vinetur

Schaumweine trotzen dem Abschwung bei Wein und Spirituosen in den USA

Der Champagnerumsatz stieg in drei Monaten um 14,7 % und machte Wein zu einem der wenigen Wachstumspunkte des Marktes.

Dienstag, 15. September 2026



Neue Daten der Wine & Spirits Wholesalers of America zeigen, dass die Wein- und Spirituosenverkäufe in den USA insgesamt weiterhin zurückgehen, einige Weinkategorien jedoch Anzeichen einer Verbesserung zeigen, vor allem Schaumweine

und Sauvignon Blanc.

Laut dem WSWA-Datentracker SipSource sank das Gesamtvolumen von Wein und Spirituosen in den 12 Monaten bis Juli um 6,8 %, während der Umsatz im selben Zeitraum um 6,1 % zurückging. Auch der jüngere Drei-Monats-Trend blieb negativ: Das Volumen lag um 6,2 % niedriger, der Umsatz um 6,1 %.

Innerhalb dieses schwächeren Marktes zeigte der Wein einige Stärken. In den vergangenen drei Monaten stieg der Champagnerumsatz um 14,7 %, Prosecco legte um 10,2 % zu und Sauvignon Blanc gewann 3,2 %, wie aus den WSWA-Daten hervorgeht, über die Shanken News Daily am Montag berichtete. Diese Zuwächse hoben sich vom breiteren Abschwung ab und deuten darauf hin, dass einige Verbraucher weiterhin in Kategorien mit klarer Identität oder etablierter Nachfrage Geld ausgeben.

Die Daten wiesen auch auf eine Trennung nach Preis hin. Die Umsatzentwicklung bei Weinen über 16 US-Dollar war deutlich besser als bei günstigeren Flaschen. In den vergangenen 12 Monaten verzeichnete das Weinsegment ab 50 US-Dollar ein Plus von 0,9 % und gehörte damit zu den wenigen Bereichen des Berichts, die im positiven Bereich blieben. Das deutet darauf hin, dass das obere Weinpreissegment besser durchgehalten hat als viele mittlere und untere Preisklassen, selbst als der Markt insgesamt schrumpfte.

Spirituosen entwickelten sich im jüngsten Bericht schwächer als Wein. In den vergangenen drei Monaten sank das Volumen bei Spirituosen um 5,7 %, der Umsatz fiel um 7,1 %, eine schwächere Entwicklung als im Vormonat, so die WSWA. Die Gruppe sagte, die wachsende Lücke zwischen Volumen und Umsatz spiegele den anhaltenden Druck auf die Premiumisierung wider, da Verbraucher dem Preis-Leistungs-Verhältnis mehr Gewicht beimessen.

Dieser Druck zeigte sich über alle Spirituosen-Preisklassen hinweg. Wie die Daten zeigten, liegen inzwischen alle Umsatzklassen um mehr als 5 % im Minus. Das Segment von 50 bis 99,99 US-Dollar sank um 9,5 %, und alle Spirituosen über 50 US-Dollar lagen 8,9 % niedriger. Diese Zahlen deuten darauf hin, dass Verbraucher nicht nur bei den Gesamtkäufen zurückhaltender sind, sondern auch bei höherpreisigen Flaschen, die in

den vergangenen Jahren vom Wechsel in höhere Preisklassen profitiert hatten.

Für die Getränkeindustrie ist die Aufschlüsselung wichtig, weil sie in einer Zeit anhaltend schwacher Marktnachfrage Kauf-, Preis- und Lagerentscheidungen beeinflussen kann. Die Zuwächse bei Champagner, Prosecco und Sauvignon Blanc verweisen auf Kategorien, die trotz sinkender Gesamtvolumina weiterhin Verbraucherinteresse wecken. Gleichzeitig könnten die schwächeren Ergebnisse in vielen Premium-Spirituosenklassen Großhändler, Einzelhändler und Lieferanten dazu veranlassen, ihre Preisstrategie und ihren Produktmix genauer zu prüfen.

Der Bericht zeigte zudem einen Unterschied zwischen dem Verkauf in Bars und Restaurants und dem Verkauf über den Handel. Das On-Premise-Geschäft schnitt im jüngsten 12-Monats-Zeitraum besser ab als der Off-Premise-Bereich. Das gesamte On-Premise-Volumen bei Wein und Spirituosen sank um 2,8 %, verglichen mit einem Rückgang von 7,5 % im Off-Premise-Bereich. Diese Lücke zeigt, dass Verbraucher zwar insgesamt weniger kaufen, Anlässe zum Konsum in Restaurants und Bars sich aber robuster entwickelt haben als Käufe für den Heimkonsum.

Die Daten kommen zu einem Zeitpunkt, an dem Lieferanten und Distributoren nach Anzeichen einer Stabilisierung suchen, nachdem die Nachfrage nach alkoholischen Getränken längere Zeit schwach war. Die Rückgänge bei Wert und Volumen zeigen, dass der Markt noch nicht wieder gewachsen ist. Dennoch deutet die stärkere Entwicklung ausgewählter Weinkategorien darauf hin, dass die Verbrauchernachfrage nicht überall im Markt gleichermaßen nachgelassen hat.

Schaumwein war in den jüngsten Zahlen das klarste Beispiel. Champagner und Prosecco verzeichneten in den vergangenen drei Monaten beide zweistelliges Umsatzwachstum und übertrafen damit Stillwein und den breiteren Markt für alkoholische Getränke. Auch Sauvignon Blanc bewegte sich wieder in positivem Wachstumsbereich und gibt den Lieferanten einen weiteren Hinweis darauf, dass bestimmte Rebsorten selbst in einem zurückhaltenden Ausgabenumfeld weiterhin bei Käufern ankommen.

Die Preisdaten zeichnen ein zusätzliches Bild. Wein über 16 US-Dollar entwickelte sich besser als die günstigeren Segmente, während Spirituosen über 50 US-Dollar deutliche Rückgänge verzeichneten. Dieser Kontrast könnte Unterschiede im Kaufverhalten zwischen Wein- und Spirituosenkonsumenten widerspiegeln, oder er könnte auf markenspezifische Stärke und anlassbezogene Ausgaben hinweisen, die einige Weinkäufe weiterhin stützen.

WSWA's SipSource-Tracker wird in der Branche genau verfolgt, weil er Distributoren, Lieferanten und Einzelhändlern einen aktuellen Überblick über Absatztrends, Umsatzentwicklung und Kanalperformance bietet. In der jüngsten Veröffentlichung lautete die Kernaussage, dass die Gesamtlage weiterhin schwach bleibt, das Weinsegment jedoch mehrversprechende Signale sendet als Spirituosen, wobei Schaumwein und Sauvignon Blanc die Verbesserung anführen und On-Premise sich weiterhin besser hält als Off-Premise.