vinetur

Neue Daten zeigen: Napa-Weinüberangebot erreicht Flaschen für mehr als 200 Dollar

Händlerangebote für Napa-Flaschen zwischen 200 und 500 Dollar stiegen seit 2021 um 82 %, während das Interesse im Premiumsegment nachließ

Donnerstag, 26. November 2026



Das Überangebot an Wein aus dem Napa Valley hat inzwischen auch das Hochpreissegment erreicht: Seit 2021 ist die Zahl der Händlerangebote für Flaschen über 200 Dollar deutlich gestiegen, obwohl das Interesse der Käufer nachgelassen hat. Das geht aus getrennten Datensätzen hervor, die im November von Wine-Searcher und Terrain, der Forschungsabteilung des Agrarkreditgebers American AgCredit, veröffentlicht wurden.

Bemerkenswert ist diese Entwicklung, weil man weithin davon ausgegangen war, dass die Spitzenweine aus Napa besser vor dem Lageraufbau geschützt seien, der günstigere Weine betrifft. Die neuesten Zahlen deuten jedoch darauf hin, dass das Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage inzwischen über alle Preisklassen hinweg sichtbar ist – auch bei einigen der teuersten Flaschen des Tals. Das ist für die Getränkebranche relevant, denn der Druck im Premiumsegment kann Preise, Margen und Kaufentscheidungen von Distributoren und Händlern beeinflussen – nicht nur bei Napa-Weinen, sondern auch bei anderen Produkten, die um begrenzten Regalplatz und die Ausgaben der Verbraucher konkurrieren.

Am Dienstag, dem 24. November, veröffentlichte Wine-Searcher Zahlen aus der eigenen Plattform, der zufolge Händler weltweit knapp 400.000 Napa-Weine im Angebot hatten. Das waren rund 33 % mehr als 2021. Im selben Zeitraum gingen die Suchanfragen nach Napa-Weinen auf der Plattform um 13 % zurück. Der Anteil von Napa an allen Weinsuchen auf Wine-Searcher sank fünf Jahre in Folge – von 7 % im Jahr 2021 auf etwas mehr als 5 % im Jahr 2026.

Am oberen Ende des US-Marktes fiel der Angebotszuwachs noch stärker aus. Wine-Searcher zufolge stieg die Zahl der Angebote für Napa-Weine über 500 Dollar pro Flasche seit 2021 um 79 %. Bei Weinen zwischen 200 und 500 Dollar legten die Angebote im selben Zeitraum um 82 % zu. Die Suchaktivität ging in beiden Preisklassen zurück.

Der Trend zeigt sich auch bei einzelnen Marken. Shafer Hillside Select wurde laut Wine-Searcher von mehr als doppelt so vielen US-Händlern angeboten wie vor fünf Jahren. Bei Caymus Special Selection verdoppelte sich die Zahl der Angebote ebenfalls nahezu, während sie bei Heitz Martha’s Vineyard fast auf das Dreifache stieg.

Bislang macht sich der Druck deutlicher bei der Verfügbarkeit als bei den Preisen bemerkbar. Wine-Searcher zufolge blieben die durchschnittlichen Angebotspreise im US-Einzelhandel in allen erfassten Preisklassen ein Jahr lang nahezu unverändert. Über fünf Jahre stiegen die Preise für dieselben Weine um 6 bis 13 % – weniger als die Inflation. Real sind sie damit günstiger geworden.

Im absoluten Spitzenpreissegment war die Entwicklung uneinheitlich. Opus One war seit 2021 in jedem Jahr der Napa-Wein mit den meisten Suchanfragen auf der Plattform; sein Durchschnittspreis stieg von 398 auf 490 Dollar. Der Durchschnittspreis von Harlan Estate legte im Jahresverlauf um 10 % auf 1.743 Dollar zu. Bei Screaming Eagle ging er hingegen seit 2021 um 23 % auf rund 3.690 Dollar zurück.

