vinetur

Rückgang der US-Umsätze mit Wein und Spirituosen verlangsamt sich im September

SipSource-Daten zufolge entwickelten sich Spirituosen über drei Monate am besten; beim Wein belasteten weiterhin Vertriebsverluste im unteren Preissegment

Mittwoch, 11. November 2026



Der US-Markt für Wein und Spirituosen zeigte im September Anzeichen einer Stabilisierung. Die Entwicklung verlief jedoch uneinheitlich und bedeutete keine Rückkehr zum Wachstum, wie aus SipSource-Daten hervorgeht, die die Wine & Spirits Wholesalers of America am Dienstag, dem 10. November, veröffentlichten.

Den Branchendaten zufolge sank der Absatz von Wein und Spirituosen zusammengenommen in den zwölf Monaten bis September um 6,1 %, während der Umsatz um 4,9 % zurückging. Die kurzfristigen Zahlen fielen etwas besser aus. In den drei Monaten bis September lag der Absatz um 4,8 % und der Umsatz um 3,7 % unter dem Vorjahreswert. Das deutet darauf hin, dass sich der Rückgang verlangsamt hat, insbesondere bei Spirituosen.

Bei Spirituosen waren die deutlichsten Anzeichen einer Verbesserung zu erkennen. Im jüngsten Dreimonatszeitraum sank der Absatz um 3,1 %, der Umsatz ging um 3,5 % zurück. Nach Angaben der WSWA zählten Kategorien wie Bourbon, Tequila-Other und U.S. Whiskey-Other zu den Segmenten mit einer positiven Trendwende. Spirituosen im mittleren Preissegment behaupteten sich ebenfalls besser als andere Marktbereiche. Produkte zwischen 20 und 29,99 US-Dollar erwiesen sich als widerstandsfähiger, während Flaschen im Preissegment von 50 bis 99,99 US-Dollar weiterhin stärker unter Druck standen.

Diese Preisentwicklung deutet darauf hin, dass die Verbraucher weiterhin Geld ausgeben, dabei aber selektiver vorgehen. Die Nachfrage schien dort stärker zu sein, wo Käufer ein klareres Preis-Leistungs-Verhältnis sahen, während höherpreisige Segmente weiter unter Druck standen. Das ist für Anbieter und Händler relevant, die in den vergangenen Jahren auf Premiumisierung gesetzt hatten, um den Umsatz zu steigern.

Wein blieb hinter Spirituosen zurück und hatte mit umfassenderen Problemen als nur einer schwachen Nachfrage zu kämpfen. In den drei Monaten bis September sank der Weinabsatz um 6,7 %, der Umsatz ging um 4,2 % zurück. Besonders ausgeprägt war die Schwäche bei preisgünstigeren Weinen, insbesondere bei Produkten unter 13 US-Dollar. Weine ab 16 US-Dollar schnitten den Daten zufolge im Allgemeinen besser ab.

In einigen Weinsegmenten gab es weiterhin Lichtblicke. Sauvignon Blanc verzeichnete ein Umsatzplus von 5,9 %, Prosecco legte um 4,8 % zu. Auch Champagner und Schaumweine entwickelten sich in Bars und Restaurants vergleichsweise gut. Das zeigt, dass anlassbezogene Käufe und Verbraucherpräferenzen einzelne Bereiche der Kategorie weiterhin stützten, obwohl sich der Gesamtmarkt abschwächte.

Nach Angaben der WSWA spiegelten die Schwierigkeiten des Weinsektors auch die sinkende Zahl der Vertriebsstellen wider, insbesondere bei preisgünstigeren Produkten und im Gastronomiekanal. In der Praxis bedeutet das, dass manche Weine Regalfläche, Plätze auf der Getränkekarte oder ihre Verfügbarkeit verlieren. Dadurch wird es für die Kategorie schwieriger, sich zu erholen, selbst wenn sich die Verbrauchernachfrage stabilisiert. Das Vertriebsproblem stellt eine strukturelle Herausforderung dar, mit der Spirituosen zumindest derzeit offenbar besser zurechtkommen.

Auch die Entwicklung der Vertriebskanäle ergab ein gemischtes Bild. Der On-Premise-Markt, zu dem Restaurants und Bars zählen, entwickelte sich weiterhin besser als der Off-Premise-Verkauf, etwa über Spirituosenfachgeschäfte und andere Einzelhandelsgeschäfte. Beide Kanäle verzeichneten jedoch weiterhin Rückgänge. Im September verbesserte sich die Abverkaufsentwicklung im Off-Premise-Bereich etwas. Das ist ein ermutigendes Zeichen, da dieser Kanal nach wie vor einen großen Anteil am Gesamtumsatz der Branche ausmacht.

Der Zeitpunkt ist für Großhändler, Erzeuger und Einzelhändler wichtig, da sie sich auf das Weihnachtsgeschäft vorbereiten. Entscheidungen zu Lagerbeständen, Preisgestaltung und Vertriebsstrategie können sich dann überproportional auf die Jahresendergebnisse auswirken. Ein langsamerer Rückgang könnte Unternehmen dabei helfen, Prognosen und Lagerbestände für November und Dezember genauer abzustimmen. Die jüngsten Zahlen zeigen jedoch auch, dass geringere Verluste nicht mit einer breiteren Erholung verwechselt werden sollten.

Nach Einschätzung der WSWA könnten die Vergleichswerte im vierten Quartal etwas günstiger ausfallen, da die Branche sich dann an einer besonders schwachen Phase Ende 2025 misst. Dennoch, so der Verband, sei der Markt weiterhin von einer uneinheitlichen Nachfrage, Druck in allen Preissegmenten und anhaltenden Vertriebsverlusten geprägt, insbesondere beim Wein. Die kommenden Monate dürften

zeigen, ob die jüngste Verbesserung bei Spirituosen und in ausgewählten Weinsegmenten Bestand hat, während die Verbraucher ihre Weihnachtseinkäufe tätigen.