

Sonderbericht aus dem ProWein Business Report, Mai 2024

Weinexport nach Japan: Chancen und Herausforderungen

- Japan wird von den Exporteuren als ein attraktiver Markt für Wein angesehen, der sich durch eine hohe Wertschätzung für Qualität und ein hohes Preisniveau auszeichnet.
- Nach einem zwischenzeitlichen Rückgang der Weinimporte rechnet fast jeder zweite Weinexporteur für das Jahr 2024 mit einem Anstieg der Exportumsätze nach Japan.
- Die größten Marktchancen in Japan sehen die Exporteure für Weißwein, gefolgt von Rotwein und Schaumwein. Naturweine, Roséweine und No-low-Weine sind derzeit noch Nischenprodukte.
- Der Zugang zum japanischen Weinmarkt unterscheidet sich von vielen anderen Ländern. Der Aufbau einer langfristigen Beziehung mit einem Importeur, der über ein gutes Vertriebsnetz verfügt, ist der mit Abstand wichtigste Erfolgsfaktor.
- Um erfolgreich nach Japan zu exportieren, müssen hohe Qualitätsstandards bei der Weinverpackung und der Dokumentation der chemischen Analysen eingehalten werden.
- Mit seiner einzigartigen Kultur und Gastronomie ist Japan ein attraktiver Exportmarkt für internationale Weinexporteure, die langfristige und erfolgreiche Beziehungen zu Importeuren aufbauen können. Die ProWine Tokyo ist dabei ein wichtiger Partner der internationalen Weinbranche.

Vom 10. bis 12. April 2024 veranstaltete die Messe Düsseldorf mit großem Erfolg zum ersten Mal die ProWine Tokyo. Aus diesem Anlass veröffentlicht die ProWein die Ergebnisse einer Umfrage unter Unternehmen der internationalen Weinwirtschaft, die bereits nach Japan exportieren oder dies vorhaben. Die Fragen waren Teil der Umfrage zum aktuellen ProWein Business Report, in der über 2.000 Branchenexperten ihre Einschätzung zum globalen Weinmarkt abgegeben haben. Der ProWein Business Report wird im Auftrag der ProWein von der Hochschule Geisenheim erstellt und ist abrufbar unter

https://www.prowein.de/de/Media_News/Magazin/Business_Reports

Dieser Special Report berichtet über die Erfahrungen und Erwartungen von über 400 internationalen Weinproduzenten und Exporteuren, die bereits Wein nach Japan exportieren oder dies für die Zukunft planen.

Motivation für den Export nach Japan

Aus Sicht der Exporteure ist Japan ein attraktiver Weinmarkt, der sich durch ein hohes Qualitätsbewusstsein und ein hohes Preisniveau auszeichnet. Sieben von zehn Unternehmen, die nach Japan exportieren wollen, schätzen die Attraktivität und die Durchschnittspreise als hoch ein.

Japan ist mit seiner einzigartigen Gastronomie, dem besonderen Qualitätsbewusstsein bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie dem hohen Ansehen handwerklicher Produkte ein einzigartiger Exportmarkt für Wein. Sechs von zehn Unternehmen, die nach Japan exportieren wollen, sehen dort sehr gute Absatzchancen für ihr Weinsortiment.

