vinetur

Neuseeland verkaufte im Ausland mehr Wein zu rund 5 % niedrigeren Exportpreisen.

Die jährlichen Branchendaten zeigten, dass das Exportvolumen um 6,04 % auf 306,2 Millionen Liter stieg, die Erlöse jedoch nur um 0,48 % auf 2,108 Milliarden NZ $ zunahmen.

Mittwoch, 7. Oktober 2026



Neuseelands Weinausfuhren sind im vergangenen Jahr mengenmäßig gestiegen, die Exporterlöse blieben jedoch nahezu unverändert, wie der jüngste Jahresbericht von New Zealand Winegrowers zeigt – ein Zeichen dafür, dass ausländische Käufer zwar mehr Wein bezogen, aber zu niedrigeren Durchschnittspreisen.

Der Branchenverband teilte mit, dass die Exporterlöse 2,108 Milliarden NZ $ erreichten, während das Exportvolumen auf 306,2 Millionen Liter stieg. Das bedeutet einen Mengenanstieg von 6,04 % gegenüber dem Vorjahr, während der Wert nur um 0,48 % zunahm. Auf Basis dieser Zahlen fiel der durchschnittliche Exporterlös auf etwa 6,88 NZ $ pro Liter von rund 7,27 NZ $ pro Liter ein Jahr zuvor, ein Rückgang von etwa 5 %.

Dieser Durchschnittswert bezeichnet den bei der Ausfuhr erzielten Wert, bevor Frachtkosten, Einfuhrzölle, Großhandelsaufschläge und Einzelhandelspreise in den Zielländern hinzugerechnet werden. Umgerechnet auf eine 750-ml-Flasche sank der durchschnittliche Exporterlös auf etwa 5,16 NZ $ von rund 5,45 NZ $ ein Jahr zuvor.

Für Weinproduzenten und die breitere Getränkebranche ist die Aufteilung zwischen höheren Versandmengen und nahezu stagnierenden Erlösen relevant, weil sie auf Wachstum hindeutet, das eher von niedrigeren Preisen als von besseren Stückerlösen getragen wird. Sollte sich dieses Muster fortsetzen, könnten Exporteure stärker unter Druck geraten, Preisvereinbarungen, Marktmix und Werbeausgaben zu überdenken, um ihre Margen zu schützen, insbesondere in Märkten, in denen die Mengen am schnellsten wachsen.

Festlandchina verzeichnete die auffälligste Wachstumsrate im Bericht. Neuseeland lieferte dorthin 7,344 Millionen Liter, 72 % mehr als ein Jahr zuvor, und der Exportwert nach China stieg um 24,27 % auf 69,841 Millionen NZ $. Doch die Kombination dieser beiden Zahlen führte zu einem deutlichen Rückgang des durchschnittlichen Werts je Liter. Auf Basis der Berichtszahlen fiel der durchschnittliche Exporterlös nach China auf etwa 9,51 NZ $ pro Liter von rund 13,16 NZ $ pro Liter ein Jahr zuvor, ein Rückgang von ungefähr 28 %.

Das deutet darauf hin, dass der stärkere Absatz in China mit niedrigeren Preisen einherging. Auf Flaschenbasis sank der durchschnittliche Exportwert einer 750-ml-Flasche nach China von etwa 9,87 NZ $ auf rund 7,13 NZ $. Diese Zahlen zeigen nicht,

was Verbraucher im Einzelhandel bezahlt haben, wohl aber, was neuseeländische Exporteure vor den weiteren Stufen der Vertriebskette nach Abzug von Kosten und Margen erhielten.

Chinas starkes prozentuales Wachstum basierte zudem auf einer relativ kleinen Ausgangsbasis. Dem Bericht zufolge entfielen auf China rund 2,4 % des gesamten neuseeländischen Exportvolumens von Wein und etwa 3,3 % des Exportwerts. Dagegen war das Vereinigte Königreich ein deutlich größerer Treiber des gesamten Anstiegs der Ausfuhren. Das gesamte Exportvolumen Neuseelands stieg gegenüber dem Vorjahr um etwa 17,4 Millionen Liter. Von diesem Zuwachs entfielen rund 11,7 Millionen Liter auf das Vereinigte Königreich, wobei die Mengen von etwa 73,2 Millionen Litern auf 84,9 Millionen Liter stiegen. China legte im selben Zeitraum um etwa 3,1 Millionen Liter zu.

