



Weineinkauf

*privater Haushalte in
Deutschland im Handel
1. Halbjahr 2011*

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Statistische Bundesamt hat vor kurzem die endgültigen Ergebnisse der Weinmosternte 2010 veröffentlicht. Demnach wurden in Deutschland mit rund 7,05 Mio. hl in 2010 im Vergleich zum Vorjahr rund 23 % weniger geerntet. Im Vergleich zum Zehnjahresdurchschnitt (2000 – 2009) lag die Ernte sogar um 26 Prozent unter dem Mittel und war damit die kleinste Ernte seit 1985.

Dass dies erhebliche Folgen für das Marktgeschehen in 2011 haben würde, war allen Fachleuten klar. So stand zu befürchten, dass bestimmte Vertriebskanäle, insbesondere im Lebensmittelhandel und Discount, in 2011 nicht mehr in dem Maße mit Weinen aus deutschen Anbaugebieten und zu den Konditionen bedient werden können, wie dies in den letzten Jahren der Fall war.

Die jetzt von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag des Deutschen Weininstituts vorgelegten Zahlen für den Weineinkauf im Lebensmittelhandel und Discount für das 1. Halbjahr 2011 belegen, dass die Fachleute recht hatten. Eine hinsichtlich Menge und Qualität gute Ernte 2011 ist für eine Stabilisierung der Marktlage für unsere heimischen Weine dringend erforderlich. Der momentan gute Witterungsverlauf für die Traubenentwicklung stimmt hier optimistisch.

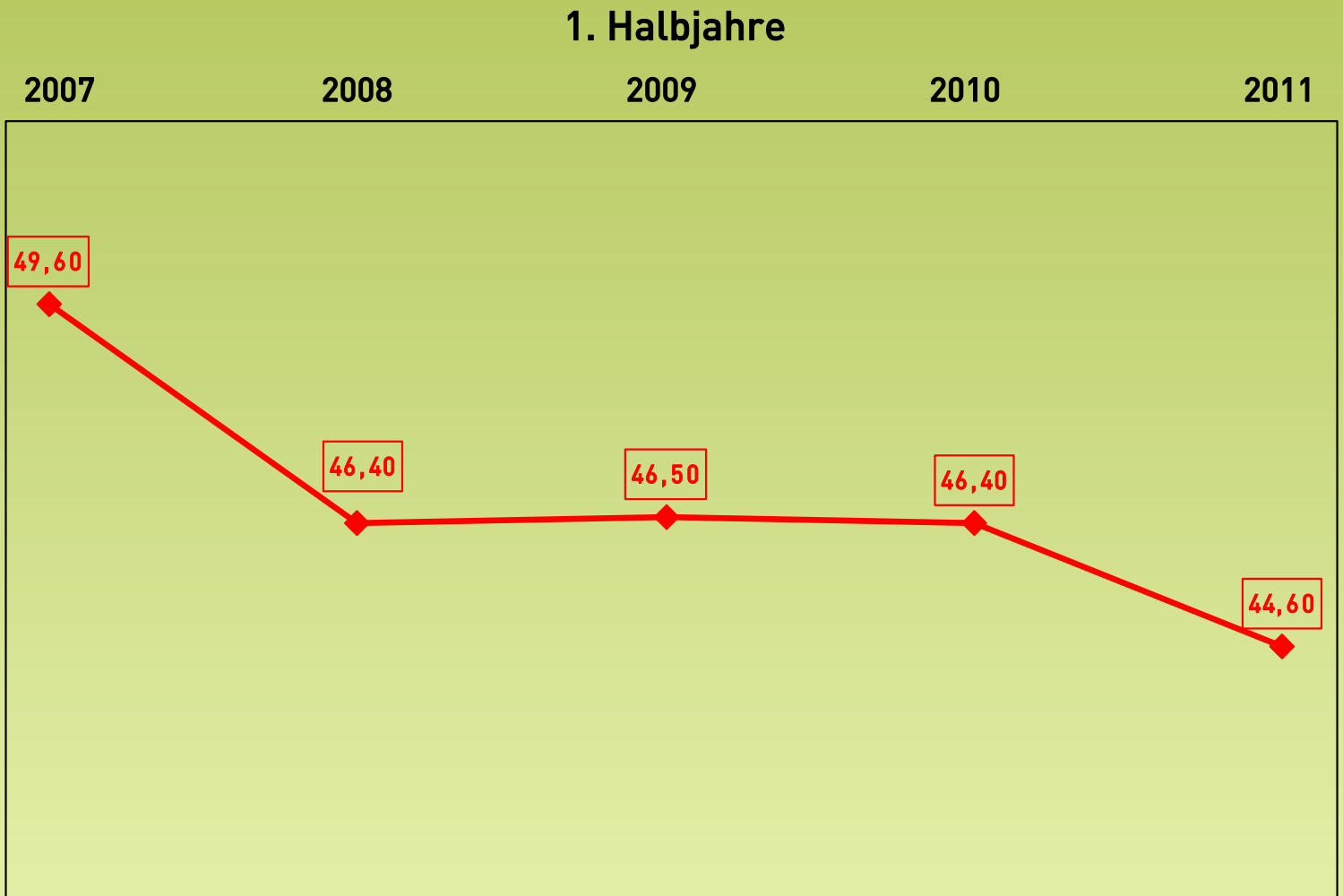
Die folgenden Übersichten vergleichen die Entwicklungen im 1. Halbjahr 2011 mit den ersten Halbjahren der letzten vier Jahre. Nicht berücksichtigt sind Einkäufe bei Winzern, Genossenschaften und im Fachhandel sowie der Außer-Haus-Konsum.