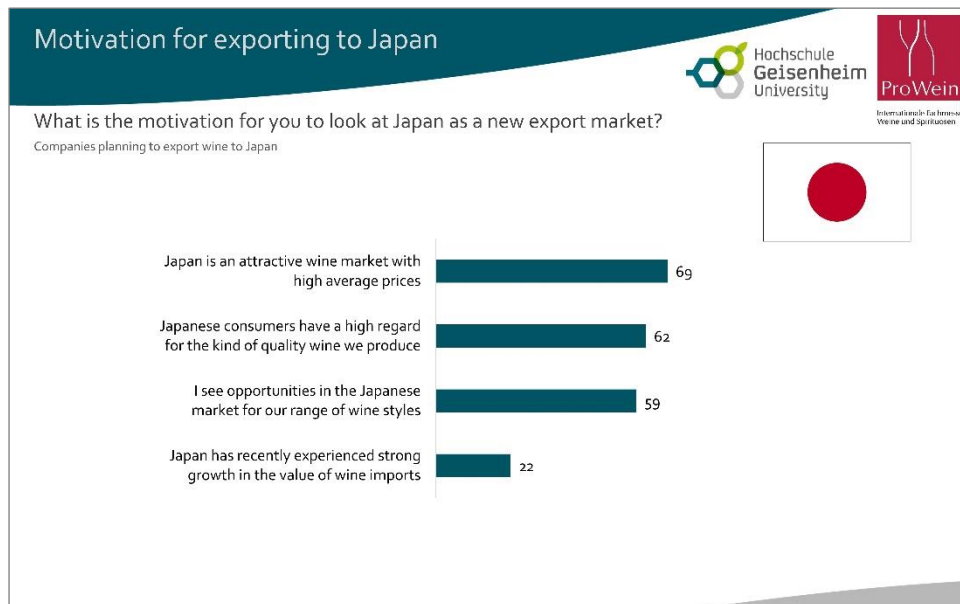


Abbildung 1 Motivation der Unternehmen für den Export nach Japan

Erwartungen für das Jahr 2024

Japan ist nach den USA, dem Vereinigten Königreich, Deutschland und Kanada der fünftgrößte Weinimportmarkt der Welt. Im Zuge der wirtschaftlichen Erholung nach der Pandemie sind die Weinimporte nach Japan stark angestiegen. Während der Weltwirtschaftskrise im Jahr 2023 sind die Weinimporte auch in Japan etwas zurückgegangen, jedoch weniger stark als in vielen anderen Ländern wie den USA oder Kanada.

Für das Jahr 2024 erwarten die Branchenexperten eine leichte Erholung der Exporte nach Japan. Vier von zehn Exporteuren gehen von steigenden Umsätzen in Japan aus, fünf von zehn erwarten gleichbleibende Exportumsätze. Nur 12% der derzeitigen Exporteure sind der Meinung, dass ihre Exporte nach Japan zurückgehen werden. Die Experten sehen die Erholung der Weinimporte in engem Zusammenhang mit der dafür notwendigen wirtschaftlichen Erholung in Japan.

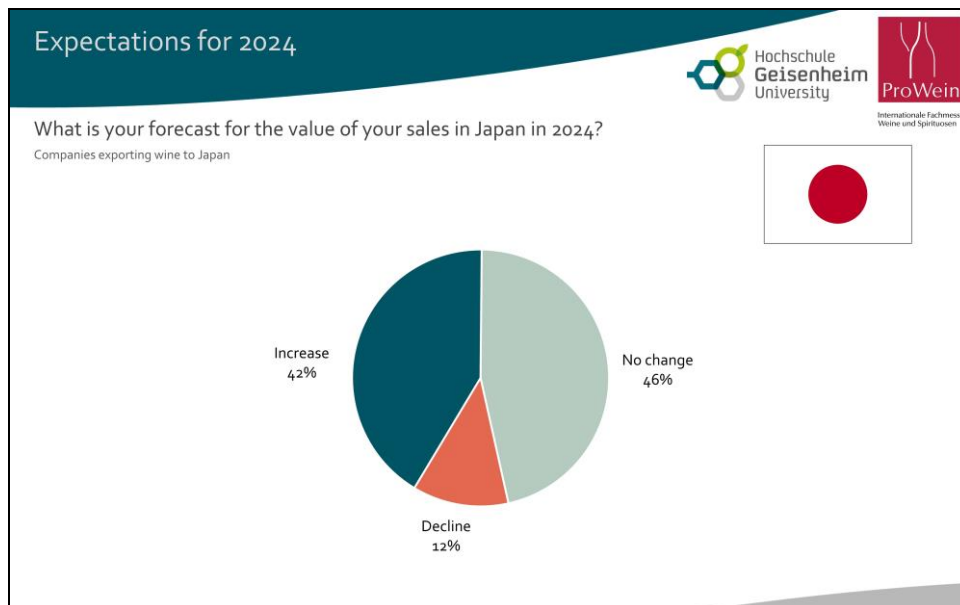


Abbildung 2 Erwartungen für die Exportentwicklung nach Japan im Jahr 2024

Erfolgreiche Produkttrends in Japan

Welche Weinarten haben die besten Chancen, in Japan verkauft zu werden? Die Exporteure erwarten in Japan die stärkste Nachfrage nach Weißweinen, die auch besonders gut zur japanischen Küche passen. An zweiter Stelle stehen Rotweine, gefolgt von Schaumweinen. Auch für hochwertige Süßweine wie Eiswein, Port und Madeira sehen die Experten gute Absatzchancen. Für Naturweine, Roséweine und no-low-Weine erwarten die Exporteure derzeit nur eine begrenzte Nachfrage in Japan.

Damit weicht Japan etwas vom globalen Trend ab, wo Weißweine (63%) und Schaumweine (61%) derzeit klar die Trendliste anführen und Rotweine (28%) aktuell deutlich hinter Roséweinen (52%) und no-low-Weinen (42%) liegen (Details folgen im Special ProWein Business Report „No-Low-Weine“). Japan ist also aus Expertensicht nach wie vor ein sehr guter Markt für Rotweine, vor allem auch für Premium-Rotweine.

