



Weineinkauf

*privater Haushalte in
Deutschland im Handel
– 2. Quartal 2010 –*

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch im 2. Quartal 2010 legte der Weinabsatz im Handel leicht zu, allerdings war der Umsatz mit Wein leicht rückläufig. Das zeigen die aktuellen Zahlen des GfK-Haushaltspansels, die die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag des Deutschen Weininstituts ermittelt.

Gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal stieg die gesamte Einkaufsmenge wie im 1. Quartal leicht um ein Prozent, wobei deutsche Weine deutliche Verluste von sechs Prozent hinnehmen mussten. Ausländische Weine konnten dagegen deutlich (fünf Prozent) zulegen. Bezogen auf die Einkaufswerte ist für deutsche Weine ein massiver Rückgang von neun Prozent zu verzeichnen, ausländische Weine konnten dagegen um fünf Prozent wachsen. Per Saldo ergibt sich für den Gesamtumsatz mit Wein im Handel ein Rückgang von einem Prozent im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresquartal. Die Käuferreichweite ging weiter zurück.

Bei den Weinarten gab es bei deutschen Weinen markante Veränderungen. Hier stieg der Weißweinanteil auf 50,6 Prozent. Er lag damit erstmals seit dem 2. Quartal 2007 wieder über 50 Prozent und sehr deutlich vor den roten Sorten (36,8 Prozent).

Die folgenden Übersichten zeigen die Entwicklung im 2. Quartal 2010 und beziehen sich auf die Einkäufe privater Haushalte im Handel in Deutschland. Nicht berücksichtigt sind dabei Einkäufe bei Winzern, Genossenschaften und im Fachhandel sowie der Außer-Haus-Konsum.

