vinetur

Portweinumsatz sinkt in einem Jahrzehnt um 16 % trotz 970-Millionen-Dollar-Markt und Premiumisierungsschub

Die Erzeuger wenden sich Cocktails, dem Tourismus und hochwertigen Flaschen zu, da jüngere Trinker weltweit leichtere Alternativen mit geringerem Alkoholgehalt bevorzugen.

Dienstag, 4. November 2025



Portwein, ein mit Alkohol angereicherter Klassiker aus dem portugiesischen Douro-Tal, steht vor einer schwierigen Zeit, da sich die Trinkgewohnheiten weltweit ändern. Die Verbraucher entscheiden sich zunehmend für leichtere Getränke mit geringerem Alkoholgehalt, so dass der traditionelle Portwein - der für seine Reichhaltigkeit und seinen höheren Alkoholgehalt bekannt ist - um seinen Platz am Tisch kämpft. Trotzdem blicken Winzer und Branchenführer vorsichtig optimistisch in die Zukunft und verweisen auf Premiumisierung, Tourismus und kreatives Marketing als mögliche Rettungsanker.

Der weltweite Portweinmarkt wurde im Jahr 2023 auf 970,8 Millionen US-Dollar geschätzt und soll bis 2030 mit einer jährlichen Rate von 5,3 % wachsen. Hinter diesem Wachstum verbirgt sich jedoch ein Rückgang des Volumens: Im Jahr 2023 wurden nur noch 7,3 Millionen Kisten verkauft, gegenüber 8,7 Millionen ein Jahrzehnt zuvor. Dieser Rückgang spiegelt einen allgemeinen Trend weg von schweren Rotweinen und angereicherten Weinen wider, insbesondere bei jüngeren Konsumenten.

Die Erzeuger im Douro-Tal reagieren darauf mit neuen Strategien. Sie werben für Portwein als Zutat in Cocktails und ermutigen zu Speisekombinationen, die über die traditionelle Käseplatte hinausgehen. Außerdem liegt der Schwerpunkt auf Premiumprodukten wie gealterten Tawnies und Vintage Ports, die laut Branchenberichten inzwischen die Hälfte des Wertes aller Portweinverkäufe ausmachen.

Ben Himowitz, Co-CEO von Churchill's, ist der Meinung, dass der Portwein kurz vor einem Wiederaufleben steht. Er weist darauf hin, dass Portweine aus altem Holz das am schnellsten wachsende Segment sind und dass sich die Wahrnehmung von Portwein ändert. "Die Menschen fangen an, ihn als eine gealterte, handwerklich hergestellte Flüssigkeit zu betrachten, die sich besonders anfühlt", sagte er kürzlich in einem Interview. Der Trend zur Premiumisierung ist in der gesamten Branche zu beobachten, bringt aber auch Herausforderungen mit sich: Während die Verbraucher auf höherwertige Flaschen umsteigen, geht das Gesamtabsatzvolumen weiter zurück.

Das Aufkommen von Craft-Cocktails hat dem Portwein einen unerwarteten Auftrieb gegeben. Mixologen verwenden ihn auf kreative Weise und betonen seine Komplexität und Vielseitigkeit. Himowitz merkt an, dass Portwein aufgrund seines einzigartigen Charakters sowohl pur als auch als Mixgetränk attraktiv ist: "Er ist kein durchschnittlicher Tischwein oder einfach nur ein Bier. Er hat die Besonderheit und Einzigartigkeit eines Cocktails, aber mit mehr Einfachheit".

Andere Vertreter der Branche schließen sich diesem vorsichtigen Optimismus an. George Sandeman, Berater bei Sogrape, hofft, dass Portwein seinen Ruf als reines Urlaubsgetränk ablegen und zu alltäglichen Anlässen getrunken werden kann - vielleicht sogar als Grundlage für Sommersangria. Er prognostiziert ein anhaltendes Wachstum für Premium-Portweine und glaubt, dass es immer eine Nachfrage nach alten Abfüllungen geben wird.

Sandeman warnt jedoch davor, dass das Wachstum nicht überall und nicht sofort eintreten wird. Während einige Märkte wie Südkorea Interesse an Portwein gezeigt haben, bleiben andere unerschlossen. "Es wird eine schrumpfende Kategorie sein, bis sie entdeckt wird", sagte er und zog Parallelen zum Wiederaufleben von Bourbon nach

Jahren des Niedergangs.

Kit Weaver von Quinta de la Rosa sieht Potenzial in der Partnerschaft zwischen Produzenten und Mixologen. Er verweist auf die wachsende Beliebtheit von White Port und Tonic als Beweis dafür, dass neue Stile auch bei Verbrauchern außerhalb Portugals Anklang finden können. Weaver führt auch die weltweite Verbreitung der portugiesischen Küche und Kultur - insbesondere in Städten wie London - darauf zurück, dass sie dazu beigetragen hat, das Profil des Portweins zu schärfen.

Der Tourismus ist ein weiterer Lichtblick für die Branche. Adrian Bridge, CEO von The Fladgate Partnership, geht davon aus, dass die Nachfrage nach Tawny Ports parallel zu den boomenden Besucherzahlen in Portugal steigen wird. Allein im Jahr 2024 stiegen die internationalen Ankünfte um fast 7 Prozent. Viele Touristen besuchen Weinkeller in Porto oder nehmen an Verkostungen an innovativen Veranstaltungsorten wie dem World of Wine-Komplex von Fladgate oder dem neuen Matriarca-Stadthaus von Symington teil.

Trotz dieser Bemühungen bleiben einige Experten skeptisch, was die langfristigen Aussichten von Portwein betrifft. Richard Mayson, Autor und Berater für angereicherte Weine, stellt fest, dass sich der Markttrend immer noch von Rotweinen mit hohem Alkoholgehalt wie Portwein wegbewegt. Sein Rat an die Erzeuger ist einfach: Konzentrieren Sie sich auf die Qualität - eine Strategie, die viele in den letzten zwei Jahrzehnten bereits umgesetzt haben.

Mit Blick auf die Zukunft sind sich die meisten in der Branche einig, dass der Portwein wahrscheinlich weiter schrumpfen wird, bevor er bei künftigen Generationen von Weintrinkern wieder Fuß fassen kann. Vorerst setzen die Erzeuger auf Innovation, Tourismus und Premiumisierung, um diesen historischen Wein in einer sich wandelnden Welt relevant zu halten.