

Vinbranschen i kris trots ökad champagneförsäljning

Champagnekonsumtionen i Sverige ökar, men utvecklingen ger en missvisande bild av läget i vinbranschen. Volymerna steg under 2025 med cirka 0,9 procent, samtidigt som försäljningsvärdet sjönk när konsumenterna i allt högre grad valde billigare champagne. Champagnexperten Fredrik Schelin kommenterar utvecklingen och den förändring som präglar vinbranschen.

Utvecklingen sker i en tid av globalt vinöverskott. Idag produceras mer vin än vad som kan säljas. Yngre generationer dricker mindre alkohol och konsumtionen faller i flera traditionella vinmarknader.

För producenter innebär situationen en ökad press. Minskade marginaler kombineras med stigande kostnader för produktion, energi och logistik. Internationella branschorganisationer rapporterar om personalneddragningar, minskade investeringar och beslut om lägre skördeuttag, det vill säga mindre mängd druvor, i flera vinproducerande regioner, däribland Champagne.

Även i Sverige blir konsekvenserna allt tydligare. Det globala överutbudet påverkar Systembolagets sortiment, där utvärderingarna sker snabbare och tålamodet för viner som inte levererar försäljning tidigt har minskat. Fler produkter får kortare listningsperioder och konkurrensen om hyllplatsen har hårdnat.

Särskilt hårt drabbas mellansegmentet. Viner som varken är billigast eller tydligt positionerade i ett premiumsegment tappar mark. Samtidigt fortsätter de billigaste vinerna att sälja stabilt, medan premiumkategorier i högre grad skyddas av starka varumärken och mindre priskänsliga konsumenter.

Den globala vinhandeln påverkas dessutom av handelspolitiska spänningar, osäkerhet kring tullar och valutaförändringar. USA och andra tidigare tillväxtmarknader har blivit mindre förutsägbara, vilket ytterligare bidrar till pressen på producenter och exportörer.

Svenska konsumenter följer samma mönster som internationellt. Den totala vinkonsumtionen minskar, medan efterfrågan på kvalitet, ursprung och mousserande vin ökar. Konsumenterna köper vin mer sällan men med högre krav på innehåll och transparens.

Sammantaget befinner sig vinbranschen i ett tydligt skifte. En marknad som länge präglats av volymtillväxt rör sig nu mot en verklighet där relevans, tydlig positionering och efterfrågestyrd produktion blir avgörande för överlevnad.

– Förutsättningarna för vinbranschen har ändrats i grunden. Att konsumtionen ökar betyder inte längre att branschen mår bättre. Champagne är ett tydligt exempel på hur konsumenterna köper lite mer men till lägre pris, vilket snabbt slår mot marginalerna. När värdet faller får det direkta konsekvenser för hela kedjan, från odlare och producenter till exportörer och anställda, säger Fredrik Schelin.



Fredrik Schelin är vinexpert med ett särskilt intresse för mousserande viner och champagne. Han är Champagne Master Specialist Educator för CIVC och chefredaktör för Vinsverige, Sveriges första tidning helt dedikerad till svenskt vin. Intresset för vin väcktes tidigt och fascinationen för champagne tog fart redan vid 18 års ålder. Det som började som nyfikenhet har med åren utvecklats till ett fördjupat engagemang, vilket i dag även innebär att Fredrik bor delar av året i Champagne. Han drivs av att dela med sig av sina erfarenheter och kunskaper på ett tillgängligt och inkluderande sätt, med fokus på samspelet mellan vin, mat och människor. I sitt arbete följer han vinvärldens utveckling, trender och utmaningar, inte minst hur

klimatförändringar påverkar vinodling och stiluttryck. Fredrik öppnade sin första restaurang tillsammans med familjen 1995 och grundade Sweden Wine Club 2005. Sedan 2009 driver han även det digitala magasinet DinVinguide.se, tillsammans med systersajten DryckesListan.se.

För mer information eller intervjuförfrågningar med Fredrik Schelin, kontakta gärna:
Magdalena Höglund, presskontakt, tel: 0733 338840 eller e-post: magdalena@highlandpr.se
