vinetur

Chiles Weinbranche rechnet 2026 mit Absatzrückgang von 4 bis 5 Prozent

Sinkende Frachtkosten und stabilere Exportmärkte könnten 2027 für mehr Ruhe sorgen. Brasilien dürfte die Nachfrage anführen.

Sonntag, 22. November 2026



Chiles Weinbranche rechnet 2026 mit einem weiteren schwierigen Jahr und einem voraussichtlichen Absatzrückgang von 4 bis 5 Prozent. Für 2027 zeichnet sich jedoch ein stabileres Bild ab, da die Frachtkosten sinken und die wichtigsten Exportmärkte

weniger schwankungsanfällig werden dürften, sagte Alfonso Undurraga, Präsident des Branchenverbands Vinos de Chile.

In einem am Samstag, dem 21. November, veröffentlichten Interview sagte Undurraga, die Branche sei mit einem starken ersten Quartal und entsprechenden Hoffnungen auf eine Erholung ins Jahr 2026 gestartet. Das habe sich im März geändert, als die Spannungen im Zusammenhang mit Iran die Ölpreise und Transportkosten in die Höhe trieben. Das belastete eine Branche, die stark vom Export abhängt und bereits mit einem schwachen globalen Weinkonsum konfrontiert ist.

Chile exportiert rund 80 Prozent seines Weins, gemessen am Volumen, wie aus Zahlen des chilenischen Amts für Agrarstudien und -politik hervorgeht. Dadurch sind die Weingüter besonders anfällig für Frachtkosten, Wechselkursschwankungen und Veränderungen der Auslandsnachfrage. Undurraga sagte, der aktuelle Abschwung sei die längste und schwerste Krise, die er in der Branche erlebt habe. Sie verbinde einen rückläufigen Konsum mit einem breiteren Trend, bei dem einige Verbraucher zu Getränken mit geringerem Alkoholgehalt wechselten.

Dennoch habe sich die Krise nicht in weitreichenden Unternehmenspleiten niedergeschlagen, sagte er. Viele Weingüter hätten mit Umstrukturierungen, kleineren Betrieben und anderen Anpassungen reagiert; tatsächliche Schließungen und Insolvenzen seien begrenzt geblieben. Diese Unterscheidung ist für Erzeuger, Weinbauern und Händler entlang der chilenischen Weinlieferkette wichtig, die seit mehreren Jahren unter Druck steht.

Undurraga sagte, mehrere Exportmärkte hätten den Rückgang abgefedert. Brasilien habe sich als herausragender Absatzmarkt etabliert und sei inzwischen mit deutlichem Abstand Chiles wichtigster Markt. Dort wachse der Absatz weiter, während viele traditionelle Märkte nachließen. Auch Kanada habe die Branche überrascht. Chile habe davon profitiert, dass infolge von Handelskonflikten zwischen Kanada und den USA dort weniger amerikanische Weine vertreten gewesen seien. Das stärkste Wachstum habe es 2025 gegeben; in den vergangenen zwölf Monaten sei der Absatz chilenischer Weine in Kanada weiterhin um 7 Prozent gestiegen.

Auch Russland habe den Rückgang teilweise ausgeglichen, wenn auch mit Einschränkungen. Undurraga sagte, die chilenischen Weinexporte nach Russland seien 2026 um 27 Prozent gestiegen, während der Krieg in der Ukraine die russische Beschaffung weg von vielen europäischen Lieferanten gelenkt habe. Der Markt konzentriere sich jedoch auf preisgünstige Weine. Davon profitierten vor allem chilenische Erzeuger im unteren Preissegment und nicht das Premiumsegment, das die Branche vorzugsweise ausbauen würde.