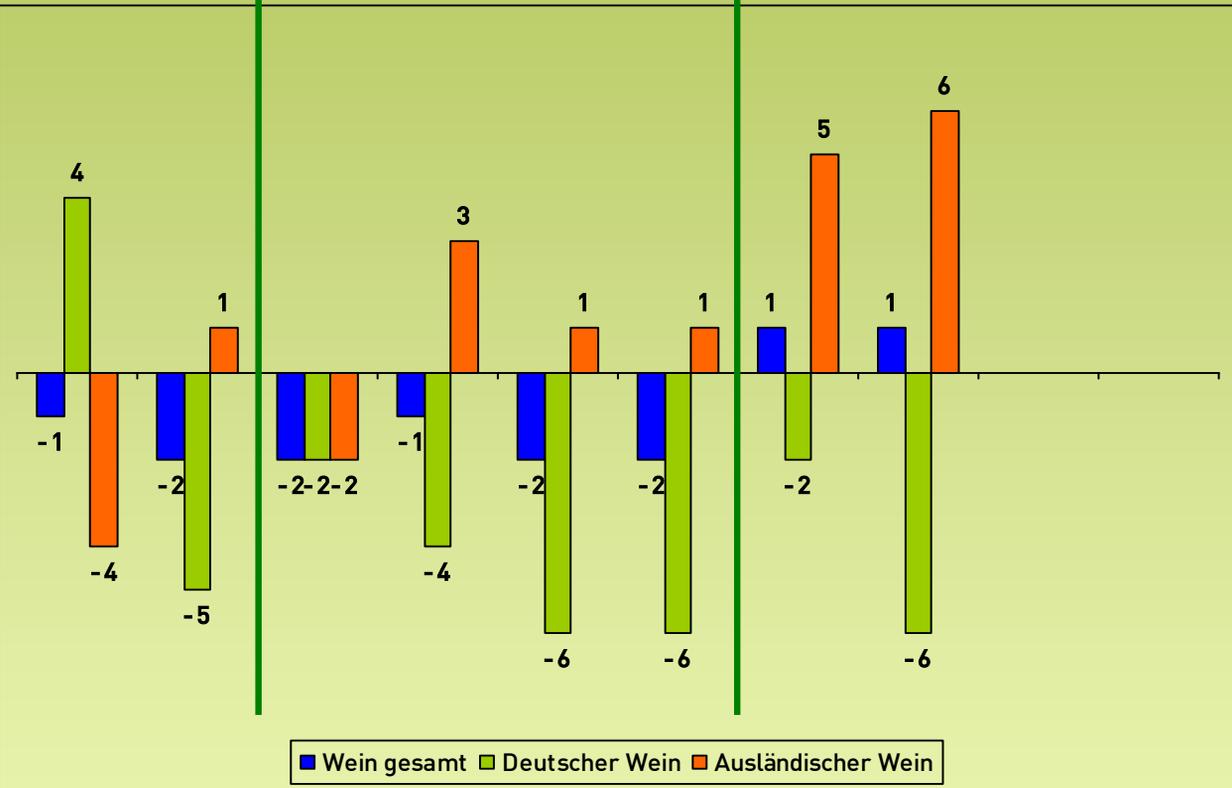
Mit freundlichen Grüßen aus Mainz



Einkaufsmengen

Veränderungen gegenüber
den Vorjahresquartalen (in %)

