vinetur

Bierauslieferungen in den USA bis September um 3,9 % gesunken

Der Rückgang entsprach 5,5 Millionen weniger Barrel. Im dritten Quartal sank das Volumen trotz Unterstützung durch Exporte und trinkfertige Produkte um fast 4 %

Donnerstag, 19. November 2026



Die Bierauslieferungen in den USA gingen von Januar bis September um 3,9 % zurück. Das geht aus Schätzungen von Beer Marketer's Insights hervor und verschärft den Druck auf einen Markt, der Schwierigkeiten hat, wieder auf Wachstumskurs zu kommen. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum wurden rund 5,5 Millionen Barrel

weniger ausgeliefert.

Die Schwäche setzte sich im dritten Quartal fort: Die Auslieferungen lagen laut dem Fachmedium fast 4 % niedriger. Das deutet darauf hin, dass sich die Verlangsamung nicht auf einen Teil des Jahres beschränkte, sondern in den ersten neun Monaten insgesamt auf ein breiteres Nachlassen des Bierabsatzvolumens zurückzuführen war.

Beer Marketer's Insights bezeichnete die Lage als komplex, unter anderem wegen trinkfertiger Produkte und der Exporte, erklärte jedoch, dass das Gesamtvolumen weiterhin unter Druck stehe. Die Einordnung des Berichts verweist auf Bereiche, die einigen Unternehmen helfen könnten, einen Teil des Rückgangs auszugleichen, während das Kerngeschäft mit Bier weiterhin unter Druck steht.

Die Zahlen werden in der Getränkeindustrie aufmerksam verfolgt, da Auslieferungstrends Entscheidungen weit über die Brauereien hinaus beeinflussen. Ein anhaltender Rückgang des Biervolumens kann sich auf Produktionspläne, Importplanung, Verpackungsbestellungen, den Lagerbedarf und die Auslastung der Brauereikapazitäten auswirken. Auch die Lagerbestände von Händlern und Einzelhändlern können davon betroffen sein, wenn sie Bier mit anderen alkoholischen Getränken wie spirituosenbasierten Cocktails in Dosen und weiteren trinkfertigen Produkten abwägen.

Der Rückgang von Januar bis September erhöht auch den Druck auf Brauereien, die in einem Markt ihre Margen schützen wollen, in dem Verbraucher bei ihren Einkäufen und Ausgaben selektiver geworden sind. Sinkende Volumina zwingen Unternehmen oft zu schwierigeren Entscheidungen bei Preisen, Verkaufsförderung und Markeninvestitionen – insbesondere, wenn zugleich die Nachfrage in Mainstream-Segmenten schwächelt.

Für Importeure und Exporteure deutet der Hinweis auf Exporte in der Einschätzung von Beer Marketer's Insights darauf hin, dass Handelsströme den Rückgang für einige Marktteilnehmer teilweise abgefedert haben könnten. Der Rückgang der Auslieferungen insgesamt zeigt jedoch, dass diese Zuwächse nicht ausreichten, um den breiteren Markt bis September wieder anzukurbeln.

Da Auslieferungen ein grundlegender Maßstab dafür sind, wie viel Bier in das Vertriebssystem gelangt, dürften Hersteller, Großhändler und Zulieferer den Bericht bei ihrer Planung für die kommenden Monate heranziehen. Für Unternehmen, die an der Bierproduktion beteiligt sind, könnten die Zahlen Anlass sein, bei Produktion und Lagerbeständen vorsichtig zu planen, solange sich die Nachfrage nicht erholt. Für die Getränkeindustrie insgesamt unterstreichen sie, wie wichtig der Kategorienmix ist, wenn Verbraucher ihre Ausgaben zwischen Bier, Wein, Spirituosen und trinkfertigen Produkten verlagern.

Laut dem Bericht von Beer Marketer's Insights geht die Branche mit einem niedrigeren Auslieferungsvolumen als zum gleichen Zeitpunkt des Vorjahres in den letzten Teil des Jahres – trotz der Unterstützung durch Kategorien und Vertriebskanäle, die für eine gewisse Entlastung gesorgt haben.