vinetur

Whiskey über 50 US-Dollar legt in den USA beim Absatz um 4 % zu

Der Whiskeyabsatz insgesamt sank um 5 %. Flaschen über 50 US-Dollar erzielten fast 20 % des Umsatzes, obwohl sie deutlich weniger als 10 % des Volumens ausmachten

Freitag, 20. November 2026



Hochpreisige Whiskeymarken gewinnen in den USA weiter Marktanteile, obwohl die Kategorie insgesamt schrumpft. Am Donnerstag, dem 19. November, berichtete Shanken News Daily, dass Marken mit einem Flaschenpreis von mindestens 50 US-Dollar in den von NielsenIQ erfassten Vertriebskanälen im Zwölfmonatszeitraum bis

zum 3. Oktober um 4 % zulegten, während der Whiskeyabsatz insgesamt um 5 % zurückging.

Der Bericht, der sich auf Impact Databank, NielsenIQ und Circana berief, geht davon aus, dass der US-amerikanische Whiskymarkt insgesamt zum vierten Mal in Folge einen jährlichen Volumenrückgang verzeichnen wird. Das obere Preissegment entwickelte sich trotz Zöllen und eines schwachen Konsumumfelds weiterhin überdurchschnittlich.

Das ist nicht nur für Whiskey relevant, denn es zeigt, wo Getränkeunternehmen in einem schwächelnden Markt noch Wachstum finden könnten. Premiumprodukte machen einen größeren Umsatzanteil aus, als ihr Absatzvolumen in Kisten vermuten lässt. Diese Entwicklung könnte Preisgestaltung, Verpackungsgrößen und Sortimentsentscheidungen in der Spirituosenbranche und anderen Alkoholkategorien beeinflussen.

Laut Impact Databank entfallen auf Whiskys ab 50 US-Dollar deutlich weniger als 10 % des gesamten US-amerikanischen Whiskeyvolumens, aber fast 20 % des Umsatzes. Ein relativ kleiner Teil des Marktes trägt somit einen deutlich größeren Anteil der Ausgaben.

Das US-amerikanische Hochpreissegment besteht vor allem aus Bourbons ab 50 US-Dollar und Scotch Whisky, insbesondere Single Malts. Shanken zufolge liegt Edringtons The Macallan beim Umsatz unter den hochpreisigen Whiskys des Landes an der Spitze und verzeichnet mit seiner Kernabfüllung, einem 12-Jährigen, weiterhin Wachstum.

Pernod Ricards The Glenlivet bleibt dem Bericht zufolge gemessen am Volumen der führende Single Malt Scotch. Die Marke hat ihr Angebot um neue Abfüllungen erweitert, darunter eine Provence Edition aus der Reihe der 12-jährigen, fassveredelten Whiskys. Eine 750-ml-Flasche kostet 55 US-Dollar.

Auch Pernod Ricards Redbreast, ein Irish Whiskey im Single-Pot-Still-Stil, gewinnt im oberen Preissegment dem Bericht zufolge beim Volumen hinzu.

Sazerac, gemessen am Volumen der größte Spirituosenvermarkter, zählt weiterhin zu den stärksten Akteuren im Premiumsegment amerikanischer Whiskys. Mehrere Bourbons des Unternehmens mit Preisen über 50 US-Dollar verzeichneten ein deutlich zweistelliges Wachstum, darunter W.L. Weller, Blanton’s und Colonel E.H. Taylor, berichtete Shanken.

Sazerac hat zudem Eagle Rare 30 auf den Markt gebracht, die als bislang älteste Abfüllung der Buffalo Trace Distillery mit Altersangabe beschrieben wird. Das Unternehmen bringt nun die Buffalo Trace Antique Collection 2026 heraus; mehrere Sonderabfüllungen kosten 155 US-Dollar.

Ein separates Markenranking, auf das sich Shanken berief, zeigte, dass die führenden Whiskys mit einem Preis von mehr als 50 US-Dollar pro 750-ml-Flasche in den von Circana erfassten Vertriebskanälen in den 52 Wochen bis zum 1. November beim Einzelhandelsabsatzvolumen um 14,3 % zulegten. Die Liste umfasste 10 große Marken, die 2025 zusammen 2,03 Millionen 9-Liter-Kisten auf dem US-Markt absetzten.

Innerhalb dieser Gruppe stieg das Einzelhandelsabsatzvolumen von Colonel E.H. Taylor um 85,1 %, W.L. Weller legte um 78,1 % zu, Blanton’s um 32,7 % und Eagle Rare um 18,9 %. The Macallan und Johnnie Walker Blue wuchsen jeweils um 2,0 %, Redbreast um 1,4 %. The Glenlivet verzeichnete einen Rückgang von 3,1 %, Angel’s Envy sank um 8,4 % und Woodford Reserve Double Oaked um 0,2 %.

Große Anbieter bringen weiterhin neue Produkte in diesem Segment auf den Markt. Brown-Forman erweiterte im Oktober die Woodford Reserve Double Oaked-Reihe um eine Rye-Variante mit einem Alkoholgehalt von 45,2 % vol. und einem Preis von 55 US-Dollar. Die Neuerscheinung ergänzt den Double Double Oaked Bourbon im Premiumsortiment der Marke.

Auch Angel’s Envy, eine Marke im Besitz von Bacardi, hat die Distillery Series um eine neue Abfüllung ergänzt: einen Kentucky Straight Bourbon, der in Stout- und Amburana-Fässern veredelt wurde. Die 375-ml-Flasche kostet 55 US-Dollar.

Eine der deutlichsten Veränderungen am Markt ist der Aufstieg kleinerer Premiumformate. Shanken zufolge wächst der Absatz von Wein und Spirituosen in kleineren Gebinden, während Verbraucher mit Inflation und sinkenden verfügbaren Einkommen umgehen müssen. Bei Whiskey schafft das Raum für Premiummarken in kleineren Flaschen: Käufer geben beim Kauf weniger aus, können aber weiterhin zu bekannten Marken greifen.

Dieser Trend könnte die Getränkeindustrie insgesamt beeinflussen, wenn Unternehmen Premiumpreise künftig eher mit kleineren Formaten verteidigen, statt Flaschen in Standardgröße zu rabattieren. Zudem eröffnet er Herstellern eine weitere Möglichkeit, Käufer von Geschenken sowie Verbraucher anzusprechen, die für gesellige Anlässe oder besondere Gelegenheiten ein Luxusprodukt suchen.

Diageo verfolgt eine solche Strategie. Shanken verwies auf Johnnie Walker Blue in einer 200-ml-Flasche zum Preis von 85 US-Dollar – ein Format für Verbraucher, die ein Premiumprodukt in kleinerer Menge kaufen möchten.