

# Der Markt für Wein in Brasilien

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und Ernährungswirtschaft / Dezember 2025



Bundesministerium  
für Landwirtschaft, Ernährung  
und Heimat

## Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Landwirtschaft,  
Ernährung und Heimat (BMLEH)  
53123 Bonn

[www.agrarexportfoerderung.de](http://www.agrarexportfoerderung.de)

Text:

enviacon international  
Schlossstr. 26  
12163 Berlin

[www.enviacon.com](http://www.enviacon.com)

Bearbeiter/-in; Redaktion:

Svantje Jensen

Stand:

Dezember 2025

### Disclaimer/Haftungsausschluss

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt enviacon international keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich – direkt oder indirekt – durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens enviacon international und zweitens die Förderung durch das BMLEH gestattet.

Das BMLEH ist für den Inhalt der Marktstudie nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen der Verfasser wiedergegeben.

## **Inhaltsverzeichnis**

|   |    |
|---|----|
| Abbildungsverzeichnis.....  | 4  |
| Abkürzungsverzeichnis.....  | 5  |
| 1. Executive Summary.....   | 6  |
| 2. Einleitung.....  | 7  |
| 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick.....  | 8  |
| 3.1 Länderkurzinformation Brasilien.....  | 8  |
| 3.2 Wirtschaftslage und Aussichten.....   | 9  |
| 4. Der Markt für Wein in Brasilien.....   | 12 |
| 4.1 Produktspezifische Informationen.....   | 12 |
| 4.1.1 Eigenproduktion und Verbrauch.....  | 12 |
| 4.1.2 Ein- und Ausfuhren.....   | 15 |
| 4.1.3 Verbrauchernachfrage und Verzehrgewohnheiten.....                             | 16 |
| 4.2 Orientierungspreise der Produkte im Markt.....                                  | 17 |
| 4.3 Distributionswege.....  | 19 |
| 5. Rahmenbedingungen zum Import in Brasilien.....                                   | 21 |
| 5.1 Regelungen für den Import von alkoholischen Getränken.....                      | 21 |
| 5.2 Markteinstieg und Unternehmensformen.....                                       | 23 |
| 5.3 Steuern.....  | 24 |
| 5.4 Bestimmungen für die Bewerbung und den Verkauf von alkoholischen Getränken..... | 25 |
| 6. SWOT-Analyse.....  | 26 |
| 7. Adressmaterial Brasilien.....  | 27 |
| 7.1 Behörden und Organisationen.....  | 27 |
| 7.2 Groß- und Einzelhandel, Distributoren.....                                      | 31 |
| 7.3 Produzenten.....  | 36 |
| 7.4 Importeure.....   | 39 |
| 7.5 Messen.....   | 41 |

## Abbildungsverzeichnis

|  |    |
|--|----|
| Abbildung 1: Landkarte Brasilien .....                                 | 8  |
| Abbildung 2: Bruttoinlandsprodukt Brasilien (in Mrd. USD).....         | 9  |
| Abbildung 3: Inflationsrate Brasilien (in %).....                      | 10 |
| Abbildung 4: Weineigenproduktion in Brasilien 2014 - 2022 .....        | 12 |
| Abbildung 5: Produktion von Weinsorten in Brasilien im Jahr 2024 ..... | 13 |
| Abbildung 6: Weinkonsum in Brasilien 2014 - 2024 .....                 | 14 |
| Abbildung 7: Importländer nach Umsatz 2024 .....                       | 16 |

## Abkürzungsverzeichnis

|                 |  |
|-----------------|--|
| CIF             | Cost, Insurance and Freight                            |
| CNPJ            | Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica                   |
| COFINS          | Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social |
| USD             | US-Dollar  |
| EUR             | Euro   |
| FOB             | Free on Board  |
| BIP             | Bruttoinlandsprodukt                                   |
| DUIIMP          | Declaração Única de Importação                         |
| ha              | Hektar   |
| hl              | Hektoliter   |
| ICMS            | Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços     |
| IPI             | Industrieproduktsteuer                                 |
| km <sup>2</sup> | Quadratkilometer                                       |
| l               | Liter  |
| LEH             | Lebensmitteleinzelhandel                               |
| MAPA            | Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento    |
| Mio.            | Millionen  |
| ml              | Milliliter   |
| PIS             | Programa de Integração Social                          |
| R\$             | Brasilianischer Real                                   |
| Tsd.            | Tausend  |
| %               | Prozent  |

## 1. Executive Summary

Brasilien zählt zu den bedeutendsten und dynamischsten Weinmärkten Lateinamerikas. Mit über 200 Mio. Einwohnern, einer wachsenden Mittelschicht und einer zunehmenden Offenheit für internationale Produkte bietet das Land ein hohes Absatzpotenzial für ausländische Weinproduzenten. Während der heimische Weinsektor seit 2010 deutlich an Professionalisierung und Qualität gewonnen hat, bleibt der brasilianische Markt zugleich stark importorientiert und offen für internationale Anbieter, insbesondere im Mittel- und Premiumsegment.

Brasilien ist der drittgrößte Weinproduzent Südamerikas nach Argentinien und Chile. Die inländische Weinproduktion lag im Jahr 2023 bei rund 3,2 Mio. hl, wobei Stillwein den größten Anteil ausmacht. Trotz dieser beachtlichen Produktionsmenge besteht bei Konsumenten ein starkes Interesse an importierten Weinen, deren Marktanteil in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen ist. Die Importe beliefen sich im Jahr 2024 auf ein Volumen von über 120 Mio. l, mit Chile, Argentinien und Portugal als führende Lieferländer. Deutschland rangiert unter den europäischen Exporteuren im Mittelfeld, profitiert jedoch von einer wachsenden Nachfrage nach Qualitäts- und Nischenweinen wie Riesling, Spätburgunder und sektähnlichen Produkten. Der Weinmarkt konzentriert sich stark auf die urbanen Zentren São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte und Porto Alegre. Dort steigt die Nachfrage vor allem im Premiumsegment, angetrieben durch eine zunehmend kaufkräftige Mittelschicht sowie ein wachsendes Interesse an gastronomischen Trends, Pairing-Konzepten und internationaler Weinkultur. Neben dem stationären Einzelhandel gewinnt der E-Commerce rasant an Bedeutung.

Herausforderungen ergeben sich durch hohe Importsteuern, komplexe bürokratische Verfahren und unterschiedliche Vertriebsstrukturen je nach Bundesstaat. Währungs- volatilität und logistische Entfernungen können zusätzliche Marktbarrieren darstellen. Gleichzeitig wächst der Wettbewerb durch günstige Weine aus Südamerika, die preislich oft unter europäischen Produkten liegen. Für deutsche Weinexporte bietet Brasilien dennoch attraktive mittel- und langfristige Perspektiven. Entscheidend sind eine klare Positionierung im Qualitätssegment, der Aufbau verlässlicher Vertriebspartnerschaften sowie die Teilnahme an Messen und Branchenveranstaltungen, um Sichtbarkeit und Bekanntheit zu erhöhen. Besonders chancenreich sind hochwertige Weißweine, Schaumweine, Bio-Weine und Produkte mit klarer Herkunftsprofilierung. Aufgrund der hohen Affinität brasilianischer Konsumenten zu europäischen Weinen und der wachsenden Bedeutung von Premiumprodukten bleibt Brasilien ein aussichtsreicher Markt für deutsche Anbieter.

## 2. Einleitung

Diese Marktstudie zum brasilianischen Weinmarkt wurde im Dezember 2025 von enviacon international im Auftrag des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) im Rahmen des Exportförderprogramms erstellt. Ziel dieser Studie ist es, deutschen Unternehmen sowie weiteren Fachkreisen einen fundierten Überblick über die Marktstrukturen, die Besonderheiten des brasilianischen Weinsektors sowie die Potenziale und Herausforderungen für einen erfolgreichen Markteintritt zu vermitteln. Brasilien stellt aufgrund seiner wachsenden Mittelschicht, der zunehmenden Nachfrage nach Qualitäts- und Importweinen sowie der sich stetig professionalisierenden Weinwirtschaft einen zunehmend attraktiven Absatzmarkt dar.

Die Studie beginnt mit einer Einführung in die allgemeine wirtschaftliche Struktur und die aktuelle ökonomische und politische Entwicklung des Landes, um den makroökonomischen Rahmen für den Weinsektor einzuordnen. Im Anschluss werden die wichtigsten Elemente der lokalen Weinproduktion, die Dynamik der brasilianischen Weinindustrie sowie die zentralen Im- und Exportbewegungen detailliert untersucht. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Warengruppe HS 2204 (Wein aus frischen Trauben), die den Kern des brasilianischen Weinhandels bildet und für internationale Anbieter besonders relevant ist. Darüber hinaus analysiert die Studie aktuelle Verbrauchertrends, den Einfluss des Lebensmitteleinzelhandels und der Gastronomie, die Rolle von E-Commerce und Premiumsegmenten sowie die zunehmende Bedeutung von Nachhaltigkeit und Herkunftsprofilen für die brasilianische Weinwirtschaft. Ebenso werden die wichtigsten rechtlichen Rahmenbedingungen für die Einfuhr, Zertifizierung, Etikettierung und den Vertrieb von Wein in Brasilien systematisch dargestellt. Abschließend bietet die Marktstudie eine ausführliche Übersicht relevanter Messen, Importeure, Fachhändler, Distributoren und Branchenverbände. Diese Informationen sollen deutschen Unternehmen eine gezielte Vorbereitung ihrer Exportstrategien ermöglichen und den Zugang zu potenziellen Geschäftspartnern erleichtern.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

#### 3.1 Länderkurzinformation Brasilien

Brasilien ist mit über 8,5 Mio. km<sup>2</sup> das flächenmäßig fünftgrößte Land der Erde und erstreckt sich über vier Zeitzonen; es ist eine zentrale Größe auf dem südamerikanischen Kontinent. Als föderative Republik grenzt es an nahezu sämtliche Staaten Südamerikas und umfasst rund 47 % der kontinentalen Landfläche. Mit mehr als 215 Mio. Einwohnern ist Brasilien das bevölkerungsreichste Land Südamerikas und rangiert weltweit auf Platz sieben; nahezu die Hälfte der südamerikanischen Bevölkerung lebt dort. Obwohl sich das Bevölkerungswachstum seit dem Jahr 2020 auf 0,5 % verlangsamt hat, ist die Altersstruktur weiterhin vergleichsweise jung: Etwa 20 % sind unter 15 Jahre alt, rund 70 % im erwerbsfähigen Alter und ungefähr 10 % über 65 Jahre alt. Fortschritte im Bildungsbereich zeigen sich in der rückläufigen Analphabeten Quote, die bei 5,3 % liegt.<sup>1</sup>



Abbildung 1: Landkarte Brasilien

Quelle: *Wikimedia Commons* (2012): Detaillierte Brasilien-Karte mit Bundesstaaten, <https://upload.wikimedia.org>

<sup>1</sup> Central Intelligence Agency (2025): The World Factbook: Brazil. [www.cia.gov](http://www.cia.gov), zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

Brasilien ist politisch als präsidentielle Bundesrepublik organisiert, mit den Ebenen Bund, Bundesstaaten und Kommunen. Die Gesetzgebung obliegt dem Nationalkongress, der aus Abgeordnetenversammlung und Senat besteht. Seit Januar 2023 steht erneut Luiz Inácio Lula da Silva an der Spitze des Landes, er setzte sich in einer Stichwahl gegen den damaligen Amtsinhaber Jair Bolsonaro durch. Die Regierung Lula baut verstärkt auf bewährte Sozialprogramme wie Bolsa Família, Mi Casa Mi Vida und Mais Médicos. Diese sollen vor allem soziale Ungleichheit verringern und eine nachhaltige Entwicklung fördern.<sup>2</sup>

Die Amtssprache Portugiesisch ist in Lateinamerika ein prägnantes Alleinstellungsmerkmal und stärkt die kulturelle Identität Brasiliens gegenüber den mehrheitlich spanischsprachigen Nachbarländern. Eine weitere Besonderheit ist die historische Verbindung zu Deutschland. Im Jahr 2024 wurde das 200-Jahr-Jubiläum der deutschen Einwanderung gefeiert, und etwa 10 % der brasilianischen Bevölkerung haben deutsche Wurzeln.<sup>3</sup>

### 3.2 Wirtschaftslage und Aussichten

Mit einem Bruttoinlandsprodukt (BIP) von etwa 2,17 Mrd. USD im Jahr 2024 ist Brasilien die größte Volkswirtschaft Lateinamerikas und rangiert weltweit auf Platz zehn. Das BIP pro Kopf lag im selben Jahr bei rund 11.352 USD. Die Wirtschaftsstruktur ist breit diversifiziert, der Dienstleistungssektor trägt ungefähr 70 % zur Bruttowertschöpfung bei, die Industrie rund 25 % und die Landwirtschaft etwa 5 %. Im Jahr 2023 verzeichnete der Agrarsektor ein außergewöhnliches Wachstum, das vor allem auf rekordverdächtige Sojaernten zurückzuführen war. Für 2025 wird ein erneutes Wachstum von 7,4 % prognostiziert.<sup>4</sup> Nach dem Einbruch durch die COVID-19-Pandemie hat sich die Wirtschaft deutlich erholt, die Entwicklung des brasilianischen BIP verläuft positiv, siehe Abbildung 2.

