vinetur

Halloween-Nachfrage bremste Rückgang der Spirituosenverkäufe in den USA, sagt NielsenIQ

In der Woche bis zum 31. Oktober wurden 574,4 Millionen Dollar umgesetzt – 10,1 % mehr als in der Vorwoche, nach einem Rückgang von 2,0 % über vier Wochen

Mittwoch, 11. November 2026



In den vier Wochen bis zum 31. Oktober gingen die Spirituosenverkäufe in den USA zurück. Die Halloween-Nachfrage trug jedoch dazu bei, den Markt zu stabilisieren und den jüngsten Rückgang der Kategorie abzumildern, wie aus einem am Mittwoch

veröffentlichten Bericht von NielsenIQ hervorgeht.

NielsenIQ zufolge sank der Umsatz mit Spirituosen insgesamt, trinkfertige Cocktails ausgenommen, im Vierwochenzeitraum gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,0 %, während die Absatzmenge um 1,7 % zurückging. Das Marktforschungsunternehmen erklärte, die Kaufzurückhaltung der Verbraucher und der allgemeine wirtschaftliche Druck seien für 90 % der Schwäche der Kategorie verantwortlich. Dennoch hätten sich die Ergebnisse gegenüber dem vorherigen Berichtszeitraum verbessert, da die Verbraucher im Vorfeld von Halloween und dem Beginn der Feiertagssaison mehr einkauften.

Die Woche bis zum 31. Oktober war ein klarer Lichtblick im Bericht. Laut NielsenIQ erreichte der Spirituosenumsatz in dieser Woche 574,4 Millionen Dollar und lag damit 10,1 % über dem der Vorwoche. Der Zuwachs deutet darauf hin, dass die saisonale Nachfrage einen Teil des Drucks ausgleichen konnte, der die Branche in den vergangenen Monaten belastet hat.

Die Entwicklung fiel je nach Kategorie weiterhin unterschiedlich aus. Tequila gehörte zu den wenigen großen Segmenten mit Zuwächsen: Der Umsatz stieg im Vierwochenzeitraum um 1,7 %, die Absatzmenge um 6,1 %. Noch schneller wuchsen alkoholfreie Spirituosen. Ihr Umsatz legte um 22,7 % und ihre Absatzmenge um 25,6 % zu. Damit waren sie das stärkste Segment im Bericht.

Auch Wodka, in vielen Einzelhandelskanälen die umsatzstärkste Spirituosenkategorie des Landes, zeigte Anzeichen einer Stabilisierung. NielsenIQ zufolge sank der Wodkaumsatz um 0,4 % und die Absatzmenge um 0,7 % – beides bessere Werte als zuletzt. Whiskey entwickelte sich weiterhin schwach: Der Umsatz ging um 4,9 % und die Absatzmenge um 5,2 % zurück. Die Kategorie „Sonstige“, zu der Brandy, Cognac, Liköre, Gin, Getreidespirituosen und Rum zählen, verzeichnete ein Umsatzminus von 2,0 % und einen Rückgang der Absatzmenge um 2,9 %.

Unter den Herstellern blieb Diageo gemessen am Umsatz das führende Unternehmen. Der Umsatz sank jedoch um 6,0 %, der Absatz um 68.600 Kisten. Sazerac belegte Platz zwei und erzielte unter den großen Anbietern eines der stärksten Ergebnisse: Der Umsatz stieg um 5,9 %, der Absatz um 79.100 Kisten. Bacardi lag mit einem

Umsatzplus von 3,5 % und einem Absatzanstieg um 9.800 Kisten auf Platz drei. Fifth Generation, Hersteller von Tito’s Handmade Vodka, belegte Rang vier und steigerte den Umsatz um 7,3 %; der Absatz nahm um 25.100 Kisten zu. Suntory Global Spirits komplettierte die fünf umsatzstärksten Hersteller. Der Umsatz ging um 6,2 % zurück, der Absatz um 44.700 Kisten.

Gemessen am Umsatzwachstum statt an der Gesamtgröße führte Sazerac die Herstellerliste an, gefolgt von Fifth Generation und Bacardi. Auch Constellation stach hervor: Der Umsatz stieg um 17,8 %, der Absatz um 7.200 Kisten. Heaven Hill schaffte es mit einem Umsatzplus von 0,9 % unter die fünf Hersteller mit dem stärksten Wachstum, obwohl der Absatz um 12.900 Kisten zurückging.

Auf Markenebene behauptete Tito’s Vodka den Spitzenplatz beim Umsatz und legte zugleich zu: Der Umsatz stieg um 5,7 %, der Absatz um 20.100 Kisten. Crown Royal belegte nach Umsatz Rang zwei, verzeichnete jedoch einen Rückgang um 9,5 %; der Absatz sank um 19.400 Kisten. Jack Daniel’s lag auf Platz drei und verlor 7,5 % Umsatz, während der Absatz um 19.200 Kisten zurückging. Don Julio belegte Rang vier; der Umsatz sank um 3,0 %, der Absatz um 1.500 Kisten. Fireball Whiskey lag auf Platz fünf und verzeichnete ein Umsatzminus von 6,6 % sowie einen Absatzrückgang um 24.500 Kisten.

Unter den Marken mit dem stärksten Umsatzwachstum fanden sich mehrere, die nicht zu den allergrößten zählen. Cazadores steigerte den Umsatz um 60,0 % und legte beim Absatz um 26.400 Kisten zu. W.L. Weller verzeichnete ein Umsatzplus von 103,7 % und einen Absatzanstieg um 8.500 Kisten. Lunazul Tequila erhöhte den Umsatz um 18,9 % und den Absatz um 13.900 Kisten. Svedka gewann 17,5 % beim Umsatz hinzu und steigerte den Absatz um 51.400 Kisten. Damit zählte die Marke neben Tito’s zu den Wodkamarken mit stärkerer Dynamik im Berichtszeitraum.

Der Bericht zeigt einen insgesamt weiter schrumpfenden Markt, zugleich aber deutlichere Nachfrageschwerpunkte bei Tequila, alkoholfreien Spirituosen und ausgewählten Wodkamarken, während der Einzelhandel tiefer in die Feiertagssaison eintritt. Die Zahlen von NielsenIQ erfassen den gesamten Spirituosenumsatz in den USA, trinkfertige Cocktails ausgenommen. Die Kategorie „Sonstige“ umfasst Brandy, Cognac, Liköre, Gin, Getreidespirituosen und Rum.