Jahre 2008 2009 Quartale 2009 I II III IV Quartale 2010 I II III IV

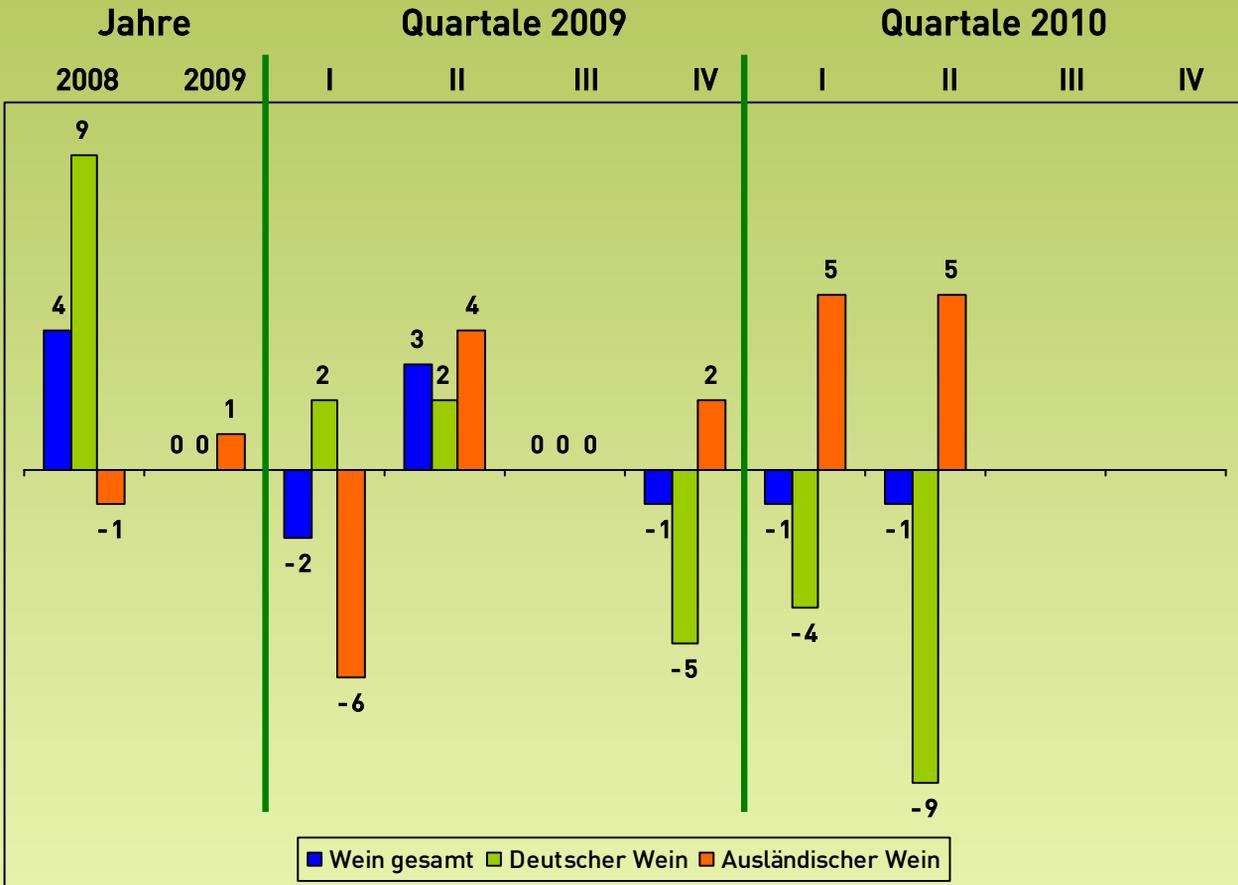


Im 2. Quartal setzte sich die Entwicklung des 1. Quartals fort, die Weineinkäufe nahmen gegenüber dem Vorjahr leicht zu. Wiederum ist das ausschließlich dem gestiegenen Absatz ausländischer Weine zu verdanken, während die Nachfrage nach deutschen Weinen deutlich zurück ging.



Einkaufswerte

Veränderungen gegenüber
den Vorjahresquartalen (in %)