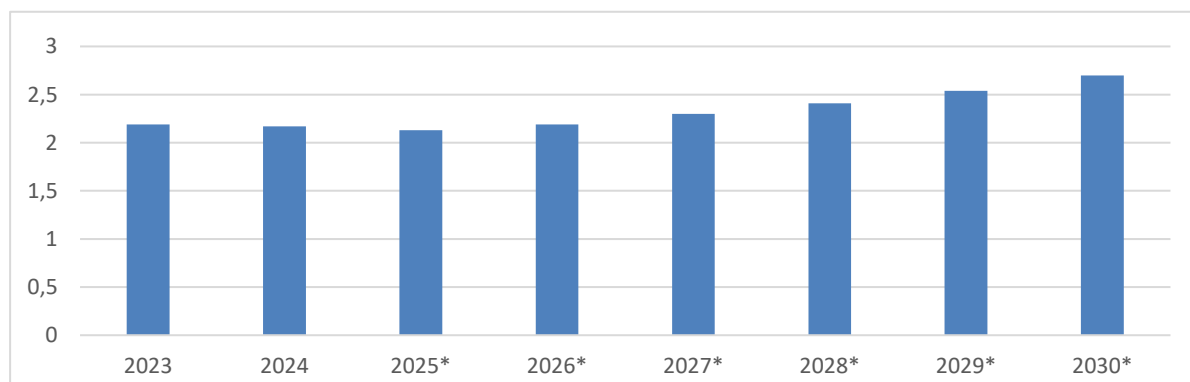


Abbildung 2: Bruttoinlandsprodukt Brasilien (in Mrd. USD)

Quelle: Eigene Darstellung nach Statista<sup>5</sup>; \*vorläufige Angabe, Schätzung bzw. Prognose

<sup>2</sup> Central Intelligence Agency (2025): The World Factbook: Brazil. [www.cia.gov](http://www.cia.gov), zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

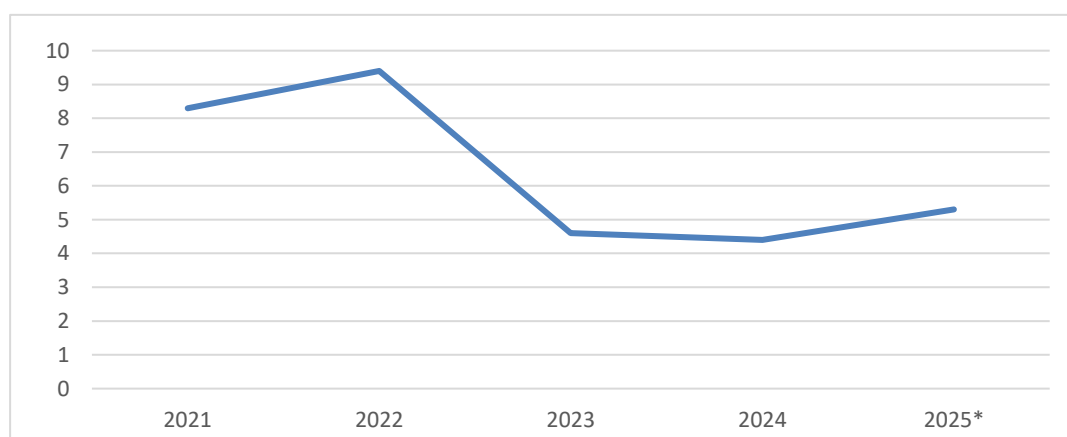
<sup>3</sup> Heidelberg Center for Ibero-American Studies (2024): 200 Jahre deutsche Einwanderung in Brasilien: Errungenschaften und Perspektiven. <https://leiterado-hcias.de>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>4</sup> Germany Trade & Invest (2025): Wirtschaftsausblick | Brasilien. <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>5</sup> Statista (2025): Brasilien: Bruttoinlandsprodukt (BIP) in jeweiligen Preisen von 1980 bis 2024 und Prognosen bis 2030. <https://de.statista.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

Der Arbeitsmarkt entwickelt sich ebenfalls positiv. Die Arbeitslosenquote fiel bis Ende 2024 auf 7,5 % und erreichte im ersten Quartal 2025 mit 6,5 % einen Rekordtiefstand. Zugleich ist der informelle Sektor weiterhin groß, fast 39 % der Erwerbstätigen arbeiten ohne formales Arbeitsverhältnis und damit ohne soziale Absicherung. Die Regierung hat darauf mit einer deutlichen Anhebung des Mindestlohns reagiert, wodurch die Reallöhne gestiegen sind. Das durchschnittliche Monatseinkommen beträgt 492 EUR, die Unterschiede zwischen den Einkommensgruppen sind jedoch erheblich.<sup>6</sup>

Die Inflation, die im Jahr 2022 noch bei 9,3 % lag, konnte zunächst durch geldpolitische Maßnahmen deutlich gesenkt werden (vgl. Abbildung 3). Die brasilianische Zentralbank leitete im August 2023 zunächst eine Phase sinkender Zinsen ein und beabsichtigte, den Leitzins bis Ende 2024 auf 9,25 % zu senken. Angesichts steigender Inflation und der anhaltenden Abwertung des brasilianischen Reals musste sie jedoch gegensteuern. Bis Mitte 2025 wurde der Leitzins schrittweise auf 15 % angehoben, den höchsten Wert seit fast 20 Jahren. Ziel dieser Maßnahme ist es, den Inflationsdruck mittelfristig zu dämpfen und die Stabilität der Landeswährung zu sichern. Eine Fortsetzung dieser straffen Geldpolitik wird auch für den weiteren Verlauf des Jahres erwartet. Die öffentlichen Finanzen geraten zunehmend unter Druck. Obwohl ein neuer gesetzlicher Rahmen zur Begrenzung der Neuverschuldung eingeführt wurde, konnten die Vorgaben bereits im Jahr 2024 nicht eingehalten werden. Überschwemmungen, steigende Zinszahlungen und höhere Pensionsausgaben erhöhten die Unsicherheit an den Finanzmärkten.<sup>7</sup>



**Abbildung 3: Inflationsrate Brasilien (in %)**

Quelle: Eigene Darstellung nach Deutsch-Brasilianische Gesellschaft<sup>8</sup>; \*vorläufige Angabe, Schätzung bzw. Prognose

<sup>6</sup> Trading Economics (2025): Brasilien Arbeitslosenquote. <https://de.tradingeconomics.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>7</sup> Germany Trade & Invest (2025): Wirtschaftsausblick | Brasilien. <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>8</sup> Deutsch-Brasilianische Gesellschaft (2025): Wirtschaftsdaten Brasilien. <https://deutschland-brasilien.org>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

In den vergangenen zehn Jahren, seit 2015, wurden wichtige strukturelle Reformen angestoßen. Unter Präsident Bolsonaro wurden Arbeitsmarkt- und Rentenreformen umgesetzt sowie Privatisierungen vorangetrieben. Die aktuelle Regierung unter Lula knüpft daran an und hat unter anderem eine umfassende Steuerreform sowie ein Gesetz zur Begrenzung der Staatsverschuldung initiiert. Außenwirtschaftlich ist Brasilien gut eingebunden, das Land ist Mitglied der BRICS+, der Welthandelsorganisation, des Internationalen Währungsfonds und des Gemeinsamen Marktes Südamerikas Mercosur. Besonders eng sind die wirtschaftlichen Beziehungen zu Deutschland. Mehr als 1.400 deutsche Unternehmen sind in Brasilien tätig, zudem ist Deutschland Brasiliens wichtigster Handelspartner in Europa.<sup>9</sup>

Zu beachten ist, dass die Korruptionslage in Brasilien angespannt ist. Im Corruption Perceptions Index 2024 erreichte das Land 34 von 100 möglichen Punkten und liegt damit auf Platz 107 von 180 Ländern. Dieses Ergebnis bedeutet im Vergleich zum Jahr 2023 eine Verschlechterung um 2 Punkte, was auf anhaltende strukturelle Schwächen bei Integrität und Rechtsdurchsetzung hindeutet.<sup>10</sup>

Brasilien verfügt über sehr große wirtschaftliche Potenziale. Das Land zählt zu den führenden Förderern von Rohstoffen, darunter Eisenerz, Gold und Erdöl, und gehört zugleich zu den größten Agrarproduzenten der Welt. Hinzu kommen eine wettbewerbsfähige Industrie und eine junge, konsumfreudige Bevölkerung, die neuen Technologien offen gegenübersteht. Gleichzeitig bestehen weiterhin strukturelle Herausforderungen, darunter eine hohe Staatsverschuldung, soziale Ungleichheit, ein großer informeller Arbeitsmarkt sowie Defizite in Infrastruktur und Verwaltung. Mittelfristig sind die wirtschaftlichen Perspektiven weiterhin positiv. Durch eine strategische Modernisierung der Industrie, gezielte Investitionen in Infrastruktur und mehr soziale Durchlässigkeit kann Brasilien seine Leistungsfähigkeit weiter steigern. Für ausländische, insbesondere deutsche Investoren ergeben sich angesichts des hohen Bedarfs an Technologie und Know-how zahlreiche Möglichkeiten. Voraussetzung bleiben die konsequente Fortführung der begonnenen Strukturreformen sowie die Stabilisierung der öffentlichen Finanzen.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie e. V. (2025): Brasilien ist nichts für Anfänger. <http://ernaehrungsindustrie.de>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>10</sup> Transparency International (2024): Länderprofil Brasilien. <https://www.transparency.org>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>11</sup> Repräsentanz des Freistaats Bayern in Brasilien (2025): Highlights. <https://www.bavariaworldwide.de>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

## 4. Der Markt für Wein in Brasilien

### 4.1 Produktspezifische Informationen

#### 4.1.1 Eigenproduktion und Verbrauch

Brasilien verfügt über eine eigene Weinproduktion, die jedoch im internationalen Vergleich noch relativ klein ist und regional stark konzentriert bleibt. Ein Großteil der brasilianischen Anbauflächen befindet sich im Süden des Landes, insbesondere in den Bundesstaaten Rio Grande do Sul und Santa Catarina, wo das Klima für den Weinbau am günstigsten ist.

