vinetur

US-Einzelhandelsumsatz mit Wein sinkt in den vier Wochen bis zum 7. November um 3,4 Prozent

Der Rückgang fiel geringer aus als im Vorzeitraum: Stillwein verlor 4,3 Prozent an Wert, Schaumwein legte um 2,3 Prozent zu

Dienstag, 17. November 2026



Der US-Einzelhandelsumsatz mit Wein sank in den vier Wochen bis zum 7. November erneut. Der Rückgang fiel jedoch geringer aus als bei der vorherigen Erhebung, während Schaumwein weiter zulegte. Das geht aus Daten von NielsenIQ hervor, die am

Montag, dem 16. November, veröffentlicht wurden.

Nach Angaben von NielsenIQ sanken die Weinverkäufe in den erfassten Einzelhandelskanälen – ohne weinbasierte Cocktails – gegenüber dem Vorjahreszeitraum wertmäßig in Dollar um 3,4 Prozent und mengenmäßig um 5,0 Prozent. Die Zahlen deuten darauf hin, dass der Markt weiter schrumpft, allerdings langsamer als im vorangegangenen Vierwochenzeitraum.

In den vier Wochen bis zum 31. Oktober waren die Weinverkäufe wertmäßig um 3,8 Prozent und mengenmäßig um 5,3 Prozent zurückgegangen. Im jüngsten Zeitraum verbesserte sich die Entwicklung gegenüber dem Vorjahr damit wertmäßig um 0,4 Prozentpunkte und mengenmäßig um 0,3 Prozentpunkte. NielsenIQ arbeitet mit rollierenden Vierwochenzeiträumen, die sich teilweise überschneiden. Der geringere Rückgang belegt daher für sich genommen noch keine anhaltende Trendwende.

Die Unterschiede zwischen den wichtigsten Weinkategorien blieben deutlich. Stillwein verzeichnete mit einem wertmäßigen Minus von 4,3 Prozent und einem Mengenrückgang von 5,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum die schwächsten Ergebnisse. Schaumwein entwickelte sich in die entgegengesetzte Richtung: Sein Wert stieg um 2,3 Prozent, die Menge um 1,4 Prozent.

Alkoholfreier Wein, weiterhin eine kleinere Kategorie, verzeichnete im Bericht das stärkste Wachstum. Laut NielsenIQ stiegen die Verkäufe in diesem Segment gegenüber dem Vorjahr wertmäßig um 18,9 Prozent und mengenmäßig um 14,4 Prozent.

Insgesamt legen die Zahlen nahe, dass der durchschnittliche Verkaufswert je Volumeneinheit um etwa 1,7 Prozent gestiegen ist. Diese Berechnung kann Veränderungen im Produktmix, bei den Preisen und im Kaufverhalten der Verbraucher widerspiegeln und sollte nicht als reines Inflationsmaß verstanden werden.

Die jüngsten Daten deuten darauf hin, dass die Verbraucher insgesamt weiterhin weniger Wein kauften, während sich die Ausgaben besser hielten als die Absatzmenge. Das passt zu einem Markt, in dem höherpreisige Kategorien oder Produkte die Auswirkungen schwächerer Stückzahlen abfedern können. Die Mitteilung von NielsenIQ enthielt allerdings keine detaillierte Aufschlüsselung der Preise nach Segment.

Der Bericht unterstreicht zudem eine Entwicklung, die in jüngsten Einzelhandelsdaten bereits sichtbar war: Klassischer Stillwein steht weiter unter Druck, während sich Schaumwein vor dem Jahresendgeschäft als widerstandsfähig erweist. NielsenIQ nannte in den veröffentlichten Zahlen keine Ursache für diese unterschiedliche Entwicklung.

Die Daten decken den von NielsenIQ erfassten US-Einzelhandel ab, nicht jedoch den gesamten Weinkonsum in den Vereinigten Staaten. Sie bilden daher nicht den gesamten US-Markt ab. NielsenIQ veröffentlichte in der Mitteilung außerdem weder absolute Umsatzzahlen für den gesamten Zeitraum noch einen vergleichbaren Gesamtwert seit Jahresbeginn.