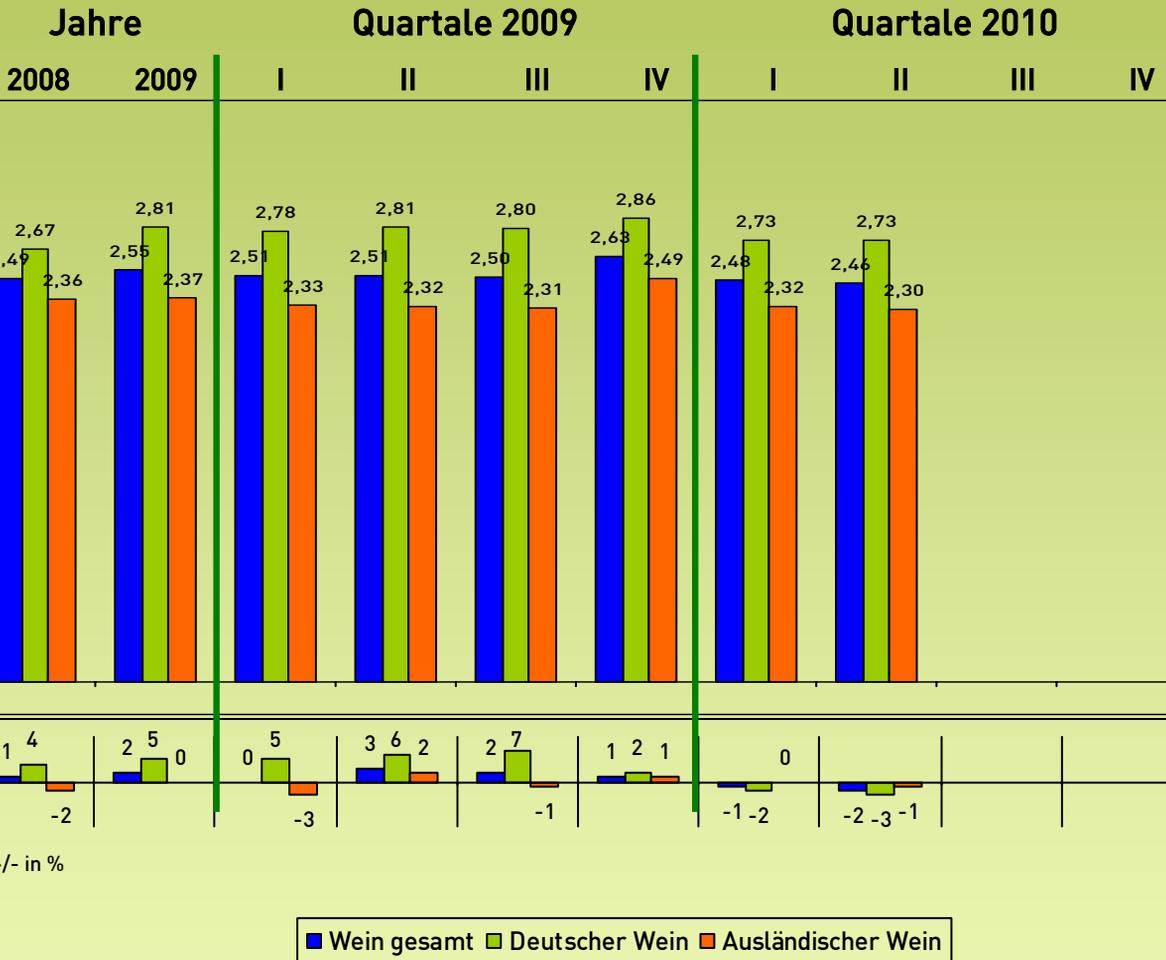


Die Wertentwicklung spiegelt die Mengenentwicklung wider und entspricht in der Tendenz dem 1. Quartal. Der Gesamtwert lag etwas unter Vorjahresniveau, wobei ausländische Weine zulegen konnten, deutsche Weine aber massiv an Umsatz verloren.



Durchschnittspreise

Preisniveaus und Veränderungen gegenüber den Vorjahresquartalen (in € pro Liter)

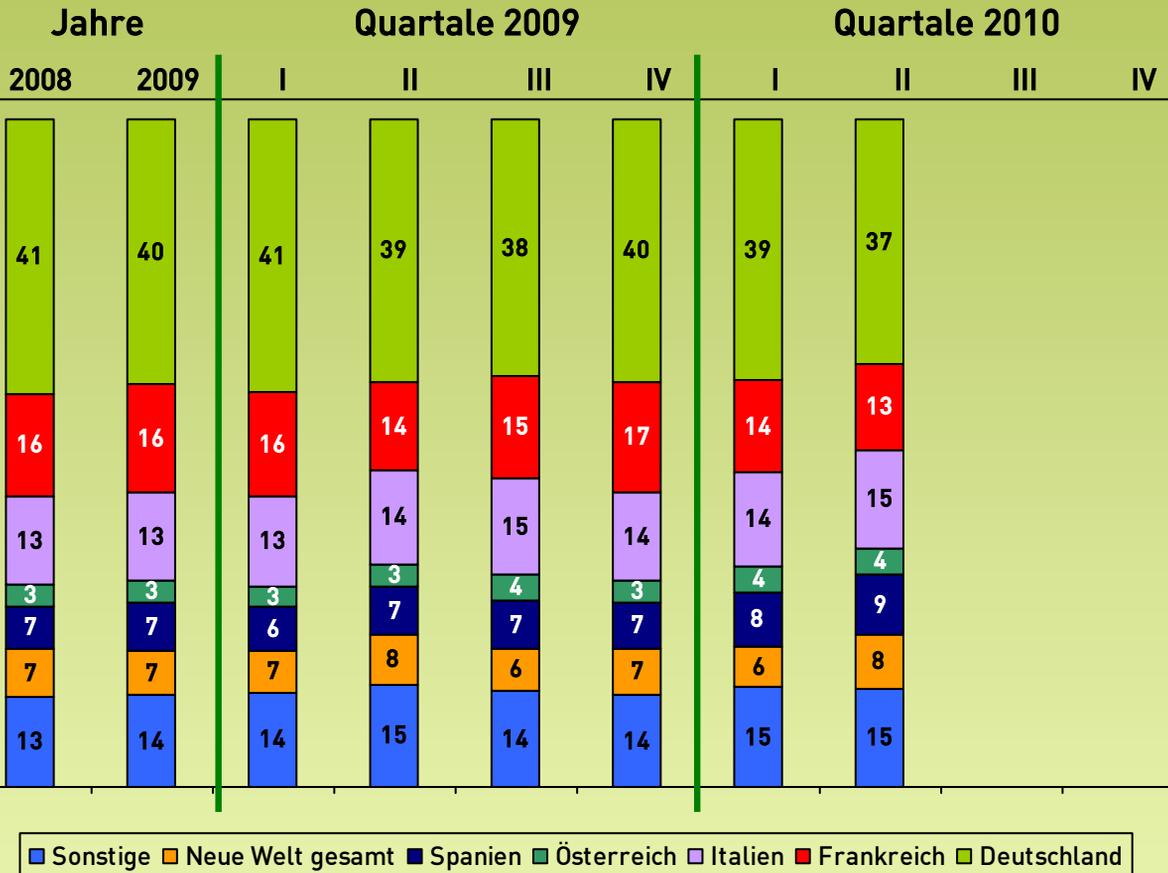


Auch im 2. Quartal gaben die Durchschnittspreise nach. Dabei sank der Durchschnittspreis für deutsche Weine im Handel von 2,81 Euro im 2. Quartal 2009 auf 2,73 Euro. Mit einem Minus von zwei Cent fiel der Preistrückgang für ausländische Weine moderater aus.



