vinetur

Australiens Weißweinexporte ins chinesische Festland steigen im dritten Quartal um 143,6 Prozent

Der kräftige Zuwachs ließ Australiens Weinverkäufe nach China in einem von Rückgängen in Großbritannien, den USA und anderen Märkten geprägten Quartal steigen

Freitag, 13. November 2026



Die australischen Weißweinexporte ins chinesische Festland legten im dritten Quartal kräftig zu. Damit bot sich den Erzeugern ein seltener Wachstumsbereich, während die Lieferungen in vielen anderen Märkten insgesamt zurückgingen.

Am Freitag, dem 13. November, veröffentlichte Zahlen von Wine Australia zeigen, dass die Weißweinlieferungen ins chinesische Festland im dritten Quartal 2026 mengenmäßig um 143,6 Prozent auf 5,26 Millionen Liter stiegen. Der Wert dieser Exporte erhöhte sich um 51,9 Prozent auf 11,87 Millionen A $ beziehungsweise rund 8,14 Millionen US $.

Der Zuwachs bei Weißwein trug dazu bei, dass die australischen Weinexporte ins chinesische Festland im Quartal insgesamt wertmäßig um 1,9 Prozent auf 166,33 Millionen A $ beziehungsweise rund 114 Millionen US $ stiegen. Die Liefermenge nach China erhöhte sich um 14,9 Prozent auf 17,06 Millionen Liter.

Diese Entwicklung hob sich von der schwächeren Lage auf den Weltmärkten ab. Wie aus den Daten hervorgeht, sank der Wert der australischen Weinexporte über alle Absatzgebiete hinweg im Quartal um 7,3 Prozent auf 520,57 Millionen A $, während die Menge um 4,7 Prozent auf 148,25 Millionen Liter zurückging.

Auch im Vergleich mit den beiden anderen größten Exportmärkten Australiens nach Wert war der Kontrast deutlich. Die Exporte ins Vereinigte Königreich gingen um 12,6 Prozent auf 81,81 Millionen A $ zurück, die Menge sank um 8,7 Prozent auf 44,5 Millionen Liter. Die Lieferungen in die USA verringerten sich wertmäßig um 12,5 Prozent auf 63,7 Millionen A $ und mengenmäßig um 4,5 Prozent auf 29,52 Millionen Liter.

Das chinesische Festland blieb Australiens größter Weinexportmarkt nach Wert. Nach Menge lag es jedoch hinter dem Vereinigten Königreich, den USA und Kanada auf Rang vier. Diese Diskrepanz unterstreicht die Bedeutung Chinas für höherpreisige Weine und nicht für den Absatz von Massenware.

Den Zahlen von Wine Australia zufolge erzielten australische Weine, die mit einem FOB-Preis von mindestens 10 A $ je Liter auf das chinesische Festland geliefert wurden, im Quartal einen Wert von 137,82 Millionen A $. Das entsprach rund 59 Prozent des weltweiten Exportwerts Australiens in diesem Preissegment, der insgesamt 233,5 Millionen A $ betrug.

Für Weinproduzenten und die Getränkeindustrie insgesamt deuten die Zahlen darauf hin, dass sich in China für Weißwein ein wachsendes Marktpotenzial eröffnen könnte – zu einer Zeit, in der die Verkäufe in mehreren etablierten Exportmärkten unter Druck stehen. Sollte sich dieser Trend fortsetzen, könnte er beeinflussen, wie Exporteure ihre Rot- und Weißweinportfolios ausbalancieren, Marketingbudgets einsetzen und asiatische Wachstumsmärkte auswählen.

Trotz des kräftigen Zuwachses bei Weißwein dominierte Rotwein weiterhin den Handel Australiens mit dem chinesischen Festland. Im dritten Quartal entfielen 91,62 Prozent des australischen Weinexportwerts in diesen Markt auf Rotwein, während Weißwein einen Anteil von 7,14 Prozent ausmachte. Weltweit war der Weißweinanteil am australischen Exportwert mit 27,74 Prozent deutlich höher; auf Rotwein entfielen 70,38 Prozent. Der wesentlich kleinere Weißweinanteil in China lässt Raum für Wachstum, auch wenn Rotwein dort weiterhin das Kerngeschäft bildet.

