vinetur

Beaujolais nouveau kommt nach Ernteausfällen von bis zu 30 Prozent auf den Markt

Die Erzeuger hoffen, dass der leichte Rotwein den Absatzrückgang von 8 Prozent bremsen kann, nachdem Hitzewellen und Hagel die Weinberge der Region beschädigt haben

Freitag, 20. November 2026



Der Beaujolais nouveau kam am frühen Donnerstag, dem 19. November, auf den Markt. Die Erzeuger setzen darauf, dass das leichte, frische Profil des Weins die Nachfrage nach einem weiteren Jahr mit sinkenden Verkäufen und einer deutlich kleineren Ernte stabilisieren kann.

Wie es am dritten Donnerstag im November Tradition ist, wurden um Mitternacht in Beaujeu im Osten Frankreichs die ersten Fässer geöffnet. Der Ort liegt im Zentrum des Beaujolais-Weinbaugebiets und ist Gastgeber des fünftägigen Festes Sarmentelles, das mit der Vorstellung des jungen Weins verbunden ist. In Lyon trafen Fässer auf historischen Traktoren ein, bevor junge Winzer ihre neuen Cuvées bei nächtlichen Feierlichkeiten in der Nähe des Rathauses präsentierten.

Der jährliche Verkaufsstart fällt in eine schwierige Zeit für die Region. Seit der Covid-19-Pandemie gehen die Beaujolais-Verkäufe zurück, nach Angaben der Branche um 3 bis 5 Prozent pro Jahr. 2026 beschleunigte sich der Rückgang auf 8 Prozent. Die Erzeuger betonten dennoch, dass Gamay, die Rebsorte hinter dem Beaujolais nouveau, weiterhin dem Interesse der Verbraucher an fruchtbetonten, leichteren Weinen entspricht, die sich unkompliziert trinken lassen.

Sébastien Kargul, Präsident des Branchenverbands Inter Beaujolais, sagte, dieser Stil habe den allgemeinen Rückgang des Weinkonsums abgefedert. Die Erzeuger stehen jedoch nicht nur vor einer schwächeren Nachfrage. Auch die Ernte 2026 dürfte um 25 bis 30 Prozent kleiner ausfallen – das zweite Jahr in Folge mit erheblichen Einbußen.

Die geringere Produktion ist auf eine Reihe von Wetterproblemen zurückzuführen, die Weinberge in ganz Frankreich getroffen haben. Auf zwei schwierige, von Hagel geprägte Jahre folgten im Sommer 2026 wiederholte Hitzewellen. In einigen Weinbergen stiegen die Temperaturen auf über 104 Grad Fahrenheit beziehungsweise 40 Grad Celsius. Die Trauben konzentrierten sich dadurch stärker, die Mengen gingen jedoch zurück.

Der Winzer Yannick De Vermont sagte, die Erträge auf seinen jüngeren Parzellen seien um mehr als 60 Prozent gesunken, da sich deren Wurzelsysteme noch nicht vollständig entwickelt hätten. Die Weinlese im Beaujolais begann noch vor Mitte August – für die Region ein ungewöhnlich früher Zeitpunkt. Das Gebiet erstreckt sich von den

Außenbezirken Lyons bis in die Umgebung von Mâcon am rechten Ufer der Saône. Die Rebfläche umfasst rund 12.500 Hektar in 85 Gemeinden.

Den Erzeugern zufolge veränderte die Hitze nicht nur den Umfang der Ernte, sondern auch den Charakter der Früchte. Kargul sagte, die Trauben seien von der Sommerhitze geprägt worden. Der Jahrgang 2026 zeige dennoch Frucht und Frische, begünstigt durch eine für einen Wein, der nur wenige Wochen nach der Ernte verkauft wird, ausgeprägtere Tanninstruktur als üblich.

Frankreich ist mit Abstand der wichtigste Markt für Beaujolais nouveau. 2025 kauften französische Verbraucher nach Branchenangaben 9 Millionen der insgesamt 13,8 Millionen verkauften Flaschen. Im Ausland blieben Japan und die Vereinigten Staaten die beiden größten Importeure. Branchenvertreter verwiesen zudem auf ermutigende Anzeichen in neueren Märkten in Osteuropa und Asien. Das deutet darauf hin, dass die Erzeuger versuchen, die schwächere Nachfrage in etablierteren Weinmärkten auszugleichen.

Die Entwicklung ist auch über die Region Beaujolais hinaus von Bedeutung. Die Kombination aus sinkender Nachfrage und geringerem Angebot bei einem der international bekanntesten Weinereignisse Frankreichs könnte Exporteure, Importeure und Händler treffen, die auf den saisonalen Verkaufsimpuls des Weins setzen – auch wenn knappere Mengen manche Preise stützen könnten. Der Verkaufsstart zeigt zudem, ob leichtere, fruchtbetonte Weine die Aufmerksamkeit der Verbraucher in einem globalen Markt halten können, in dem der Weinkonsum insgesamt zurückgeht.

Der Beaujolais nouveau nimmt im Weinhandel seit Langem eine Sonderstellung ein, weil er so schnell in die Regale kommt. Seine Markteinführung ist ebenso stark mit Marketing und Feierlichkeiten verbunden wie mit dem Wein selbst: Mitternachtsöffnungen und koordinierte Verkäufe in Frankreich und im Ausland gehören dazu. Diese Sichtbarkeit hat ihm eine Reichweite weit über die Größe des Weinbaugebiets hinaus verschafft. Deshalb verfolgt die Getränkeindustrie die jährlichen Veränderungen bei Absatz und Produktion aufmerksam.

Die diesjährige Markteinführung fand vor dem Hintergrund eines insgesamt unter Druck stehenden Weinsektors statt. Für die weltweite Weinproduktion wurde bereits 2026 erneut ein leichter Rückgang erwartet. Damit setzt sich der seit mehreren Jahren anhaltende Abwärtstrend fort, während Klimaschocks und veränderte Konsumgewohnheiten die Erzeuger belasten. Im Beaujolais zeigen sich diese Belastungen inzwischen auf beiden Seiten des Marktes: Es gibt weniger Flaschen zu verkaufen und weniger Käufer als zuvor.

Dennoch versucht die Region, ihre Stellung mithilfe der Identität des Weins zu behaupten. Die Erzeuger präsentieren den Beaujolais nouveau weiterhin als frischen, zugänglichen Rotwein mit ausgeprägtem Fruchtcharakter. Sie hoffen, dass dieses Profil sich abhebt, während Verbraucher weniger schwere Weine trinken und bei ihren Käufen wählerischer werden.