Marktanteile nach Ländern

Mengenanteile (in %)

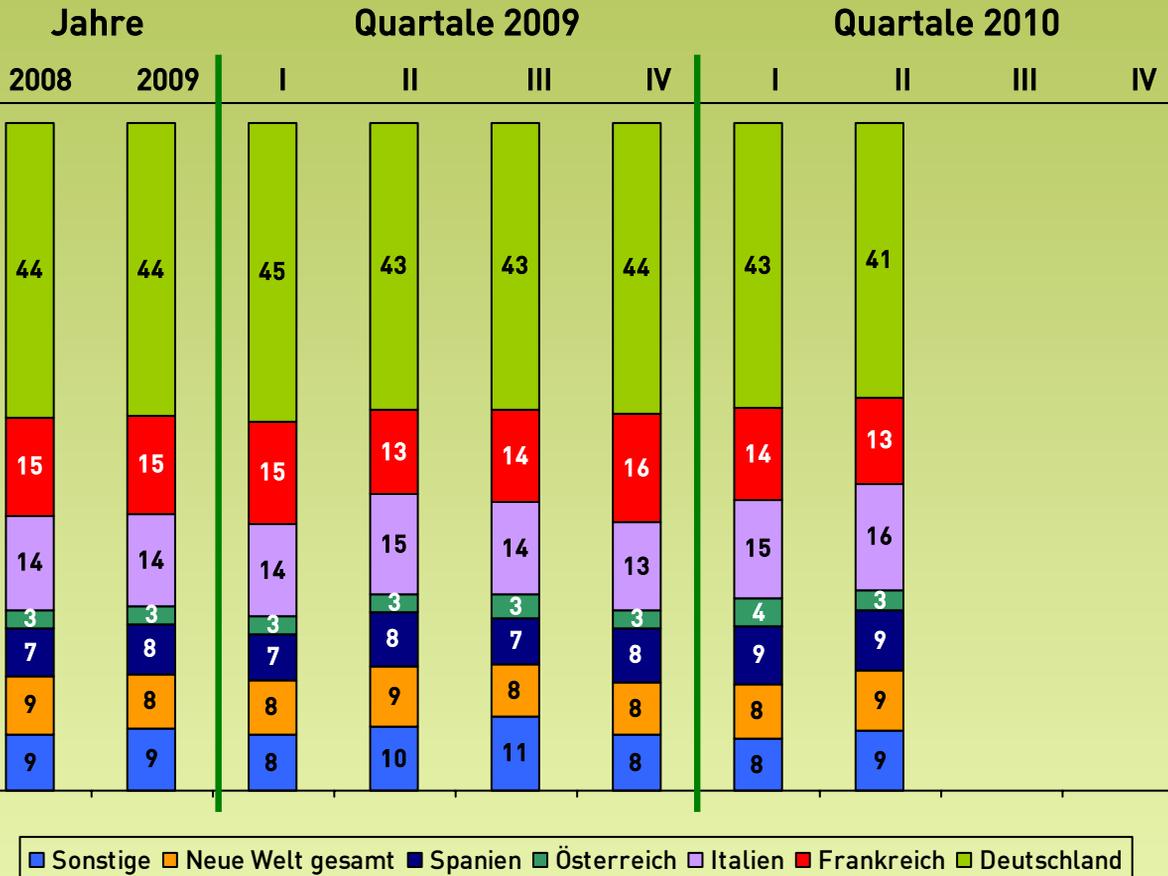


Mengenmäßig standen deutlichen Marktanteilsverlusten für deutsche und französische Weine Gewinne italienischer und spanischer Weine, sowie der Neuen Welt gegenüber. Italien rangiert im 2. Quartal nun vor Frankreich an zweiter Stelle .



