vinetur

# Halloween beschert dem US-Einzelhandel mit alkoholischen Getränken ein Umsatzplus von 1,5 Prozent auf 1,45 Milliarden US-Dollar

Circana-Daten zeigen höhere Ausgaben im Außer-Haus-Konsum trotz 0,2 Prozent weniger verkaufter Kisten – ein erstes Signal für die Feiertagsnachfrage

Dienstag, 10. November 2026




Halloween sorgte für einen seltenen Aufschwung im ansonsten wechselhaften Jahr für die US-Getränkebranche: In der Feiertagswoche legten die Einzelhandelsumsätze im Außer-Haus-Konsum zu. Das geht aus wöchentlichen Scanner-Daten des Marktforschungsunternehmens Circana hervor, über die Brewbound am Montag, dem 9. November, berichtete.

In den von Circana erfassten US-amerikanischen Mehrfilial- und Convenience-Kanälen überstieg der Umsatz mit alkoholischen Getränken in der Woche bis zum 1. November 1,45 Milliarden US-Dollar. Das entspricht einem Plus von 1,5 Prozent gegenüber derselben Woche des Vorjahres. Das Absatzvolumen, gemessen an den verkauften Kisten, blieb nahezu unverändert und sank um 0,2 Prozent.

Der Zeitraum umfasste das gesamte Halloween-Wochenende mit dem Feiertag am 31. Oktober – ein Kalenderereignis, das Erzeugern und Einzelhändlern oft einen kurzfristigen Einblick in die Verbrauchernachfrage gibt, bevor das umsatzstärkere Thanksgiving- und Weihnachtsgeschäft im Dezember beginnt. Die jüngsten Zahlen deuten darauf hin, dass die feiertagsbedingten Einkäufe stark genug waren, um der Kategorie insgesamt auf Umsatzbasis Wachstum zu bescheren, während sich das

Absatzvolumen kaum veränderte.

Wie Brewbound berichtete, verzeichnete auch Bier in denselben wöchentlichen Circana-Scans ein Wachstum und trug damit zum Branchenplus bei. Der vorliegende Berichtsauszug enthielt keine separate Umsatzangabe für Bier. Das Gesamtergebnis deutet jedoch auf einen verbesserten Abverkauf in einer Kategorie hin, die in Teilen des Einzelhandels unter Druck steht.

Die Daten beziehen sich auf Verkäufe für den Außer-Haus-Konsum, also auf Alkohol, der über Einzelhandelskanäle gekauft und nicht in Bars oder Restaurants konsumiert wird. Diese Unterscheidung ist wichtig, denn die Entwicklung in Lebensmittelgeschäften, großen Einzelhandelsketten und Convenience-Stores kann ein anderes Bild vermitteln als die Nachfrage im Gastronomiebereich – insbesondere an Feiertagen, wenn Verbraucher häufig für Partys und Treffen zu Hause einkaufen.

Die Diskrepanz zwischen dem Umsatzwachstum und dem nahezu unveränderten Kistenabsatz zeigt zudem, dass der Umsatz stärker stieg als die Zahl der verkauften Kisten. Die im Berichtsauszug wiedergegebenen Zahlen von Circana schlüsseln die Gründe dafür nicht auf. Sie zeigen jedoch, dass das moderate Absatzplus nicht auf einen breiten Anstieg des tatsächlichen Konsums zurückzuführen war.

Für Brauereien, Weingüter, Spirituosenhersteller und Händler liefern die Ergebnisse der Halloween-Woche ein erstes Signal, während sie Bestände, Werbeaktionen und Lieferungen für den restlichen Feiertagszeitraum planen. Eine einzelne Woche mit stärkeren Scanner-Daten belegt jedoch noch keine nachhaltige Trendwende bei der Nachfrage nach alkoholischen Getränken. Diese wird von veränderten Konsumgewohnheiten, dem Wettbewerb zwischen den Kategorien und dem Druck auf die Ausgaben für nicht notwendige Güter beeinflusst.

Dennoch fiel die Woche bis zum 1. November auf, weil sie eine Reihe schwächerer feiertagsbezogener Geschäftsergebnisse im Jahr 2026 unterbrach und dem Gesamtsegment alkoholischer Getränke im Einzelhandel Wachstum bescherte. Da die Feiertage zum Jahresende noch bevorstehen, dürften Hersteller und Händler die kommenden wöchentlichen Circana-Berichte genau verfolgen, um zu sehen, ob der Halloween-Schub in eine breitere saisonale Dynamik mündet.