Brasilien produzierte im Jahr 2022/23 nach Angaben der Organisation internationale de la vigne et du vin etwa 3,27 Mio. hl Wein. Prognosen zufolge soll die brasilianische Weinproduktion bis zum Jahr 2028 auf etwa 4 Mio. hl steigen, was einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 1,6 % entspricht. Seit dem Jahr 1966 wächst das Weinangebot des Landes langfristig um durchschnittlich 0,9 % pro Jahr. Die Rebfläche beträgt nach Schätzungen rund 59.000 ha, die Anbaufläche und die Produktionsmenge in Deutschland sind vergleichsweise fast doppelt so groß.<sup>12</sup>

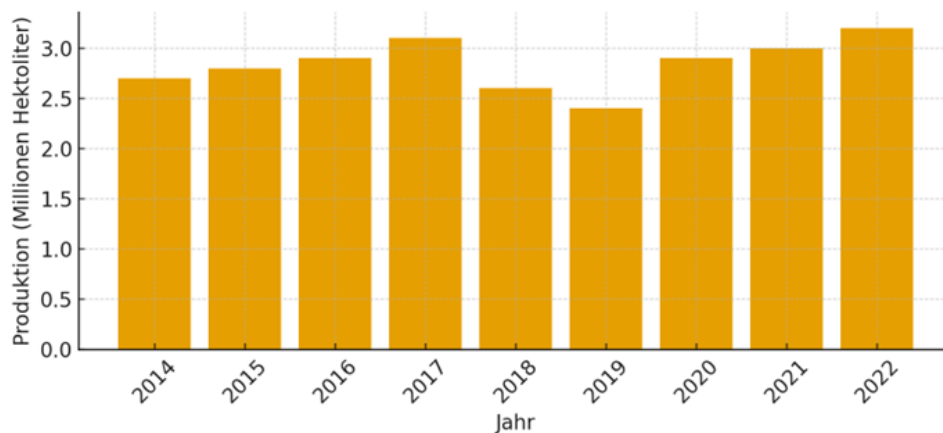


Abbildung 4: Weineigenproduktion in Brasilien 2014 – 2022

Quelle: SISDEVIN (2025): Dados Brutos da Produção Vinícola – 2004 a 2025. Secretaria da Agricultura RS.<sup>13</sup>

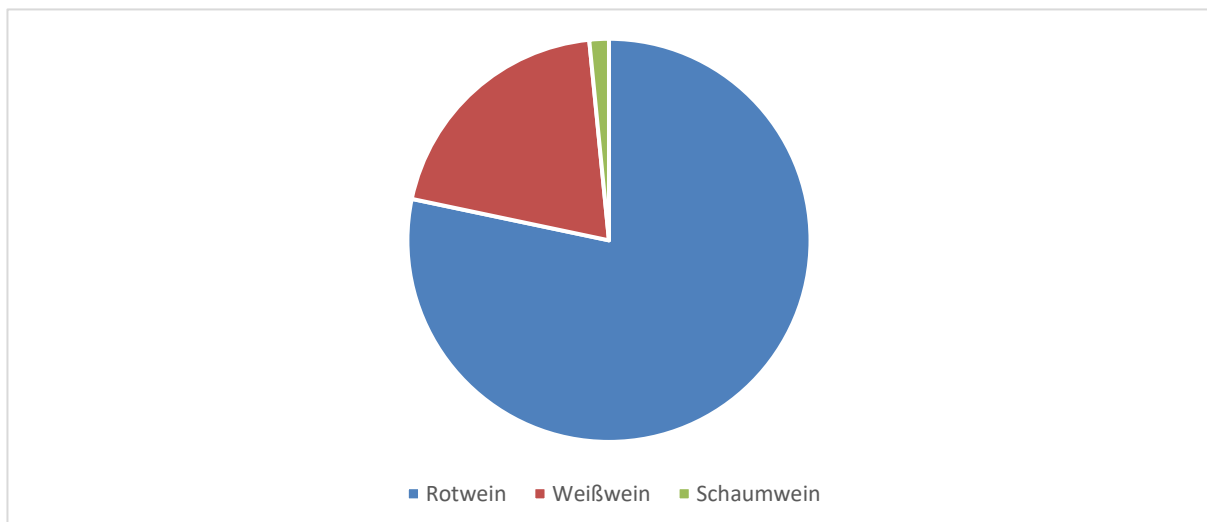
In Brasilien wird überwiegend Rotwein angebaut, das Verhältnis liegt im Jahr 2024 bei 70 % Rotwein zu 18 % Weißwein und 12 % Schaumwein (Abbildung 5). Dies liegt unter anderem an den klimatischen Bedingungen in den südlichen Weinregionen, die robuste und aromatische Rotweinsorten begünstigen. Besonders beliebt und weit verbreitet sind Merlot und Cabernet Sauvignon, die in den Weinbaugebieten wie der Serra Gaúcha in Rio Grande do Sul beste Voraussetzungen finden. Neben diesen internationalen Klassikern spielen auch weitere rote Rebsorten eine wichtige Rolle in der brasilianischen Weinwirtschaft. Dazu

<sup>12</sup> Organisation internationale de la vigne et du vin (2023): State of the World Vine and Wine Sector in 2022. <https://www.oiv.int>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>13</sup> SISDEVIN (2025): Dados Brutos da Produção Vinícola – 2004 a 2025. Secretaria da Agricultura RS. <https://www.agricultura.rs.gov.br/dados-uvas-vinhos>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

gehören Tannat, die besonders im Nachbarland Uruguay populär ist und im Süden Brasiliens ebenfalls ausgezeichnete Ergebnisse liefert, sowie Pinot Noir, der in kühleren Höhenlagen zunehmend an Bedeutung gewinnt. Zudem wird Alicante Bouschet, bekannt für seine tiefrote Farbe und Tanninstruktur, in mehreren Regionen angebaut. Eine lokale Besonderheit ist außerdem die hybride Rebsorte Isabel, die für einfachere, fruchtige Weine und teilweise für die Saftproduktion genutzt wird und historisch eine große Rolle im brasilianischen Weinbau spielte.<sup>14</sup>

Im Segment der Weißweine werden in Brasilien insbesondere Chardonnay, Moscato Branco, Riesling Itálico und zunehmend auch Glera (für Prosecco-Stil-Schaumweine) angebaut. Ähnlich wie in anderen Nationen auch werden in Brasilien hauptsächlich helle Weintrauben für die Schaumweinherstellung genutzt. Jedoch ist dieses Feld aktuell noch stark unterrepräsentiert. Die wichtigsten Anbauggebiete liegen ähnlich wie beim Rotwein vor allem in Rio Grande do Sul mit Regionen wie Serra Gaúcha, Vale dos Vinhedos und Pinto Bandeira, gefolgt von Santa Catarina. Darüber hinaus entstehen innovative Weißweine in Minas Gerais und São Paulo, wo mithilfe der „dupla-poda-Methode“ (Winterlese) kühlere Erntebedingungen genutzt werden.<sup>15</sup>



**Abbildung 5: Produktion von Weinsorten in Brasilien im Jahr 2024**

Quelle: SISDEVIN (2025): Dados Brutos da Produção Vinícola – 2004 a 2025. Secretaria da Agricultura RS<sup>16</sup>

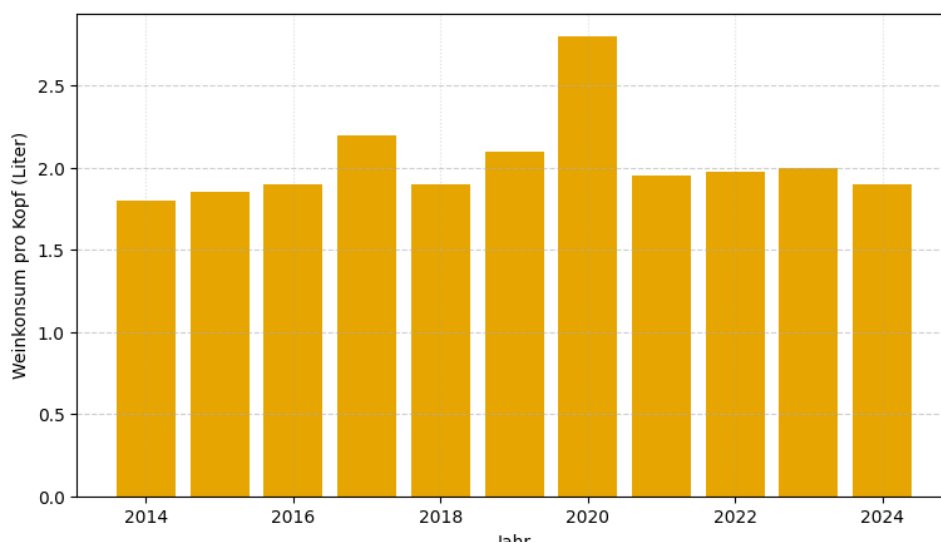
<sup>14</sup> Coravin (2025): *Brazilian Wine: Exploring the Vibrant Wines of Brazil*. <https://www.coravin.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>15</sup> Forbes (2024): *Brazil Wines — Sparkle and much more*. <https://www.forbes.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>16</sup> SISDEVIN (2025): *Dados Brutos da Produção Vinícola – 2004 a 2025*. Secretaria da Agricultura RS. <https://www.agricultura.rs.gov.br/dados-uvvas-vinhos>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

Trotz wachsender Investitionen in Qualität, neue Rebsorten und moderne Kellertechnologien bleibt die nationale Produktion begrenzt, weshalb Brasilien weiterhin stark von Weinimporten abhängig ist. Ein erheblicher Teil des konsumierten Weins gelangt als „Bulk-Ware“<sup>17</sup> ins Land und wird anschließend lokal abgefüllt. Dieses Modell ermöglicht günstige Preise und bedient vor allem den Massenmarkt, während vollständig importierte Flaschenweine eher im Premiumsegment zu finden sind.<sup>18</sup>

Der Weinkonsum in Brasilien liegt mit rund 2 l pro Kopf im Jahr 2023 weiterhin deutlich unter dem Niveau traditioneller Weinländer, zeigt jedoch über die vergangenen zehn Jahre hinweg einen moderaten Aufwärtstrend. In der Abbildung 6 zeigt sich, dass Mitte der 2010er-Jahre der Verbrauch noch bei etwa 1,8 l bis 2 l lag, bevor er während der COVID-19-Pandemie einen markanten Höchststand von 2,78 l pro Kopf erreichte. Dieser pandemiebedingte Ausnahmeeffekt führte im Jahr 2020 zu einem Gesamtverbrauch von über 500 Mio. l. In den Folgejahren normalisierte sich der Konsum, blieb jedoch mit etwa 2 l pro Kopf (2021 – 2023) über dem Niveau vor der Pandemie. Erste Schätzungen für das Jahr 2025 deuten auf einen leichten Rückgang auf etwa 1,9 l hin. Trotz divergierender Quellenangaben für einzelne Jahre zeigt sich ein konsistentes Gesamtbild: Der Weinkonsum hat sich langfristig erhöht, wenn auch von einem niedrigen Ausgangsniveau aus. Im internationalen Vergleich bleibt Brasilien weiterhin ein Niedrigkonsumland, jedoch mit spürbarem Wachstumspotenzial, bedingt durch eine expandierende Mittelschicht, eine zunehmende Verfügbarkeit importierter Qualitätsweine und veränderte Konsumgewohnheiten.<sup>19</sup>



**Abbildung 6: Weinkonsum pro Kopf in Brasilien 2014 – 2024**

Quelle: OIV (2024): State of the World Vine and Wine Sector in 2024.<sup>20</sup>

<sup>17</sup> Bulk-Ware: Waren, die in großen Mengen und in einfacher, unverpackter Form transportiert oder gehandelt werden.

<sup>18</sup> Brazil Wines (Jancis Robinson) (2024): Brazil's wine revolution. <https://www.gobrazilwines.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>19</sup> OIV – International Organisation of Vine and Wine (2024): State of the World Vine and Wine Sector in 2024. <https://www.oiv.int>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>20</sup> Ebenda.