Marktanteile nach Ländern

Wertanteile (in %)

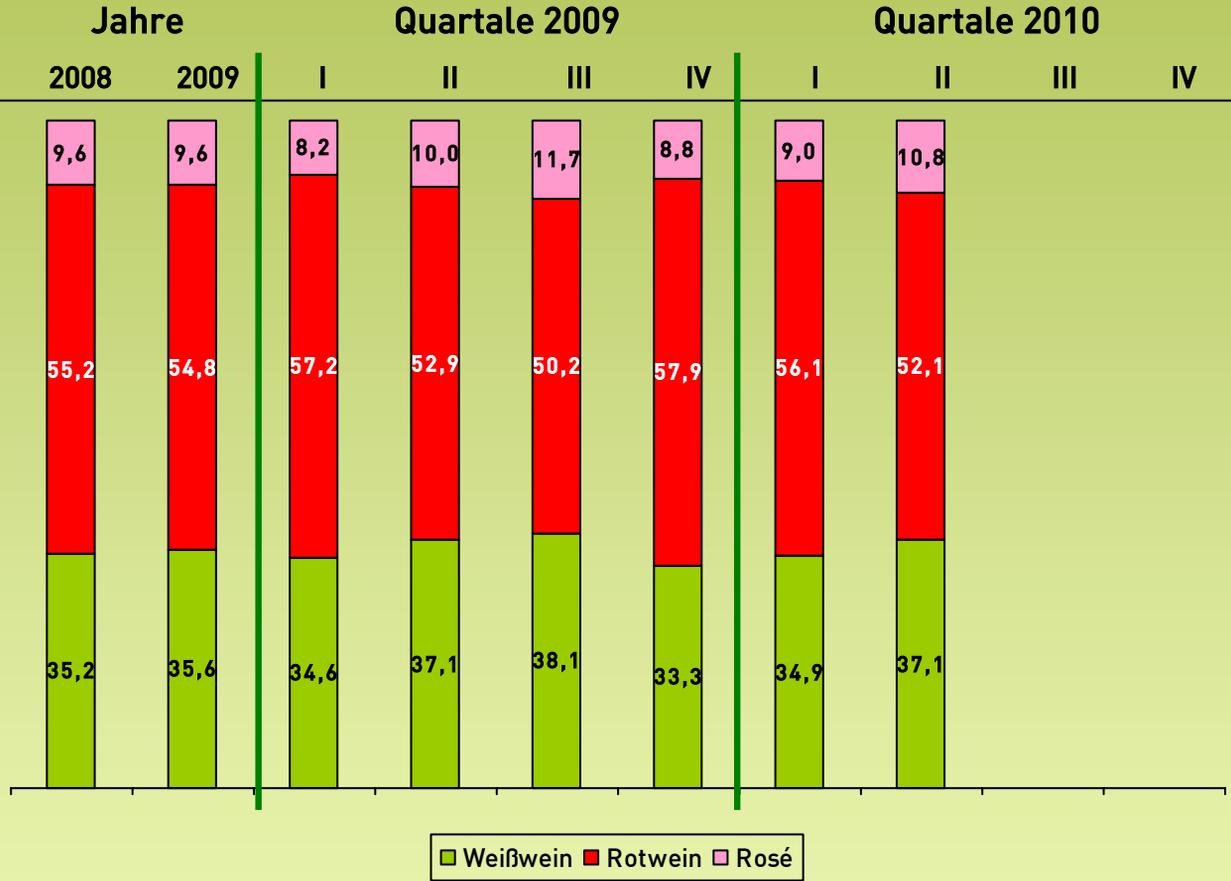


Bei den wertmäßigen Marktanteilen ergibt sich ein vergleichbares Bild wie bei den Mengenanteilen. Italienische Weine liegen mit einem Anteil von 16 Prozent deutlich vor Frankreich (13 Prozent). Trotz deutlicher Verluste bleiben die heimischen Weine mit einem Anteil von 41 Prozent mit großem Abstand Marktführer im Handel.



