vinetur

US-amerikanische traditionelle Spirituosen steuern auf das vierte Jahresminus in Folge zu

Fertige Cocktails treiben das Gesamtwachstum an und verdecken breite Rückgänge bei Whiskey, Wodka, Rum und Tequila.

Donnerstag, 1. Oktober 2026



Traditionelle Spirituosen in den Vereinigten Staaten steuern auf ein viertes jährliches Minus in Folge zu, obwohl das breitere Spirituosen-Geschäft dank trinkfertiger und servierfertiger Cocktails weiter wächst.

Das Einzelhandelsvolumen traditioneller Spirituosen ohne fertige Cocktailprodukte sank im bisherigen Jahresverlauf bis zum 19. Sept. im Vorjahresvergleich um 3,9 %, wie aus NIQ-Einzelhandelsdaten hervorgeht, die von Shanken News Daily unter Berufung auf Impact Databank zitiert wurden. Impact Databank prognostiziert zudem, dass 2026 als viertes Jahr in Folge mit Rückgang für diese Kernkategorien endet, zu denen Whiskey, Wodka, Rum und Tequila gehören. Der Rückgang um 3,9 % bezieht sich nur auf erfasste Einzelhandelskanäle und umfasst weder Bars noch Restaurants.

Die Zahlen deuten auf eine wachsende Spaltung innerhalb des Spirituosenmarktes hin. Während hochprozentige Destillate Volumen verlieren, dürfte der gesamte US-Spirituosenmarkt, sobald trinkfertige Cocktails einbezogen werden, in diesem Jahr weiter zulegen. Impact Databank prognostiziert für 2026 ein Gesamtvolumen von 313,4 Millionen Neunliter-Kartons, was für den breiteren Markt das 31. Wachstumsjahr in Folge bedeuten würde. Diese Gesamtzahl ist eine Prognose und kein Endergebnis, und sie misst nicht nur traditionelle Spirituosen.

Bei traditionellen Spirituosen allein ist die Basis groß, schrumpft aber. Diese Kategorien kamen laut den Daten 2025 insgesamt auf 228,5 Millionen Neunliter-Kartons. Der Bericht beschrieb die Abschwächung als Teil eines breiteren Wandels in der Verbrauchernachfrage, bei dem Fertigformate dazu beitragen, den Gesamtmarkt positiv zu halten, während etablierte Kategorien an Boden verlieren.

Die Schwäche zeigt sich bei den größten Marken des Landes. Unter den 10 größten traditionellen Spirituosenmarken in den USA verzeichnete im bisherigen Jahresverlauf nur Tito’s in den Einzelhandelskanälen ein Wachstum, und dieser Anstieg betrug lediglich 0,1 %. Tito’s blieb mit 11,83 Millionen Neunliter-Kartons im Jahr 2025 die meistverkaufte hochprozentige Spirituose.

Alle anderen Marken der Top 10 wiesen in den NIQ-Einzelhandelsdaten bis zum 19. Sept. einen Rückgang aus. Crown Royal verzeichnete mit minus 10,1 % den stärksten Einbruch. New Amsterdam sank um 9,3 %, Smirnoff um 8,8 %, Bacardí um 6,6 %, Captain Morgan um 6,3 %, José Cuervo um 5,7 %, Jim Beam um 5,3 %, und sowohl Fireball als auch Jack Daniel’s gaben um 4,5 % nach.

Zusammen kamen diese 10 Marken 2025 auf rund 65 Millionen Neunliter-Kartons. Das entsprach 28,4 % des gesamten Volumens traditioneller Spirituosen und zeigt, wie stark die Marktentwicklung von einer relativ kleinen Gruppe großer Marken abhängt. Da nun neun der 10 Marken im erfassten Einzelhandel rückläufig sind, ist der Druck auf die Kategorie breit angelegt und nicht nur auf einzelne Ausreißer beschränkt.

Die Daten deuten außerdem darauf hin, dass sich die Abschwächung nicht auf nur ein Segment des Geschäfts beschränkt. Die größten Marken in den Kategorien Wodka, Canadian Whisky, Tennessee Whiskey, Bourbon, Rum und Tequila verzeichneten im von NIQ gemessenen Zeitraum alle geringere Einzelhandelsvolumina. Dieses Muster stützt die Einschätzung des Berichts, dass das Problem ebenso strukturell wie konjunkturell ist. Die Verbraucher kaufen weiterhin Spirituosen, doch ein größerer Teil dieser Nachfrage verlagert sich auf vorgemischte Produkte statt auf standardisierte Flaschenware.

Shanken News Daily sagte, der Trend entfalte sich, während der wirtschaftliche Druck die Konsumausgaben weiter belaste. Das setze traditionellen Spirituosen zusätzlich zu, vor allem in höherpreisigen Segmenten, während leichter konsumierbare und oft mit geringerem Kaufimpuls verbundene Fertigprodukte weiter wachsen. Das Ergebnis ist ein Markt, in dem die Schlagzeile zwar noch Wachstum ausweisen kann, während die Kernkategorien weiter schrumpfen.

Dieser Unterschied ist für Produzenten, Distributoren und Händler wichtig, weil die starke Entwicklung fertiger Cocktails die schwächeren Bedingungen im etablierten Geschäft verdecken kann. Ein wachsender Gesamtmarkt kann breite Gesundheit signalisieren, doch die zugrunde liegenden Daten zeigen, dass viele der größten etablierten Marken der Branche in die entgegengesetzte Richtung laufen. Die Prognose des Berichts für 2026 deutet darauf hin, dass diese Spaltung bis zum Jahresende anhalten dürfte.

Die Zahlen stammen aus Impact Databank und NIQ-Daten, die am 30. Sept. von Shanken News Daily veröffentlicht wurden. Der jährliche Rückgang bei traditionellen Spirituosen und die prognostizierten 313,4 Millionen Neunliter-Kartons für den Gesamtmarkt sind Prognosen und keine abgeschlossenen Gesamtjahreszahlen.