Der brasilianische Weinmarkt wird auch im Konsum deutlich von Rotwein dominiert. Schätzungen brasilianischer Branchenverbände gehen davon aus, dass rund 55 – 60 % des gesamten Weinkonsums in Brasilien auf Rotwein entfällt. Dies ist sowohl auf kulturelle Präferenzen als auch auf das Klima in den südlichen Produktionsregionen zurückzuführen, in denen traditionell überwiegend Rotweine hergestellt und konsumiert werden. Weißwein macht etwa 20 – 25 % des Konsums aus. Obwohl die Nachfrage nach Weißwein in den vergangenen Jahren moderat gestiegen ist, bleibt der Anteil deutlich unter dem von Rotwein. Besonders in wärmeren Regionen wie São Paulo, Rio de Janeiro oder im Nordosten Brasiliens gewinnt Weißwein an Bedeutung, vor allem in der Gastronomie und im Premiumsegment. Roséwein nimmt mit einem Anteil von etwa 5 – 8 % weiterhin eine Nischenposition ein. Dennoch verzeichnet das Segment in den urbanen Zentren ein dynamisches Wachstum, unterstützt durch jüngere Konsumentengruppen und internationale Trends. Deutlich an Bedeutung gewonnen hat Schaumwein, insbesondere der brasilianische Espumante. Sein Marktanteil liegt mittlerweile bei 10 – 15 %. Brasilien zählt zu den größten Schaumweinproduzenten der südlichen Hemisphäre, und die steigende Qualität heimischer Produkte hat die lokale Nachfrage spürbar erhöht.<sup>21</sup>

#### *4.1.2 Ein- und Ausfuhren*

Brasilien spielt im internationalen Weinhandel zwar eine noch vergleichsweise kleine Rolle, ist jedoch zunehmend aktiver in Export und Import eingebunden. Im Jahr 2024 exportierte das Land Wein im Wert von rund 10,8 Mio. USD und belegte damit Platz 551 der exportierten Produkte Brasiliens. Die wichtigsten Abnehmerländer waren Paraguay (5,32 Mio. USD), die Vereinigten Staaten (1,04 Mio. USD) sowie Haiti, Uruguay und Guyana. Nach Deutschland wurde im Jahr 2023 Wein im Wert von 31 Tsd. EUR importiert. Besonders dynamisch entwickelten sich die Exporte nach Guyana, Argentinien und Deutschland, die zwischen den Jahren 2023 und 2024 die höchsten Wachstumsraten verzeichneten.<sup>22</sup>

Deutlich bedeutender für den brasilianischen Weinmarkt sind jedoch die Importe. Im Jahr 2024 führte Brasilien Wein im Wert von rund 523 Mio. USD ein; damit rangierte Wein auf Platz 100 der meistimportierten Produkte des Landes. Die Importe beliefen sich auf ein Volumen von über 120 Mio. l. Die wichtigsten Herkunftsländer waren Chile (202 Mio. USD), Argentinien (97,7 Mio. USD), Portugal (81,4 Mio. USD), Frankreich (54,4 Mio. USD) und Italien (43,2 Mio. USD). Aus Deutschland wurde im Jahr 2023 Wein im Wert von 640 Tsd. EUR importiert. Das stärkste Importwachstum gegenüber dem Vorjahr entfiel auf Chile, Argentinien und Portugal, was die weiterhin enge wirtschaftliche Verflechtung Brasiliens mit Weinproduzenten aus dem südamerikanischen Raum und Europa

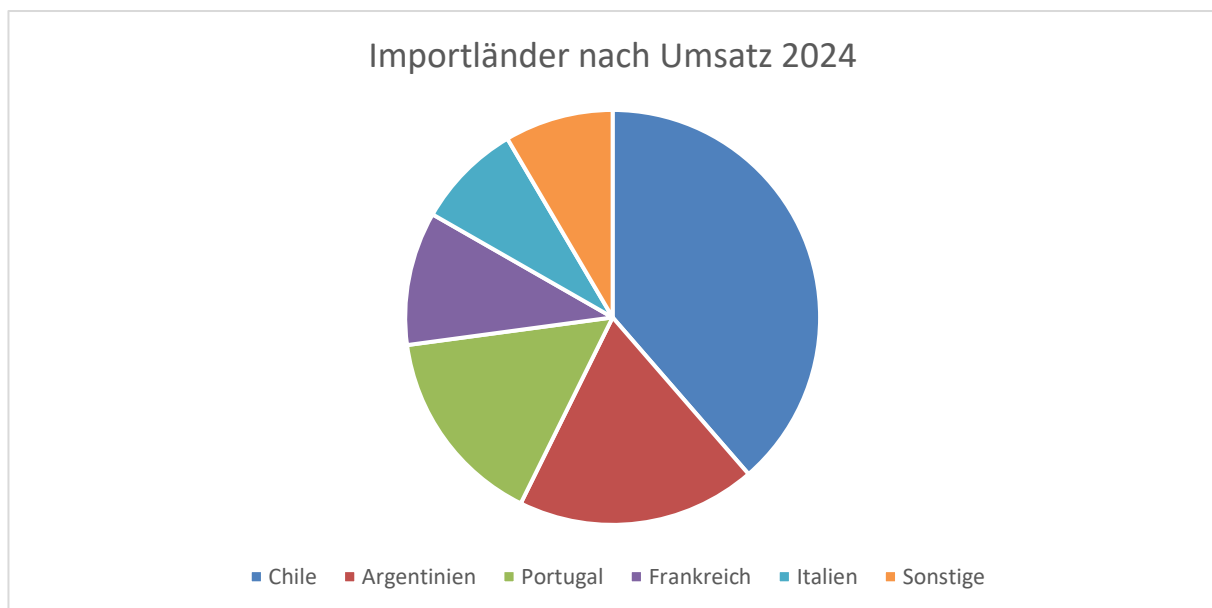
---

<sup>21</sup> OIV – International Organisation of Vine and Wine (2024): State of the World Vine and Wine Sector in 2024. <https://www.oiv.int>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>22</sup> Observatory of Economic Complexity (2024): Brazil – Wine. <https://oec.world/en>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

unterstreicht. Im transatlantischen Handel zwischen Brasilien und den USA waren im Jahr 2024 unter anderem Unternehmen wie die kanadische Société des alcools du Québec, Sierra Produce sowie Loblaws Supermarkets beteiligt, was die Bedeutung von nordamerikanischen Handelsstrukturen im brasilianischen Weinsektor ebenso verdeutlicht.

23



**Abbildung 7: Importländer nach Umsatz 2024**

Quelle: Observatory of Economic Complexity (2024)<sup>24</sup>

#### 4.1.3 Verbrauchernachfrage und Verzehrgewohnheiten

Der brasilianische Weinmarkt wird zunehmend von veränderten Konsumgewohnheiten und einem wachsenden kulturellen Interesse an Wein geprägt. Besonders in urbanen Zentren zeigt sich eine deutliche Verschiebung hin zu Wein als moderne Genuss- und Lifestyle-Komponente, wodurch insbesondere Weiß- und Schaumweine (Espumantes) an Popularität gewinnen. Konsumentinnen und Konsumenten schätzen Wein zunehmend bei gesellschaftlichen Anlässen und Mahlzeiten. Diese Entwicklung wird durch ein stärkeres Gesundheits- und Qualitätsbewusstsein sowie durch die Offenheit der brasilianischen Konsumenten für internationale Weinkultur und neue Geschmacksprofile unterstützt. Stil- und Sortenpräferenzen zeigen weiterhin eine Dominanz roter Weine, wobei diese vor allem bei älteren Zielgruppen getrunken werden. Neuere Marktbeobachtungen weisen jedoch auf ein dynamisch wachsendes Interesse neben Weiß- besonders auch an Schaumwein hin, der

<sup>23</sup> Observatory of Economic Complexity (2024): Brazil – Wine. <https://oec.world/en>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>24</sup> Ebenda.

sich zu einem der wichtigsten Treiber des brasilianischen Weinmarktes entwickelt und zunehmend auch Premium-Zielgruppen anspricht.<sup>25</sup>

Jüngere Konsumentengruppen tragen zunehmend zum Marktwachstum bei, wenngleich ihr Anteil unter den regelmäßigen Weintrinkern noch unter dem demografischen Gewicht liegt. Etwa 12 % der regelmäßigen Weintrinker sind unter 35 Jahre alt, obwohl diese Altersgruppe etwa 16 % der erwachsenen Bevölkerung stellt. Diese Zielgruppe sucht Vielfalt, neue sensorische Erfahrungen und innovative Formate, beispielsweise Weißwein- und Schaumweinvarianten sowie alternative Verpackungen wie Dosen. Trotz dieser Trends bleibt Bier weiterhin das dominante alkoholische Getränk in Brasilien mit einem Marktanteil von rund 90 %, während Wein sich mit rund 4 % als wachsendes Segment mit zunehmendem Premium- und Lifestyle-Charakter etabliert.<sup>26</sup>

Höhere Einkommen, eine wachsende Mittelschicht und der Zugang zu internationaler Weinkultur, unter anderem durch soziale Medien, Reisen und spezialisierte Handelspartner, führen dazu, dass immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher Premium- und Importweine erkunden. Auch jüngere Zielgruppen tragen zum Wachstum bei, motiviert durch Experimentierfreude, Qualitätsbewusstsein und die Suche nach neuen Geschmackserlebnissen. In diesem Umfeld gewinnen Themen wie Herkunft, Rebsorten, Nachhaltigkeit und Produktionsmethoden an Bedeutung.<sup>27</sup>

## 4.2 Orientierungspreise der Produkte im Markt

Der brasilianische Weinmarkt ist preislich breit aufgestellt, wobei sich Orientierungspreise stark danach unterscheiden, ob es sich um importierte oder lokal produzierte Weine handelt. Da ein großer Teil des in Brasilien konsumierten Weins aus Ländern wie Chile, Argentinien, Portugal und Frankreich importiert wird, beginnen die Preise für gängige Einstiegsweine aus dem Ausland meist ab etwa R\$ 30 – 50 (ca. 5 – 9 EUR) pro Flasche im Einzelhandel. Mittelklasse-Importe liegen typischerweise zwischen R\$ 60 – 120 (ca. 11 – 22 EUR), während Premium- und Boutiqueweine ab R\$ 150 (ca. 27 EUR) und deutlich darüber angesiedelt sind. Lokale Weine aus Regionen wie Serra Gaúcha, Vale dos Vinhedos und Pinto Bandeira sind am Markt zwar präsenter als früher, machen jedoch immer noch einen kleineren Anteil am Sortiment aus. Gute regionale Weine beginnen ebenfalls etwa ab R\$ 35 – 60 (ca. 6 – 11 EUR) und liegen damit häufig im gleichen Segment wie internationale Einstiegsweine. Hochwertige brasilianische Produkte, insbesondere Schaumweine, können

---

<sup>25</sup> ProWine São Paulo (2024): *Brazilian wine market experiences growing movement – a trend that is here to stay*. <https://prowinesaopaulo.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>26</sup> Meininger's International (2023): *Brazil's vibrant market: younger consumers entering*. <https://www.meiningers-international.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>27</sup> Wine XT (2020): *Brazil's wine drinking population expands*. <https://www.wine-xt.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

aber ebenfalls Preisniveaus internationaler Premiumweine erreichen.<sup>28</sup> In der folgenden Tabelle werden die Orientierungspreise für Rot-, Weiß-, Rose- und Schaumwein in Brasilien aufgelistet. Hierbei ist zu beachten, dass für die Grundlage der Recherche gängige Supermarktpreise angelegt wurden.

**Tabelle 1: Preisübersicht von Weinen in Brasilien 1**

| Rotwein  |                         | Weißwein  |                          | Roséwein  |                         |
|--|-------------------------|---|--------------------------|---|-------------------------|
| Casillero del Diablo Cabernet Sauvignon Reserva 750 ml | 62,49 R\$/<br>10 EUR    | Casillero del Diablo Sauvignon Blanc Reserva 750 ml | 62,49 R\$/<br>10 EUR     | Casillero del Diablo Reserva 750 ml                 | 62,49 R\$/<br>10 EUR    |
| Panul Merlot, 750 ml                                   | 31,9 R\$/<br>5 EUR      | Pinot Gricio Manto Blanco 750 ml                    | 31,89 R\$/<br>5 EUR      | Panul Clássico Viñedos Marchigue 750 ml             | 31,09 R\$/<br>5 EUR     |
| Terroirs Du Monde Bordeaux 750 ml                      | 42,90 R\$/<br>6,72 EUR  | Terrazas de Los Andes 2011 Chardonney 750 ml        | 99,99 R\$/<br>16,05 EUR  | Periquita Touriga Nacional Castelão Aragonez 750 ml | 82,99 R\$/<br>13,32 EUR |
| Porto Calem Velhotes Ruby 750 ml                       | 134,9 R\$/<br>21,67 EUR | Alandra 750 ml                                      | 124,99 R\$/<br>20,06 EUR | Reserve Trivento Malbec Mendoza Garrafa 750 ml      | 64,99 R\$/<br>10,43 EUR |

Quelle: Carrefour Comércio e Indústria Ltda (2025): vinhos.<sup>29</sup>

**Tabelle 2: Preisübersicht von Weinen in Brasilien 2**

| Schaumwein                                   |                        |   |                        |                                  |                        |                                |                        |
|--|------------------------|---|------------------------|----------------------------------|------------------------|--------------------------------|------------------------|
| Espumante Salton Doce Branco Moscatel 750 ml | 44,59 R\$/<br>7,16 EUR | Brasileiro Aurora Rosé Brut Serra Gaúcha 750 ml | 42,89 R\$/<br>6,88 EUR | Saint Germain Brut Branco 660 ml | 29,89 R\$/<br>4,80 EUR | Cava Freixenet Demi-Sec 750 ml | 99,99 R\$/<br>16,5 EUR |

Quelle: Carrefour Comércio e Indústria Ltda (2025): vinhos.<sup>30</sup>

<sup>28</sup> Legal Mondo (2022): *Distribution of Wine in Brazil*. <https://www.legalmondo.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>29</sup> Carrefour Comércio e Indústria Ltda (2025): vinhos. <https://mercado.carrefour.com.br>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>30</sup> Ebenda.

