%). Bis 2030 sollen alkoholfreie Spirituosen bereits 10 \% Marktanteil nach Volumen und 8 \% nach Wert erreichen – eine explosive Entwicklung angesichts der aktuellen Definition von Spirituosen.

Was zieht wirklich?
Authentizität, regionale Herkunft, handwerkliche Produktionsweisen. Craft-Spirits, Mixology und RTDs prägen die Szene – additivefreie Produkte, Einwegformate und Cannabis-Mixes bleiben Randerscheinungen.
Digitalisierung: Wer hier zaudert, verliert
Digitale Kompetenz ist kein Bonus – sie ist Pflicht. 70 \% der Branchenkenner fordern mehr Digital-Power, vor allem im Marketing. 64 \% sagen klipp und klar: Ohne digitales Know-how keine Zukunft.

Künstliche Intelligenz? Noch zögerlich betrachtet – aber Professor Loose stellt klar: KI ist da, sie funktioniert – in anderen Branchen längst erfolgreich im Einsatz. Die Spirituosenbranche darf hier nicht den Anschluss verpassen.

Internationale Märkte: Wachstum ja – aber mit Risiken
81 \% der Produzenten wollen ins Ausland expandieren – aber nur die Großen sind für die komplexe Welt der Regulierungen und Logistik wirklich gerüstet. Kleine Anbieter haben es schwerer, müssen aber trotzdem den Sprung wagen.
Top-Ziele: USA (58 \%), Deutschland (49 \%), UK (36 \%). Dynamik kommt auch aus Asien: China, Japan (je 35 \%), Indien (31 \%). Sogar Afrika (33 \%) steht immer mehr auf dem Radar.
Aber: Handelskonflikte und Zölle nehmen zu. Wer stur plant, scheitert. Wer flexibel, informiert und schnell handelt, gewinnt.
Fazit: Die Zukunft gehört den Mutigen
Die Branche steht unter Druck – aber genau jetzt entstehen die größten Chancen. (P.S.)

Bericht online lesen: https://pfaffconsult.en-a.de/kunst_kultur_und_musik/neuer_prospirits_report_-91901/

Redaktion und Verantwortlichkeit:
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Karl J. Pfaff

**Redaktioneller Programmdienst:**
**European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

**Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.