vinetur

Kanadischer Whiskyabsatz sank im Juli in den US-Kontrollstaaten um 8,5 %

NABCA sagte, die Kategorie sei das einzige große Spirituosensegment gewesen, das in allen erfassten Märkten zurückging.

Mittwoch, 2. September 2026



Der Absatz von kanadischem Whisky in den US-Kontrollstaaten ist im Juli deutlich zurückgegangen und verzeichnete das schwächste Ergebnis unter allen großen Spirituosenkategorien in den jüngsten Monatsdaten der National Alcohol Beverage Control Association. Zudem war es die einzige Kategorie, die in jedem Markt des Panels nachgab.

Die NABCA-Zahlen für Juli 2026 zeigen, dass das Volumen von kanadischem Whisky im Einzelhandel gegenüber dem Vorjahr um 8,5 % zurückging, gemessen in 9-Liter-Kistenäquivalenten. Der Wert sank im selben Zeitraum um 8,4 %. Über die 12 Monate bis Juli lag die Kategorie beim Volumen 7,4 % und beim Wert 7,9 % im Minus, was auf einen anhaltenden Rückgang hindeutet, der sich im jüngsten Monat noch verschärfte.

Der monatliche Rückgang lag um 1,1 Prozentpunkte tiefer als der rollierende 12-Monats-Rückgang beim Volumen. Dieser Abstand deutet darauf hin, dass sich die Kategorie im Sommer weiter abgeschwächt hat, statt lediglich im gleichen Tempo weiterzulaufen. Dass der Wert im 12-Monats-Zeitraum leicht stärker fiel als das Volumen, spricht zudem für Druck auf die Preisgestaltung oder den Absatzmix, wobei Produkte mit niedrigeren Preisen oder stärkere Rabatte vermutlich eine Rolle spielten. Der öffentliche Bericht der NABCA enthält keine absoluten Preisdaten für die Kategorie, sodass sich diese Verschiebung nicht direkt messen lässt.

Der Einbruch kam zu einem Zeitpunkt, als der breitere Spirituosenmarkt in den Kontrollstaaten beim Volumen nahezu stagnierte, beim Umsatz aber schwächer ausfiel. Über alle Spirituosenkategorien hinweg stiegen die Juli-Verkäufe in den 18 von NABCA erfassten Kontrollmärkten mengenmäßig um 0,3 % auf 5.538.845 9-Liter-Kisten, während der Einzelhandelswert um 2,2 % auf 1,143 Milliarden Dollar sank. Daraus ergab sich ein impliziter Preis- und Mixeffekt von etwa -2,5 %, was bedeutet, dass zwar etwas mehr Produkt verkauft wurde, der Umsatz je Kisteneinheit aber zurückging.

Der geringe Volumenzuwachs des Gesamtmarkts spiegelte keine Erholung bei klassischen Destillaten wider. Das Wachstum wurde vor allem vom Cocktails-Segment getragen, angeführt von abgefüllten Ready-to-drink-Produkten in Dosen. Diese Kategorie legte im Juli beim Volumen um 19,5 % und beim Wert um 18,5 % zu, deutlich stärker als der Rest des Marktes und kompensierte Rückgänge in mehreren etablierten

Kategorien.

Vor diesem Hintergrund war die Entwicklung von kanadischem Whisky deutlich schwächer als die anderer Whiskys und großer brauner Spirituosen. Scotch Whisky legte im Juli beim Volumen um 3,2 % zu, Tequila um 3,1 %. Irish Whiskey stieg um 0,4 %. Auch Liköre und Cachaça wuchsen im Monatsvergleich. Nach kanadischem Whisky waren Cognac und Brandy die zweitgrößten Verlierer; beide lagen beim Volumen und Wert 6,4 % im Minus, gefolgt von Gin, Rum und American Whiskey.

Auch das 12-Monats-Bild fiel für kanadischen Whisky negativ aus. Die rollierenden Daten der NABCA zeigen, dass die Kategorie bis Juli beim Volumen um 7,4 % und beim Wert um 7,9 % nachgab – ein stärkerer Rückgang als im gesamten Kontrollstaaten-Markt, wo das gesamte Spirituosenvolumen um 0,6 % zurückging und der Wert um 2,6 % fiel. Nur Cocktails, Tequila und Cachaça erzielten über den gesamten 12-Monats-Zeitraum beim Volumen Wachstum, und nur Cocktails und Cachaça legten auch beim Wert zu.

Die Daten beziehen sich auf Staaten und Jurisdiktionen, in denen der Alkoholverkauf über staatliche Kontrollsysteme abgewickelt wird, nicht auf den gesamten US-Markt. Das heißt, die Ergebnisse sind ein wichtiger Indikator für die Absatzlage, sollten aber nicht als landesweite Gesamtsumme verstanden werden. NABCA erklärte außerdem, dass die Juliergebnisse von mehreren marktspezifischen Störungen beeinflusst wurden. Michigan hatte vier Verkaufstage weniger als im selben Monat des Vorjahres. Utah änderte das Betriebsmodell für Package Agency Stores und stellte von einem traditionellen Kaufmodell auf ein transferbasiertes System um. Gleichzeitig profitierte New Hampshire von starker Promotionstätigkeit im Zusammenhang mit seiner Summertime Bonus Card Bonanza.

