vinetur

Champagner-Verkäufe trotzen der US-Weinschwäche mit 14,7 % Umsatzplus

SipSource-Daten zeigten, dass Prosecco und Flaschen über 50 US-Dollar in einem dreimonatigen Marktrückgang ebenfalls besser abschnitten.

Donnerstag, 17. September 2026



Der US-amerikanische Weinabsatz stand in den vergangenen Monaten weiter unter Druck, doch Schaumweine und höherpreisige Flaschen verzeichneten Zuwächse, die sich deutlich vom breiteren Rückgang abhoben, wie neue, am Mittwoch veröffentlichte Daten des SipSource-Trackers der Wine & Spirits Wholesalers of America zeigen.

Die Zahlen zeigen, dass der Umsatz von Champagner in den vergangenen drei Monaten um 14,7 % stieg und der Umsatz von Prosecco um 10,2 % zunahm. Auch Sauvignon Blanc legte zu, mit einem Umsatzplus von 3,2 %. Diese Zuwächse kamen zustande, obwohl Wein und Spirituosen zusammen insgesamt sowohl nach Volumen als auch nach Wert um 6 % zurückgingen, was einen gespaltenen Markt unterstreicht, in dem einige Kategorien weiterhin Käufer anziehen, während das Gesamtgeschäft schwächer wird.

Die SipSource-Daten wiesen auch auf eine stärkere Entwicklung im oberen Marktsegment hin. Weine mit einem Preis von mehr als 16 US-Dollar schnitten besser ab als günstigere Segmente, und das Segment ab 50 US-Dollar verzeichnete ein Plus von 0,9 %. Laut dem Tracker war dies während eines Marktrückgangs von rund 6 % die einzige Wein-Preisklasse, die im positiven Bereich blieb.

Die Zahlen legen nahe, dass Verbraucher weiterhin Geld für Flaschen ausgeben, die mit Feiern und besonderen Anlässen verbunden sind, auch wenn der alltägliche Weinkauf nachlässt. Champagner und Prosecco, beide eng mit gesellschaftlichen Ereignissen und Zusammenkünften verknüpft, übertrafen den breiteren Markt deutlich. Das Wachstum bei Sauvignon Blanc fiel geringer aus, hob sich aber ebenfalls vom allgemeinen Rückgang ab.

Diese Divergenz ist für das Getränkegeschäft relevant, weil sie kurzfristige Entscheidungen über Produktmix, Preisgestaltung und Lagerbestände beeinflussen könnte. Für Großhändler, Einzelhändler und Produzenten im US-Markt könnten die jüngsten Daten ein klareres Signal liefern, welche Weinsegmente sich in einem schwächeren Nachfrageumfeld besser behaupten. Setzt sich dieses Muster fort, könnten Unternehmen Schaumweinen und Premiumangeboten mehr Gewicht beimessen, statt im schwächeren Segment dem Volumen hinterherzulaufen.

Die SipSource-Daten ergänzen das Bild eines Marktes, der nicht bei allen Produkten gleichermaßen zurückgeht. Zwar bleibt die Gesamtrichtung negativ, doch die Zuwächse bei Schaumwein und den oberen Preisklassen zeigen, dass sich die Kaufzurückhaltung selektiver als breitflächig auswirkt. Käufer scheinen in einigen Bereichen zu sparen, während sie für Produkte, die als hochwertiger oder stärker anlassbezogen gelten, weiterhin Geld ausgeben.

Champagners Umsatzplus von 14,7 % war das stärkste im Bericht genannte Ergebnis, gefolgt von Prosecco mit 10,2 %. Diese zweistelligen Zuwächse waren angesichts des breiteren Marktumfelds bemerkenswert. Das Plus von 3,2 % bei Sauvignon Blanc war bescheidener, bedeutete aber dennoch eine positive Entwicklung in einer Zeit, in der der Großteil des Marktes an Boden verlor.

Der Gegensatz zwischen Premium- und günstigerem Wein zeigte sich auch in den Preisdaten deutlich. Weine über 16 US-Dollar schnitten besser ab als billigere Flaschen, und die Tatsache, dass das Segment über 50 US-Dollar trotz allem mit 0,9 % im Plus blieb, deutet darauf hin, dass einige Verbraucher trotz des Drucks auf die gesamte Kategorie weiterhin zu höherwertigen Produkten greifen. Das könnte für die Margen wichtig sein, da Premiumflaschen oft höhere Erträge bringen als preiswerte Weine.

SipSource, das Abverkaufs- und Verkaufstrends über den US-Großhandelskanal verfolgt, wird von Produzenten und Distributoren aufmerksam beobachtet, um Hinweise auf eine sich verändernde Nachfrage zu erhalten. In diesem Fall deutet die jüngste Drei-Monats-Auswertung eher auf Widerstandsfähigkeit in einer begrenzten Zahl von Kategorien hin als auf eine breite Erholung des Weingeschäfts. Der Gesamtmarkt bleibt im Minus, doch die stärkere Entwicklung bei Schaumweinen und Premium-Cuvées zeigt, dass Teile des Geschäfts weiterhin von Verbrauchern gestützt werden, die bereit sind, für anlassbezogene Käufe Geld auszugeben.