Mit freundlichen Grüßen aus Mainz



Käuferhaushalte

Anteile der Wein kaufenden Haushalte in den 1. Halbjahren
(jeweils in %)



Die Käuferreichweite für Wein nahm – unabhängig von der Herkunft – im ersten Halbjahr im Vergleich zum Vorjahr deutlich ab. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2007 ging der Anteil der Haushalte, die Wein einkaufen, von fast 50 Prozent auf unter 45 Prozent zurück.



Marktanteile nach Ländern

Mengenanteile (in %)

1. Halbjahre

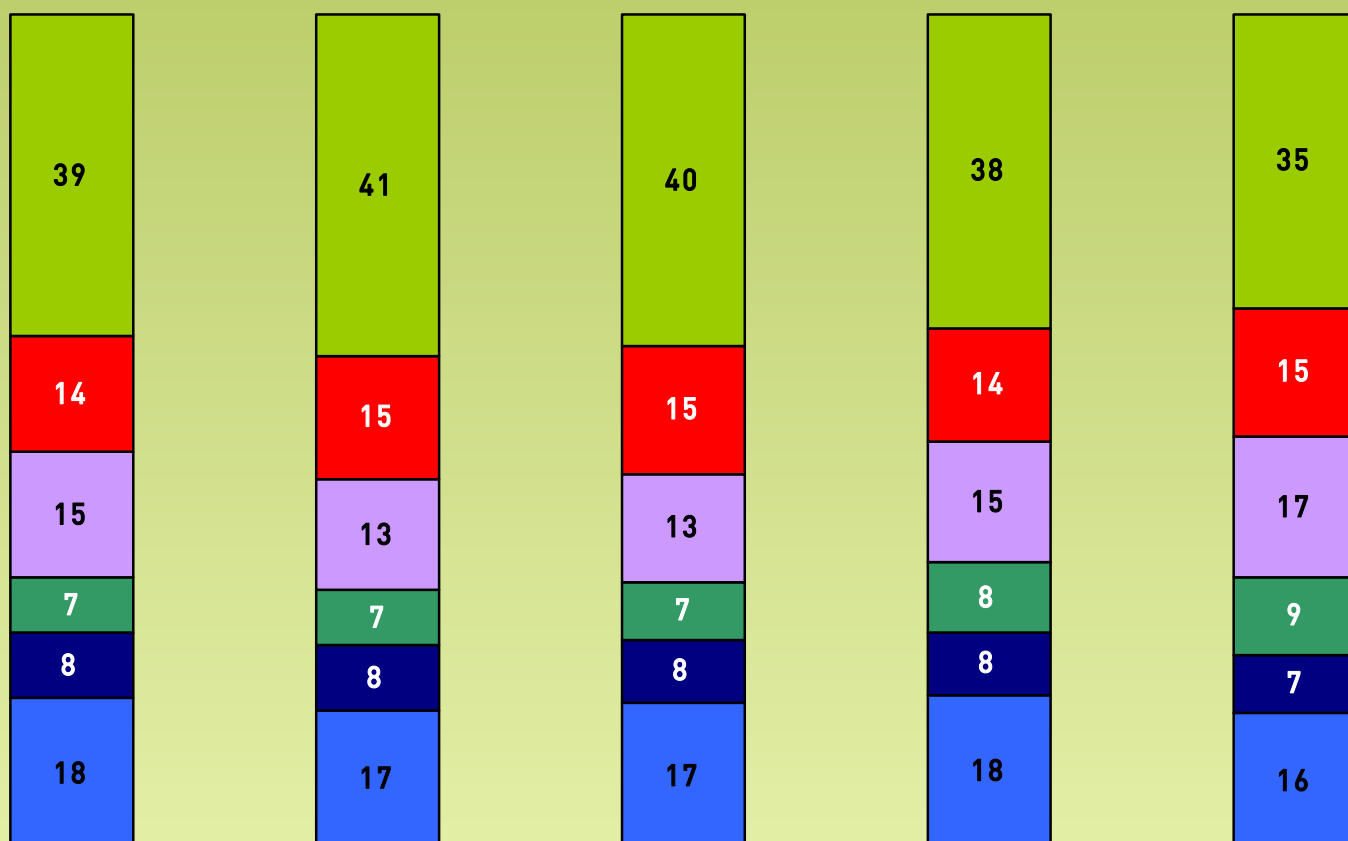
2007

2008

2009

2010

2011



■ Sonstige ■ Neue Welt gesamt ■ Spanien ■ Italien ■ Frankreich ■ Deutschland

Die geringen Ernten der Jahre 2009 und vor allem 2010 führten im ersten Halbjahr zu einem Absatzrückgang bei deutschem Wein. Der Marktanteil im LEH inkl. Discount lag bei 38 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahreshalbjahr verloren deutsche Weine damit drei Prozentpunkte, sie sind jedoch unverändert Marktführer. Italienische Weine konnten ebenso wie französische Weine Marktanteile gewinnen und verteidigten mit einem Anteil von 17 bzw. 15 Prozent den zweiten bzw. dritten Platz.

Quelle: GfK ConsumerScan, im Auftrag des Deutschen Weininstituts,
Wein im Handel (LEH und Discount)

Abweichungen von 100 sind bedingt durch Rundungsdifferenzen

DEUTSCHES WEININSTITUT
www.deutscheweine.de



Marktanteile nach Ländern

Wertanteile (in %)