Das Interesse der Verbraucher hat sich günstigeren Napa-Weinen zugewandt. Laut Wine-Searcher war die Preisklasse unter 50 Dollar die einzige, in der die Suchanfragen 2026 zunahmen: Sie stiegen um 22 %.

Ein zweiter Datensatz weist aus einem anderen Teil der Lieferkette auf dasselbe übergeordnete Problem hin. Am 9. November veröffentlichte Terrain seinen Napa-Ausblick für 2027, der auf Verkaufs- und Produktionsdaten statt auf Händlerangeboten basiert. Analyst Chris Bitter sagte, die Traubenlese 2023 habe zu den größten jemals in Napa verzeichneten Ernten gehört. Die Produktion in den beiden darauffolgenden Jahren habe etwa dem historischen Zehnjahresdurchschnitt entsprochen. Sein Fazit: Um die bereits erzeugten Mengen abzubauen, müsse das Tal wahrscheinlich weniger als diesen Durchschnitt produzieren; zudem sei mit weiteren zwei Jahren Überschuss zu rechnen.

Die Verkaufszahlen von Terrain zeichnen das Bild eines weitgehend stagnierenden Marktes. Das von NielsenIQ gemessene Absatzvolumen außerhalb der Gastronomie sank in den zwölf Monaten bis Juni 2024 um 9 %, im Zeitraum bis Juni 2025 um 2 % und stieg im Zeitraum bis Juni 2026 um 1 %. Die Abverkäufe der Distributoren gingen stärker zurück als die Einzelhandelsverkäufe. Das deutet darauf hin, dass Händler beim Abbau ihrer Lagerbestände weiterhin weniger Napa-Wein einkauften, als sie verkauften.

Die leichte Erholung beim Absatzvolumen ging mit niedrigeren Preisen einher. Terrain zufolge setzten Marken auf Preisnachlässe und ein wachsendes Angebot preisgünstiger Eigenmarkenweine. Das drückte den durchschnittlichen Flaschenpreis und schmälerte die Margen. Die Direktverkäufe an Verbraucher gingen den im Ausblick zitierten Daten von Community Benchmark zufolge um 2 % zurück.

„Es gibt eine Menge Wein auf dem Markt“, sagte Bitter in dem Bericht. „Wir spüren das alle, und die Preise stehen unter Druck.“

Die beiden Datensätze messen nicht dasselbe. Wine-Searcher erfasst Händlerangebote und Suchanfragen von Verbrauchern; die Zahl der Angebote bezieht sich auf den Weltmarkt, während die Aufschlüsselung nach Preisklassen die USA betrifft. Terrain erfasst den Absatz außerhalb der Gastronomie in den USA, die Warenbewegungen der Distributoren, Direktverkäufe und die Napa-Produktion. Dennoch weisen beide auf dieselbe Lage hin: Auf dem Markt ist mehr Napa-Wein, als die Käufer aufnehmen, und der Lageraufbau nach der großen Ernte von 2023 ist noch nicht abgebaut.

Die Daten legen außerdem nahe, dass der Druck nicht auf einen plötzlichen Nachfrageeinbruch zurückzuführen ist. Die Einzelhandelsverkäufe waren schwach bis stabil, gingen aber nicht schnell genug zurück, um den Lagerüberhang allein zu erklären. Vielmehr scheint das Problem aus einer Kombination von hoher Produktion, zurückhaltenderen Einkäufen durch Distributoren und Händler sowie einer Verlagerung der Verbraucher hin zu günstigeren Flaschen zu entstehen.

Für Erzeuger kann das bedeuten, dass sie stärker auf Sonderangebote angewiesen sind, um ihre Weine abzusetzen. Für Distributoren und Händler könnte eine längere Phase zurückhaltender Einkäufe folgen – besonders in teuren Kategorien, in denen das Angebot am stärksten gewachsen ist, während die Suchanfragen weiter zurückgehen. Terrain erwartet, dass die Verkäufe über den dreistufigen Vertriebsweg 2027 weitgehend stabil bleiben. Zuwächse seien eher bei den Direktverkäufen zu erwarten, sobald die Händler ihre Lagerbestände weiter abgebaut haben.