vinetur

Italiens Weinexporte gingen im ersten Halbjahr 2026 wertmäßig um 6,2 % zurück

Niedrigere Preise kurbeln die Nachfrage nicht an. Höhere Kosten für Verpackung, Logistik, Transport und Glas setzen die Produzenten unter Druck.

Montag, 5. Oktober 2026



Die italienische Weinbranche durchlebt eine schwierige Phase: Während die Einzelhandelspreise sinken, steigen die Produktionskosten und die Exportnachfrage lässt nach. Das setzt eines der wichtigsten Lebensmittel- und Getränkeunternehmen des Landes zusätzlich unter Druck.

Wie Financialounge berichtete, lagen die Verbraucherpreise für Wein in Italien im September 2,3 % unter dem Vorjahresniveau, während die allgemeine Inflation 4,2 % betrug. Die niedrigeren Regalpreise reichten nicht aus, um den Absatz wieder anzukurbeln; die verkauften Mengen blieben dem Bericht zufolge schwach.

Das bringt die Weingüter in Schwierigkeiten: Sie verkaufen in einem nachlassenden Markt und müssen zugleich mit höheren Betriebskosten zurechtkommen. Financialounge zufolge, das sich auf die Unione Italiana Vini beruft, spüren die Produzenten die Auswirkungen direkt im Kellerbetrieb sowie indirekt durch höhere Kosten im Zusammenhang mit der Glasherstellung. Der Verband verwies zudem auf höhere Ausgaben für Transport, Logistik, önologische Produkte, Verpackungen und andere Materialien.

Die Belastung ist erheblich, denn Wein ist nach wie vor ein wichtiger Wirtschaftszweig in Italien. Der Sektor ist dem Bericht zufolge rund 14 Milliarden Euro wert, etwa 55 % seines Umsatzes entfallen auf ausländische Märkte. Einschließlich der damit verbundenen Geschäftstätigkeiten sichert er rund 900.000 Menschen Arbeit.

Die Exporte sind in diesem Jahr jedoch zurückgegangen. Im ersten Halbjahr 2026 sanken die italienischen Weinexporte Financialounge zufolge wertmäßig um 6,2 % und mengenmäßig um 4 %. Für eine Branche, die stark von der Nachfrage aus dem Ausland abhängt, verstärkt dieser Rückgang den Druck, der bereits durch höhere Kosten und schwächere Inlandsverkäufe entsteht.

Der Abschwung fällt in eine Zeit, in der auch der globale Weinmarkt an Schwung verliert. Die Internationale Organisation für Rebe und Wein schätzte den weltweiten Verbrauch für 2025 auf 208 Millionen Hektoliter. Das waren 2,7 % weniger als im Vorjahr und rund 14 % weniger als 2018. Die Organisation führt den Rückgang teilweise auf Veränderungen des Lebensstils, der sozialen Gewohnheiten und des Verhaltens jüngerer Generationen zurück.

Diese Veränderungen treffen die Weinproduzenten, während Verbraucher in vielen Märkten ihren Alkoholkonsum insgesamt überdenken. Seltenerer Alkoholkonsum, ein maßvollerer Konsum und veränderte Vorlieben jüngerer Erwachsener geben den Produzenten in Europa und anderen wichtigen Weinregionen zunehmend Anlass zur Sorge.

Für Italien ist dieser Trend besonders bedeutsam, da das Land zu den größten Weinexporteuren der Welt zählt. Ein anhaltender Rückgang der Exporterlöse in Verbindung mit höheren Kosten für Vorleistungen könnte die Margen von Weingütern und Händlern belasten und den Wettbewerb auf den internationalen Getränkemärkten verschärfen. Zudem könnte der Druck auf die gesamte Getränkeindustrie zunehmen, in der Unternehmen aus den Bereichen Wein, Bier und Spirituosen die Kosten für Verpackungen, Fracht und Energie bereits genau im Blick haben.