### 4.3 Distributionswege

Der brasilianische Weinmarkt ist stark importgetrieben. Trotz wachsender lokaler Produktion stammt der überwiegende Teil des in Brasilien konsumierten Weins weiterhin aus dem Ausland. Nach Angaben der Observatory of Economic Complexity importierte Brasilien im Jahr 2023 über 80 % des Weines für den inländischen Konsum. Die wichtigsten Herkunftsländer sind Chile, Argentinien, Portugal, Frankreich und Italien, die zusammen mehr als 90 % des brasilianischen Weinimportvolumens stellen. Chile allein ist mit einem Anteil von knapp 40 % der bedeutendste Lieferant. Diese Aufteilung ist an dieser Stelle erneut relevant, da die hohen Importzahlen von Ländern wie Chile und Argentinien auf deren zollfreie Importkonditionen im Rahmen des Mercosur-Abkommens zurückzuführen sind.<sup>31</sup> Der Zugang zum brasilianischen Markt erfolgt in der Regel über spezialisierte Import- und Distributionsunternehmen, die zentrale Aufgaben entlang der gesamten Wertschöpfungskette übernehmen. Die Distributionskette umfasst dabei mehrere Stationen:

#### 1. Importeur und rechtliche Registrierung:

Wein darf in Brasilien ausschließlich durch Unternehmen eingeführt werden, die über eine gültige Importlizenz verfügen und beim Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) registriert sind. Diese Importeure sind verantwortlich für die Anmeldung des Produkts, die Einhaltung der Etikettierungs- und Verpackungsvorschriften, die Gesundheitsregistrierung sowie die Zahlung aller Einfuhrabgaben. Zu den wesentlichen Kostenfaktoren zählen der Einfuhrzoll (27 %), die Industrieproduktsteuer (IPI), die Sozialabgaben Programa de Integração Social (PIS)/Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) und die bundesstaatliche Umsatzsteuer Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), die je nach Bundesstaat unterschiedlich ausfallen kann. Diese komplexe Steuerstruktur führt dazu, dass die Endpreise für importierte Weine im Schnitt 60 – 100 % über den Nettopreisen im Herkunftsland liegen.<sup>32</sup>

#### 2. Zolllagerung und nationale Distribution:

Nach der Einfuhr werden Weine in zertifizierten Zolllagern (armazéns alfandegados) gelagert und anschließend entweder über landesweite Distributionszentren oder regionale Hubs an Großhändler und Einzelhändler weitergeleitet. Die Hauptlogistikzentren befinden sich im Bundesstaat São Paulo, über den ein Großteil der Einfuhren abgewickelt wird. Von dort erfolgt die landesweite Verteilung per Lkw, insbesondere in den südlichen und südöstlichen Ballungsräumen.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> TTB (2024): *International Affairs Resources – Import Duty on Wine in Brazil*. <https://www.ttb.gov/>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025.

<sup>32</sup> Legal Mondo (2022): *Distribution of Wine in Brazil*. <https://www.legalmondo.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025.

<sup>33</sup> Ebenda.

### **3. Groß- und Einzelhandel:**

Der Großhandel beliefert vor allem große Supermarktketten, Weinhandlungen, Gastronomiebetriebe und zunehmend auch E-Commerce-Plattformen. Wichtige Akteure im Einzelhandel sind Carrefour Brasil, Pão de Açúcar, Assaí Atacadista und Zaffari, die zusammen einen Großteil des stationären Weinabsatzes abdecken. Im Cash-and-Carry-Segment (Atacarejo) werden insbesondere preisgünstige Importweine und Eigenmarken stark nachgefragt.<sup>34</sup>

### **4. On-Trade und Spezialhandel:**

Im Gastronomie- und Hotelgewerbe (On-Trade) werden vor allem hochwertige, oft europäische Weine vertrieben. Diese Kanäle sind für Markenaufbau und Premiumpositionierung besonders relevant. Ergänzend gewinnen Spezialgeschäfte und Weinbars besonders in Metropolen an Zulauf. Event-Formate, Messen und Fachveranstaltungen wie ProWine São Paulo fungieren als Knotenpunkte für Sortiment, Distribution und nationale Reichweite. Dynamik kommt zudem aus dem E-Commerce. Online-Händler wie Evino oder Wine.com.br gewinnen an Bedeutung. Der E-Commerce hat sich seit der COVID-19 Pandemie als feste Säule etabliert, mit wachsenden Verkaufszahlen im Premium- und Geschenksegment.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> USDA GAIN Report (2024): *Retail Foods Annual – Brazil*. <https://apps.fas.usda.gov>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025.

<sup>35</sup> Meininger's International (2023): *Brazil's Vibrant Wine Market*. <https://www.meiningers-international.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025.

## 5. Rahmenbedingungen zum Import in Brasilien

### 5.1 Regelungen für den Import von alkoholischen Getränken

Der gewerbliche Import von Wein und anderen alkoholischen Getränken nach Brasilien ist ein formalisiertes Verfahren, das mehrere Behörden und spezifische Registrierungsschritte umfasst. Der Import für private Zwecke ist bis maximal 12 l vereinfacht möglich; darüber hinaus ist eine kommerzielle Lizenzierung erforderlich. Zunächst muss ein brasilianischer Importeur über eine aktive steuerliche Registrierung, die Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), verfügen und beim brasilianischen Landwirtschaftsministerium MAPA registriert sein, um Lebensmittel und alkoholische Getränke importieren zu dürfen. Parallel dazu benötigt das Unternehmen eine sogenannte Außenhandelszugangsberechtigung (Registro e Rastreamento da Atuação dos Intervenientes Aduaneiros), die den Zugang zum nationalen Außenhandelssystem (Sistema Integrado de Comércio Exterior) bzw. zur neuen Einfuhrplattform (Declaração Única de Importação (DUIMP)) ermöglicht. Ohne diese Freischaltung kann kein alkoholführendes Produkt rechtmäßig eingeführt werden.<sup>36</sup>

Vor der Lieferung müssen Importeur und Exporteur die Lieferbedingungen anhand internationaler Handelsklauseln vertraglich definieren, üblicherweise auf Basis von FOB (Free on Board) oder CIF (Cost, Insurance and Freight). Der deutsche Lieferant stellt anschließend die erforderlichen Exportdokumente bereit, darunter Handelsrechnung, Packliste, Frachtpapier (Bill of Lading oder Air Waybill), Ursprungszeugnis und ein Analysezertifikat des Weins. Für bestimmte Produkte kann zusätzlich ein Gesundheitszeugnis oder ein pflanzengesundheitliches Zertifikat erforderlich sein. Diese Unterlagen werden im brasilianischen Importportal hochgeladen und geprüft.<sup>37</sup>

Die Einfuhranmeldung erfolgt elektronisch über das DUIMP-System, meist mit Unterstützung eines lizenzierten Zollagenten (Despachante Aduaneiro). Im Anschluss prüft die brasilianische Bundessteuerbehörde (Receita Federal do Brasil) die Angaben und ermittelt die anfallenden Einfuhrabgaben. Je nach Risikoklassifizierung kann eine reine Dokumentenprüfung oder eine physische Warenkontrolle stattfinden. Parallel dazu überwacht die dem Landwirtschaftsministerium nachgeordnete Kontrollstelle für tierische und pflanzliche Produkte im Außenhandel (Vigilância Agropecuária Internacional) die Einfuhr und kann Laboranalysen oder Etikettenkontrollen durchführen.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) (2019): *Beverages, Wines and Wine Products (Importing) — English guidance*. <https://www.gov.br>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>37</sup> Ebenda.

<sup>38</sup> SISCOMEX / RADAR Erklärungen (Novatrade/Guides) (2021): *How to obtain RADAR and use SISCOMEX*. <https://novatradebrasil.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

Für importierten Wein gelten strikte Etikettenpflichten in portugiesischer Sprache, darunter Angaben zum Importeur, Alkoholgehalt, Ursprungsland, Jahrgang, Zuckergehalt, Jugendschutzhinweis („Proibido para menores de 18 anos“). Fehler in der Etikettierung können die Freigabe verzögern oder den Verkauf verhindern.<sup>39</sup>

Nach Zollfreigabe müssen mehrere Steuern entrichtet werden: der Einfuhrzoll (Imposto de Importação, II), die Verbrauchsteuer auf Industrieprodukte IPI, die Sozialabgaben PIS/COFINS sowie die bundesstaatliche Umsatzsteuer ICMS, deren Höhe regional variiert. Diese Steuerstruktur führt typischerweise zu einer deutlichen Preissteigerung im Vergleich zum europäischen Markt, da es kein allumfassendes Freihandelsabkommen zwischen Brasilien und der Europäischen Union gibt.<sup>40</sup>

Nach Abschluss aller Prüfungen und Zahlungen wird die Ware freigegeben und kann in ein Zolllager (Bonded Warehouse) verbracht oder direkt in den Vertrieb überführt werden. Typische Absatzkanäle für Wein in Brasilien umfassen den Großhandel, den Einzelhandel, Fachhändler, die Gastronomie sowie zunehmend E-Commerce-Plattformen und Wein-Abonnementmodelle. In der Praxis greifen ausländische Produzenten meist auf spezialisierte brasilianische Importeure und Distributoren zurück, die mit den regulatorischen Anforderungen vertraut sind, den Marktzugang sichern und Logistik sowie Steuerplanung übernehmen.<sup>41</sup>

Für deutsche Weinexporte ergibt sich daraus das folgende operative Vorgehen: Auswahl eines brasilianischen Importeurs mit gültiger MAPA-Zulassung, Erstellung korrekter Analysen und Herkunftszertifikate in einem von MAPA anerkannten Labor, Kalkulation der Preisstruktur inklusive Zoll und Steuern sowie Planung für Logistik und Lagerung in brasilianischen Zolllagern (armazéns alfandegados). Fehler bei der Dokumentation oder der Einhaltung steuerlicher Vorgaben führen oft zu Verzögerungen, hohen Lagerkosten oder gar zur Verweigerung der Abfertigung.<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup> U.S. Department of Agriculture (USDA) GAIN Report (2019): *Market Access Brief for Wine – Brazil*. <https://apps.fas.usda.gov>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>40</sup> Trade.gov / US Commercial Service (2025): *Brazil – Import Tariffs and Taxes overview*. <https://www.trade.gov>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>41</sup> Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) (2021): *Importing beverages, wines and wine products*. <https://www.gov.br>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>42</sup> Legal Mondo (2022): *Distribution of Wine in Brazil*. <https://www.legalmondo.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

## 5.2 Markteinstieg und Unternehmensformen

Der bevorzugte und in der Praxis häufigste Markteinstieg erfolgt über lokale Importeure und Distributoren, die bereits über die notwendige Registrierung beim brasilianischen Landwirtschaftsministerium verfügen, mit den administrativen Verfahren vertraut sind und etablierte Vertriebsnetze besitzen. Dabei übernehmen sie typischerweise Aufgaben wie Einfuhrabwicklung, Lagerhaltung, steuerliche Registrierung, Logistik, Etikettierung in portugiesischer Sprache und den Vertrieb über Einzelhandel, Gastronomie, Weinclubs und E-Commerce-Kanäle. Dies ermöglicht deutschen Anbietern einen schnellen und kostenoptimierten Zugang zum Markt, wenngleich die Abhängigkeit vom Importeur zu geringerer Margenkontrolle führt und der Gestaltungsspielraum im Markenaufbau begrenzt bleibt.<sup>43</sup>

