vinetur

Inter Rhône plant Branchengipfel für eine Rhône-Weinstrategie bis 2035

Samuel Montgermont bezeichnet den Abschwung als strukturell und will Handel, Banken und Kommunen einbinden

Freitag, 13. November 2026



Inter Rhône, der Branchenverband der Weinwirtschaft im Rhône-Tal, bereitet eine breit angelegte Konsultation vor, um eine Strategie bis 2035 zu entwickeln. Der neue Präsident erklärte, die Region müsse sich an das anpassen, was er als strukturelle Krise

bezeichnete.

Samuel Montgermont, der vor Kurzem das Amt des Präsidenten von Inter Rhône übernommen hat, sagte am Dienstag, dem 10. November, die Organisation wolle „sehr schnell“ sogenannte états généraux abhalten. Bei dieser breit angelegten Branchenveranstaltung sollen öffentliche und private Akteure zusammenkommen und einen gemeinsamen Plan entwickeln. Ziel sei es, „eine Vision für 2035 zu entwickeln“, sagte er mit Blick auf den Weinbau an der Rhône.

Montgermont zufolge soll der Prozess Landwirtschaftskammern, Kommunen, staatliche Stellen und Banken zusammenbringen. Zugleich machte er deutlich, dass der Handel eine zentrale Rolle spielen müsse. „Ohne den Lebensmitteleinzelhandel wird es keine vertraglichen Vereinbarungen geben“, sagte er. Die nachgelagerte Marktseite müsse eingebunden werden, wenn die Region stabilere kommerzielle Zusagen erreichen wolle.

Die Initiative ist Ausdruck des wachsenden Drucks auf die französischen Weinregionen: Die Erzeuger sehen sich in einigen Märkten mit einer schwachen Nachfrage, veränderten Konsummustern, Preisdruck und einer zunehmenden finanziellen Belastung konfrontiert. Bei den Gesprächen an der Rhône solle ermittelt werden, welche Veränderungen nötig seien, um die wirtschaftliche Stärke der Branche wiederherzustellen, sagte Montgermont.

Der Plan von Inter Rhône beschränkt sich nicht auf eine breit angelegte politische Diskussion. Die Organisation will auch bessere Instrumente für die wirtschaftliche Analyse entwickeln, um Entscheidungen zu Produktion und Vermarktung zu unterstützen. Ziel sei es, die Branche stärker auf vertragliche Vereinbarungen auszurichten. In Frankreich bezeichnet der Begriff häufig längerfristige Lieferverträge zwischen Erzeugern und Abnehmern.

Dieser Ansatz könnte weit über die Winzer im Rhône-Tal hinaus Bedeutung haben. Gelingt es der Region, Erzeuger, Handel und Finanzinstitute bei Verträgen und Marktsignalen aufeinander abzustimmen, könnten Weinlieferanten verlässlichere Absatzmöglichkeiten erhalten, die Preisbildung verbessert und die Rentabilität entlang eines Teils der Getränkelieferkette gestärkt werden. Für Einzel- und Großhändler könnten verbindlichere Vereinbarungen zudem mehr Planungssicherheit bei Mengen

und Beschaffung schaffen.

Montgermonts Äußerungen knüpfen an Empfehlungen an, die bereits auf nationaler Ebene ausgesprochen wurden. Im Oktober 2025 forderte eine Informationsmission des französischen Senats zur Zukunft des Weinbaus branchenweite Gespräche, um mithilfe vertraglicher Instrumente verbindlichere Zusagen von Abnehmern entlang der Lieferkette zu erreichen. Ziel müsse es sein, eine echte Preisbildung im Voraus und längerfristige Sicherheit für die Absatzmöglichkeiten der Erzeuger zu schaffen, erklärten die Abgeordneten.

Diese Formulierung des Senats trifft den Kern der aktuellen Debatte in der französischen Weinbranche. Viele Erzeuger beklagen, dass sie den Großteil des Marktrisikos tragen, aber zu wenig Einfluss auf die Endpreise haben. Ein stärker formalisiertes Vertragssystem soll dieses Ungleichgewicht verringern, indem Produktion, Mengen und Preiserwartungen früher im Vermarktungsprozess miteinander verknüpft werden.

Für das Rhône-Tal ist die Herausforderung besonders groß, denn die Region umfasst eine Vielzahl von Erzeugern und Appellationen: von Weinen in großen Mengen für den Supermarkt bis hin zu höherpreisigen Marken für den Fachhandel und den Export. All diese Interessen zusammenzuführen, dürfte schwierig werden – insbesondere, wenn sich die Branche darauf verständigen soll, wie viel produziert, wie vermarktet und wie das Risiko verteilt wird.

Auch den Weintourismus hat Montgermont ins Zentrum seiner Roadmap gerückt. Er stellte den Oenotourismus als strategisches Instrument dar, um die Attraktivität der Region zu steigern und rund um die Rhône-Weine zusätzlichen Mehrwert zu schaffen. Eine neue Etappe beim Ausbau und der Vermarktung des Angebots ist geplant, mit einer stärkeren Zusammenarbeit zwischen Fachleuten aus Weinbau und Tourismus.

Zu den Vorhaben gehört ein Institut Rhône Oenotourisme, das Initiativen koordinieren, Fachleute unterstützen und das Weintourismusangebot der Region sichtbarer machen soll. Zum geplanten Betrieb des Instituts wurden bislang nur wenige Einzelheiten bekannt. Der Vorschlag deutet jedoch darauf hin, dass Inter Rhône die Einnahmen der Region diversifizieren und die Bindung zu den Verbrauchern über den reinen

Flaschenverkauf hinaus stärken will.

Die Verbindung von vertraglichen Vereinbarungen und Weintourismus zeigt, dass Inter Rhône beide Seiten der wirtschaftlichen Herausforderung in den Blick nimmt: die kurzfristige wirtschaftliche Widerstandsfähigkeit und die Nachfrageentwicklung auf lange Sicht. Einerseits will die Organisation die Marktstrukturen verbessern und den Absatz stärker absichern. Andererseits versucht sie, neue Anreize zu schaffen, die die Region und ihre Weine attraktiver machen.

Ein Termin für die états généraux wurde noch nicht bekannt gegeben. Inter Rhône signalisiert jedoch, dass der Prozess rasch beginnen und weit über Weinberge und Weingüter hinaus Akteure einbeziehen soll. Indem die Organisation Banken, Behörden und Handel an einen Tisch bringen will, macht sie offenbar deutlich, dass die Probleme der Rhône-Weinbranche nicht mehr allein als Angelegenheit der Erzeuger betrachtet werden, sondern als umfassendere wirtschaftliche Herausforderung, die das Getränkegeschäft der Region, lokale Investitionen und die Stabilität des Handels betrifft.