vinetur

Studie: Brunello gewinnt in den USA und Italien mehr junge Erwachsene als Wein insgesamt

In den USA sind 53 % der Brunello-Konsumenten 25 bis 44 Jahre alt, gegenüber 38 % bei Rotwein insgesamt; in Italien sind 35 % zwischen 29 und 44 Jahre alt, gegenüber 21 % bei Weinkonsumenten insgesamt

Montag, 23. November 2026



Junge Erwachsene machen unter den Käufern von Brunello di Montalcino in den USA und Italien einen größeren Anteil aus als unter den Weinkonsumenten insgesamt. Das geht aus einer Verbraucheranalyse hervor, die während der Veranstaltung Benvenuto Brunello in Montalcino vorgestellt wurde.

Die Studie wurde vom Observatorium der Unione italiana vini im Auftrag des Consorzio del vino Brunello di Montalcino erstellt. Untersucht wurden die beiden wichtigsten Märkte für Brunello, die USA und Italien, auf die zusammen 60 % der weltweiten Ausgaben für den toskanischen Rotwein entfallen. Dem Bericht zufolge macht Brunello zwar nur 0,25 % der italienischen Weinproduktion nach Volumen aus, hat aber in puncto Ansehen und Wert einen weitaus höheren Stellenwert, insbesondere im Ultra-Premium- und Luxussegment.

Damit sind die Ergebnisse auch über eine einzelne Herkunftsbezeichnung hinaus relevant. Für die Getränkeindustrie insgesamt deuten sie darauf hin, dass Premium-Rotwein in zwei für den Absatz hochwertiger Weine zentralen Märkten weiterhin junge erwachsene Käufer gewinnen kann – auch wenn Erzeuger in der gesamten Branche nach Wegen suchen, neue Verbraucher für die Kategorie zu begeistern.

Der Analyse zufolge gibt es in den USA rund 7,8 Millionen Brunello-Konsumenten und in Italien etwa 4,1 Millionen. In beiden Ländern ist das Publikum jünger als die Weintrinker insgesamt und auch jünger als der breitere Markt für Rotwein.

In den USA sind 53 % der Brunello-Konsumenten zwischen 25 und 44 Jahre alt, verglichen mit 38 % des Publikums für Rotwein insgesamt, so der Bericht. In Italien entfallen 35 % der Brunello-Käufer auf die Altersgruppe der 29- bis 44-Jährigen. Das entspricht rund 1,4 Millionen Menschen. Bei den Weinkonsumenten insgesamt liegt der Anteil bei 21 %.

Der Bericht stellte außerdem unterschiedliche Geschlechterprofile in den beiden Ländern fest. In den USA sind 62 % des Brunello-Publikums Männer. In Italien weisen Frauen eine höhere Bekanntheit und eine stärkere Kaufkonversion auf. Von den Italienerinnen unter 34 Jahren, die Brunello kennen, kaufen 47 % den Wein – mehr als doppelt so viele wie bei den Männern derselben Altersgruppe, wo der Anteil bei 22 % liegt.

Auch Bekanntheit und Kaufverhalten unterscheiden sich deutlich zwischen den beiden Märkten. In den USA kennen laut Studie rund 17,3 Millionen Menschen Brunello, das entspricht 20 % der Weinkonsumenten. Dieser Bekanntheitsgrad liegt weiterhin deutlich unter dem von Bordeaux und Burgund, die dem Bericht zufolge fast 50 % der US-amerikanischen Weinkonsumenten kennen. Doch Brunello führt in 46 % der Fälle von der Bekanntheit zum Kauf, gegenüber rund 20 % bei den beiden französischen Konkurrenten.

In Italien ist die Bekanntheit deutlich größer. Rund zwei Drittel der Befragten gaben an, Brunello zu kennen. Doch nur jeder Fünfte, dem der Wein bekannt ist, kauft ihn tatsächlich. Der Bericht sieht darin erheblichen Spielraum, die Bekanntheit in einen höheren Konsum umzuwandeln.

Giacomo Bartolommei, Präsident des Brunello-Konsortiums, sagte, die Daten wiesen für die Herkunftsbezeichnung auf zwei unterschiedliche Prioritäten hin: In den USA gelte es, die Bekanntheit zu steigern, in Italien den Kauf anzuregen. Dabei solle die Beliebtheit von Brunello bei jungen Erwachsenen in beiden Ländern genutzt werden. Zu den Werbeplänen des Konsortiums für 2027 gehörten ein Auftritt von Benvenuto Brunello im Februar in New York sowie weitere Aktivitäten auf US-amerikanischen Fachmessen, sagte er. In Italien werde die Gruppe ihre Aktivitäten in Städten verstärken, die sie als strategisch wichtig erachte.

Die Analyse stützte sich auf mehrere Quellen, darunter IWSR, NielsenIQ, SipSource-WSTA und das U.S. Census Bureau.

Benvenuto Brunello, das vom 19. bis Montag, dem 23. November, in Montalcino stattfand, brachte 116 Erzeuger zu Verkostungen des Brunello 2022, des Brunello Riserva 2021 und des Rosso di Montalcino 2025 zusammen. Die Auftaktveranstaltungen am 19. und 20. November waren italienischen und internationalen Medien sowie ausgewählten Vertretern des Fachhandels vorbehalten. An den folgenden Tagen waren die Verkostungstische auch mit anwesenden Erzeugern besetzt und für Weinliebhaber zugänglich. Am 25. November zieht die Veranstaltung für ihre Ausgabe im Vereinigten Königreich nach London weiter; sie richtet sich dort an Medien und Fachpublikum.