vinetur

Weingüter im Latium starten mit 705.000 Hektolitern unverkauftem Wein in die Lese

Die Weinbestände im Latium stiegen binnen Jahresfrist um 6,4 Prozent. Erzeugern im Raum Rom drohen Verluste von mindestens 400 Millionen Euro.

Montag, 5. Oktober 2026



Die Weinwirtschaft im Latium startet mit vollen Kellern und großen unverkauften Beständen in den neuen Produktionszyklus. Das deutet auf eine schwächere Nachfrage hin, die nach Angaben der Erzeuger inzwischen Preise, Margen und die Planung der jüngsten Weinlese belastet.

Laut Daten, die Corriere della Sera unter Berufung auf das Studienzentrum von Confagricoltura veröffentlichte, beliefen sich die Weinbestände im Latium am 31. Juli auf knapp 705.000 Hektoliter. Das waren 43.000 Hektoliter beziehungsweise 6,4 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. Für die Weingüter in der Region um Rom bedeuten die aufgestauten Bestände Verluste von mindestens 400 Millionen Euro, berichtete die Zeitung.

Die Zahlen deuten auf einen schwierigen Start in die Weinkampagne 2026 hin, obwohl die Traubenlese selbst ordentlich ausfallen dürfte. Die Erzeuger müssen nun damit rechnen, neue Trauben einzubringen, während noch große Mengen aus früheren Jahrgängen eingelagert sind. Praktisch bindet der Bestandsaufbau Betriebskapital, kann die Preise drücken und es den Weingütern erschweren, die neue Ernte in einem Markt aufzunehmen, in dem Regalflächen, Restaurantbestellungen und die Nachfrage der Händler bereits unter Druck stehen.

Den Daten von Confagricoltura zufolge entfällt die größte absolute Menge unverkauften Weins auf die IGP-Kategorie: 337.000 Hektoliter sind noch am Erzeugungsort gebunden, 2 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. Bei DOP-Weinen fiel der jährliche Anstieg der unverkauften Mengen deutlicher aus: Mehr als 30.000 Hektoliter waren noch nicht fakturiert, ein Plus von 17,2 Prozent. Auch Rebsortenweine waren betroffen; den von der Zeitung zitierten Zahlen zufolge waren noch knapp 33 Prozent unverkauft.

Branchenvertreter nannten mehrere Ursachen. Die Inflation hat die Kaufkraft geschwächt, während höhere Gas- und Kraftstoffpreise die Produktions-, Verpackungs- und Transportkosten steigen ließen. Kleinere Weingüter vor Ort haben einen Teil dieser Kostensteigerungen häufig durch geringere Margen aufgefangen. Ist das nicht möglich, geben sie die Mehrkosten über ihre Preislisten an die Käufer weiter. Wie Corriere berichtete, haben Haushalte, Hotels und Restaurants darauf mit geringeren Einkäufen reagiert.

Die Erzeuger beobachten zudem einen grundlegenderen Wandel der Konsumgewohnheiten. Ein größeres Augenmerk auf Gesundheit und Verkehrssicherheit verringert dem Bericht zufolge die Weinnachfrage in allen Altersgruppen – in Italien ebenso wie anderswo in Europa. Europa bleibt einer der wichtigsten Exportmärkte für Wein aus dem Latium, doch auch dort geht die Nachfrage zurück.

Auch außerhalb Europas ist der Markt nach Einschätzung der Erzeuger schwieriger geworden. In den USA bremsen Zölle und verstärkte Bemühungen, den kalifornischen Weinsektor zu fördern, das Wachstum italienischer Marken im unteren und mittleren Preissegment, berichtete die Zeitung. Das ist für das Latium von Bedeutung, wo viele Erzeuger auf kontinuierlichen Absatz statt auf Luxuspreise angewiesen sind.

