vinetur

Black Friday hat den Winter als wichtigste Weinverkaufszeit in Brasilien abgelöst

Wochenlange Rabatte können bei großen Händlern 20 % des Jahresumsatzes ausmachen und den Absatz von Weiß-, Rosé- und Schaumweinen steigern.

Freitag, 20. November 2026



Black-Friday-Aktionen verändern den brasilianischen Weinmarkt: Die Einkaufssaison zum Jahresende hat den Winter als wichtigste Verkaufszeit der Branche überholt und beeinflusst, was die Verbraucher kaufen.

Führungskräfte großer Importeure und Einzelhändler erklärten Bloomberg Línea am Donnerstag, dem 19. November, dass sich die Black-Friday-Rabatte von einem einzelnen Tag auf wochenlange Aktionen ausgeweitet hätten. Dadurch seien November und Dezember in Brasilien zur umsatzstärksten Zeit des Jahres für Wein geworden. Zugleich habe sich die Nachfrage nach Weiß-, Rosé- und Schaumweinen erhöht, die stärker mit dem Sommer und den Feiertagen als mit kaltem Wetter verbunden sind.

Bei Grupo Wine, das einen Jahresumsatz von fast 1 Mrd. R $ erzielt, kann der Black-Friday-Zeitraum 20 % des jährlichen Einzelhandelsumsatzes ausmachen, sagte Gabriel Benz, B2C-Direktor der Gruppe. Bei Víssimo, dem Eigentümer von Evino und Grand Cru, sind die Umsätze im November und Dezember etwa doppelt so hoch wie der Durchschnitt der vorangegangenen zehn Monate, sagte Vorstandschef Antony Martins.

Jahrelang galt Wein in Brasilien weitgehend als Wintergetränk, und die stärksten Umsätze der Branche entfielen auf die kalten Monate. Dieses Muster hat sich abgeschwächt, seit Black Friday zu einem größeren Einzelhandelsereignis geworden ist und sich allmählich zu einer einmonatigen Kampagne ausgeweitet hat. Die Folge sei eine längere Verkaufssaison zum Jahresende, die inzwischen hinsichtlich ihrer Bedeutung mit dem Winter konkurriere oder ihn übertreffe, sagten die Führungskräfte.

Die Veränderung betrifft mehr als nur den Zeitpunkt der Einzelhandelsumsätze. Sie verändert die Saisonalität im Getränkegeschäft, wirkt sich darauf aus, wie schnell Lagerbestände abgebaut werden, und beeinflusst, wann brasilianische Importeure mit ausländischen Weingütern über Rabatte verhandeln. Auch andere Kategorien importierter Getränke sind betroffen, da sie von Wechselkursen, Lagerplanung und Aktionskalendern abhängen.

Weinhändler sagen, die Aktionen 2026 fänden in einem Markt mit ungewöhnlich hohen Lagerbeständen und einem stärkeren US-Dollar statt. Dennoch erwarteten sie Rabatte, die attraktiver seien als im übrigen Jahr. Ein Grund dafür sei, dass viele Importeure ihre Lagerbestände bereits früher aufgebaut hätten, als der Wechselkurs günstiger war.

Benz sagte, Grupo Wine habe im Mai und Juni mit Erzeugern verhandelt und Waren importiert, als der Dollar unter 5 R $ lag, bevor er nach den Wahlen um mehr als 15 % gestiegen sei. Diese Vorbereitung und nicht erst im November ausgehandelte Rabatte sei entscheidend dafür gewesen, die Aktionen zum Jahresende zu ermöglichen. Das Unternehmen rechne damit, dass das Absatzvolumen während der Kampagne in diesem Jahr um 11 % steigt.

Das letzte Quartal sei wegen Weihnachten schon immer wichtig gewesen, doch Black Friday habe die Gewichtung innerhalb dieses Zeitraums verändert, sagte Martins. Der November habe so stark an Bedeutung gewonnen, dass das Verkaufsereignis für Víssimos Geschäft inzwischen ebenso wichtig sei wie Weihnachten. Dadurch seien die letzten beiden Monate des Jahres zu einer stärkeren und geschlosseneren Verkaufssaison für Wein geworden.

Auch Mistral, ein Importeur mit Schwerpunkt auf teureren Weinen und Kunden, die im Allgemeinen erfahrenere Weinkäufer sind, hat Black Friday inzwischen in seinen Jahreskalender aufgenommen. Vorstandschef Otavio Lilla sagte, der Zeitraum sei mittlerweile fest im Aktionszyklus Brasiliens verankert. Den jährlichen Umsatzdurchschnitt beeinflusse er jedoch weniger stark als bei Anbietern mit einem stärker auf den Massenmarkt ausgerichteten Angebot.