1. Halbjahre

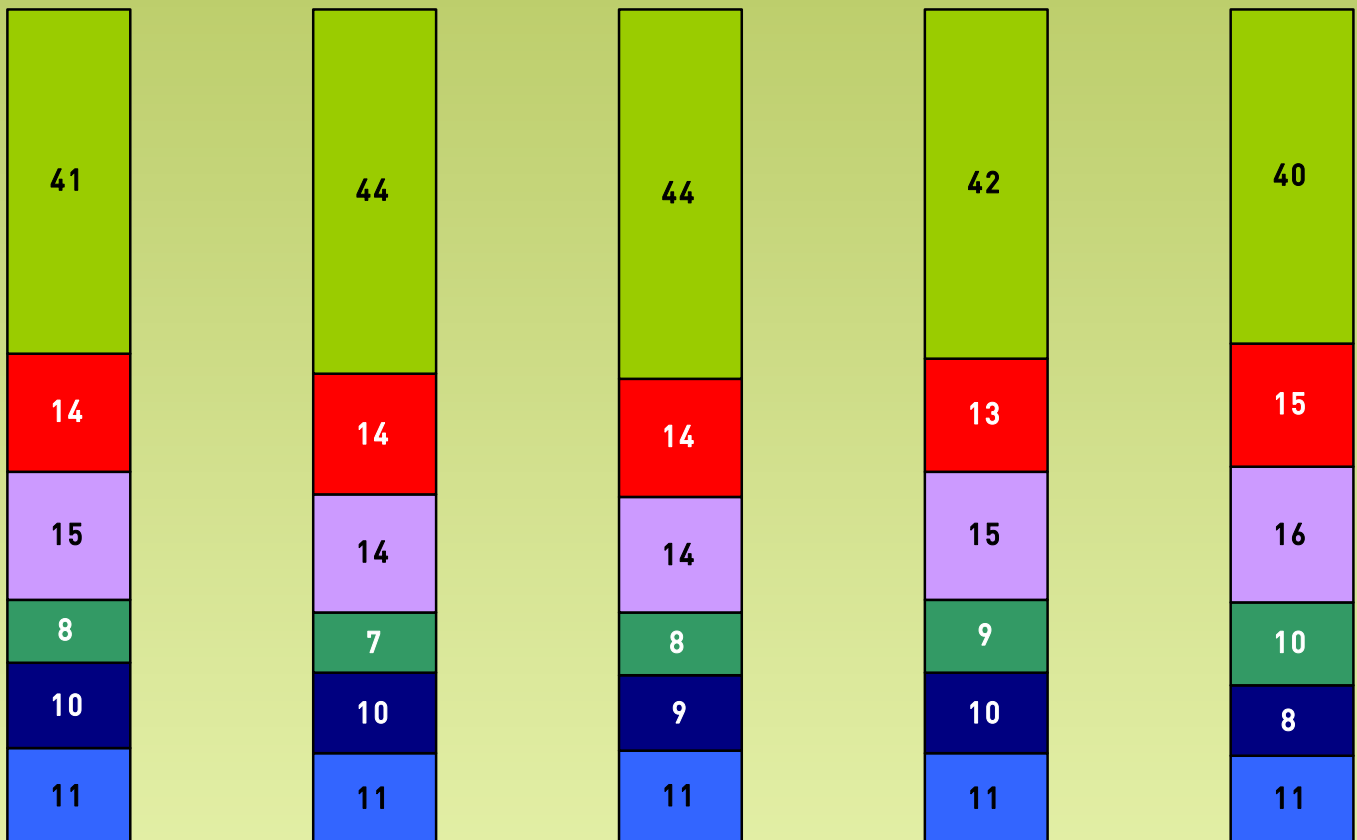
2007

2008

2009

2010

2011



■ Sonstige ■ Neue Welt gesamt ■ Spanien ■ Italien ■ Frankreich ■ Deutschland

Die wertmäßige Marktanteilsentwicklung zeigt ein wesentlich erfreulicheres Bild. Zwar mussten deutsche Weine auch hier Marktanteile abgeben, sie lagen mit 40 Prozent aber sehr deutlich vor Italien (16 Prozent) und Frankreich (15 Prozent).



Einkaufsstätten

Mengenanteile (in %)