Der Zuwachs bei Weißwein erfolgte, während australische Erzeuger versuchten, ihre Position bei chinesischen Verbrauchern auszubauen, die zunehmend auch nach Kategorien jenseits der traditionellen Spitzenreiter bei der Nachfrage nach Importwein suchen. Vino Joy News berichtete, dass einige Verbraucher Interesse an Alternativen zu Burgunderweinen gezeigt hätten, darunter hochwertiger australischer Chardonnay.

Hong Boyong, Geschäftsführer von Shanghai Pran Wines, das auf australische Weine spezialisiert ist, sagte der Publikation zuvor, chinesische Käufer interessierten sich zunehmend für Weißweine aus verschiedenen australischen Regionen. Kunden fragten häufiger nach Hunter Valley Semillon, sagte er. Auch hochwertiger Chardonnay finde Beachtung bei Burgundertrinkern, die ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und einen anderen Stil suchten.

Auch Schaumwein verzeichnete von einer kleinen Basis aus ein Wachstum. Der Exportwert ins chinesische Festland stieg im dritten Quartal um 25,4 Prozent auf 1,95 Millionen A $, die Menge nahm um 22,8 Prozent auf 171.818 Liter zu.

Dem besseren Abschneiden in China im dritten Quartal war eine schwächere Entwicklung zu Jahresbeginn vorausgegangen. In den ersten neun Monaten 2026 sank der Wert der australischen Weinexporte ins chinesische Festland um 10,4 Prozent auf

758,59 Millionen A $, obwohl die Menge um 8,2 Prozent auf 79,31 Millionen Liter stieg. Die Rückkehr zum wertmäßigen Wachstum im dritten Quartal bei gleichzeitig stärkerem Mengenplus könnte darauf hindeuten, dass Importeure ihre Lagerbestände abbauen und eher bereit sind, diese wieder aufzufüllen. Bevor sich daraus jedoch eine breitere Erholung ableiten lässt, muss sich der Trend erst fortsetzen.

Die Daten unterstrichen zudem die Bedeutung von South Australia für den Handel mit China. Weine aus South Australia führten die Lieferungen ins chinesische Festland an; ihr Exportwert stieg im Quartal um 32 Prozent auf 106,55 Millionen A $. Weine ohne Herkunftsangabe auf dem Etikett belegten mit 16,78 Millionen A $ den zweiten Platz.

Die Entwicklung Australiens in Asien fiel uneinheitlich aus. Im Quartal lagen sechs der zehn größten Exportmärkte des Landes nach Wert in Asien, doch die Ergebnisse unterschieden sich stark von Markt zu Markt.

Die Exporte nach Singapur sanken wertmäßig um 16,0 Prozent auf 20,62 Millionen A $, die Menge ging um 12,0 Prozent auf 1,32 Millionen Liter zurück. In Hongkong, Australiens siebtgrößtem Markt nach Wert, fiel der Exportwert um 22,5 Prozent auf 15 Millionen A $ und die Menge um 19,7 Prozent auf 1,38 Millionen Liter.

In Thailand entwickelte sich der Exportwert in die entgegengesetzte Richtung. Die Exporte dorthin stiegen um 26,3 Prozent auf 14,67 Millionen A $ und lagen damit fast auf dem Niveau Hongkongs, obwohl die Menge um 14,1 Prozent auf 1,47 Millionen Liter zurückging. Diese gegenläufige Entwicklung deutet auf eine Verschiebung hin zu höherpreisigen Weinen bei den australischen Lieferungen nach Thailand.

Auch in Japan war die Entwicklung rückläufig. Der Exportwert sank um 16,8 Prozent auf 10,35 Millionen A $, die Menge ging um 5,0 Prozent auf 2,58 Millionen Liter zurück.

Indonesien verzeichnete unter diesen asiatischen Märkten den stärksten wertmäßigen Zuwachs. Die Lieferungen stiegen um 59,0 Prozent auf 7,66 Millionen A $, die Menge nahm um 44,0 Prozent auf 376.974 Liter zu.

Die Zahlen des Quartals zeigen, dass das chinesische Festland nicht nur Australiens größter Weinmarkt nach Wert ist. Es zählt auch zu den wenigen Märkten, in denen Exporteure von einem stark wachsenden Weißweinsegment profitierten, während die

weltweite Nachfrage insgesamt schwach blieb.