Die Verschiebung der Saisonalität zeigt sich auch daran, was die Brasilianer trinken. In der ersten Jahreshälfte entfielen 70 % bis 75 % des Umsatzes von Grupo Wine auf Rotwein, sagte Benz. Zum Jahresende sinke dieser Anteil auf 60 % bis 65 %, während Weiß-, Rosé- und Schaumweine dank der Nachfrage zu den Feiertagen und des sommerlichen Konsums zulegten. Im November 2025 sei der Absatz von Schaumweinen und anderen leichteren Weinstilen bei Wine auf das Drei- bis Vierfache gestiegen, sagte er. Martins zufolge beobachtet Víssimo dasselbe Muster: Weiß- und Schaumweine wachsen schneller, obwohl Rotwein gemessen am Volumen die größte Kategorie bleibt.

Händler sagen außerdem, die Aufmerksamkeit der Verbraucher richte sich nicht mehr auf einen einzelnen Einkaufstag. Wie in vielen anderen Märkten erstreckt sich Black Friday in Brasilien inzwischen über mehrere Wochen. Einige Unternehmen berichten,

dass die Rabatte 2026 bereits deutlich vor November begonnen hätten, weil der Markt nach schwachen Verkäufen Ende 2025 mit hohen Lagerbeständen ins Jahr gestartet sei.

Martins sagte, die Importmengen seien 2026 stärker gestiegen als die Absatzmengen, sodass die Branche mehr Ware auf Lager habe als gewünscht. Für Evino, dessen Profil stärker von Aktionen geprägt ist, habe dies bedeutet, verstärkt auf Rabatte zu setzen. Benz zufolge dürften die Preisnachlässe an Black Friday dennoch die höchsten des Jahres sein, da überschüssige Lagerbestände für Lieferanten teuer seien und Marken wenig Anreiz hätten, lange hohe Bestände zu halten.

Lilla stellte jedoch die Logik dauerhafter Rabatte infrage. Wenn Händler das ganze Jahr über Nachlässe gewährten, könne die Grenze zwischen Aktionspreis und tatsächlichem Produktpreis verschwimmen, sagte er. Mistral habe traditionell zu Jahresbeginn einen Räumungsverkauf für Restbestände veranstaltet. Black Friday habe nun einen Teil dieses Aktionsgeschäfts in einen anderen Zeitraum des Jahres verlagert, sagte Lilla. Beide Kampagnen seien für das Unternehmen ähnlich wichtig.

Trotz der positiven Umsatzerwartungen für die laufende Kampagne vor Black Friday am 27. November erklärten die Führungskräfte, der Markt stehe nach dem Jahresende vor schwierigen Preisbedingungen. Hauptgründe seien der Druck durch den Wechselkurs und die allgemeine wirtschaftliche Unsicherheit.

Benz sagte, Grupo Wine habe Gespräche mit Lieferanten, Währungsabsicherungen und Importe über Zolllager genutzt, um die Auswirkungen des Wechselkurses abzufedern. Nach Black Friday erwarte er jedoch allmähliche Preiserhöhungen. Martins sagte, die Planung von Víssimo gehe bereits von einem Dollarkurs von 5,70 R $ aus. Die Wechselkursbewegung übersteige die Marge des Unternehmens, sodass es den gesamten Anstieg nicht auffangen könne, sollte der Kurs auf diesem Niveau bleiben.

Ausländische Weingüter hätten einen Teil der Kosten übernommen, um ihre Position in Brasilien zu schützen, einem der wenigen Weinmärkte, die noch wachsen, sagten die Führungskräfte. Zugleich hätten die Erzeuger im Ausland nur begrenzten Spielraum für weitere Unterstützung, da sie mit einem schwächeren weltweiten Alkoholkonsum, Handelsspannungen und rückläufigen Weinverkäufen in anderen Ländern zu tun hätten.

Das Handelsabkommen zwischen Mercosur und der Europäischen Union, dessen Umsetzung 2026 begann, könnte die Preise europäischer Weine in Brasilien senken, sagten die Führungskräfte. Ein Teil dieses Vorteils könnte jedoch durch die Steuerreform in Brasilien aufgezehrt werden.

Trotz der wahrscheinlichen Preiserhöhungen beobachten die Händler weiterhin den Trend, dass Verbraucher für bessere Flaschen mehr auszugeben bereit sind – ein Muster, das oft als Premiumisierung bezeichnet wird. Martins sagte, die Gesamtzahl der verkauften Flaschen stehe zwar unter Druck, der durchschnittliche Kassenbon steige jedoch. Als Beispiel nannte er Evinos Geschäft mit höherpreisigen italienischen Weinen: Der ursprünglich auf das Einstiegssegment ausgerichtete Händler sei in Brasilien inzwischen gemessen am Volumen der größte Verkäufer von Barolo und Brunello, Weinen, die häufig mehr als 300 R $ kosten.

Lilla sagte, das trage dazu bei, zu erklären, warum Black Friday auch für einen Premiumimporteur wie Mistral wichtig sei. Rabatte von bis zu 60 % könnten Kunden den Zugang zu Weinen ermöglichen, die sie zum regulären Preis normalerweise nicht kaufen würden. So werde das Verkaufsereignis zu einer Gelegenheit, teurere Weine bekannt zu machen, statt lediglich günstige Lagerbestände abzubauen.