1. Halbjahre

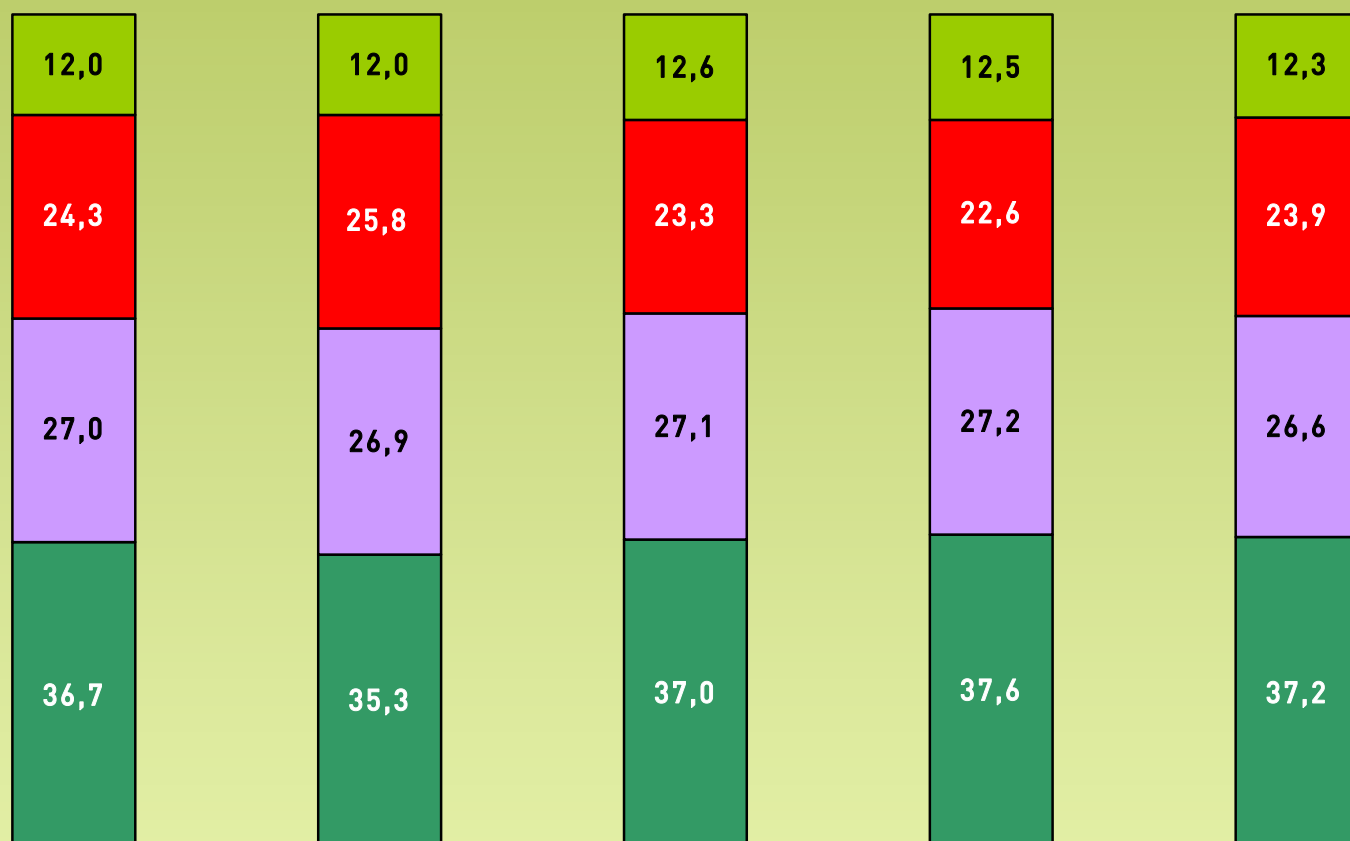
2007

2008

2009

2010

2011



■ andere Discounter ■ Aldi ■ SBWarenhaus/Verbrauchermarkt ■ LEH (bis 1499 qm)

Unter den Einkaufsstätten des Handels konnten lediglich die SB Warenhäuser und Verbrauchermärkte Absatzsteigerungen erzielen und dadurch wieder Marktanteile hinzugewinnen. Bemerkenswert sind im ersten Halbjahr die deutlichen Verluste der Discounter.

Quelle: GfK ConsumerScan, im Auftrag des Deutschen Weininstituts,
Wein im Handel (LEH und Discount)