Die aktuelle Lage ist ungewöhnlich, weil niedrigere Preise nicht zu einer stärkeren Nachfrage geführt haben. In vielen Konsumgüterkategorien würden niedrigere Preise normalerweise den Absatz stützen. Die jüngsten Zahlen zum italienischen Wein deuten darauf hin, dass das Problem über die Preisgestaltung hinausgeht und auf eine schwächere zugrunde liegende Nachfrage im In- und Ausland verweist.

Financialounge beschrieb die Entwicklung als Herausforderung für die gesamte Lieferkette. Glashersteller, Verpackungslieferanten, Transportunternehmen und Logistikdienstleister hängen alle zumindest teilweise von der Lage des Weinhandels ab. Wenn die Absatzmengen zurückgehen und die Exportaufträge nachlassen, können sich die Folgen über die Weinberge und Abfüllanlagen hinaus auswirken.

Der Bericht ordnete die aktuelle Marktschwäche auch historisch ein. Er verwies darauf, dass die europäische Weinbranche die Reblauskrise in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts überstand, indem europäische Reben auf widerstandsfähigere amerikanische Unterlagsreben gepfropft wurden. Dadurch konnten viele klassische Rebsorten erhalten bleiben. In der Branche gilt diese Episode häufig als Beispiel für Anpassungsfähigkeit unter Druck.

Der Vergleich ändert nichts an den unmittelbaren Zahlen, mit denen die Produzenten derzeit konfrontiert sind. Die Weingüter haben gleichzeitig mit sinkenden Verbraucherpreisen, schwachem Absatz und steigenden Kosten zu kämpfen. Für Unternehmen mit einem hohen Exportanteil könnte der Rückgang der Auslandsnachfrage besonders schwierig sein, da ausländische Märkte mehr als die Hälfte des Branchenumsatzes ausmachen.

Die Exportzahlen sind auch deshalb wichtig, weil sowohl der Wert als auch die Menge zurückgingen. Ein Rückgang des Exportwerts um 6,2 % bei einem Minus von 4 % beim Volumen deutet darauf hin, dass die Produzenten nicht nur weniger Wein versenden, sondern mit ihren Verkäufen auch weniger erlösen. Das ist für die Rentabilität von Bedeutung, insbesondere in einem Markt mit steigenden Fixkosten.

Branchenverbände warnen seit Monaten vor den kumulierten Auswirkungen dieser Ausgaben. Glas ist ein wichtiger Einsatzstoff für die Abfüllung. Transport- und Logistikkosten wirken sich sowohl auf den Vertrieb im Inland als auch auf internationale Lieferungen aus. Verpackungsmaterialien und önologische Produkte erhöhen den Kostendruck zusätzlich, während die Weingüter nur begrenzten Spielraum haben, die Kosten an die Verbraucher weiterzugeben.

Gleichzeitig brachte das allgemeine Inflationsumfeld kaum Entlastung. Die Verbraucherpreise in Italien stiegen den von Financialounge angeführten Zahlen zufolge im September um 4,2 %, während sich die Weinpreise in die entgegengesetzte Richtung entwickelten. Diese Differenz zeigt, wie ungewöhnlich die Preisentwicklung in der Branche geworden ist.

Die Daten unterstreichen zudem, wie stark der italienische Wein von veränderten Konsumgewohnheiten im Ausland abhängt. Sollte der weltweite Verbrauch weiter sinken, müssen Exporteure in Märkten mit geringerem Wachstum möglicherweise stärker um Marktanteile kämpfen. Unter solchen Bedingungen können selbst große und etablierte Produzenten stärker unter Druck geraten – bei Preisen, Produktmix und Vertrieb.

Bislang weisen die wichtigsten Indikatoren alle in dieselbe Richtung: schwächere Nachfrage, niedrigere Verbraucherpreise, steigende Produktions- und Vertriebskosten sowie eine rückläufige Exportentwicklung im ersten Halbjahr 2026. Der von der Internationalen Organisation für Rebe und Wein beschriebene Hintergrund legt nahe, dass diese Belastungen nicht nur mit dem Konjunkturzyklus zusammenhängen, sondern auch mit längerfristigen Veränderungen darin, wie Menschen trinken und welche Produkte sie kaufen.