vinetur

Prosecco überholt Champagner erstmals in französischen Supermärkten

Laut Circana wurden bis Juli 2026 im Einzelhandel 25,3 Millionen Flaschen Prosecco verkauft – knapp mehr als 25,2 Millionen Flaschen Champagner.

Sonntag, 15. November 2026



Französische Verbraucher kauften in den zwölf Monaten bis Juli 2026 in den großen Einzelhandelsketten des Landes mehr Prosecco als Champagner. Das markiert einen symbolträchtigen Wandel in einem der weltweit wichtigsten Märkte für Schaumwein.

Laut Circana-Daten, die VinAvisen am Samstag, dem 14. November, zitierte, kauften französische Verbraucher in diesem Zeitraum 25,3 Millionen Flaschen Prosecco, verglichen mit 25,2 Millionen Flaschen Champagner. Der Vorsprung betrug lediglich 100.000 Flaschen. Dennoch lag damit der italienische Schaumwein aus Venetien in diesem Marktsegment erstmals nach Absatz vor Frankreichs bekanntestem Schaumwein.

Der Vergleich umfasst nicht den gesamten Weinabsatz in Frankreich. Er bezieht sich auf den großen Supermarkt- und Einzelhandelskanal des Landes, nicht auf den Gesamtmarkt mit Restaurants, spezialisierten Weinhandlungen und anderen Verkaufsstellen. Dennoch deutet das Ergebnis auf ein verändertes Verbraucherverhalten in einem Land hin, das seit Langem mit Champagner verbunden wird. In der Getränkeindustrie dürfte man die Entwicklung genau beobachten: Die Erzeuger konkurrieren um preisbewusste Käufer und versuchen, in reifen Märkten größere Absatzmengen zu erzielen.

Die Zahlen fallen in eine Zeit, in der sich Schaumwein in Frankreich besser entwickelt als Stillwein. VinAvisen berichtete, dass der Schaumweinabsatz in französischen Bars und Restaurants 2025 um 6,3 % gestiegen ist, während der Absatz von Stillwein um 5 % zurückging. Dieser übergeordnete Trend trägt dazu bei, den Zugewinn von Prosecco zu erklären. Französische Verbraucher greifen zu Schaumwein, doch viele entscheiden sich dabei für günstigere Preisklassen.

Der Preis scheint ein wesentlicher Faktor zu sein. Seit 2019 ist der Durchschnittspreis einer Flasche Champagner laut den von VinAvisen zitierten Zahlen um 17 % auf 21 € gestiegen. Im selben Zeitraum erhöhte sich der Durchschnittspreis einer Flasche Prosecco um 5 % auf 5,30 €. Damit kostet Prosecco etwa ein Viertel so viel wie Champagner – ein großer Unterschied, der bei alltäglichen Einkäufen, größeren Feiern und für Händler auf der Suche nach schnell drehenden Produkten ins Gewicht fällt.

Prosecco profitiert zudem davon, dass er als Grundlage für Spritz-Cocktails dient, die in Frankreich ebenso wie in anderen europäischen Märkten beliebt geworden sind. Der Wein ist eine klassische Basis für das Getränk und spielt damit nicht nur im Weinabsatz, sondern auch beim allgemeinen Cocktail- und Aperitiftrend eine Rolle. Für Getränkeunternehmen ist diese Überschneidung wichtig: Sie erweitert die Attraktivität von Prosecco über traditionelle Weinanlässe hinaus und erschließt jüngere sowie eher gelegentliche Konsumenten.

Der Absatzrekord hat bei italienischen Erzeugern auch die Hoffnung geweckt, dass Prosecco in Frankreich den Weg für ein breiteres Interesse an italienischem Wein ebnen kann. VinAvisen zufolge, das sich dabei auf Mulemo.com berief, hat die starke Entwicklung von Prosecco die Erzeuger zu der Hoffnung ermutigt, dass das Interesse an einem italienischen Schaumwein auch die Aufmerksamkeit für italienische Weine insgesamt steigern könnte. Sichtbar wurde diese Stimmung auf der Wine Paris im Februar 2026: Dort präsentierten 200 italienische Weinerzeuger ihre Weine – 60 % mehr als bei der Ausgabe der Fachmesse 2025.

Das Ergebnis bedeutet nicht, dass Champagner seinen Platz in Frankreich verloren hat. Champagner zählt weiterhin zu den wichtigsten Weinkategorien des Landes und verfügt über ein starkes Premiumimage, geschützte Herkunftsregeln und eine tiefe kulturelle Verankerung. Die Circana-Zahlen deuten jedoch darauf hin, dass sich die alltägliche Nachfrage im volumenstarken Einzelhandel in eine andere Richtung bewegt. Offenbar sind Verbraucher zunehmend bereit, ein günstigeres importiertes Schaumweinerzeugnis anstelle eines heimischen Luxusprodukts zu wählen, wenn der Anlass kein Prestige verlangt.

Der Wandel könnte weitreichende Folgen für Erzeuger, Importeure und Händler haben. In einem Markt, in dem Inflation und Haushaltsbudgets weiterhin die Kaufentscheidungen prägen, zeigt der Aufstieg von Prosecco, wie Preis, unkomplizierter Genuss und Cocktailkultur langjährige Konsummuster verändern können. Für Champagnerhäuser wächst der Druck, die Absatzmengen im unteren Marktsegment zu verteidigen und zugleich ihre Premiumpositionierung zu bewahren. Italienischen Erzeugern liefert die Entwicklung den Beleg, dass Frankreich trotz seiner starken heimischen Weinidentität zunehmend offen für importierten Schaumwein ist, wenn

dieser den aktuellen Trinkgewohnheiten entspricht.