Weinarten (gesamt) im Handel

Mengenanteile (in %)

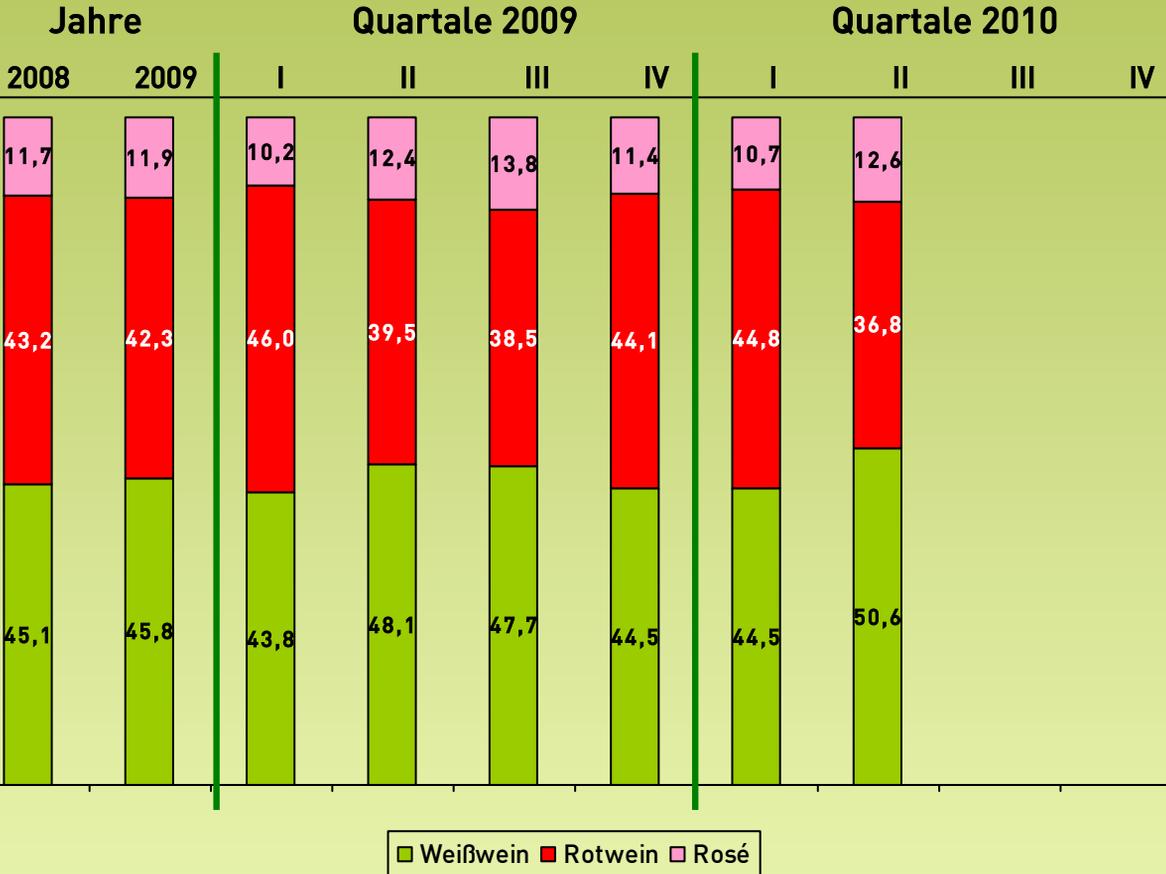


Relativ gesehen stehen leichten Verlusten bei Rotweinen deutliche Gewinne bei Roséweinen gegenüber. Mit einem Anteil von 37,1 Prozent liegen die Weißweine auf Vorjahresniveau.



Weinarten (deutsch) im Handel

Mengenanteile (in %)



Deutliche Veränderungen bei den Weinarten gab es im Segment der deutschen Weine. Mehr als die Hälfte der eingekauften deutschen Weine waren weiß, dagegen ging der Anteil der Rotweine gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal von 39,5 Prozent auf 36,8 Prozent zurück.