Dieses Muster spiegele eine übergeordnete Entwicklung in Chiles Exportposition wider. Chile, der viertgrößte Weinexporteur der Welt, könne in wirtschaftlich schwächeren Zeiten mitunter Marktanteile gewinnen, da chilenische Weine meist günstiger seien als Weine aus Frankreich, Italien und Spanien, sagte Undurraga. In Abschwungphasen griffen Verbraucher häufig zu günstigeren Produkten, statt die Kategorie ganz zu verlassen. Für die Getränkebranche insgesamt ist Chile deshalb ein wichtiger Beobachtungsmarkt: Veränderungen bei den chilenischen Weinexporten können Preise, Werbeaktionen und Regalflächen in wichtigen Alkoholmärkten beeinflussen. Handelskonflikte wiederum können die Nachfrage von einem Lieferanten zu einem anderen umlenken.

Indien sei eher ein langfristiges Ziel als ein unmittelbarer Wachstumsmotor. Chile habe viel in die Erschließung des Marktes investiert, doch ein Zollsatz von 150 Prozent bremse die Entwicklung weiterhin, sagte Undurraga. Die chilenische Regierung arbeite an einem Freihandelsabkommen, das 2026 oder kurz danach abgeschlossen werden könnte. Selbst dann werde es Zeit brauchen, bis sich Ergebnisse zeigten, da Wein für viele indische Verbraucher trotz des großen Spirituosenmarktes des Landes noch kein fest etabliertes Getränk sei.

Als Gegenbeispiel verwies er auf die frühere Entwicklung in China, wo das Handelsabkommen mit Chile das Land innerhalb von fünf Jahren zu einem der zehn wichtigsten Exportmärkte gemacht habe. In Indien könne es länger dauern, sagte er. Für 2027 erwarte die Branche zwar keinen Nachfrageschub, aber ein geordneteres Marktumfeld, sofern die internationalen Störungen nachließen.

Brasilien dürfte auch 2027 positive Signale senden, sagte Undurraga. Zudem hätten Mexiko, Kolumbien, Peru und Venezuela ausgehend vom aktuellen Niveau Wachstumsspielraum. Russland könnte an Bedeutung verlieren, falls der Krieg in der Ukraine beigelegt werde und europäische Wettbewerber zurückkehrten. Das würde jedoch vor allem das niedrigere Preissegment betreffen.

Mit Blick auf die allgemeine Lage sagte er, er sehe neben den bereits bestehenden Belastungen keine neue große Bedrohung für die Branche. Sinkende Ölpreise ließen niedrigere Frachtkosten erwarten. Zudem hoffe die Branche, dass die Unsicherheit rund um die US-Politik und die Handelspolitik abnehme. Seine zentrale Einschätzung sei, dass eine Normalisierung der aktuellen Lage – und kein Nachfragesprung – ausreichen würde, um 2027 zu einem besseren Jahr als 2026 zu machen.

Undurraga sagte außerdem, Chile müsse mehr Geld für die Bewerbung seiner Weine im Ausland ausgeben. Die öffentliche Förderung für die internationale Vermarktung belaufe sich auf lediglich rund 1 Million US-Dollar und liege damit weit unter den mehr als 50 Millionen US-Dollar, die die drei größten Weinexportländer der Welt aufwendeten. Als Beispiel für eine Plattform, die das Image des Landes verbessern und Exportaufträge bringen könne, nannte er Chiles Rolle als erstmaliger Gastgeber von Vinexpo Explorer. Zu der Veranstaltung werden 50 Einkäufer aus rund 30 Ländern erwartet.

Auch im Inland müsse die Branche ihre Position zurückgewinnen, nachdem der Konsum jahrelang zurückgegangen sei und sich die Trinkgewohnheiten verändert hätten, sagte er. Für chilenische Erzeuger gehe es nicht mehr nur darum, einen Abschwung zu überstehen. Sie müssten auch die Stellung des Weins in einem Getränkemarkt verteidigen, in dem Verbraucher mehr Auswahl haben, stärker auf Preise achten und vielfach weniger Interesse am traditionellen Weinkonsum zeigen als noch vor einem Jahrzehnt.