Abweichungen von 100 sind bedingt durch Rundungsdifferenzen

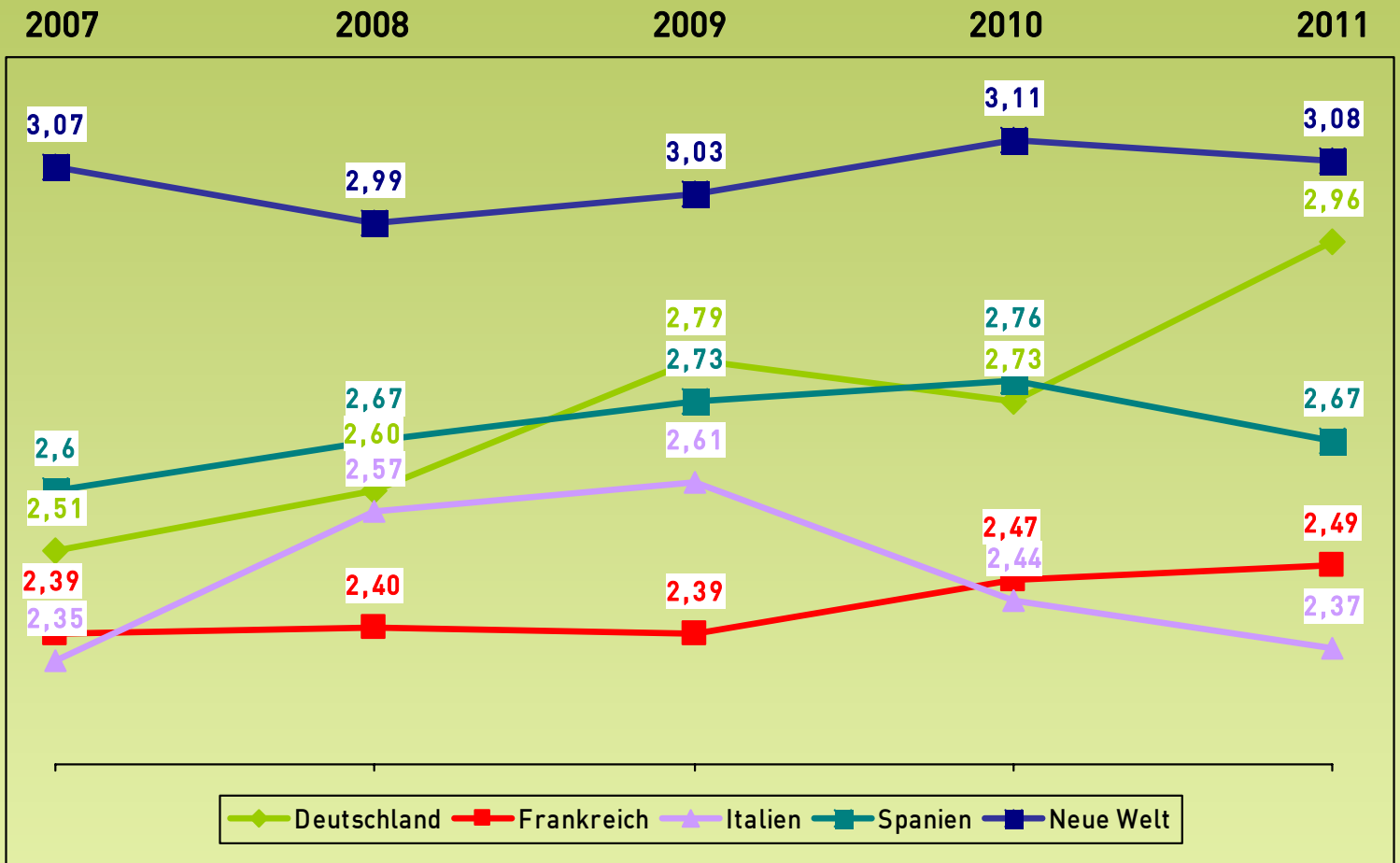
DEUTSCHES WEININSTITUT
www.deutscheweine.de



Durchschnittspreise nach Ländern

(in € pro Liter)

1. Halbjahre



Einen großen Sprung nach oben machten die Durchschnittspreise für deutsche Weine, die nur knapp die 3,- Euro-Marke verpassten. Dadurch konnte der Mengenrückgang im ersten Halbjahr zumindest teilweise ausgeglichen werden. Italienische und spanische Weine gaben im Preis deutlich nach, konnten dafür aber an Absatz zulegen. Die Entwicklungen belegen erneut die hohe Preissensibilität der Verbraucher sowie der Vertriebsstufen LEH und Discount.



