vinetur

US-Einzelhandelsumsatz mit Wein in den vier Wochen bis zum 14. November um 3,6 Prozent gesunken

Ein wöchentlicher Anstieg von 2,6 Prozent vor den Feiertagen änderte nichts am allgemeinen Abwärtstrend; den größten Anteil an den Verlusten hatte Stillwein

Dienstag, 24. November 2026



Der US-Einzelhandelsumsatz mit Wein gab im Jahresvergleich in den vier Wochen bis einschließlich 14. November weiter leicht nach. In der jüngsten Woche war vor Beginn der Feiertagssaison jedoch eine moderate Erholung zu verzeichnen. Das geht aus Daten von NielsenIQ hervor, die Wine Industry Advisor am Montag, dem 23. November, veröffentlichte.

Den Daten zufolge sank der Gesamtumsatz mit Wein ohne weinhaltige Cocktails gegenüber dem Vorjahreszeitraum wertmäßig um 3,6 Prozent und mengenmäßig, gemessen in Kisten, um 5,1 Prozent. Die Zahlen beziehen sich auf erfasste Einzelhandelsumsätze in den USA und bilden nicht den gesamten nationalen Verbrauch ab.

Bei Stillwein fiel der Rückgang stärker aus; er blieb der größte Belastungsfaktor für den Markt. Der Absatz von Stillwein sank gegenüber dem Vorjahreszeitraum wertmäßig um 4,5 Prozent und mengenmäßig um 5,7 Prozent. Schaumwein legte dagegen weiter zu: Der Umsatz stieg wertmäßig um 2,4 Prozent und mengenmäßig um 1,4 Prozent. Alkoholfreier Wein verzeichnete trotz seines weiterhin geringeren Marktanteils das stärkste Wachstum. Der Wert stieg um 18,4 Prozent, die Menge um 13,7 Prozent.

Die jüngsten Vier-Wochen-Zahlen zeigten eine leichte Verschlechterung gegenüber dem vorherigen rollierenden Vier-Wochen-Zeitraum, der am 7. November endete. In diesem früheren Zeitraum lag der Gesamtumsatz mit Wein wertmäßig um 3,4 Prozent und mengenmäßig um 5,0 Prozent unter dem Vorjahreswert. Da sich die Zeiträume überschneiden, handelt es sich beim Vergleich nicht um zwei getrennte Kalendermonate. Er zeigt jedoch, dass sich der Rückgang im Jahresvergleich wertmäßig um 0,2 Prozentpunkte und mengenmäßig um 0,1 Prozentpunkte verstärkt hat.

Gleichzeitig deutete die jüngste Einzelwoche des Berichts auf eine kurzfristige Verbesserung hin. Die Zahlen von NielsenIQ wiesen einen Wochenumsatz von 389,6 Millionen US-Dollar aus, gegenüber 379,7 Millionen US-Dollar in der vergleichbaren Vorjahreswoche. Auf Grundlage der veröffentlichten Gesamtwerte und ihrer Rundung entspricht dies einem Plus von 9,9 Millionen US-Dollar oder 2,6 Prozent.

Der Gegensatz zwischen dem wöchentlichen Zuwachs und dem schwächeren Vier-Wochen-Trend deutet darauf hin, dass die vorweihnachtlichen Einkäufe den Absatz kurzfristig stützen könnten, ohne das allgemeine Schrumpfen der Weinkategorie zu ändern. Die Daten zeigen außerdem, dass die weiterhin wachsenden Segmente nicht groß genug sind, um die Schwäche des Gesamtmarkts auszugleichen – insbesondere bei Stillwein.

Die unterschiedliche Höhe der Wert- und Mengenrückgänge zeigt, dass Verbraucher weniger Kisten kauften als ein Jahr zuvor, während sich die Umsätze etwas besser hielten. Dieser Unterschied allein belegt jedoch keine Inflation. Auch Veränderungen im Produktmix, etwa eine Verschiebung hin zu höherpreisigen oder Premiumprodukten, können den Umsatz im Verhältnis zur verkauften Menge beeinflussen.

Wine Industry Advisor, ein Branchenmedium, veröffentlichte die Zahlen am Montag, dem 23. November, in einem Beitrag auf Grundlage von Daten von NielsenIQ. Der zugrunde liegende NielsenIQ-Bericht weist den Berichtszeitraum im November sowie das statistische Vier-Wochen-Fenster bis zum 14. November aus. Der Bericht wird in der Weinbranche häufig zur Einschätzung der Einzelhandelsentwicklung herangezogen, erfasst jedoch nur ausgewählte Einzelhandelskanäle und nicht sämtliche Orte, an denen Amerikaner Wein kaufen oder trinken.

Diese Abgrenzung ist für die Einordnung der Zahlen wichtig. Der Bericht bildet nicht das vollständige Bild des nationalen Markts ab und enthält weder die absoluten Umsatz- und Mengenwerte für den Vier-Wochen-Zeitraum noch kumulierte Jahreswerte, die zur Berechnung der gesamten Umsatz- oder Mengenverluste des Markts in diesem Zeitraum nötig wären. Er bietet jedoch einen detaillierten Einblick in die Entwicklung der wichtigsten Segmente des Weinhandels zu Beginn einer entscheidenden Verkaufssaison: Schaumwein und alkoholfreier Wein wachsen weiter, während die Weinkategorie insgesamt schrumpft.