vinetur

Absatzmenge von Tequila im US-Einzelhandel steigt um 6,1 Prozent

NielsenIQ-Daten zeigen für die jüngsten vier Wochen einen Rückgang des Spirituosenabsatzes insgesamt. Die Whiskey-Absatzmenge im Außer-Haus-Geschäft sank um 5,2 Prozent.

Donnerstag, 12. November 2026



Tequila verzeichnete im jüngsten Berichtszeitraum von vier Wochen im US-Einzelhandel ein kräftigeres Absatzwachstum, während der Whiskeyabsatz zurückging und der Spirituosenmarkt insgesamt schwächelte.

Aus den von NielsenIQ für die vier Wochen bis zum 31. Oktober zusammengestellten Daten geht hervor, dass der Tequilaabsatz im US-Außer-Haus-Markt, der Käufe zum Konsum außerhalb von Bars und Restaurants umfasst, gegenüber dem Vorjahreszeitraum mengenmäßig um 6,1 Prozent stieg. Der Umsatz mit Tequila legte im selben Zeitraum um 1,7 Prozent zu.

Die Zahlen heben sich von einem allgemeinen Rückgang bei destillierten Spirituosen ab. Ohne trinkfertige Cocktails sanken die Spirituosenverkäufe gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,0 Prozent im Wert und um 1,7 Prozent im Volumen. Der Vergleich deutet auf einen Markt hin, in dem Verbraucher insgesamt weniger Spirituosen kauften, während Tequila im Handel weiter an Absatz gewann.

Whiskey entwickelte sich in die entgegengesetzte Richtung. Der Gesamtabsatz von Whiskey in demselben US-Einzelhandelskanal sank im Jahresvergleich um 4,9 Prozent im Wert und um 5,2 Prozent im Volumen. Canadian Whisky verzeichnete einen stärkeren Rückgang: Der Wert sank um 8,1 Prozent, das Volumen um 6,9 Prozent.

Auch bei Wodka war der Absatz rückläufig, allerdings weniger stark als bei Whiskey. Den NielsenIQ-Daten zufolge gingen die Wodkaverkäufe um 0,4 Prozent im Wert und um 0,7 Prozent im Volumen zurück.

Die Tequilazahlen deuten darauf hin, dass mehr Flaschen verkauft wurden, der Umsatz aber nicht im gleichen Maß stieg. Aus dem Verhältnis der beiden Wachstumsraten ergibt sich, dass der durchschnittliche Wert je Einheit bei Tequila gegenüber dem Vorjahr rechnerisch um etwa 4,1 Prozent sank. Das bedeutet für sich genommen nicht, dass die Hersteller ihre Listenpreise um diesen Betrag gesenkt haben. Der Wert kann auch durch Änderungen bei Sonderangeboten, Packungsgrößen und der Produktauswahl der Verbraucher beeinflusst worden sein.

Die hier verwendete Aufschlüsselung nach Kategorien enthält weder absolute Umsätze in Dollar noch Absatzmengen in Kisten. Der Bericht zeigt daher nicht, wie groß die einzelnen Kategorien im Berichtszeitraum waren oder wie die jüngsten Zahlen im Vergleich zu längerfristigen Trends ausfallen. Ergebnisse seit Jahresbeginn werden ebenfalls nicht ausgewiesen.

NielsenIQ, das Verbraucherkäufe und Einzelhandelsumsätze in mehr als 90 Ländern erfasst, stellte die Zahlen für den US-Außer-Haus-Handel zusammen. Die Ergebnisse wurden auch von The Spirits Business verbreitet, einer in London ansässigen Fachpublikation mit Schwerpunkt auf der Spirituosenbranche.

Da die Zahlen Einzelhandelsverkäufe für den Konsum außerhalb konzessionierter Betriebe erfassen, bilden sie nicht den gesamten Spirituosenkonsum in den USA ab. Verkäufe in Bars, Restaurants und anderen Gastronomiebetrieben sind in dieser Momentaufnahme des Marktes nicht enthalten.