

Österreichs Weinbranche im Krisenmodus: Zwischen Tradition und Realität



Copyright: Österreich Wein Marketing GmbH

ERNÜCHTERNDE ZAHLEN TROTZ SCHÖNFÄRBEREI

Die nüchternen Fakten sprechen eine deutliche Sprache: Der Weinabsatz im LEBENSMITTELEINZELHANDEL, der den Heimkonsum als Bezugsquelle dominiert, sank in den ersten drei Quartalen 2025 um 5,2%, der Umsatz um 2,5%. Bereinigt man den Umsatz um die hohe Inflation 2025 von über 3,5% ergeben sich allerdings nach besorgniserregendere Werte. Auch die GASTRONOMIE, die gemeinsam mit Events immer noch für deutlich über 50% des Inlandskonsums verantwortlich ist, verzeichnet mit einem MINUS VON 4,6% beim Absatz deutliche Einbußen. Bemerkenswert ist, dass das Verkaufs niveau immer noch unter dem Vor-Corona-Niveau liegt - ein alarmierendes Signal für die Branche, das auch durch geschickte Marketing-Rhetorik nicht kaschiert werden kann.

MARKETING STATT MARKTANALYSE

Die ÖWM reagiert auf die Krise mit einer Flut von Marketingaktivitäten: 235 Events, über 10.000 präsentierte Weine und aufwendige Kampagnen wie "Rot kann auch cool" sollen die Verkaufszahlen ankurbeln. Besonders die neue Marke 'rot weiss rosé' zielt auf die jüngere Generation ab - ein Versuch, neue Zielgruppen zu erschließen, während die grundlegenden Strukturprobleme der Branche ungelöst bleiben. Ob mit dieser Kampagne aber tatsächlich die Jungen angesprochen werden können, die Wein vielfach als Altherrengetränk abtun und ihr Konsumverhalten viel mehr in Richtung bunt, süß und Spirits oder gleich alkoholfrei ausrichten, bleibt abzuwarten.

EXPORT: SCHÖNREDEN DER REALITÄT

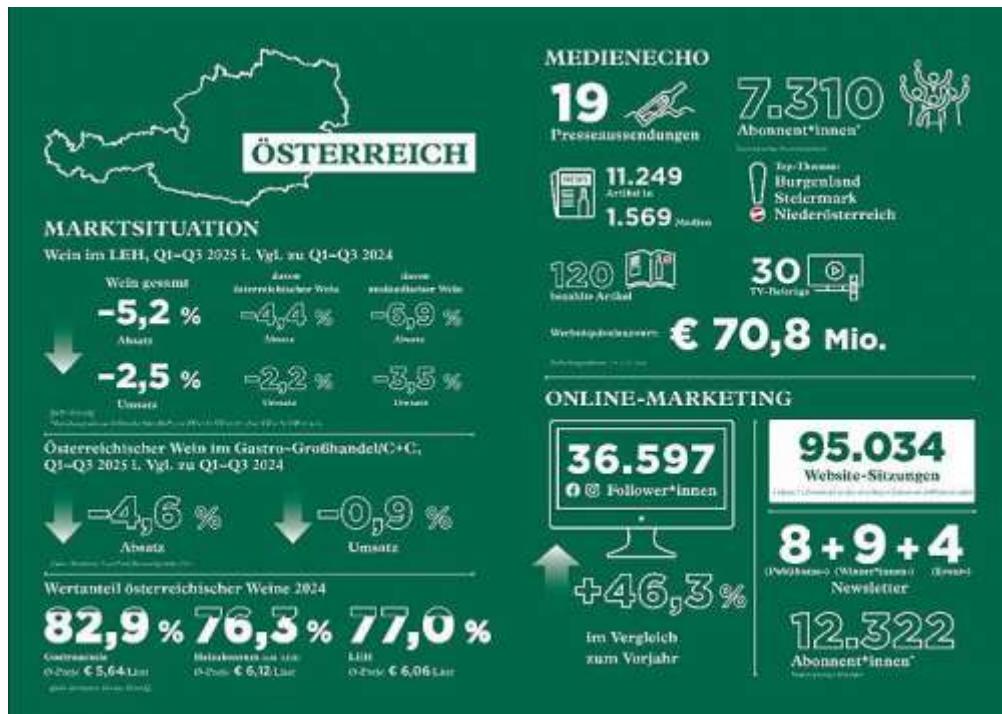
Nach Jahren des vermeintlichen Aufschwungs zeigt sich nun die wahre Situation im Export: Rückgänge im einstelligen Prozentbereich, schwächernde EU-Märkte und US-Zölle dämpfen die Verkäufe erheblich. Die von der ÖWM hervorgehobenen Wachstumspotenziale in einzelnen Märkten wie Kanada oder Skandinavien, beides Regionen mit hoher Besteuerung alkoholischer Getränke und von staatsnahen Monopolen geprägten Vertriebsstrukturen, erscheinen angesichts der Gesamtsituation eher als Versuch, von den strukturellen Problemen abzulenken.

ZWECKOPTIMISMUS FÜR 2026

Für 2026 plant die ÖWM weitere Marketingoffensiven und setzt große Hoffnungen in die Weinmesse VieVinum. Ob diese Maßnahmen ausreichen werden, um die grundlegenden Herausforderungen der Branche zu bewältigen, bleibt fraglich. Die Fokussierung auf Marketing und Außendarstellung könnte sich als zu kurz gedacht erweisen, wenn die strukturellen Probleme der österreichischen Weinwirtschaft nicht nachhaltig angegangen werden.

(kjz)

ÖWM Jahresbericht 2025 (https://www.oesterreichwein.at/fileadmin/user_upload/PDF/Jahresbericht_2025.pdf)
 Österreich Wein Homepage (<https://www.oesterreichwein.at/>)



Copyright: Österreich Wein Marketing GmbH