vinetur

Burgund exportierte 101 Millionen Flaschen, Umsatz sank um 1,4 Prozent

Die Verkäufe in die USA gingen um 17,9 Prozent zurück und verdeutlichen den Preisdruck auf eine der führenden Weinregionen Frankreichs

Montag, 16. November 2026



Burgund steigerte in den zwölf Monaten bis August seine Weinexporte nach Menge, erzielte damit jedoch geringere Erlöse. Das zeigt, dass eine der führenden Weinregionen Frankreichs ihre Position in einem sich wandelnden Markt mit größerem Aufwand verteidigen muss.

Am Sonntag, dem 15. November, teilte das Comité des Vins de Bourgogne mit, dass die Region in diesem Zeitraum fast 101 Millionen Flaschen exportierte – 3,5 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Die Exporterlöse gingen dagegen um 1,4 Prozent auf 1,65 Milliarden Euro zurück.

Die beiden Zahlen weisen auf eine größer werdende Lücke zwischen Menge und Wert hin. Burgund verkaufte mehr Wein ins Ausland, doch der durchschnittliche Erlös pro Flasche sank. Das kann geschehen, wenn Erzeuger die Preise senken, auf günstigere Produkte setzen oder verstärkt Kategorien anbieten, die sich zwar in größeren Mengen, aber mit geringeren Margen verkaufen.

Nach Angaben des Comité des Vins de Bourgogne waren Weißweine und Crémant de Bourgogne die wichtigsten Stützen der Exportmengen. Ihre Entwicklung half, Schwächen in anderen Bereichen auszugleichen und die Exporte weiter wachsen zu lassen, obwohl sich die Region mit einem schwierigeren Preisumfeld konfrontiert sah.

Das deutlichste Zeichen für diesen Druck kam aus den USA, einem der wichtigsten Auslandsmärkte Burgunds. Die dortigen Erlöse gingen den vom Comité veröffentlichten Zahlen zufolge um 17,9 Prozent zurück. Die Daten deuten darauf hin, dass selbst eine weltweit anerkannte Premiumweinregion nicht vor einer schwächeren Nachfrage, Handelshemmnissen oder einer höheren Preissensibilität der Käufer gefeit ist.

Das ist auch über Burgund hinaus von Bedeutung. Für die Getränkebranche insgesamt zeigen die Zahlen, welche Folgen Preisanpassungen zum Schutz der Absatzmengen haben. Sie verdeutlichen außerdem, wie stark Weine im höheren Preissegment von Zöllen und Veränderungen der Verbrauchernachfrage betroffen sein können – insbesondere in einem Markt wie den USA, wo sich Importbedingungen und Einzelhandelstrends schnell auf die wirtschaftliche Lage von Erzeugern, Händlern und Weinhändlern auswirken können.

Die Ergebnisse Burgunds zeigen auch, wie unterschiedlich die Nachfrage innerhalb der Weinbranche ausfällt. Produkte mit breiterer Zielgruppe oder zugänglicheren Preisen können die Mengen stabil halten, während teurere Segmente früher unter Druck geraten können, wenn Käufer vorsichtiger werden. In diesem Zusammenhang scheinen die Weißweine und der Schaumwein Crémant nicht nur für die Exportmengen, sondern auch für die Aufrechterhaltung der Marktpräsenz im Ausland wichtig gewesen zu sein.

Die Mitteilung des Comité erfolgt zu einem Zeitpunkt, an dem viele Weinregionen mit einer langsameren Nachfrage in etablierten Märkten, Bestandsanpassungen und einem stärker umkämpften globalen Exportumfeld zu tun haben. Burgund zählt weiterhin zu den renommiertesten Namen der Weinwelt, doch die aktuellen Zahlen zeigen, dass der gute Ruf allein die Erlöse bei ungünstigeren Marktbedingungen nicht vollständig schützen kann.

Der Rückgang des Exportwerts trotz höherer Mengen könnte auch den Blick auf die Zusammensetzung des Produktportfolios der Region lenken. Burgund umfasst zahlreiche Appellationen und Preisklassen – von Einstiegsweinen bis zu einigen der teuersten Flaschen der Welt. Wenn das Wachstum vor allem auf Kategorien wie Crémant oder auf Weißweine entfällt, die sich mengenmäßig als widerstandsfähiger erweisen, können die Exporte insgesamt zulegen, während ihr Wert nachgibt.

Für Importeure und Getränkeeinzelhändler könnten die Zahlen ein Hinweis darauf sein, dass Burgund seine Produkte weiterhin absetzt, allerdings unter schwierigeren wirtschaftlichen Bedingungen. Für Erzeuger deuten sie auf einen Markt hin, in dem die Sicherung von Regalplatz und Kundennachfrage mehr Flexibilität bei der Preisgestaltung erfordern könnte – selbst wenn dies zulasten des Umsatzes geht.

Der Rückschlag in den USA dürfte besonders aufmerksam beobachtet werden, da das Land für die französischen Weinexporte wichtig ist und die globale Preisgestaltung für Premiummarken beeinflusst. Ein Erlösrückgang von 17,9 Prozent in diesem Markt ist groß genug, um das Gesamtergebnis der Region zu beeinflussen und Fragen danach aufzuwerfen, wie nachhaltig höhere Preise sind, wenn Verbraucher und Handelspartner selektiver werden.

Trotz dieser Schwäche zeigen Burgunds Exportzahlen, dass die internationale Nachfrage nach den Weinen der Region weiterhin beträchtlich ist. Fast 101 Millionen Flaschen, die innerhalb eines Jahres ins Ausland gingen, bilden nach wie vor eine große kommerzielle Basis. Die aktuellen Zahlen legen jedoch nahe, dass höhere Absatzmengen nicht mehr automatisch zu einem Wertzuwachs führen – eine Entwicklung, die in den kommenden Monaten die Preisgestaltung, Verkaufsförderung und Marktstrategie im Weinhandel prägen könnte.