vinetur

Spirituosen über 50 US-Dollar verzeichneten in den USA einen Umsatzrückgang von 8,9 %.

SipSource stellte fest, dass Wein stabiler war, wobei Flaschen über 50 US-Dollar über 12 Monate ein Umsatzplus von 0,9 % verzeichneten.

Dienstag, 15. September 2026



Ein neuer SipSource-Marktbericht sagt, dass sich das US-amerikanische Wein- und Spirituosengeschäft nicht mehr in eine klare Richtung bewegt, wobei Wein leichte Verbesserungen zeigt, während Spirituosen weiter an Schwäche leiden, vor allem in höheren Preissegmenten.

Der im Juli 2026 veröffentlichte Bericht, der am 9. September in Washington vorgestellt wurde, stellte fest, dass das Gesamtvolumen von Wein und Spirituosen in den USA in den vergangenen 12 Monaten um 6,8 % zurückging, während der Umsatz um 6,1 % sank. Im jüngsten Dreimonatszeitraum ging das Volumen um 6,2 % zurück, und auch der Umsatz fiel um 6,1 %. Diese Spitzenwerte deuten auf einen weiterhin unter Druck stehenden Markt hin, doch der Bericht sagte, die wichtigere Veränderung spiele sich unter der Oberfläche ab, wo sich die beiden Kategorien zunehmend unterschiedlich entwickeln.

Spirituosen stehen weiterhin unter dem größten Druck. SipSource teilte mit, dass das Spirituosenvolumen in den jüngsten drei Monaten um 5,7 % sank, während der Umsatz um 7,1 % zurückging. Das war schwächer als im Juni, und der Umsatzrückgang übertraf den Volumenrückgang. Der Bericht sagte, diese Lücke weise auf anhaltenden Druck auf die Premiumisierung hin, ein Zeichen dafür, dass Verbraucher bei teureren Flaschen zurückhaltender werden und nach besserem Preis-Leistungs-Verhältnis suchen.

Die Schwäche zog sich durch alle Preisklassen, war aber am deutlichsten am oberen Ende des Marktes sichtbar. SipSource sagte, dass nun jedes Spirituosen-Preissegment beim Umsatz um mehr als 5 % zurückliegt. Die Preisspanne von 50 bis 99,99 US-Dollar verzeichnete einen der stärksten Rückgänge, mit einem Umsatzminus von 9,5 %. Zusammengenommen verzeichneten Spirituosen mit einem Preis über 50 US-Dollar einen Umsatzrückgang von 8,9 %. Dieses Muster deutet darauf hin, dass die Premium- und Super-Premium-Bereiche der Kategorie, die in den vergangenen Jahren wichtige Wachstumstreiber waren, nun auf stärkeren Nachfragerückgang stoßen.

Wein ist zwar insgesamt weiterhin rückläufig, zeigt aber ein stabileres Bild. SipSource teilte mit, dass das Weinvolumen in den jüngsten drei Monaten um 6,8 % sank, was jedoch gegenüber Juni einer Verbesserung um 110 Basispunkte beziehungsweise 1,1 Prozentpunkte entsprach. Der Weinumsatz ging um 4,2 % zurück, also weniger stark

als bei Spirituosen. Der Bericht sagte, dass höherpreisiger Wein sich besser hält als höherpreisige Spirituosen, wobei sich die Umsatzentwicklung bei Preispunkten ab 16 US-Dollar deutlich verbessert hat.

Am oberen Ende des Weinmarktes verzeichnete SipSource statt eines Rückgangs einen leichten Zuwachs. Wein mit einem Preis über 50 US-Dollar erzielte in den vergangenen 12 Monaten ein Umsatzplus von 0,9 %. Das deutet zwar nicht auf eine breite Markterholung hin, zeigt aber, dass einige Verbraucher in den Premiumsegmenten weiterhin bereit sind, für Wein Geld auszugeben, auch wenn sie bei Spirituosen vorsichtiger werden.

Der Bericht identifizierte zudem mehrere Weinkategorien, die trotz des breiteren Rückgangs wachsen. Der Champagner-Umsatz stieg in den jüngsten drei Monaten um 14,7 %, Prosecco legte um 10,2 % zu, und Sauvignon Blanc wuchs um 3,2 %. Diese Zuwächse deuten auf eine anhaltende Nachfrage nach Schaumwein und bestimmten Rebsorten hin, auch wenn die gesamten Weinverkäufe unter dem Vorjahresniveau bleiben.

Ein weiterer Bereich relativer Stärke war das On-Premise-Geschäft, zu dem Bars und Restaurants gehören. Zusammengenommen bei Wein und Spirituosen sank das On-Premise-Volumen in den vergangenen 12 Monaten um 2,8 %, verglichen mit einem Rückgang von 7,5 % in Off-Premise-Kanälen wie Spirituosenläden, Supermärkten und anderen Einzelhandelsgeschäften. Die Zahlen deuten darauf hin, dass Verbraucher Käufe für den Konsum zu Hause stärker zurückfahren als Einkäufe, die beim Auswärtsessen oder beim Trinken außerhalb der eigenen vier Wände getätigt werden.

Die stärkere On-Premise-Entwicklung ist wichtig, weil sie verändert, wo Lieferanten und Händler auf stabilere Nachfrage stoßen könnten. Ein kleinerer Rückgang in Restaurants und Bars kann dazu beitragen, einen Teil der Schwäche im Einzelhandel auszugleichen, auch wenn er die gesamten Marktverluste nicht vollständig ausgleicht. Für Produzenten und Großhändler bietet diese Spaltung zudem einen klareren Blick darauf, wo sich das Verbraucherverhalten am schnellsten verändert.

SipSource sagte, die zentrale Frage für den Rest des Jahres sei, ob sich die Kluft zwischen den beiden Kategorien weiter vergrößern werde. Spirituosenhersteller sehen sich schwächeren Umsatztrends und stärkerem Druck in den Premium-Preisbändern gegenüber, während Weinanbieter leichte Verbesserungen in den Trendlinien und anhaltende Unterstützung bei Schaumweinen und höherpreisigen Flaschen verzeichnen.

Der Bericht beschreibt einen Markt, der auf der Überschriftsebene weiterhin schwach aussieht, sich aber nach Kategorie und Preis immer ungleicher entwickelt. Bei Spirituosen scheinen Verbraucher aggressiver in günstigere Segmente auszuweichen, besonders oberhalb von 50 US-Dollar. Beim Wein bleiben die Rückgänge zwar erheblich, doch einige Premiumsegmente und einzelne Produkte wie Champagner, Prosecco und Sauvignon Blanc verzeichnen weiterhin Zuwächse, während Bars und Restaurants sich weiter besser entwickeln als Einzelhandelsgeschäfte.