Für Produzenten mit langfristiger Marktperspektive kann es sinnvoll sein, eine eigene Präsenz im Land aufzubauen. Je nach Investitionsumfang und strategischer Zielsetzung kommen verschiedene Modelle in Betracht. Eine einfache Möglichkeit ist die Einrichtung einer Repräsentanz, die der Marktbearbeitung dient, selbst jedoch keine Import- oder Vertriebstätigkeit ausübt. Häufig wählen Unternehmen die Gründung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (Sociedade Limitada), die einer deutschen GmbH ähnelt und operative Geschäftstätigkeit ermöglicht. Alternativ kann eine Einpersonen-Kapitalgesellschaft oder ein Joint Venture mit einem brasilianischen Partner gegründet werden, um lokalen Marktzugang, Know-how und Distributionskapazitäten zu bündeln. Für jede operative Einheit im brasilianischen Markt gilt jedoch: Es sind eine Registrierung beim Landwirtschaftsministerium sowie ein Zugang zum nationalen Außenhandelssystem erforderlich. Diese Vorgehensweise bietet zwar volle Marken- und Preiskontrolle, verlangt jedoch eine umfangreiche administrative Vorbereitung, Kapitalaufwand und kontinuierliche Marktpräsenz.<sup>44</sup>

Neben klassischen Importwegen gewinnt die digitale Marktbearbeitung in Brasilien zunehmend an Bedeutung. Der Verkauf über E-Commerce-Kanäle, Weinclubs und Online-Marktplätze ermöglicht deutschen Weinproduzenten eine zielgerichtete Ansprache urbaner Konsumenten und Weinliebhaber. Ergänzend dazu empfiehlt sich die Teilnahme an Fachmessen wie der ProWine São Paulo oder der Wine South America im südlichen Weinbaugebiet Serra Gaúcha. Diese Veranstaltungen bieten wichtige Plattformen für Geschäftsanbahnung, Marktvalidierung und Netzwerkaufbau mit Distributoren, Sommeliers, Fachhändlern und Gastronomiepartnern.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Legal Mondo (2022): *Distribution of Wine in Brazil*. <https://www.legalmondo.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>44</sup> Lateinamerika-Verein e. V. (2020): *Company Formation in Brazil – A Guide for German Investors*. <https://www.lateinamerikaverrein.de>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>45</sup> Ebenda.

### 5.3 Steuern

Finanziell und steuerlich ist der Import von Wein nach Brasilien mit einem hohen Aufpreis verbunden, da mehrere nationale und bundesstaatliche Abgaben gleichzeitig greifen. Neben dem Einfuhrzoll (Imposto de Importação, II), der bei Wein in der Regel rund 27 % des CIF-Wertes beträgt, wird zusätzlich die Verbrauchsteuer auf Industrieprodukte, IPI, erhoben. Für Wein liegt diese typischerweise zwischen 10 % und 30 %, abhängig von der Tarifklassifikation und der Alkoholstärke.<sup>46</sup>

Darüber hinaus fallen Sozialabgaben zur Finanzierung der sozialen Sicherungssysteme an, bestehend aus PIS und COFINS. Diese werden kumulativ auf den Warenwert inklusive Zoll und IPI berechnet und liegen zusammen bei etwa 9,65 % im kumulativen System. Bei Unternehmen, die im nicht-kumulativen System operieren, gelten nominell höhere Sätze; es bestehen jedoch Möglichkeiten zur Verrechnung von Steuergutschriften entlang der Wertschöpfungskette.<sup>47</sup>

Ein weiterer wesentlicher Kostenfaktor ist die bundesstaatliche Umsatzsteuer. Diese variiert, wie oben bereits erwähnt, je nach Bundesstaat erheblich und kann für Wein zwischen 25 % und 39 % liegen. Besonders in großen Absatzmärkten wie São Paulo oder Rio de Janeiro existieren teils höhere Sätze sowie zusätzliche Regelungen zur Steuerstabilisierung bei alkoholischen Getränken. Die ICMS-Berechnung erfolgt zudem auf einem sogenannten „Steuer-auf-Steuer-Mechanismus“, bei dem sie auch auf die bereits enthaltenen Abgaben (inklusive Zoll und IPI) angewendet wird. Dies führt zu einer progressiven Verteuerung und macht die effektive Steuerlast deutlich höher, als die nominalen Prozentsätze vermuten lassen.<sup>48</sup>

Zusätzlich zu den genannten Steuern entstehen in vielen Fällen Kosten für Zollabfertigung, für die Lagerung in zollkontrollierten Bereichen, lokale Gebühren sowie obligatorische Verzollungsdienstleistungen durch einen brasilianischen Zollagenten (Despachante Aduaneiro). In Summe kann die steuerliche und administrative Belastung dazu führen, dass importierter Wein in Brasilien oftmals 50 % bis über 100 % teurer angeboten wird als auf dem deutschen oder europäischen Markt.<sup>49</sup>

---

<sup>46</sup> International Trade Administration (2024): Brazil – Import Tariffs. <https://www.trade.gov>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025.

<sup>47</sup> Legal Mondo (2022): *Distribution of Wine in Brazil*. <https://www.legalmondo.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>48</sup> International Trade Administration (2024): Brazil – Import Tariffs. <https://www.trade.gov>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

<sup>49</sup> Tax Foundation (2024): *Brazil Proposes Major Overhaul of Its Alcohol Tax System*. <https://taxfoundation.org>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025

## 5.4 Bestimmungen für die Bewerbung und den Verkauf von alkoholischen Getränken

In Brasilien unterliegen die Bewerbung und der Verkauf von alkoholischen Getränken, einschließlich Wein, strengen gesetzlichen Vorgaben. Werbung darf sich nicht an Minderjährige richten und keine Personen unter 25 Jahren in einem Kontext zeigen, der Alkoholkonsum positiv darstellt. Zudem dürfen Werbematerialien keinen exzessiven Konsum fördern, nicht behaupten, Alkohol steigere körperliche oder geistige Leistungsfähigkeit, und keine Verbindung zwischen Alkoholkonsum und sozialem Erfolg, Schönheit, Sport oder Sexualität herstellen. Jegliche Kommunikation muss den gesetzlich vorgeschriebenen Warnhinweis, etwa „Beba com moderação“ (Trinken Sie maßvoll), sowie Hinweise auf das Verkaufsverbot an Minderjährige enthalten. Die Aufsichtsbehörde CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) überwacht die Einhaltung dieser Regeln und kann Sanktionen aussprechen, während ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), die nationale Gesundheitsüberwachungsbehörde Brasiliens und MAPA die Etikettierungs- und Informationspflichten für alkoholhaltige Produkte regulieren. Im Handel ist die Abgabe von Wein an Personen unter 18 Jahren verboten, und Verkaufsstellen sind verpflichtet, Alterskontrollen vorzunehmen. Darüber hinaus gelten im E-Commerce dieselben Jugendschutzpflichten, einschließlich Altersprüfung bei Auslieferung. Insgesamt ist die Vermarktung von Alkohol in Brasilien defensiv, gesundheitsorientiert und strikt reguliert, wodurch Weinhersteller und Importeure besonderen Wert auf verantwortungsbewusste Kommunikation und Compliance legen müssen.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> The Brazil Business (2023): *Advertising regulations for alcoholic beverages in Brazil*. <https://thebrazilbusiness.com>, zuletzt aufgerufen am 27.11.2025.

## 6. SWOT-Analyse

| Stärken   | Schwäche   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohe Qualitätsstandards und Reputation deutscher Weine (Prädikatsweine, Riesling-Expertise, Sekt-Tradition)</li> <li>• Starke Positionierung im Premiumsegment, geeignet für urbane Zielgruppen in Brasilien</li> <li>• Breites, differenziertes Sortiment mit einzigartigen Rebsorten (z. B. Riesling, Silvaner), die in Südamerika nur begrenzt verfügbar sind</li> <li>• Nischenpositionierung möglich bei Sommeliers, Fachhandel, Gastronomie, Weinclubs und E-Commerce</li> <li>• Nachhaltigkeitsimage deutscher Winzer unterstützt Marketing im wachsenden „Bewusst-Konsum“-Segment.</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geringe Markenbekanntheit deutscher Weine im Vergleich zu chilenischen/argentinischen Konkurrenten</li> <li>• Hohe Import- und Steuerlast in Brasilien, die Preise deutlich anhebt</li> <li>• Logistischer Aufwand (lange Transportwege, Temperaturkontrolle, Zollprozesse)</li> <li>• Abhängigkeit von lokalen Importeuren und Distributoren zu Beginn</li> <li>• Begrenzte Verfügbarkeit deutscher Weine im Massenmarkt</li> </ul>  |
| Chancen   | Risiken  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wachsendes Interesse an Premium- und Spezialitätenweinen, besonders in São Paulo, Rio de Janeiro und Porto Alegre</li> <li>• Dynamisch wachsender E-Commerce-Markt und Weinclubs in Brasilien (Direktvertrieb, Subscription-Modelle)</li> <li>• Nachfrage nach Schaumweinen (Brasilien ist einer der am schnellsten wachsenden Märkte Lateinamerikas in diesem Segment); deutsche Sekte als Chance</li> <li>• Tourismus- und Gastronomie-Trend mit höherer Affinität zu internationalen Weinen</li> <li>• Zielgruppe der jungen urbanen Mittelschicht offen für neue Geschmacksprofile und Online-Käufe</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preiswettbewerb mit günstigen Weinen aus Chile, Argentinien und Portugal (geografische/handelsrechtliche Vorteile)</li> <li>• Hohe Zoll- und Steuerbelastung, komplexe Importbürokratie</li> <li>• Währungsschwankungen (EUR/R\$) beeinflussen Endpreise und Margen</li> <li>• Eingeschränkte Kühlkettenlogistik, Risiko von Qualitätsverlust und Reklamationen</li> <li>• Starke Dominanz des Biermarktes und begrenzter Pro-Kopf-Weinkonsum</li> <li>• Regulatorische Einschränkungen für Alkoholmarketing und Jugendschutz</li> <li>• Wirtschaftliche Volatilität und Konsumzurückhaltung bei Preisschwankungen</li> </ul> |

## 7. Adressmaterial Brasilien

### 7.1 Behörden und Organisationen

| <b>Agência Nacional de Vigilância Sanitária</b> |  |
|---|--|
| Adresse /<br>Website                            | SEPN 511 – Asa Norte, Brasília – DF<br>CEP 70750-901<br>Brasilien<br><a href="http://www.gov.br/anvisa/pt-br">www.gov.br/anvisa/pt-br</a>  |
| Kontakt   | Kontaktformular über Website<br>Tel.: (00)55 61 3462 6800  |
| Profil  | Die nationale Gesundheits- und Sanitätsaufsichtsbehörde ist zuständig für die Regulierung von Lebensmitteln und Getränken, Kontrollen, Zulassungen und sicherheitsrechtliche Vorschriften — ist für Weinimport/-vertrieb relevant. |

| <b>Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX)</b> |  |
|---|--|
| Adresse /<br>Website  | Escritório Central: Largo do Machado 1, Centro<br>Rio de Janeiro, RJ<br>Brasilien<br><a href="http://apexbrasil.com.br">apexbrasil.com.br</a>  |
| Kontakt   | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 21 2233 9000   |
| Profil  | APEX Brasil ist die nationale Agentur Brasiliens zur Förderung von Exporten und ausländischen Investitionen. Sie unterstützt brasilianische Unternehmen (darunter auch Weinproduzenten) dabei, auf internationalen Märkten Fuß zu fassen. APEX unterstützt mit Marktanalysen, Exportförderprogrammen, Investoren-Netzwerken, Exportberatung, Teilnahme an Messen und Handelsmissionen. Mit ihren Programmen kann APEX helfen, Kontakte zu Distributoren im Ausland herzustellen oder brasilianischen Wein international zu vermarkten. |

| <b>Associação Brasileira de Sommeliers</b> |   |
|--|---|
| Adresse / Website                          | Standort in Rio de Janeiro<br>Praia do Flamengo, 66,<br>Rio de Janeiro, RJ<br>Brasilien<br><a href="http://abs-brasil.com">abs-brasil.com</a>   |
| Kontakt                                    | Unterschiedliche Ansprechpartner für jede Stadt/Region<br>E-Mail: <a href="mailto:abs@abs-rio.com.br">abs@abs-rio.com.br</a> (Für Rio de Janeiro)<br>Tel.: (00)55 21 2285 0497  |
| Profil                                     | ABRA ist ein Berufsverband für Sommeliers und Gastronomie-Fachleute in Brasilien. Er vernetzt Personen und Betriebe aus dem Gastronomie- und Weinbereich. Die Institution dient als Anlaufstelle, in Brasilien für Distributoren, die Wein für Gastronomie vertreiben möchten oder Kontakte zu Gastronomie-Betrieben suchen. Für eine Großzahl an Städten und Regionen gibt es unterschiedliche Ansprechpersonen und Teilgruppen des Dachverbandes. |

