vinetur

The Macallan verkauft 2025 in den USA 229.000 Kisten und beendet damit drei Jahre des Rückgangs.

Der Luxus-Single-Malt erzielte ein Wachstum von 2,8 % und verzeichnete damit erstmals seit 2021 wieder einen jährlichen Anstieg auf dem Markt.

Donnerstag, 24. September 2026



The Macallan kehrte 2025 in den USA zum Wachstum zurück und verkaufte 229.000 Kisten, ein Plus von 2,8 % gegenüber dem Vorjahr, wie von Shanken News Daily unter Berufung auf Daten von Impact Databank und Aussagen von Eigentümer Edrington berichtet wurde. Der Zuwachs ist die erste jährliche Steigerung für den Luxus-Single-Malt in den USA, nachdem die Volumina von 2022 bis 2024 zurückgegangen waren.

Auf Grundlage der gemeldeten gerundeten Zahlen verkaufte The Macallan 2024 rund 222.800 Kisten, was bedeutet, dass die Marke im vergangenen Jahr etwa 6.200 Kisten hinzugewann. Die Erholung ist bemerkenswert, weil sie einen mehrjährigen Abwärtstrend durchbricht, der auf den US-Höchststand der Marke während des

Spirituosenbooms in der Pandemiezeit folgte. Dennoch ist die Erholung noch nicht vollständig. The Macallan liegt weiterhin 38.000 Kisten unter seinem Höchststand von 2021 mit 267.000 Kisten, was einer Lücke von etwa 14,2 % entspricht.

Die Zahlen deuten auf ein besseres Jahr für einen der wichtigsten Namen im hochpreisigen Scotch hin, zu einer Zeit, in der der breitere Getränkemarkt unter Druck steht. Shanken News Daily berichtete, dass die Single-Malt-Kategorie in den USA ebenso wie weite Teile des übrigen Spirituosengeschäfts mit Gegenwind konfrontiert war. In diesem Umfeld hat selbst moderates Wachstum Gewicht, besonders für eine Marke, die gemessen am Wert zu den Spitzenreitern des globalen Single-Malt-Marktes zählt.

Edrington hat signalisiert, dass das Unternehmen die jüngste Verbesserung in den USA eher als Teil einer langfristigen Strategie denn als kurzfristigen Verkaufsimpuls betrachtet. Paul Condron, Marketingdirektor des Unternehmens für The Macallan, Highland Park und The Glenrothes, sagte gegenüber Shanken News Daily, dass das Unternehmen weiterhin in die langfristige Gesundheit seiner Marken investiere. Er verwies auf The Macallans Kontrolle über den gesamten Prozess hinter seinen mit Sherry vorbelegten Eichenfässern, von der Eichenbeschaffung und den Sägewerken in den USA und Europa über Küfereien, Weinberge und Bodegas in Jerez de la Frontera, Spanien, bis die Fässer nach Speyside in Schottland gelangen, wo sie befüllt und ausgebaut werden.

Diese Lieferkettenbotschaft ist zentral dafür, wie Edrington The Macallan im Premium- und Luxussegment positioniert. Das Unternehmen setzt darauf, dass eine stärkere Kontrolle über Rohstoffe und Produktion helfen wird, die Qualität zu schützen und die Preissetzungsmacht zu stützen, da Verbraucher selektiver werden. Die Strategie passt auch zum breiteren Muster im Premium-Spirituosenbereich, wo Produzenten angesichts des langsameren Nachfragewachstums zunehmend Handwerk, Herkunft und Exklusivität betonen.

The Macallan ist der größte Teil von Edringtons Geschäft. Shanken News Daily berichtete, dass die Marke den Löwenanteil der insgesamt 1,1 Milliarden Dollar Umsatz des Unternehmens ausmacht. Als Edrington im Juni die Ergebnisse für das am März

2026 endende Geschäftsjahr vorlegte, hieß es, die 12 Jahre alte Abfüllung von The Macallan habe kräftige Zuwächse erzielt. Das Unternehmen sagte außerdem, das Kernsortiment habe im Jahresverlauf beim Volumen zugelegt, unterstützt durch eine breitere Distribution und neue Produkteinführungen in ausgewählten Märkten.

