vinetur

Schaumwein verzeichnete im US-Einzelhandel ein Umsatzplus von 0,6 %.

NielsenIQ zufolge sank die breitere Weinkategorie in den vier Wochen bis zum 15. August wertmäßig um 3,4 %.

Donnerstag, 27. August 2026



Schaumwein kehrte in den vier Wochen bis zum 15. August im US-Einzelhandel zum Wachstum zurück, während die breitere Weinkategorie weiter an Boden verlor und Stillwein unter Druck blieb, wie aus einem neuen NielsenIQ-Bericht hervorgeht.

Über die erfassten Einzelhandelskanäle in den Vereinigten Staaten gingen die Weinverkäufe im Vergleich zum Vorjahreszeitraum wertmäßig um 3,4 % und mengenmäßig um 4,6 % zurück. Die Daten schließen weinbasierte Cocktails aus und spiegeln die von NielsenIQ erfasste Einzelhandelsdistribution wider, nicht den gesamten US-Weinmarkt.

Stillwein war für einen Großteil des Rückgangs verantwortlich. NielsenIQ teilte mit, dass die Stillweinverkäufe im Vier-Wochen-Zeitraum wertmäßig um 4,0 % und mengenmäßig um 5,1 % zurückgingen. Schaumwein entwickelte sich in die andere Richtung und verbuchte ein Umsatzplus von 0,6 % sowie ein Mengenplus von 0,3 %. Die Entwicklung ist deshalb bedeutsam, weil die Kategorie zu den wenigen Lichtblicken in einem Markt gehört, der physisch weiter schrumpft, mit weniger verkauften Einheiten, selbst wenn sich die Wertverkäufe besser halten.

Auch alkoholfreier Wein wuchs weiter deutlich schneller als der übrige Markt. NielsenIQ berichtete, dass die Verkäufe alkoholfreien Weins gegenüber dem Vorjahreszeitraum wertmäßig um 17,6 % und mengenmäßig um 14,2 % stiegen. Damit blieb das Segment im zweistelligen Wachstum und setzte ein Muster fort, das es von traditionellen Weinkategorien abhebt.

Die Lücke zwischen Wert- und Mengenverkäufen deutet darauf hin, dass der durchschnittliche Wert pro verkaufter Einheit etwas höher war als vor einem Jahr. Auf Basis der NielsenIQ-Daten ergab sich für die gesamte Weinkategorie ein impliziter Anstieg des durchschnittlichen Werts pro Einheit von etwa 1,3 %. Bei alkoholfreiem Wein lag der implizite Anstieg bei etwa 3,0 %. Diese Unterschiede können mehrere Faktoren widerspiegeln, darunter Preisgestaltung, Produktmix und Promotionen, doch die NielsenIQ-Daten trennen diese Effekte nicht auf.

Die jüngsten Zahlen fielen etwas weniger negativ aus als im vorangegangenen rollierenden Vier-Wochen-Zeitraum bis zum 8. August. Gegenüber diesem früheren Fenster verringerte sich der Rückgang wertmäßig um 0,4 Prozentpunkte und mengenmäßig um 0,5 Prozentpunkte. Da es sich bei den Berichtszeiträumen um gleitende Fenster handelt, die sich teilweise überschneiden, ist der Vergleich keine saubere Woche-für-Woche-Gegenüberstellung, zeigt aber doch eine gewisse

Abflachung des Rückgangstempos.

Die Entwicklung der Anbieter war gemischt. NielsenIQ zufolge verlor The Wine Group 240.000 Kisten in der Menge und sah den Umsatz um 9,3 % sinken. Deutsch Family entwickelte sich in die andere Richtung, gewann 27.000 Kisten hinzu und steigerte den Umsatz um 5,3 %. Die Zahlen verweisen auf einen Markt, in dem die Gesamtnachfrage weiterhin schwach bleibt, einige Produzenten aber über Kategoriepräsenz, Markenpositionierung oder Kanalerfolg dennoch Wachstum erzielen.

Der Bericht liefert weitere Hinweise darauf, dass das US-Weingeschäft weiterhin zwischen schwächerer Mainstream-Nachfrage und einer kleineren Zahl von Kategorien gespalten ist, die noch zulegen. Stillwein verzeichnet weiterhin die stärksten Rückgänge sowohl wert- als auch mengenmäßig, während Schaumwein wieder ins positive Terrain vorgestoßen ist und alkoholfreier Wein seinen starken Schwung beibehält.

Die NielsenIQ-Zahlen decken die erfasste Einzelhandelsdistribution ab und umfassen weder den gesamten US-Weinverkauf noch den Gastgewerbesektor, in dem Restaurant- und Barumsätze anderen Mustern folgen können. Die Daten erlauben zudem keine präzise Aufschlüsselung, wie viel der Wertentwicklung auf höhere Preise, einen veränderten Produktmix oder Promotions zurückzuführen ist. Selbst mit diesen Einschränkungen zeigt der jüngste Bericht einen Markt, der mengenmäßig weiter schrumpft, wobei sich Schaumwein und alkoholfreier Wein deutlich vom breiteren Rückgang abheben.