vinetur

Indien senkt Zölle auf neuseeländischen Wein im Rahmen eines neuen Handelsabkommens von 150 auf 50 Prozent

Der zehnjährige Zollabbau könnte Produzenten einen größeren indischen Markt erschließen. Ihre Weinexporte dorthin liegen bislang unter 500.000 US-Dollar jährlich.

Donnerstag, 12. November 2026



Neuseeländische Weinproduzenten erhalten besseren Zugang zum indischen Markt, nachdem das Freihandelsabkommen zwischen Indien und Neuseeland am 20. Oktober in Kraft getreten ist. Damit beginnt ein zehnjähriger Zollabbau, der die Verkäufe auf dem Markt lange niedrig gehalten hat.

Dem Abkommen zufolge sinken die Zölle auf zugelassenen neuseeländischen Wein je nach Wert des Weins von 150 Prozent auf entweder 50 oder 25 Prozent, wie New Zealand Winegrowers, der Branchenverband, mitteilte. Das Abkommen enthält zudem eine Meistbegünstigungsklausel für Wein. Sollte Indien einem anderen Land in einem künftigen Handelsabkommen günstigere Wein-Zollbedingungen gewähren, würden zugelassene neuseeländische Weine automatisch gleich behandelt.

Die Änderung ist auch über die bislang geringe Präsenz Neuseelands auf dem indischen Markt hinaus von Bedeutung. New Zealand Winegrowers zufolge erzielt das Land mit Weinexporten nach Indien weniger als 500.000 US-Dollar pro Jahr. Die Exporte in den Markt stiegen gegenüber dem Vorjahr um 48 Prozent auf knapp 438.000 US-Dollar. Dennoch könnte der niedrigere Zollpfad den Wettbewerb zwischen den weinliefernden Ländern in Indien allmählich verändern und neuseeländischen Exporteuren eine

mögliche neue Gelegenheit zur Diversifizierung ihrer Absatzmärkte bieten – zu einer Zeit, in der sich die Branche auf ein knapperes Angebot im Inland und uneinheitliche globale Rahmenbedingungen einstellt.

Anishka Jelicich, Geschäftsführerin von New Zealand Winegrowers, sagte, das zügige Ratifizierungsverfahren habe bereits einen Vorteil gebracht, weil dadurch die im separaten Handelsabkommen zwischen der Europäischen Union und Indien ausgehandelten Vorzugsbedingungen gesichert worden seien. Die Zollsenkungen seien umfangreicher als jene, die Neuseeland erhalten hätte, wenn das EU-Abkommen zuerst in Kraft getreten wäre.

Das Abkommen geht zudem über Zölle hinaus. Ein eigener Anhang zu Wein und Spirituosen sieht eine Arbeitsgruppe zu technischen Fragen, Kennzeichnung und Zertifizierung vor – Bereiche, die häufig darüber entscheiden, wie leicht Produzenten in regulierte Märkte eintreten und dort wachsen können. Für Getränkeunternehmen können diese Vorschriften ebenso wichtig sein wie die angekündigten Zollsenkungen, da sie Produktzulassungen, Compliance-Kosten und die Geschwindigkeit des Vertriebs beeinflussen.

Indien ist nach wie vor ein eher kleiner Markt für importierten Wein, doch Größe und Wachstum des Marktes wecken das Interesse von Exporteuren. New Zealand Winegrowers zufolge konzentriert sich der Weinkonsum in Indien auf Mumbai, Delhi und Bengaluru. Auf diese drei Städte entfällt etwa die Hälfte des Weinkonsums des Landes; zusammen haben sie rund 70 Millionen Einwohner. In Maharashtra, dem Bundesstaat, zu dem Mumbai gehört, erreichten die Weinverkäufe im Jahr bis März 2026 mit 13 Millionen Litern einen Rekordwert. Auch Indiens Weinimporte stiegen 2025 laut dem Branchenverband mengenmäßig um 14 Prozent.

Neuseeländische Produzenten richten ihr Augenmerk auch auf die Nachfrageverteilung. Rotwein macht einen bedeutenden Anteil am indischen Markt für importierten Wein aus. Laut New Zealand Winegrowers könnte dies Raum für andere Weinstile als Sauvignon Blanc schaffen, die Rebsorte, mit der das Land im Ausland am stärksten verbunden wird.

Branchenvertreter haben darauf hingewiesen, dass niedrigere Zölle allein keinen Erfolg garantieren. Sonal C Holland, Indiens einzige Master of Wine, sagte beim Wine Business Forum von New Zealand Winegrowers in Wellington, das Handelsabkommen beseitige ein großes Hindernis. Nachhaltiges Wachstum in Indien werde jedoch Geduld, kontinuierliche Investitionen und enge Beziehungen vor Ort erfordern. Jelicich sagte, der Verband wolle seinen Mitgliedern mit praxisnahen Informationen, Kontakten zu wichtigen Akteuren und Möglichkeiten vor Ort dabei helfen, den Markt einzuschätzen und Marken aufzubauen.

Im Rahmen dieser Bemühungen reisen New Zealand Winegrowers und New Zealand Trade and Enterprise im November mit einer Delegation von 20 Unternehmen zur Fachmesse ProWine Mumbai.

Die Öffnung des indischen Marktes fällt in eine Zeit, in der die neuseeländische Weinbranche versucht, Angebot und Nachfrage wieder ins Gleichgewicht zu bringen. In seinem im September veröffentlichten Jahresbericht 2026 teilte New Zealand Winegrowers mit, dass die Weinexporte in den zwölf Monaten bis Juni 2026 bei einem Volumen von 306,2 Millionen Litern einen Wert von 2,108 Milliarden US-Dollar erreichten. Der Gesamtumsatz stieg dank der Exporte um 8 Prozent. Damit war es das zweithöchste Ergebnis für ein Jahr bis Juni seit Beginn der Aufzeichnungen.

Gleichzeitig fiel die Ernte 2026 kleiner aus. Der Jahrgang 2026 brachte rund 440.000 Tonnen hervor, 15 Prozent weniger als im Vorjahr. Laut New Zealand Winegrowers brachte die geringere Ernte die Produktion näher an die aktuelle Marktnachfrage heran, nachdem der Welthandel mit Wein eine schwierige Phase durchlaufen hatte.

Fabian Yukich, Vorsitzender von New Zealand Winegrowers, sagte, das Jahr sei für die Weinbranche weltweit herausfordernd gewesen. Die neuseeländischen Produzenten hätten sich jedoch als widerstandsfähig erwiesen und passten sich an. Jelicich, die im Juli die Geschäftsführung übernommen hatte, erklärte, die aktualisierte Strategie der Organisation solle Winzern und Weingütern bessere Informationen, Interessenvertretung und praktische Unterstützung bei Entscheidungen zu Märkten, Produktion und Investitionen bieten.

Für Exporteure bleibt Indien ein kleiner Absatzmarkt. Doch die Zollsenkungen, der automatische Zugang zu künftig gewährten besseren Bedingungen für konkurrierende Lieferanten und ein Rahmen zur Beseitigung technischer Hürden eröffnen neuseeländischen Weinunternehmen einen klareren Weg in einen der größten Verbrauchermärkte der Welt. Der Aufbau nennenswerter Umsätze dürfte dort jedoch Jahre dauern.