| <b>Ibravin – Instituto Brasileiro do Vinho</b> |   |
|--|---|
| Adresse / Website                              | Rua Barão do Rio Branco, 377 Bento Gonçalves<br>Rio Grande do Sul 95700-000<br>Brasilien<br><a href="http://www.ibravin.org.br">www.ibravin.org.br</a>  |
| Kontakt  | Kontaktformular auf Website<br>Tel.: (00)55 54 3458 1111  |
| Profil   | Ibravin ist das nationale Weininstitut Brasiliens und zuständig für die Koordination der Weinbranche, inklusive Produzenten, Qualitätssicherung, Forschung, Marktanalyse und Förderung brasilianischer Weine. Das Institut ist ein wichtiger Bezugspunkt, wenn Marktinformationen benötigt oder Kooperationen im Wein- und Gastronomie-Bereich angestrebt werden. |

| <b>Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN)</b> |  |
|--|--|
| Adresse /<br>Website                           | Rua Barão do Rio Branco 377<br>Bento Gonçalves, RS<br>Brasilien<br><a href="http://www.gov.br">www.gov.br</a>  |
| Kontakt  | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 54 3458 1111   |
| Profil   | IBRAVIN ist die nationale Institution, die die Weinbranche in Brasilien koordiniert. Sie vertritt Produzenten, fördert Qualitätsstandards, Forschung und Entwicklung in Weinbau und -vermarktung und organisiert Branchenstatistiken, Qualitätskontrollen sowie Marketing für brasilianische Weine. Damit spielt IBRAVIN eine zentrale Rolle in der Weinwirtschaft als Bindeglied zwischen Erzeugern, Regierung und Markt. Sie kann wichtige Ansprechpartner bieten, wenn es um Produktion, Export, Regulierung oder Brancheninformationen geht. |

| <b>Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)</b> |  |
|---|--|
| Adresse /<br>Website  | Esplanada dos Ministérios<br>Brasília – DF, CEP 70043-900<br>Brasilien<br><a href="http://www.agricultura.gov.br">www.agricultura.gov.br</a>   |
| Kontakt   | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 61 3218 2000   |
| Profil  | Das Ministerium ist für die Formulierung und Umsetzung aller politischen Maßnahmen der Entwicklung der brasilianischen Agrarwirtschaft zuständig. Das MAPA reguliert, klassifiziert und inspiziert alle importierten Agrarprodukte. Hierzu gehören auch das Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA), die Inspektionsabteilung des MAPA für Produkte tierischen Ursprungs, das Secretaria de Agricultura Familiar e Cooperativismo (SAF), das Sekretariat für Familienbetriebe in der Landwirtschaft und Genossenschaftswesen und das Secretaria de Inovação, Desenvolvimento Rural e Irrigação (SDI) sowie das Sekretariat des Landwirtschaftsministeriums für Innovation, Agrarentwicklung und Bewässerung. |

| <b>Ministério da Economia, Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)</b> |   |
|---|---|
| Adresse /<br>Website  | SEPN 511 – Asa Norte<br>Brasília – DF, CEP 70750-901<br>Brasilien<br><a href="http://www.gov.br/economia/pt-br">www.gov.br/economia/pt-br</a>   |
| Kontakt   | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 61 3462 6800  |
| Profil  | Das brasilianische Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Außenhandel und Dienstleistungen betreibt u. a. das Sekretariat für Außenhandel (SECEX), bei dem alle Lebensmittel, die von Brasilien ein- oder ausgeführt werden, registriert werden müssen. |

| <b>Ministério da Saúde</b> |   |
|----------------------------|---|
| Adresse /<br>Website       | Esplanada dos Ministérios, Bloco G<br>Brasília – DF, CEP 70058-900<br>Brasilien<br><a href="http://www.gov.br/saude/pt-br">www.gov.br/saude/pt-br</a>   |
| Kontakt                    | Kontaktformular über die Website  |
| Profil                     | Das Gesundheitsministerium ist zuständig u. a. für Lebensmittelsicherheit, Zulassung und Regulierung von Lebensmitteln und Getränken — relevant für Wein, insbesondere hinsichtlich Hygienestandards, Etikettierung, Inhaltsstoffe und ggf. Importbestimmungen. |

## 7.2 Groß- und Einzelhandel, Distributoren

| <b>Carrefour Brasil</b> |  |
|-------------------------|--|
| Adresse / Website       | Avenida Helio Ossamu Daikaura 1445<br>06807-000 Alegre Embu das Artes<br>Brasilien<br><a href="http://www.grupocarrefourbrasil.com.br">www.grupocarrefourbrasil.com.br</a>   |
| Kontakt                 | Kontakt über Website<br>Tel.: (00)55 800 722 0363  |
| Profil                  | Das brasilianische Einzelhandelsunternehmen Carrefour Brasil gehört zur gleichnamigen französischen Gruppe. Diese vertreibt Lebensmittel unter den Marken Carrefour und Atacadão, wobei Letztere als der größte Großhändler mit 18,1 Mrd. USD Umsatz in Brasilien gilt. Das Unternehmen verfügt über mehr als 150.000 Mitarbeitende. |

| <b>Cencosud S.A.</b> |   |
|----------------------|---|
| Adresse / Website    | Av. das Nações Unidas,<br>12995 - Pinheiros, São Paulo - SP, 04571-170<br>Brasilien<br><a href="http://www.cencosud.com/">www.cencosud.com/</a>   |
| Kontakt              | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 11 4377 9400  |
| Profil               | Cencosud S.A. ist ein chilenisches Unternehmenskonsortium, das in mehreren südamerikanischen Ländern vor allem im Einzelhandelssektor tätig ist. Das Unternehmen konkurriert derzeit in Brasilien mit GPA und Carrefour. Laut IBEVAR-Ranking von 2012 ist Cencosud das sechstgrößte Einzelhandelsunternehmen des Landes. In den folgenden 10 Jahren, hat Cencosud S.A. jedoch an Handelsvolumen verloren, weshalb es im Jahr 2025 im brasilianischen Einzelhandel nicht mehr unter den Top 10 zu verorten ist. Cencosud beschäftigt weltweit ca. 120.000 – 150.000 Mitarbeitende in seinen operativen Märkten. Im Jahr 2024 erzielte Cencosud länderübergreifend ca. USD 17,47 Mrd. |

| <b>C.Vale</b>     |   |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | Rua Padre Anchieta, 625, Bairro Vila Nova<br>Palotina — PR85950-000<br>Brasilien<br><a href="https://www.cvale.com.br/site">https://www.cvale.com.br/site</a>   |
| Kontakt           | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 44 3248 5000  |
| Profil            | C.Vale ist eine große Handels- und Genossenschaftsorganisation im Süden Brasiliens, die Lebensmittel, Getränke und andere Waren vertreibt. In ihrem Geschäftsportfolio können sie über Großhandel/Distribution auch für Gastronomie und Einzelhandel relevant sein. C.Vale ist eine große Genossenschaft mit über 15.000 Mitarbeitenden in verschiedenen Geschäftsbereichen, die im Jahr 2024 ca. 1,7 Mrd. USD Umsatz erzielte. |

| <b>GPA (Grupo Pão de Açúcar)</b> |   |
|----------------------------------|---|
| Adresse / Website                | Avenida Brigadeiro Luís Antônio 3227<br>01401-001 São Paulo<br>Brasilien<br><a href="http://www.gpabr.com">www.gpabr.com</a>  |
| Kontakt                          | Kontakt über Website<br>Tel.: (00)55 800 055 57 11  |
| Profil                           | Companhia Brasileira de Distribuição, das unter dem Namen GPA (früher Grupo Pão de Açúcar) firmiert, ist das größte brasilianische LEH (Lebensmitteleinzelhandel)-Unternehmen mit Super- und Hypermärkten. GPA gehört zu den größten Arbeitgebern des brasilianischen Einzelhandels mit ca. 110.000 – 120.000 Mitarbeitenden. Das Unternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2024 ca. 15 Mrd. USD. |

| <b>Grupo Mateus</b>  |  |
|----------------------|--|
| Adresse /<br>Website | Avenida Daniel de la Touche 73<br>65074-115 São Luís<br>Brasilien<br><a href="http://grupomateus.com.br/">grupomateus.com.br/</a>  |
| Kontakt              | Kontakt über Website<br>Tel.: (00)55 800 730 5030  |
| Profil               | Grupo Mateus ist eine brasilianische Unternehmensgruppe mit 200 Unternehmen. Die Gruppe beschäftigt mehr als 40.000 Mitarbeitende und ist derzeit der viertgrößte LEH in Brasilien. Das Unternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2024 ca. 8 Mrd. USD. |

| <b>Grupo Muffato</b> |  |
|----------------------|--|
| Adresse /<br>Website | Av. Brasil, 7210 Cascavel<br>PR, 85810-000<br>Brasilien<br><a href="http://www.supermuffato.com.br">www.supermuffato.com.br</a>  |
| Kontakt              | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 800 200 8110   |
| Profil               | Grupo Muffato ist das sechstgrößte Unternehmen in der brasilianischen Einzelhandelsrangliste im Jahr 2024. Die Gruppe ist auch in den Bereichen Vertriebszentren, Lebensmittelindustrie, Kommunikationskanäle und Tankstellen tätig. Sie ist hauptsächlich in Paraná und São Paulo verbreitet. Das Unternehmen verfügt über bis zu 18.000 Mitarbeitende und einem Umsatz von ca. 1 Mrd. USD. |

| <b>Martins Comércio e Serviços de Distribuição S/A</b> |   |
|--|---|
| Adresse /<br>Website                                   | Rua Jataí 1150 Uberlândia<br>38400-632 Minas Gerais<br>Brasilien<br><a href="http://martinsdistribuidor.com.br">martinsdistribuidor.com.br</a>  |
| Kontakt  | Kontaktformular über Website<br>E-Mail: <a href="mailto:site@martins.com.br">site@martins.com.br</a><br>Tel.: (00)55 34 3218 1550   |
| Profil   | Martins Comércio e Serviços de Distribuição ist ein brasilianisches Großhandelssystem, das eine Reihe von großen Einzelhandelsketten beliefert. Das Unternehmen vertriebt über sein breites Distributionsnetzwerk vor allem Nahrungsmittel und Getränke. Das Unternehmen verfügt über 5.000 Mitarbeitende und einem Umsatz von 1 Mrd. USD |

| <b>Mistral Importadora Ltd.</b> |  |
|---------------------------------|--|
| Adresse /<br>Website            | Rua Rocha, 288, São Paulo – SP<br>CEP 01330-000<br>Brasilien<br><a href="http://mistral.com.br">mistral.com.br</a>   |
| Kontakt                         | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 11 3174 1000   |
| Profil                          | Mistral Importadora Ltd. gehört zu den größten und bekanntesten Weinimporteuren und -distributoren Brasiliens. Sie bieten ein breites Sortiment an internationalen Weinen (Rot, Weiß, Schaumwein etc.) und beliefern den brasilianischen Markt mit Premium- und Qualitätsweinen aus aller Welt. Das Unternehmen erzielte im Jahr 2024 einen Jahresumsatz von 700 Mio. USD. |

| <b>Supermercados BH</b> |  |
|-------------------------|--|
| Adresse /<br>Website    | Rua Atalaia, 680 São Mateus<br>Contagem, MG 32180640<br>Brasilien<br><a href="http://www.supermercadosbh.com.br">www.supermercadosbh.com.br</a>  |
| Kontakt                 | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 31 3117 2600   |
| Profil                  | Supermercados BH betreibt über 233 Geschäfte und ist die sechstgrößte LEH-Kette in Brasilien. Die Tätigkeit des Unternehmens konzentriert sich auf den Bundesstaat Minas Gerais mit einer starken Präsenz in 76 Städten. Das Unternehmen verfügt über 7.000 Mitarbeitende und 0,6 Mrd. USD Umsatz. |

| <b>Tenda Atacado</b> |   |
|----------------------|---|
| Adresse /<br>Website | Rua Professor João Cavaleiro Salém 365<br>07243-580 Guarulhos<br>Brasilien<br><a href="http://www.tendaatacado.com.br">www.tendaatacado.com.br</a>  |
| Kontakt              | Kontaktformular über Website<br>Tel.: (00)55 800 770 1878   |
| Profil               | Die Gruppe Tenda Atacado ist seit 2001 einer der relevantesten Akteure im brasilianischen Selbstbedienungsgroßhandel. Die Kette beschäftigt mehr als 6.000 Mitarbeitende und betreibt 37 Geschäfte, hauptsächlich im Bundesstaat São Paulo. |