Valerio De Paolis, Direktor von Confagricoltura Lazio, sagte gegenüber Corriere, die Erzeuger sollten die Kaufkraft Chinas und anderer asiatischer Märkte stärker in den Blick nehmen. Außerdem müsse die Region die Chancen des Wein-Tourismusgesetzes im Latium besser nutzen und die Vermarktung lokaler Weine mit einem breiteren Tourismus- und Gastronomieangebot verbinden. Besonders verwies er auf Rom, dessen Millionen Besucher für die Weine der Region den wichtigsten städtischen Absatzmarkt darstellen.

Der Druck zeigt sich auch bei einzelnen Weingütern. Corriere verwies auf Castello di Torre in Pietra, ein traditionsreiches Weingut, das 1926 vom früheren Corriere-della-Sera-Redakteur Luigi Albertini nach dessen Ausscheiden gegründet wurde. Der heutige Eigentümer Filippo Antonelli sagte, der Betrieb habe Schwierigkeiten, seine Produkte abzusetzen.

„Es ist durchaus schwierig, Käufer für unsere Produkte zu finden“, sagte Antonelli laut der Zeitung. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Weinkonsum sei in den vergangenen vier Jahrzehnten stark zurückgegangen: von 110 auf 30 Liter. Zudem verwies er auf die steigenden Energiekosten entlang der gesamten Produktionskette – vom Diesel für Traktoren bis zum Strom für die Verarbeitung – sowie auf die unvermeidbaren Kosten für Kartons, Kunststoffe und Flaschen, die für den Transport benötigt werden.

Der Kostendruck trifft auch die Verbraucher, kommt den Erzeugern jedoch nicht immer zugute. Unter Berufung auf Daten von Ismea und Nir, die Confagricoltura Lazio ausgewertet hat, berichtete Corriere, dass vor Abzug der Kosten lediglich 10,3 bis 23,7 Prozent des von den Kunden gezahlten Endpreises bei den Erzeugern ankommen. Der durchschnittliche Ab-Hof-Preis liegt zwischen 0,46 und 1,01 Euro pro Liter.

Besonders deutlich wird diese Differenz im Einzelhandel. Corriere nannte als Beispiel eine Flasche DOP Colli Albani, die im Laden für 5,59 Euro verkauft wird. Davon erhält der Winzer lediglich 0,57 Euro – rund 10 Prozent des Regalpreises.

Für die Getränkeindustrie insgesamt zeigen die Zahlen aus dem Latium, wie sich eine nachlassende Nachfrage durch die Lieferkette fortsetzen kann, selbst wenn die Bedingungen für die Weinlese akzeptabel sind. Überschüssige Bestände betreffen nicht nur die Weingüter. Sie können auch Bestellungen von Flaschen, Etiketten und Verpackungen sowie Logistikaufträge bremsen und Händler wie Restaurantbetreiber bei der Aufnahme neuer Bestände vorsichtiger machen. In einem Markt, der bereits von höheren Kosten und einem selektiveren Konsum geprägt ist, kann das den Druck auf Erzeuger verstärken, die auf Absatzmengen statt auf Premiumpreise angewiesen sind.

Die Weingüter im Latium versuchen nun, ältere Bestände abzusetzen und sich zugleich auf den jüngsten Jahrgang vorzubereiten – ein Balanceakt, der sowohl den Cashflow als auch die Preisdisziplin auf die Probe stellt. Die Region profitiert weiterhin von ihrer touristischen Anziehungskraft und der Nähe zu einem der größten Besuchermärkte Europas: Rom. Doch nach Aussage der Erzeuger reichen diese Vorteile allein nicht aus, um die schwächere Inlandsnachfrage, das langsamere Exportwachstum und die steigenden Kosten in der Weinbranche auszugleichen. Zugleich verdeutlichen die Zahlen zu den Ab-Hof-Preisen, wie wenig vom endgültigen Einzelhandelswert in der Landwirtschaft ankommt: In manchen Fällen sind es nur Centbeträge, obwohl Verbraucher mehrere Euro pro Flasche zahlen.