vinetur

Rückgang bei Wein- und Spirituosenverkäufen in den USA schwächt sich im September ab

SipSource-Daten: Spirituosen stabilisieren sich schneller. Das Weinvolumen sank um 6,7 Prozent, günstigere Flaschen verloren Vertriebsstellen.

Mittwoch, 18. November 2026



Der US-amerikanische Wein- und Spirituosenmarkt zeigte im September Anzeichen einer Stabilisierung. Die Erholung verlief jedoch uneinheitlich: Wein stand weiterhin stärker unter Druck als Spirituosen. Wie die Beverage Information Group am Dienstag berichtete, deuteten die jüngsten SipSource-Daten der Wine & Spirits Wholesalers of America auf einen verlangsamten Rückgang im Gesamtmarkt hin. In Teilen des Weinmarkts gingen Nachfrage und Vertriebspräsenz jedoch weiter zurück.

Dem Bericht zufolge sank das gemeinsame Volumen von Wein und Spirituosen in den zwölf Monaten bis September um 6,1 Prozent, während der Umsatz um 4,9 Prozent zurückging. Im jüngsten Dreimonatszeitraum lag das Volumen 4,8 Prozent und der Umsatz 3,7 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Der geringere Rückgang deutete darauf hin, dass sich der Markt gegenüber den Vormonaten stabilisierte. Die Entwicklung verlief jedoch nicht in allen Kategorien gleich.

Bei Spirituosen war der kurzfristige Trend stabiler. In den drei Monaten bis September ging das Volumen um 3,1 Prozent und der Umsatz um 3,5 Prozent zurück. Laut SipSource entwickelten sich mehrere Segmente besser als der Gesamtmarkt, darunter Bourbon, Tequila-Other und U.S. Whiskey-Other. Die Daten zeigten zudem deutliche Unterschiede nach Preisklassen: Spirituosen zwischen 20 und 29,99 US-Dollar erwiesen sich als widerstandsfähiger, während Produkte im Bereich von 50 bis 99,99 US-Dollar weiterhin stärker unter Druck standen.

Dieses Preismuster deutet darauf hin, dass Verbraucher weiterhin Geld ausgaben, aber gezielter auswählten, wofür sie mehr bezahlen wollten. Für Erzeuger, Großhändler und Einzelhändler ist das relevant, da es Einkaufsplanung, Lagerstrategie und Regalplatzierung im gesamten Getränkesektor beeinflussen kann. Ein stabilerer Spirituosenmarkt im mittleren Preissegment könnte einige Marken stützen, während die anhaltende Schwäche bei höherpreisigen Flaschen Premium-Portfolios belasten könnte.

Wein blieb der schwächere Teil des Marktes. SipSource zufolge sank das Weinvolumen im jüngsten Dreimonatszeitraum um 6,7 Prozent, der Umsatz ging um 4,2 Prozent zurück. Innerhalb dieses Rückgangs entwickelten sich einige Segmente besser als andere. Sauvignon blanc verzeichnete ein Umsatzplus von 5,9 Prozent, Prosecco legte um 4,8 Prozent zu. Das zeigt, dass die Verbrauchernachfrage bei einer begrenzten Zahl

von Rebsorten und Konsumanlässen robuster blieb.

Der Bericht stellte außerdem eine vergleichsweise starke Entwicklung bei Champagner und Schaumwein im Außer-Haus-Kanal fest. Das deutet darauf hin, dass die Nachfrage in Restaurants und Bars nach Produkten für Feiern und besondere Anlässe besser standhielt als in einigen anderen Weinsegmenten. Insgesamt blieb das Umfeld für Wein jedoch schwierig: Anbieter sahen sich mit einer schwächeren Nachfrage und einer geringeren Produktverfügbarkeit in Teilen des Marktes konfrontiert.

Die Preisdaten zeigten eine wachsende Kluft innerhalb der Weinkategorie. Weine unter 13 US-Dollar verzeichneten weiterhin deutliche Rückgänge, während Produkte ab 16 US-Dollar im Allgemeinen widerstandsfähiger waren. Diese Aufteilung ist für die Getränkeindustrie bedeutsam, denn sie könnte beeinflussen, welche Marken ihre Vertriebspräsenz halten und welche im Einzelhandel und in der Gastronomie an Sichtbarkeit verlieren. Günstigere Weine sind oft auf eine breite Verfügbarkeit und stabile Absatzmengen angewiesen. Geht ihre Vertriebspräsenz zurück, kann dies die Absatzrückgänge verstärken.

SipSource zufolge sank die Zahl der Vertriebsstellen, insbesondere bei günstigeren Weinen und im Außer-Haus-Kanal. Einige Produkte werden demnach an weniger Verkaufsstellen geführt, was zusätzlich zur schwächeren Verbrauchernachfrage für Druck sorgt. Für Weingüter und Importeure, die auf eine breite Platzierung angewiesen sind, könnte der Verlust von Vertriebsstellen eine Erholung erschweren – selbst wenn sich die allgemeinen Marktbedingungen weniger volatil entwickeln.

Der Bericht wurde am 10. November veröffentlicht und stützte sich auf die September-Ergebnisse. Die Beverage Information Group erklärte, die Daten sprächen dafür, dass sich der Markt stabilisiere, statt sich auf breiter Front zu erholen. In der Praxis zeichnen die Zahlen das Bild eines Getränkemarkts, in dem Spirituosen kurzfristig mehr Stärke zeigen, während Weinanbieter weiterhin mit einem schwierigeren Umfeld konfrontiert sind, das von sinkender Nachfrage, größerer Preissensibilität und einer geringeren Vertriebspräsenz in günstigeren Segmenten geprägt ist.