Weinarten (gesamt) im Handel

Mengenanteile (in %)

1. Halbjahre

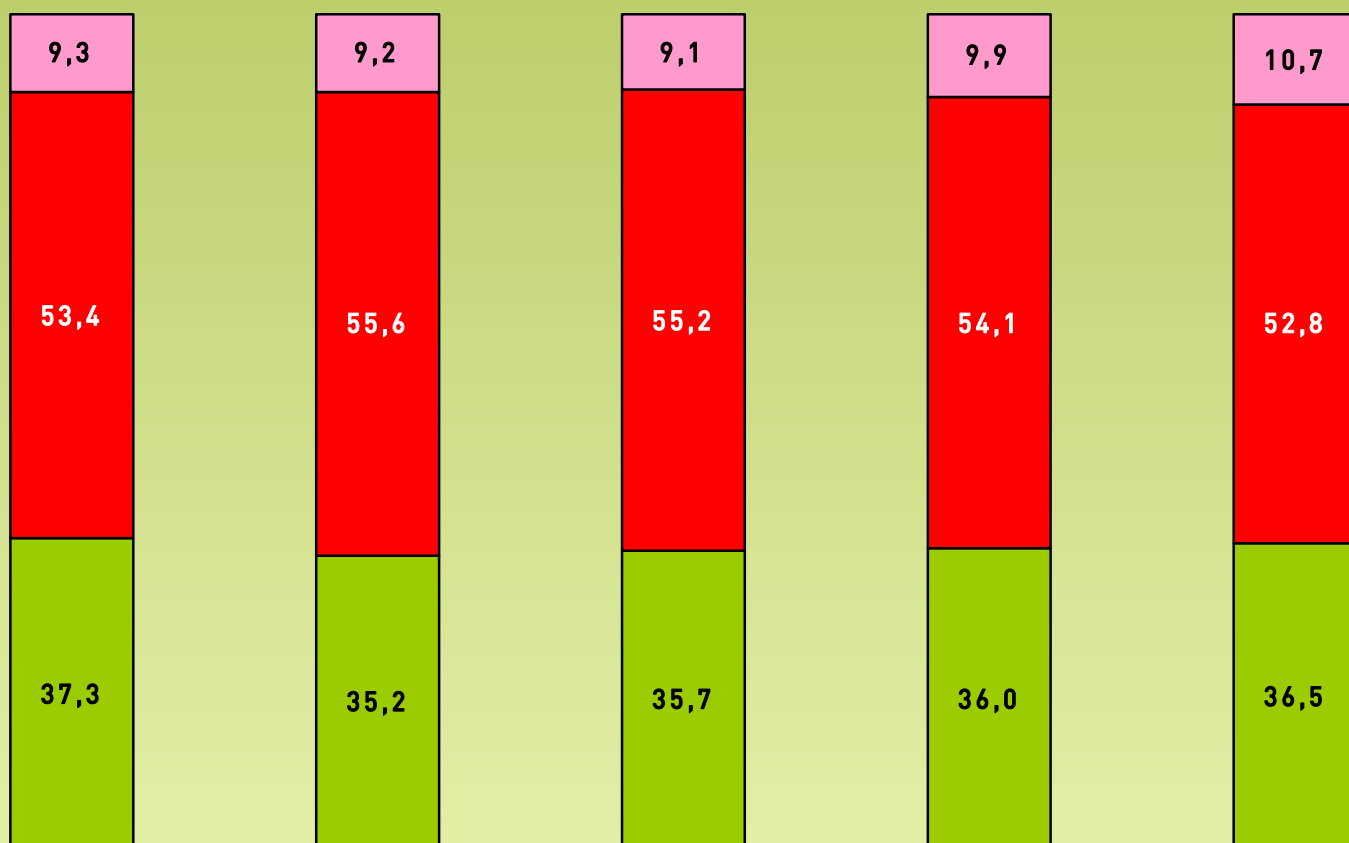
2007

2008

2009

2010

2011



■ Weißwein ■ Rotwein ■ Rosé

Im Vergleich der Weinarten konnten Weißweine im ersten Halbjahr 2011 mit 36,5 Prozent Marktanteile zu Lasten der Rotweine zurück gewinnen. Bemerkenswert entwickelten sich auch die Roséweine, die einen Anteil von über zehn Prozent erreichten.