Diese lokalen Faktoren zeigten im Kontrollstaaten-Panel deutliche Auswirkungen. New Hampshire verzeichnete im Juli einen Anstieg des gesamten Spirituosenvolumens um 21,5 % und des Werts um 21,1 %, wobei NABCA den Schub unter anderem mit Aktionen in Verbindung brachte, die Kategorien wie Scotch und Tequila unterstützten. Michigan entwickelte sich in die entgegengesetzte Richtung: Das gesamte Spirituosenvolumen sank um 10,5 %, der Wert um 11,3 %. Utah meldete Rückgänge

von 7,4 % beim Volumen und 10,9 % beim Wert.

Trotz dieser Verzerrungen war der Rückgang bei kanadischem Whisky breit angelegt und nicht auf wenige Jurisdiktionen konzentriert. NABCA sagte, die Kategorie sei in jedem Kontrollstaat des Panels gefallen, was das Ergebnis bedeutsamer macht als einen Rückgang, der durch das Kalender- oder Lagerproblem eines einzelnen Marktes verursacht worden wäre. Der Bericht veröffentlicht keine absoluten Absatz- oder Wertzahlen für kanadischen Whisky in allen Berechnungen im frei zugänglichen Bereich, sodass sich die genaue Zahl der verlorenen Kisten und Dollar für die Kategorie aus den öffentlichen Tabellen nicht ableiten lässt.

Die breitere Kategorienrangfolge hilft, den Druck auf kanadischen Whisky zu erklären. Vodka blieb im Juli nach Volumen und Wert die größte Spirituosenkategorie, trotz Rückgängen von 2,2 % beziehungsweise 3,4 %. American Whiskey war nach Volumen die zweitgrößte Kategorie und nach Wert die drittgrößte, obwohl auch hier ein Minus zu verzeichnen war: 3,6 % beim Volumen und 3,5 % beim Wert. Tequila belegte beim Wert Rang zwei und legte beim Volumen weiter zu, auch wenn sein Wert um 1,6 % sank. Das zeigt, dass einige Kategorien weiterhin mehr Kisten bewegen, zugleich aber selbst mit Preis- und Mixdruck konfrontiert sind.

Scotch zeigte ein ähnliches Muster. Der Volumenzuwachs von 3,2 % im Juli führte nur zu einem Wertanstieg von 0,1 %. Das war dennoch deutlich besser als bei kanadischem Whisky, der in beiden Kennzahlen und auch auf rollierender Jahresbasis an Boden verlor. Irish Whiskey, der im Juli zwar nur moderat wuchs, schnitt ebenfalls besser ab als kanadischer Whisky, weil er einen monatlichen Volumenrückgang vermied.

Der Zeitpunkt der jüngsten Zahlen fällt in eine Phase, in der die Handelsspannungen zwischen den Vereinigten Staaten und Kanada weiterhin Teil des breiteren wirtschaftlichen Umfelds für Alkoholhersteller sind. Branchenberichte weisen darauf hin, dass beide Länder neue Zölle auf eine Reihe von Waren verhängt haben und dass die meisten kanadischen Provinzen ab 2025 US-Alkohol aus staatlich betriebenen Einzelhandelssystemen entfernt haben. Der NABCA-Bericht für Juli nennt keinen Grund für den Absatzrückgang von kanadischem Whisky in den US-Kontrollstaaten, und die verfügbaren Daten trennen den Effekt von Handelspolitik nicht von Preisen,

Promotionen, Verbrauchernachfrage oder Konkurrenz durch andere Spirituosen und Ready-to-drink-Produkte.

Die Zahlen zeigen jedoch klar, dass kanadischer Whisky Marktanteile in einem Umfeld verliert, in dem das Wachstum eng begrenzt und konzentriert ist. Das gesamte Spirituosenvolumen in den Kontrollstaaten stieg nur, weil Cocktails stark zulegten. Ohne dieses Segment hätte der Markt im Juli eine breitere Schwäche gezeigt. Über die vergangenen 12 Monate galt dasselbe Muster. Traditionelle Spirituosenkategorien waren meist stabil oder rückläufig, während Ready-to-drink-Produkte die stärkste Wachstumsquelle lieferten.

Dieses Muster zeigte sich auch in Dollarzahlen. Cocktails standen für einen bedeutenden Teil des gesamten Kistenwachstums, aber für einen kleineren Anteil am Gesamtumsatz, was einen niedrigeren durchschnittlichen Wert je Kiste widerspiegelt als bei Kategorien wie Vodka, Tequila und Whiskey. Für Anbieter von kanadischem Whisky schafft das ein schwieriges Umfeld. Die Kategorie verliert nicht nur aus eigener Kraft, sondern steht auch in einem Markt im Wettbewerb, in dem ein großer Teil des Wachstums von Produkten außerhalb des klassischen Whiskey-Segments kommt.

Die On-Premise-Daten der NABCA wiesen in dieselbe Richtung. In Bars, Restaurants und anderen lizenzierten Betrieben in den Kontrollstaaten stieg das Spirituosenvolumen im Juli um 0,2 %, der Wert sank jedoch um 2,5 %. Für die 12 Monate bis Juli nahm das On-Premise-Spirituosenvolumen um 0,5 % zu, während der Wert um 1,7 % zurückging. Die Trennung zwischen Volumen und Dollar in diesem Kanal spiegelt den breiteren Einzelhandelstrend wider und deutet auf anhaltenden Preis- und Mixdruck im Markt hin, auch für Whiskykategorien, die bereits Kistenabsatz verlieren.