vinetur

US-Craft-Spirituosen verzeichnen 2025 das dritte Absatzminus in Folge

Der Absatz sank um 8 % auf 11,7 Millionen Kisten. Erstmals gab es mehr Schließungen als Neueröffnungen.

Donnerstag, 8. Oktober 2026



Der Absatz von Craft-Spirituosen in den USA ist 2025 das dritte Jahr in Folge gesunken. Damit setzt sich ein Abschwung fort, der inzwischen auch Produktion, Exporte und Neuinvestitionen erfasst. Kleinere Brennereien haben es zunehmend schwer, ihre

Produkte auf den Markt zu bringen.

Die American Craft Spirits Association teilte mit, dass der Umsatz im vergangenen Jahr um 3,7 % auf 7,3 Milliarden US-Dollar zurückging, während der Absatz um 8 % auf 11,7 Millionen 9-Liter-Kisten sank. Die von Shanken News Daily veröffentlichten Zahlen des Verbands zeigen, dass die Kategorie nach mehreren Jahren unter Druck unabhängiger Erzeuger sowohl beim Volumen als auch beim Wert an Boden verliert.

Der Abschwung wirkte sich auch auf die Zahl der aktiven Unternehmen aus. Im August gab es den Angaben des Verbands zufolge 2.131 aktive Craft-Brennereien in den USA. Erstmals überstieg die Zahl der Schließungen die der Neueröffnungen – eine Wende für ein Segment, das jahrelang im ganzen Land gewachsen war. Die Entwicklung deutet darauf hin, dass die schwächere Nachfrage nicht mehr nur die Absatzzahlen belastet, sondern auch die Zahl der Unternehmen, die ihren Betrieb aufrechterhalten oder neue Anlagen eröffnen können.

Auch innerhalb des gesamten US-Spirituosenmarkts büßten Craft-Spirituosen einen kleinen Marktanteil ein. 2025 entfielen 4,2 % des gesamten Spirituosenabsatzes und 7,3 % des Gesamtwerts auf das Segment. Beide Werte lagen leicht unter denen des Vorjahres. Die Zahlen zeigen, dass Craft-Marken weiterhin einen bedeutenden Teil des Marktes ausmachen, ihren Anteil aber nicht mehr so ausbauen wie früher.

Nach Angaben des Verbands fällt es kleineren Erzeugern zunehmend schwer, ihre Produkte über traditionelle Vertriebswege den Verbrauchern anzubieten. Das zeigt sich in der wachsenden Bedeutung von Verkostungsräumen. Direktverkäufe in den Verkostungsräumen von Brennereien machten im vergangenen Jahr 26 % des Geschäfts mit Craft-Spirituosen aus, gegenüber 14 % im Jahr 2015. Der Anstieg deutet auf eine stärkere Abhängigkeit von Käufen vor Ort hin, statt auf eine breitere Distribution über Großhändler, Einzelhändler und landesweit tätige Handelsketten.

Diese Vertriebsprobleme betreffen nicht nur die Craft-Spirituosenbranche. Im gesamten Getränkesektor konkurrieren kleinere Wein-, Bier- und Spirituosenhersteller häufig um dieselben Regalflächen, die Aufmerksamkeit der Händler und die Ausgaben der Verbraucher. Wenn ein großer Teil des Umsatzes auf Verkostungsräume entfällt, kann dies darauf hindeuten, dass unabhängige Marken schwieriger Zugang zum Markt finden

und ihr Wachstum ohne direkte Verkäufe an Verbraucher schwerer aufrechterhalten können.

Auch die Exporte entwickelten sich 2025 schwach. Die Ausfuhren von Craft-Spirituosen gingen insgesamt um 13 % auf 123.000 Kisten zurück. Der Verband führte einen Teil des Rückgangs auf den Druck infolge von Handelsstreitigkeiten im Zusammenhang mit der US-Regierung zurück. Für eine Branche, die überwiegend aus kleineren Unternehmen besteht, können Exportrückgänge besonders schwer wiegen, da Verkäufe im Ausland oft zu den wenigen Möglichkeiten gehören, über den lokalen oder regionalen Markt hinaus zu wachsen.

Auch die Investitionen gingen stark zurück. Die Gesamtinvestitionen der Craft-Brennereien sanken 2025 auf 526 Millionen US-Dollar, gegenüber 811 Millionen US-Dollar im Vorjahr. Der Rückgang deutet darauf hin, dass die Erzeuger angesichts des schwierigeren Geschäftsumfelds Expansionspläne, Ausgaben für Anlagen und Ausrüstung oder andere Kapitalprojekte zurückstellten. Geringere Investitionen können sich auch auf Zulieferer, Vertragspartner und lokale Gemeinden auswirken, die in den vergangenen zehn Jahren vom Wachstum der Brennereien profitiert haben.

Die Kombination aus rückläufigem Absatz, geringeren Exporten und sinkenden Ausgaben deutet auf eine schwierige Phase für ein Segment hin, das zuvor zu den dynamischeren Bereichen der US-Alkoholbranche zählte. Premium- und lokale Produkte hatten vielen kleinen Brennereien geholfen, sich eine treue Kundschaft aufzubauen. Diese Vorteile scheinen jedoch unter Druck zu geraten, da Verbraucher selektiver werden und es teurer wird, sie zu erreichen.

Die neuesten Daten schlüsseln die Entwicklung nicht nach einzelnen Spirituosenkategorien, Regionen oder Unternehmensgrößen auf. Der breite Rückgang bei Absatz, Umsatz, aktiven Brennereien, Exporten und Investitionen zeigt jedoch, dass sich der Druck nicht auf einen einzelnen Bereich beschränkt. Da Verkostungsräume einen größeren Anteil des Geschäfts ausmachen und die Zahl der Schließungen inzwischen die der Neueröffnungen übersteigt, scheinen viele Erzeuger stärker auf lokale Direktverkäufe zu setzen und umfassendere Expansionspläne vorerst zurückzustellen.