Weinarten (deutsch) im Handel

Mengenanteile (in %)

1. Halbjahre

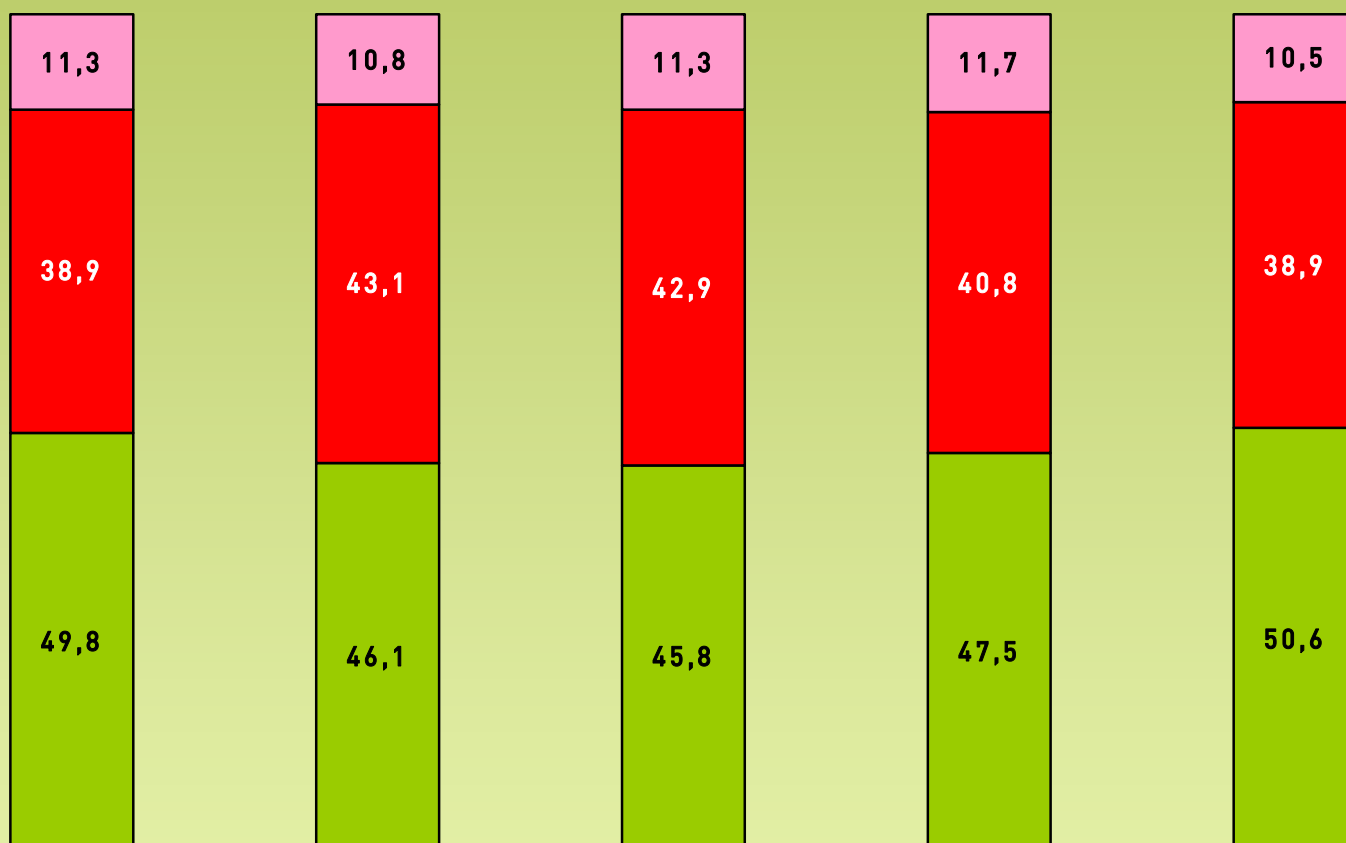
2007

2008

2009

2010

2011



■ Weißwein ■ Rotwein ■ Rosé

Bei den heimischen Weinarten konnten die weißen Sorten Marktanteile hinzugewinnen, mehr als die Hälfte der eingekauften deutschen Weine waren im ersten Halbjahr 2011 weiß. Der Anteil der Rotweine fiel erstmals seit 2007 wieder unter 40 Prozent und auch die Rosés konnten ihr bisheriges Wachstum nicht fortsetzen und büßten Marktanteile ein.