### 7.3 Produzenten

| <b>Cooperativa Vinícola Garibaldi</b> |   |
|---------------------------------------|---|
| Adresse /<br>Website                  | Avenida Independência 845, Zentrum, Garibaldi<br>Rio Grande do Sul<br>Brasilien<br><a href="http://vinicolagaribaldi.com.br">vinicolagaribaldi.com.br</a>   |
| Kontakt                               | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 54 3464 8104  |
| Profil                                | <p>Cooperativa Vinícola Garibaldi ist eine traditionsreiche Genossenschaft, gegründet 1931, und war einst die größte Kellerei-Kooperative Amerikas. Sie produziert Weine, Espumantes und Traubensaft und betreibt ein umfangreiches enotouristisches Angebot mit Weinproben und Besuchsprogrammen. Die Genossenschaft verfügt über umfangreiche Sammelstruktur mit mehr als 30 Mio. kg Trauben aus 1.200 ha Weinbergen. Laut eigenen Quellenangaben arbeitet die Genossenschaft mit etwa 180 Mitarbeitenden. Zusätzlich gehören ca. 470 kooperative Mitglieder (Produzenten) zur Struktur der Coop, was die Größe und Bedeutung der Organisation unterstreicht. Zum exakten Gesamtumsatz der Cooperativa Vinícola Garibaldi liegen keine öffentlich verfügbaren Finanzdaten vor. Da es sich aber um eine der größten Winzerkooperativen Brasiliens handelt und sie international exportiert (z. B. USA, Kolumbien, Kanada), kann man den Umsatz oberhalb von mehreren Mio. USD pro Jahr annehmen.</p> |

| <b>Miolo Wine Group</b> |  |
|-------------------------|--|
| Adresse / Website       | RS-444, km 21, Bento Gonçalves,<br>Rio Grande do Sul,<br>Brasilien<br><a href="http://institucional.miolo.com.br">institucional.miolo.com.br</a>   |
| Kontakt                 | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 800 9704165  |
| Profil                  | Miolo Wine Group ist eine große, moderne Weinproduktionsgruppe und zählt zu den führenden Erzeugern in Brasilien, insbesondere was Export und Weinqualität angeht. Die Firma betreibt mehrere Weingüter in verschiedenen Regionen Brasiliens und bietet eine breite Auswahl von über 100 Weinetiketten. Das Unternehmen produziert ca. 15 – 20 Mio. l Wein und Schaumwein pro Jahr. Sie verfügt über mehr als 1.200 ha eigene Weinberge und exportiert in über 30 Länder. Laut Branchenportalen hat die Miolo Wine Group etwa 1.000 Mitarbeitende. Auf Basis der Produktionsmenge, Exportstruktur und Marktposition kann man einen jährlichen Umsatz von ca. 78 Mio. USD annehmen. |

| <b>Vinícola Aurora</b> |  |
|------------------------|--|
| Adresse / Website      | Rua Olavo Bilac 500, Bento Gonçalves<br>Rio Grande do Sul, 95700-362<br>Brasilien<br><a href="http://vinicolaaurora.com.br">vinicolaaurora.com.br</a>  |
| Kontakt                | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 54 3455 2095   |
| Profil                 | Vinícola Aurora ist eine genossenschaftlich organisierte Kellerei, gegründet 1931 durch 16 Familien, und gilt als der volumenmäßig größte Weinproduzent Brasiliens. Sie bündelt die Produktion von über 1.100 kleinen Winzerbetrieben, verarbeitet große Mengen Trauben (ca. 80 Mio. kg) und bietet eine breite Palette an Produkten, von klassischen Weinen bis zu Traubensäften und Wein-Coolern. Das Unternehmen exportiert derzeit in über 20 Länder, darunter die USA, Chile, Argentinien und Kanada. Ein Branchen-Verzeichnis gibt zusätzlich eine Mitarbeiterzahl von ca. 920 Angestellten an. Aus Wirtschaftsdatenbanken geht hervor, dass Vinícola Aurora im Jahr 2020 etwa 50,6 Mio. USD Jahresumsatz erzielt. |

| <b>Vinícola Salton</b> |  |
|------------------------|--|
| Adresse /<br>Website   | Rua Mário Salton, 300, Bento Gonçalves<br>Rio Grande do Sul, 95710-000<br>Brasilien<br><a href="http://salton.com.br">salton.com.br</a>  |
| Kontakt                | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.:(00)55 54 2105 1000  |
| Profil                 | Vinícola Salton zählt zu den traditionsreichsten und größten unabhängigen Weinproduzenten Brasiliens, insbesondere bekannt für seine Schaumweine (Espumantes). Das Weingut blickt auf eine lange Geschichte zurück und bietet sowohl die Produktion großer Mengen als auch Premium-Weine. Salton exportiert in über 40 Länder weltweit, darunter USA, Kanada, Europa und Asien – und zählt zu den international am stärksten vertretenen brasilianischen Weingütern. Die Produktion liegt im zweistelligen Mio.-Liter-Bereich pro Jahr. Vinícola Salton verfügt über 1.000 Mitarbeitende und erzielt einen Jahresumsatz von über 200 Mio. USD. |

## 7.4 Importeure

| <b>Makro Atacadista S.A.</b> |  |
|------------------------------|--|
| Adresse /<br>Website         | Rua R. Carlos Lisdegno Carlucci 519<br>05536-900 São Paulo<br>Brasilien<br><a href="http://www.makro.com.br">www.makro.com.br</a>  |
| Kontakt                      | Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: (00)55 800 726 9888   |
| Profil                       | Makro Atacadista S.A. ist einer der größten Importeure und Distributoren von Lebensmitteln für Verarbeiter und LEH. Das Unternehmen gehört zur niederländischen SHV-Gruppe (Steenkolen Handels Vereinigung) und ist mit derzeit mehr als 130 Geschäften in Südamerika vertreten. |

| <b>Qualimpor</b>     |  |
|----------------------|--|
| Adresse /<br>Website | Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 550 – CJ 141 - Cidade Monções<br>São Paulo - SP, 04571-925<br>Brasilien<br><a href="http://www.qualimpor.com.br">www.qualimpor.com.br</a>  |
| Kontakt              | Allgemeiner Kontakt für Geschäftskunden:<br>E-Mail: <a href="mailto:informacao@qualimpor.com.br">informacao@qualimpor.com.br</a><br>Tel.: (00)55 5181 4492   |
| Profil               | Qualimpor ist spezialisiert auf den Import von Weinen (und Olivenöl) aus Portugal, Chile, Argentinien und weiteren Ländern und beliefert den brasilianischen Markt. Damit ist sie eine wichtige Anlaufstelle für ausländische Weinproduzenten, die nach Brasilien exportieren möchten. |

| <b>Seacon Logistics</b> |  |
|-------------------------|--|
| Adresse / Website       | Zum Container Terminal 1<br>47119 Duisburg<br>Deutschland<br><a href="http://www.seaconlogistics.com/de/transport-brasilien">www.seaconlogistics.com/de/transport-brasilien</a>  |
| Kontakt                 | Kontaktformular auf der Website<br>Ansprechperson in Deutschland:<br>Herr Julian Michalski<br>Tel.: (00)49 (0)203 468 0021   |
| Profil                  | Seacon Logistics ist Logistikdienstleister mit wachsendem Südamerika-, insbesondere Brasilien-Markt. Mit Standort und Ansprechperson in Deutschland sowie der Möglichkeit für spezialisierten Transport für Güter wie Flaschenwein bietet sich hier ein möglicher Partner im Transport an. |

| <b>Transway</b>   |  |
|-------------------|--|
| Adresse / Website | Barbarossastraße 61<br>63571 Gelnhausen<br>Deutschland<br><a href="http://spedition-seefracht.de/de/zielorte/brasilien">spedition-seefracht.de/de/zielorte/brasilien</a> |
| Kontakt           | Kontaktformular auf der Website<br>E-Mail: ocean@transway-ocean.de<br>Tel.: (00)49 (0)6051 91981 47  |
| Profil            | Transway ist ein Logistikdienstleister mit Fokus auf individuelle und flexible sowie kurzfristige Transportlösungen. Er bietet den Transport nach und in Brasilien an.   |

## 7.5 Messen

| <b>Cachaca Trade Fair</b>             |   |
|---------------------------------------|---|
| Adresse /<br>Website<br>(Organisator) | Av. SãoCamilo 412 cj 12 - Granja Viana<br>CEP 06709-150 Sao Paulo<br>Brasilien<br>Veranstalter: <a href="http://www.vinhomagazine.com.br/">www.vinhomagazine.com.br/</a><br>Anmeldung: <a href="http://www.cachacatradefair.com.br/">www.cachacatradefair.com.br/</a>   |
| Kontakt                               | Allgemeiner Kontakt des Veranstalters:<br>E-Mail: <a href="mailto:eventos@marketpress.com.br">eventos@marketpress.com.br</a><br>Tel.: (00)55 11 98347 2093  |
| Profil                                | Cachaça Trade Fair ist eine führende Messe in Lateinamerika. Spezialisiert auf die Destillatproduktionskette bildet sie einen bedeutenden Treffpunkt für Fachleute und Unternehmen der Getränkeindustrie. Diese B2B-Veranstaltung zielt darauf ab, Unternehmen, die Produkte aus der Wein- und Spirituosenindustrie kaufen oder verkaufen, zu vernetzen.<br>Nächster Termin: 26. – 28. Mai 2026 |

| <b>Pro Wine</b>      |   |
|----------------------|---|
| Adresse /<br>Website | Veranstalter:<br>Messe Düsseldorf GmbH<br>Stockumer Kirchstr. 61<br>40474 Düsseldorf<br>Deutschland<br><a href="http://prowinesaopaulo.com">prowinesaopaulo.com</a>   |
| Kontakt              | Allgemeiner Kontakt:<br>E-Mail: <a href="mailto:prowinesaopaulo@prowinesaopaulo.com">prowinesaopaulo@prowinesaopaulo.com</a><br>Tel.: (00)49 (0)211 456001  |
| Profil               | ProWine in São Paulo ist eine führende Fachmesse für Wein und Spirituosen in Lateinamerika. Fachbesucher aus Handel, Gastronomie, Hotellerie sowie Importeure, Distributoren, Winzer und Sommeliers werden angesprochen. Seit Start im Jahr 2019 hat sich die Veranstaltung als zentraler Treffpunkt der Branche etabliert.<br>Nächster Termin: 06.10.2026 – 08.10.2026 |

| <b>São Paulo Wine Trade Fair (SPWTF)</b> |   |
|--|---|
| Adresse /<br>Website                     | Av. São Camilo 412 cj 12 - Granja Viana<br>CEP 06709-150 Sao Paulo<br>Brasilien<br>Veranstalter: <a href="http://www.vinhomagazine.com.br">www.vinhomagazine.com.br</a><br>Weiteres und Anmeldung: <a href="http://www.winetrade-fair.com">www.winetrade-fair.com</a>   |
| Kontakt                                  | Allgemeiner Kontakt:<br>E-Mail: <a href="mailto:eventos@marketpress.com.br">eventos@marketpress.com.br</a><br>Tel.: (00)5511 98347 2093   |
| Profil                                   | Die São Paulo Wine Trade Fair ist die bedeutendste internationale Weinmesse Brasiliens, die Akteure aus der globalen Weinbranche zusammenführt. Sie dient als zentraler Knotenpunkt für Produzenten, Importeure, Ausrüster und Dienstleister aus dem Wein- und Agrarsektor.<br>Nächster Termin: 09. – 11. Juni 2026 |