Dieses Detail ist für den US-Markt relevant, weil es darauf hindeutet, dass der jüngste Anstieg nicht nur von sehr begrenzten oder besonders sammelwürdigen Abfüllungen getragen wurde. Wachstum bei einer 12 Jahre alten Abfüllung, die näher am Kern des Sortiments der Marke liegt, deutet auf Unterstützung durch eine regelmäßigere Verbrauchernachfrage hin. Eine ausgeweitete Distribution zeigt zudem, dass Edrington die Marke in mehr Verkaufsstellen platzieren will, statt sich nur auf Preis und Prestige zu verlassen.

Die USA bleiben ein entscheidender Markt für importierten Scotch, und The Macallans Rückkehr zum Wachstum kann als positives Signal für das obere Segment der Kategorie gelesen werden, auch wenn dies noch keine vollständige Erholung darstellt. In den frühen Jahren der Pandemie profitierten viele Spirituosenmarken von stärkerem Konsum zu Hause und von einem Premiumisierungstrend bei den Verbrauchern. The Macallan bildete keine Ausnahme und stieg 2021 auf 267.000 Kisten. Die folgenden Jahre brachten einen Rückgang, da Inflation, Bestandsanpassungen und schwächere Nachfrage viele Teile des Spirituosengeschäfts belasteten.

Vor diesem Hintergrund deutet ein Plus von 2,8 % im Jahr 2025 darauf hin, dass die Marke wieder etwas Schwung aufgenommen hat, die Zahlen zeigen aber auch die Grenzen der Erholung. Eine Marke mit 229.000 verkauften Kisten liegt weiterhin deutlich über ihrem Niveau vor dem Höchststand und, wie Shanken News Daily anmerkte, 20.000 Kisten über dem Stand von 2020. Dennoch hat sie die erhöhte Nachfrage von 2021 noch nicht wieder erreicht.

Edrington versucht in den USA auch, sein breiteres Malt-Portfolio zu stärken, nicht nur The Macallan. Highland Park, ein weiterer Single Malt der Gruppe, verkaufte in den USA 13.000 Kisten und war damit laut Shanken News Daily die 15.-größte Single-Malt-Marke in diesem Markt. Das Unternehmen unterstützt Highland Park mit einer Kampagne namens „Different by Nature“ sowie mit neuer Verpackung, neuem Storytelling und

neuen Markteinführungen. Condron sagte, diese Bemühungen würden fortgesetzt, einschließlich einer bevorstehenden Ergänzung des US-Sortiments.

The Glenrothes, ein weiterer Malt von Edrington, ist in den USA weiterhin klein, doch auch dort versucht das Unternehmen zuletzt, das Luxusprofil zu schärfen. Shanken News Daily berichtete, die Marke habe im vergangenen Jahr The Glenrothes 51 eingeführt, beschrieben als die älteste Abfüllung in ihrer Geschichte, und außerdem ein Private Bottlings-Programm hinzugefügt, das auf stärker maßgeschneiderte Angebote abzielt.

Diese Schritte zeigen, dass Edrington nicht allein auf ein Label setzt, während das Unternehmen sich auf langsameres und selektiveres Wachstum im Premium-Spirituosenbereich einstellt. Die Botschaft des Unternehmens lautet, dass langfristiger Markenaufbau, Kontrolle über die Produktion und sorgfältig ausgerichtete Markteinführungen wichtiger sind als die Jagd nach Volumen in einem schwierigen Markt. Condron sagte gegenüber Shanken News Daily, die Spirituosenbranche stehe weiterhin vor herausfordernden Handelsbedingungen, doch das Unternehmen sehe nach wie vor ein starkes Verbraucherinteresse an Premium-Spirituosen.

Für den Moment ist das klarste unmittelbare Signal aus dem US-Markt The Macallans Rückkehr zu jährlichem Wachstum nach drei Jahren des Rückgangs. Der Anstieg war nicht groß genug, um die Verluste aus dem Rückgang nach 2021 auszugleichen, brachte das Label aber in einem der wichtigsten Premium-Spirituosenmärkte der Welt wieder zurück ins Plus.