vinetur

Umsatz mit trinkfertigen Cocktails in den USA zuletzt um 4,1 Prozent gestiegen

Laut NielsenIQ blieb die Kategorie der wichtigste Wachstumsmotor bei alkoholischen Getränken. Spirituosenbasierte RTDs legten um 22,2 Prozent zu.

Mittwoch, 18. November 2026



Der Absatz trinkfertiger Cocktails in den USA ist in den vier Wochen bis zum 7. November weiter gestiegen. Nach einem Halloween-bedingten Aufschwung kauften Verbraucher weiterhin trinkfertige und servierfertige Produkte, wie aus dem Bericht Full View von NielsenIQ für November 2026 hervorgeht.

Laut NIQ stieg der Umsatz der Kategorie trinkfertige Cocktails im jüngsten Vierwochenzeitraum gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 4,1 Prozent. Das zuvor unter Druck stehende Absatzvolumen legte wieder leicht zu und wuchs um 0,1 Prozent. Das Forschungsunternehmen erklärte, die Nachfrage sei weiterhin solide, das Wachstumstempo habe sich nach stärkeren, Halloween-bedingten Verkäufen gegenüber dem vorherigen Zeitraum jedoch etwas verlangsamt.

In der ersten Novemberwoche wurden mit Produkten der Kategorie Umsätze von 260,0 Millionen US-Dollar erzielt, 13,7 Prozent weniger als in der Vorwoche, so der Bericht. Trotz dieses Rückgangs zu Monatsbeginn bezeichnete NIQ trinkfertige Cocktails als wichtigste Wachstumsquelle bei alkoholischen Getränken zu Beginn der umsatzstarken Feiertagssaison.

Das Wachstum verteilte sich nicht gleichmäßig auf die Kategorie. Spirituosenbasierte trinkfertige Produkte blieben das stärkste Segment: Ihr Umsatz stieg um 22,2 Prozent, das Absatzvolumen um 25,4 Prozent. Auch weinbasierte Cocktails legten zu; ihr Umsatz wuchs um 6,8 Prozent, das Absatzvolumen um 5,1 Prozent. Aromatisierte Malzgetränke und Hard Seltzer verzeichneten dagegen weiterhin Rückgänge, wenn auch geringere als in früheren Zeiträumen. Ihr Umsatz sank um 3,3 Prozent, das Absatzvolumen um 5,7 Prozent.

Das Muster deutet darauf hin, dass Verbraucher weiterhin zu Produkten wechseln, die mit Bequemlichkeit und Cocktail-Anlässen beworben werden, insbesondere in spirituosenbasierten Formaten. Laut NIQ konzentrierte sich das Wachstum auf trinkfertige Produkte und erfasste nicht die gesamte Kategorie trinkfertiger Cocktails.

Unter den Herstellern blieb Mark Anthony Brands im jüngsten Vierwochenzeitraum gemessen am Umsatz der größte Anbieter. Der Umsatz stieg um 1,6 Prozent, während der Absatz laut NIQ um 46.700 Kisten zurückging. Boston Beer belegte mit einem Umsatzrückgang von 2,0 Prozent und 272.800 weniger verkauften Kisten den zweiten

Platz. Anheuser-Busch Inc. lag mit einem Umsatzplus von 5,9 Prozent und 45.600 zusätzlichen Kisten auf Platz drei. Es folgte Sazerac mit einem Umsatzwachstum von 5,9 Prozent und 43.400 zusätzlichen Kisten. Gallo belegte Rang fünf; der Umsatz stieg um 0,1 Prozent, der Absatz sank um 13.800 Kisten.

Gemessen am Umsatzwachstum führte Stateside Brands die Hersteller an. Laut NIQ stieg der Umsatz um 116,5 Prozent, der Absatz um 441.600 Kisten. Anheuser-Busch und Sazerac folgten mit jeweils 5,9 Prozent Umsatzwachstum. Mark Anthony Brands belegte in dieser Rangliste Platz vier, Moet Hennessy USA Platz fünf. NIQ meldete für das Unternehmen einen Absatzanstieg um 5.600 Kisten, machte jedoch keine vergleichbare Angabe zum Umsatzwachstum.

Auf Markenebene blieb White Claw gemessen am Umsatz die führende Marke. Laut NIQ stieg der Umsatz von White Claw um 3,0 Prozent, der Absatz um 27.300 Kisten. Twisted Tea behauptete trotz eines Umsatzrückgangs von 7,6 Prozent und 245.200 weniger verkauften Kisten den zweiten Platz. BuzzBallz belegte mit einem Umsatzplus von 6,4 Prozent und 32.800 zusätzlichen Kisten Rang drei. Cutwater Cocktail kam mit einem Umsatzanstieg von 12,1 Prozent und 73.800 zusätzlichen Kisten auf Platz vier. Smirnoff lag mit einem Umsatzplus von 6,3 Prozent und 57.400 zusätzlichen Kisten auf Rang fünf.

Die Rangliste der Marken mit dem stärksten Umsatzwachstum führte Surfside Cocktail an: Laut NIQ stieg der Umsatz um 64,1 Prozent, der Absatz um 240.300 Kisten. Super Lyte Cocktail belegte mit einem Absatzzuwachs von 201.100 Kisten Platz zwei; eine vergleichbare Umsatzwachstumsrate gab NIQ nicht an. Sun Cruiser Cocktail lag mit einem Umsatzplus von 66,5 Prozent und 144.200 zusätzlichen Kisten auf Rang drei. Auch Cutwater Cocktail und White Claw schafften es in die Top fünf nach Umsatzwachstum.

Der NIQ-Bericht erfasst trinkfertige Cocktails, die über den US-Einzelhandel verkauft werden. Dazu zählen spirituosenbasierte trinkfertige und servierfertige Produkte, weinbasierte Cocktails, aromatisierte Malzgetränke und Hard Seltzer. Die jüngsten Zahlen zeigen, dass die Kategorie weiter wächst. Die stärkste Dynamik entfällt jedoch auf spirituosenbasierte Produkte, während Angebote auf Malz- und Seltzerbasis weiter an Boden verlieren.