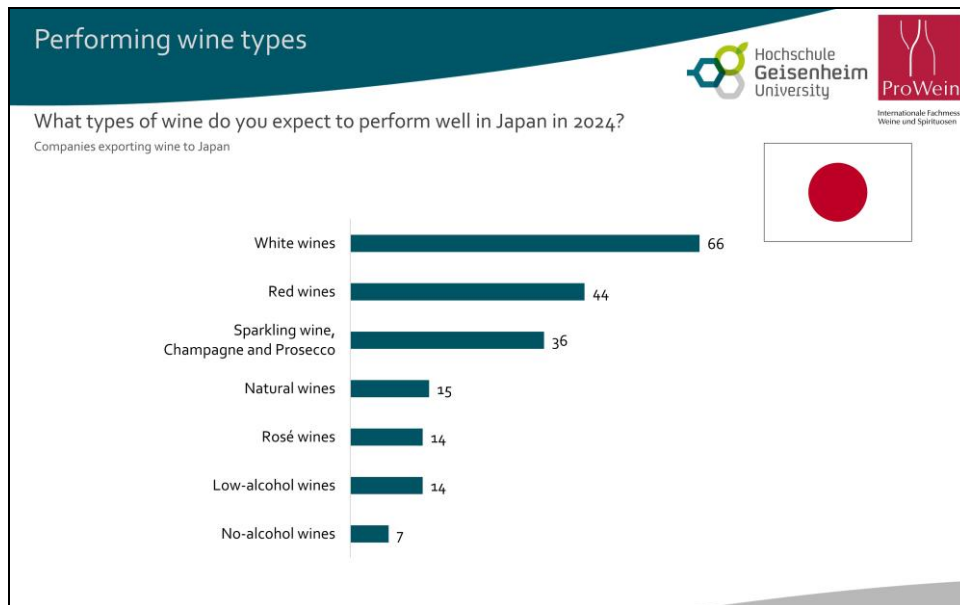


Abbildung 3 Erwartungen für in Japan erfolgreiche Weinarten

Die Top-Liste in Abbildung 3 ist ein sehr robustes Umfrageergebnis, das unabhängig von der Herkunft der befragten Exporteure gültig ist. Die Experten kommen aus sehr unterschiedlichen Weinbauländern. An der Spitze stehen Italien, Spanien, Frankreich und die Neue Welt, gefolgt von den kleineren Weinbauländern Deutschland, Portugal und Österreich. Auch wenn sich diese verschiedenen Herkunftsländer in ihren jeweiligen Sortimentsschwerpunkten unterscheiden, sind die Experten in der relativen Reihenfolge der Weinarten, die in Japan die größten Erfolgchancen haben, völlig einer Meinung.

Lediglich bei den absoluten Werten gibt es kleinere Unterschiede. So sehen fast 80% der Exporteure aus Österreich und Deutschland Weißweine in Japan an der Spitze, während es bei den anderen Weinbauländern eher 60% sind. Auch die Kategorie Schaumwein wird laut den Exporteuren aus Frankreich und Italien mit ihren starken Marken Champagner, Prosecco und Crémant mit 45% in Japan etwas stärker nachgefragt als im Durchschnitt.

Erfolgsfaktoren und Herausforderungen für den Weinexport nach Japan

Für einen erfolgreichen Markteintritt stellt der japanische Weinmarkt die Exporteure vor verschiedene Herausforderungen. Aus Sicht der bereits im Markt aktiven Exporteure sind der Aufbau einer langfristigen Beziehung zu einem renommierten Importeur und die Einhaltung der sehr hohen Qualitätsstandards deutlich wichtiger als die Eigenschaften des in Japan zu verkaufenden Weins (Abbildung 4). Herkunft, Geschmack, Qualität und Bekanntheit der Weinmarke sind demnach weniger wichtig als die Zusammenarbeit mit einem angesehenen und seriösen Importeur, der sich für das eigene Produkt einsetzt.



Abbildung 4 Erfolgsfaktoren für den Weinexport nach Japan

„In Japan braucht man einen Importeur mit einem guten Vertriebsnetz, der sich auf das eigene Produkt konzentriert.“ „Die erste Herausforderung besteht darin, den richtigen Importpartner zu finden und Geduld aufzubringen, um diese Beziehung aufzubauen und zu

festigen“. Der starke Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der erfolgreichsten Importeure und Agenten in Japan ist aus Sicht der befragten Experten die größte Markteintrittshürde. Durch diese bestehenden etablierten Handelsnetzwerke im Land kann der Markt aus Erfahrung der bisher schon erfolgreichen Exporteure nicht unbegrenzt neue Produzenten und neue Weine aufnehmen.