Das bedeutet, dass der Großteil des zusätzlichen Weins, der im Laufe des Jahres ins Ausland ging, nach Großbritannien geliefert wurde, obwohl China wegen des deutlich größeren prozentualen Anstiegs mehr Aufmerksamkeit erhielt. Der Größenunterschied ist für Produzenten wichtig, die entscheiden müssen, woher das Wachstum kommt und wie nachhaltig es sein kann.

Der Bericht zeigte zudem ein klares Muster über die großen Märkte hinweg: Wo die Mengen zulegten, gab das Durchschnittspreisniveau im Allgemeinen nach. Das Vereinigte Königreich nahm 16 % mehr neuseeländischen Wein ab, doch der durchschnittliche Wert je Liter in diesem Markt sank laut den Berichtsdaten um etwa 10 %. China nahm 72 % mehr Volumen ab, allerdings bei einem weitaus stärkeren Rückgang des durchschnittlichen Werts. Diese Kombination kann Marktanteile stützen und mehr Ware absetzen, sie kann aber auch die Erlöse für Erzeuger und Weingüter drücken, wenn niedrigere Exportpreise nicht anderswo ausgeglichen werden.

Die Vereinigten Staaten stachen unter den großen Märkten als wichtigste Ausnahme hervor. Die Lieferungen in die USA gingen um 7,31 % auf 91,98 Millionen Liter zurück, während der Exportwert um 5,39 % auf 720,62 Millionen NZ $ fiel. Weil der Wert langsamer sank als das Volumen, stieg der durchschnittliche Exportwert je Liter in die USA tatsächlich um etwa 2 %. Die USA blieben Neuseelands größter Markt nach Wert, und der Preistrend dort war stärker als in Märkten, in denen das Volumen zunahm.

Dieser Kontrast ist für den Getränketrade wichtig, weil er unterschiedliche Formen von Nachfrage zeigt. Ein Markt kann weniger Wein kaufen und trotzdem höhere Durchschnittserlöse ermöglichen. Ein anderer Markt kann deutlich mehr Wein kaufen, aber nur wenn der Preis sinkt. Für Exporteure sind das sehr unterschiedliche Wachstumsformen mit verschiedenen Folgen für Profitabilität, Markenpositionierung und Vertragsbedingungen.

Zwei kleinere asiatische Märkte zeigten ein ausgeglicheneres Verhältnis zwischen Menge und Wert. Singapur erhöhte sein Importvolumen neuseeländischen Weins um 18,83 %, während der Wert um 17,77 % zulegte, sodass der Durchschnittspreis je Liter nahezu unverändert blieb. Japan steigerte das Volumen um 9,61 % und den Wert um 7,12 %, was nur auf einen leichten Rückgang des durchschnittlichen Werts hindeutet. Diese Märkte sind deutlich kleiner als das Vereinigte Königreich, die USA oder selbst China, doch die Zahlen deuten darauf hin, dass sie ohne das gleiche Ausmaß an Rabatten gewachsen sind wie anderswo.

Der Bericht nannte keine einzelne Ursache für die Preisdifferenz, und Exportdaten allein können nicht zeigen, wie viel der Veränderung auf Preisnachlässe, Produktmix, Währungseffekte, Veränderungen in den Vertriebskanälen oder den Wettbewerb zwischen Anbietern zurückzuführen ist. Die Zahlen zeigen jedoch, dass die Branche im Ausland mehr Wein verkaufte, insgesamt aber kaum zusätzliche Erlöse erzielte. Das ist für jeden exportorientierten Getränkesektor eine schwierige Kombination, weil höhere Mengen nicht automatisch zu stärkeren Erträgen führen, wenn der durchschnittliche Erlös pro Einheit sinkt.

Für neuseeländische Weinunternehmen besteht die Herausforderung nun nicht nur darin, wie viel Wein sich in Auslandsmärkten verkaufen lässt, sondern zu welchem Preis und zu welchen Bedingungen. Chinas Erholung beim Volumen könnte für den Wiederaufbau von Vertrieb und Regalpräsenz in Asien zwar weiterhin wichtig sein, doch der niedrigere Durchschnittserlös deutet darauf hin, dass Preisdiziplin ebenso wichtig sein wird wie das Wachstum der Ausfuhren. Im Vereinigten Königreich, wo die Größenordnung weiterhin deutlich größer ist, werfen die Zahlen eine ähnliche Frage auf, wie viel Mengenwachstum verfolgt werden kann, bevor die Margen erodieren.

New Zealand Winegrowers veröffentlichte den Jahresbericht in dieser Woche, und die Zahlen zeigen einen Exportsektor, der weiterhin groß und weltweit aktiv ist, sich aber in einem Markt bewegt, in dem Mengen- und Wertzuwächse nicht mehr im Gleichschritt verlaufen.