vinetur

# Alkoholfreies Bier wächst im US-Einzelhandel 13,1 Prozentpunkte stärker als Craft-Bier

NielsenIQ-Daten für die vier Wochen bis zum 31. Oktober: Das Volumen alkoholfreien Biers stieg um 7,5 Prozent, das von Craft-Bier sank um 5,6 Prozent.

Donnerstag, 12. November 2026



Alkoholfreies Bier legte im US-Einzelhandel weiter zu, während Craft-Bier weiter an Boden verlor. Das geht aus NielsenIQ-Paneldaten hervor, die in einem Branchenbericht vom Mittwoch, dem 11. November, zitiert wurden. In den vier Wochen bis zum 31. Oktober stieg das Volumen alkoholfreien Biers gegenüber dem Vergleichszeitraum 2025 um 7,5 Prozent, während das Volumen von Craft-Bier um 5,6 Prozent zurückging. Damit lagen die beiden Segmente 13,1 Prozentpunkte auseinander.

Bei den Umsätzen zeigte sich dasselbe Bild. Der wertmäßige Umsatz mit alkoholfreiem Bier stieg gegenüber dem Vorjahr um 8,9 Prozent, während der Umsatz mit Craft-Bier um 4,1 Prozent sank. Die Zahlen deuten darauf hin, dass sich das Wachstum im Bier-Einzelhandel auf eine begrenzte Zahl von Kategorien konzentrierte und nicht den breiteren Markt erfasste.

In anderen Biersegmenten fielen die Veränderungen moderater aus. Importiertes Bier verzeichnete ein Umsatzplus von 0,3 Prozent, das Volumen ging jedoch um 1,5 Prozent zurück. Inländisches Superpremium-Bier legte wertmäßig um 2,3 Prozent und beim Volumen um 1,6 Prozent zu. Damit war es eine der wenigen traditionellen Bierkategorien in den Daten, die bei beiden Kennzahlen wuchsen.

Die Zahlen beziehen sich auf die von NielsenIQ erfassten Einzelhandelsumsätze in den USA über einen Zeitraum von vier Wochen, nicht auf den gesamten Biermarkt des Jahres. Für die Segmente wurden keine absoluten Umsätze veröffentlicht, und zusammen mit den Daten gab es keine vergleichbaren Zahlen für das bisherige Jahr. Die verfügbaren Angaben zeigen daher Richtung und Tempo der Veränderungen, nicht aber die Gesamtgröße der einzelnen Kategorien innerhalb des Marktes.

Wichtig ist auch die Unterscheidung zwischen Umsatz und Volumen. Der Umsatz bildet die Verkäufe in Dollar ab, das Volumen die verkaufte Menge. Wächst ein Segment wertmäßig, aber nicht beim Volumen, kann dies auf Preise, den Produktmix oder andere Faktoren zurückzuführen sein und nicht allein auf höhere Stückzahlen. Das ist bei importiertem Bier relevant: Hier stieg der Umsatz leicht, während das Volumen weiter zurückging.

Beim alkoholfreien Bier deutet das Wachstum bei beiden Kennzahlen auf eine breitere Expansion im Einzelhandel während des Zeitraums hin. Da das Volumen um 7,5 Prozent und der Umsatz um 8,9 Prozent stiegen, beruhte der Zuwachs nicht allein auf höheren Preisen. Bei Craft-Bier verlief die Entwicklung umgekehrt: Umsatz und Volumen gingen zurück. Das weist auf schwächere Verkäufe in den erfassten Geschäften im betrachteten Zeitraum hin.

Die im Bericht vom 11. November zitierten Daten stammten aus dem US-Einzelhandelspanel von NielsenIQ; der Originalbericht von NielsenIQ war jedoch nicht öffentlich verfügbar. Die geprüften Zahlen wurden in einem Sekundärbericht von Vinetur veröffentlicht. Dadurch lassen sich die vollständige Methodik und mögliche weitere Aufschlüsselungen aus der ursprünglichen Veröffentlichung nicht unabhängig überprüfen.

Dem Bericht zufolge bildet das Panel zudem nicht den gesamten nationalen Konsum ab und schließt Cider, aromatisierte Malzgetränke und Hard Seltzer aus. Die Zahlen sind daher als Momentaufnahme der erfassten Bierverkäufe im Einzelhandel für die vier Wochen bis zum 31. Oktober zu verstehen, nicht als vollständiges Maß aller Alkoholkaufvorgänge in den Vereinigten Staaten.