Aus Sicht der Unternehmen, die nach Japan exportieren wollen, ist die Suche nach einem solchen Importeur die mit Abstand größte Herausforderung (Abbildung 5). Als erste große internationale Fachbesuchermesse in Japan bietet die ProWine Tokyo eine wichtige Messeplattform, um potenzielle Importeure vor Ort persönlich kennenzulernen und persönliche Geschäftsbeziehungen zu knüpfen.

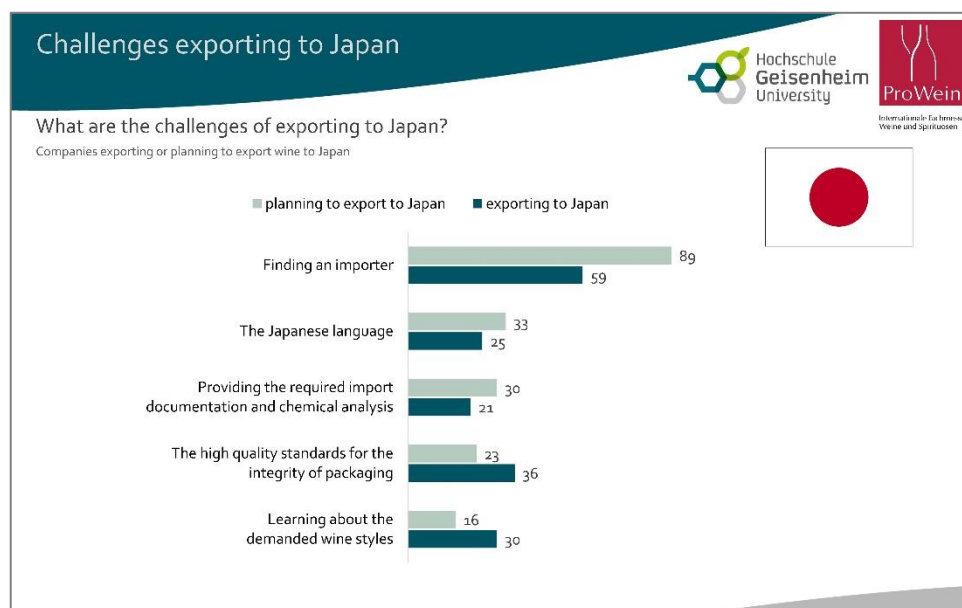


Abbildung 5 Herausforderungen für den Weinexport nach Japan

Erfolgreiche Exporteure nach Japan berichten aber auch von einer kulturellen Kluft, die es zu überwinden gilt und die weit über eine fremde Sprache hinausgeht. „Die japanische Kultur und Gastronomie sind sehr spezifisch, ebenso wie das Verhältnis zu Zeit und Hierarchie.

Die Verbraucher und Importeure sind sehr anspruchsvoll und achten auf Kriterien, die vielleicht als lästige Kleinigkeiten erscheinen“.

Unternehmen, die nach Japan exportieren wollen, scheinen diese hohen Qualitätsstandards zunächst zu unterschätzen (Abbildung 5). Nur jedes vierte Unternehmen, das nach Japan exportieren will, sieht in den hohen Qualitätsstandards eine Herausforderung. Bei den Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit dem Japan-Geschäft haben, ist es dagegen mehr als jedes dritte Unternehmen.

Demgegenüber werden die japanische Sprache sowie die erforderlichen Dokumentationen und chemischen Analysen von den erfahrenen Exporteuren seltener als Hürde angesehen als von den Unternehmen, die nach Japan exportieren wollen. Diese Hürden scheinen also leichter überwindbar zu sein als vor dem Markteintritt befürchtet.

Als wichtigste Fachmesse für Wein in Japan ist die ProWine Tokyo heute und in Zukunft eine wichtige Plattform, um potenzielle Importeure vor Ort persönlich zu treffen, persönliche Geschäftsbeziehungen aufzubauen und die spezifischen Marktanforderungen zu verstehen und umzusetzen.

Hinweis für die Redaktionen:

Hochauflösendes Bildmaterial zur ProWein finden Sie in unserer Fotodatenbank im Bereich „Media & News“ auf www.prowein.de.

Pressekontakt ProWein bei der Messe Düsseldorf:

Christiane Schorn

Tel.: 0211/4560 –991 | SchornC@messe-duesseldorf.de

Monika Kissing

Tel.: 0211/4560 –543 | KissingM@messe-duesseldorf.de

Caroline Herbertz

Tel.: +49 (0)211 4560-7141 | HerbertzC@messe-duesseldorf.de

Luisa Harnau
Tel.: 0211/4560 – 539 | HarnauL@messe-duesseldorf.de

Weitere Informationen unter:
www.prowein.de bzw. in den sozialen Netzwerken
Facebook: www.facebook.com/ProWein.tradefair
Instagram:
LinkedIn: [prowein-tradefair](https://www.linkedin.com/company/prowein-tradefair)