



Weineinkauf

*privater Haushalte in
Deutschland im Handel
- 4. Quartal 2010 -*

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Weinmarktentwicklung der ersten drei Quartale 2010 setzte sich im Wesentlichen auch im letzten Quartal 2010 fort: Der Anteil der Käuferhaushalte ging für Wein insgesamt weiter zurück und auch die Nachfrage nach deutschen Weinen war rückläufig. Da die Einkaufsmenge ausländischer Weine auf dem Niveau von 2009 verharrte, ergab sich per Saldo ein Mengenminus gegenüber dem 4. Quartal 2009.

Das zeigen die aktuellen Zahlen des GfK-Haushaltspanels, die die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag des Deutschen Weininstituts ermittelt.

Gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal ging die gesamte Einkaufsmenge um zwei Prozent zurück, wobei ausländische Weine auf Vorjahresniveau lagen, deutsche Weine aber sechs Prozent verloren.

Bezogen auf die Einkaufswerte ist für deutsche Weine weiter ein Rückgang zu verzeichnen, mit vier Prozent fiel er recht deutlich aus, ausländische Weine konnten dagegen um zwei Prozent wachsen. Per Saldo ergibt sich für den Gesamtumsatz mit Wein im Handel ein Rückgang von einem Prozent im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresquartal.

Bei den Weinarten legten die Weißweine weiter zu. Bei den deutschen Weinen lag ihr Anteil mit knapp 46 Prozent deutlich vor den roten Sorten, die gegenüber dem Vorjahr Anteile verloren.

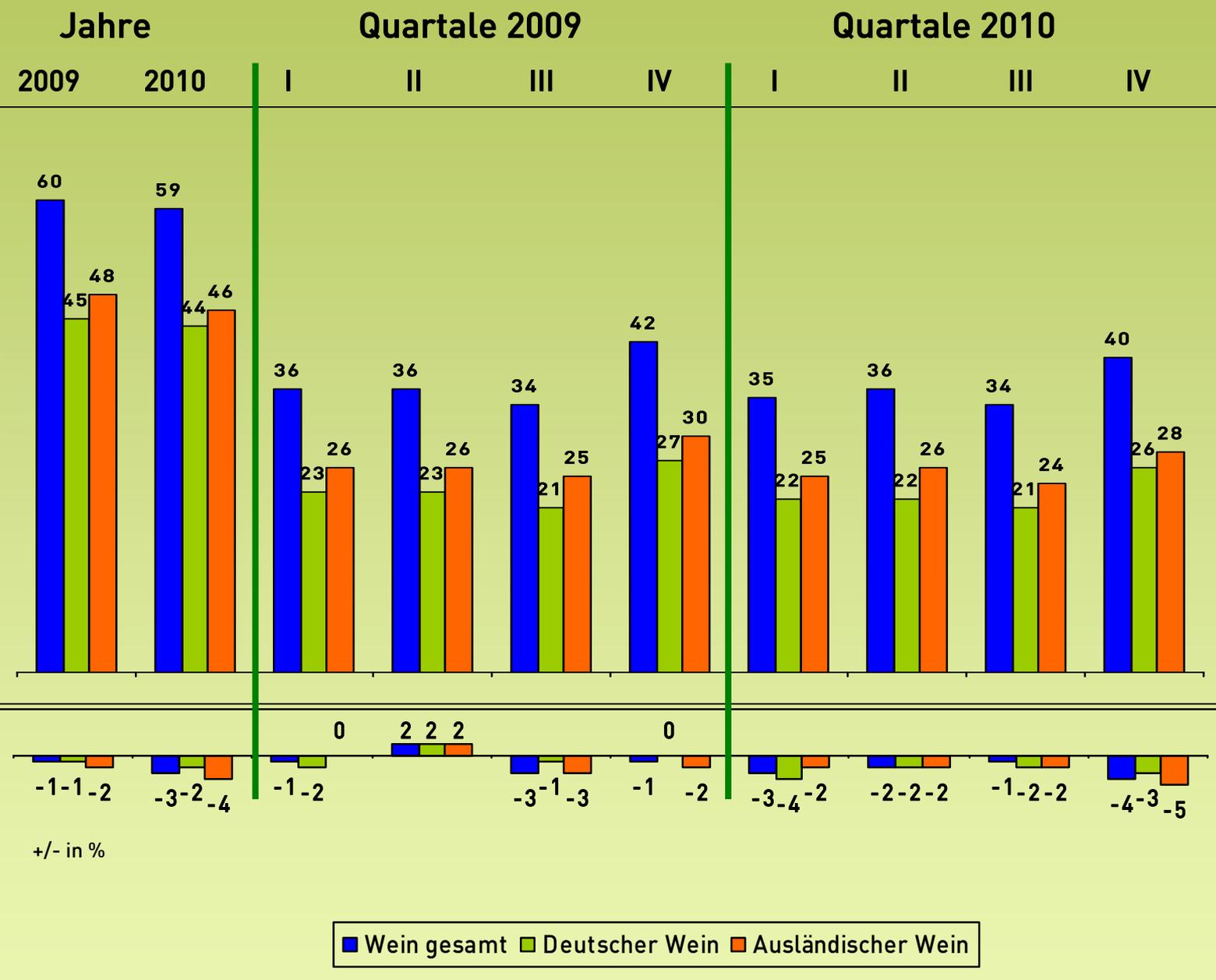
Die folgenden Übersichten zeigen die Entwicklung im 4. Quartal 2010 und beziehen sich auf die Einkäufe privater Haushalte im Handel in Deutschland. Nicht berücksichtigt sind dabei Einkäufe bei Winzern, Genossenschaften und im Fachhandel sowie der Außer-Haus-Konsum.

Mit freundlichen Grüßen aus Mainz



Käuferhaushalte

Anteile der Wein kaufenden Haushalte und Veränderungen gegenüber den Vorjahresquartalen (jeweils in %)



Der Rückgang der Käuferreichweite hielt auch im 4. Quartal 2010 an. 40 Prozent der berichtenden Haushalte gaben an, Wein eingekauft zu haben. Das sind vier Prozent weniger als im entsprechenden Vorjahresquartal und sieben Prozent weniger als in den 4. Quartalen 2008 und 2007, in denen die Käuferreichweite noch bei 43 Prozent gelegen hatte.

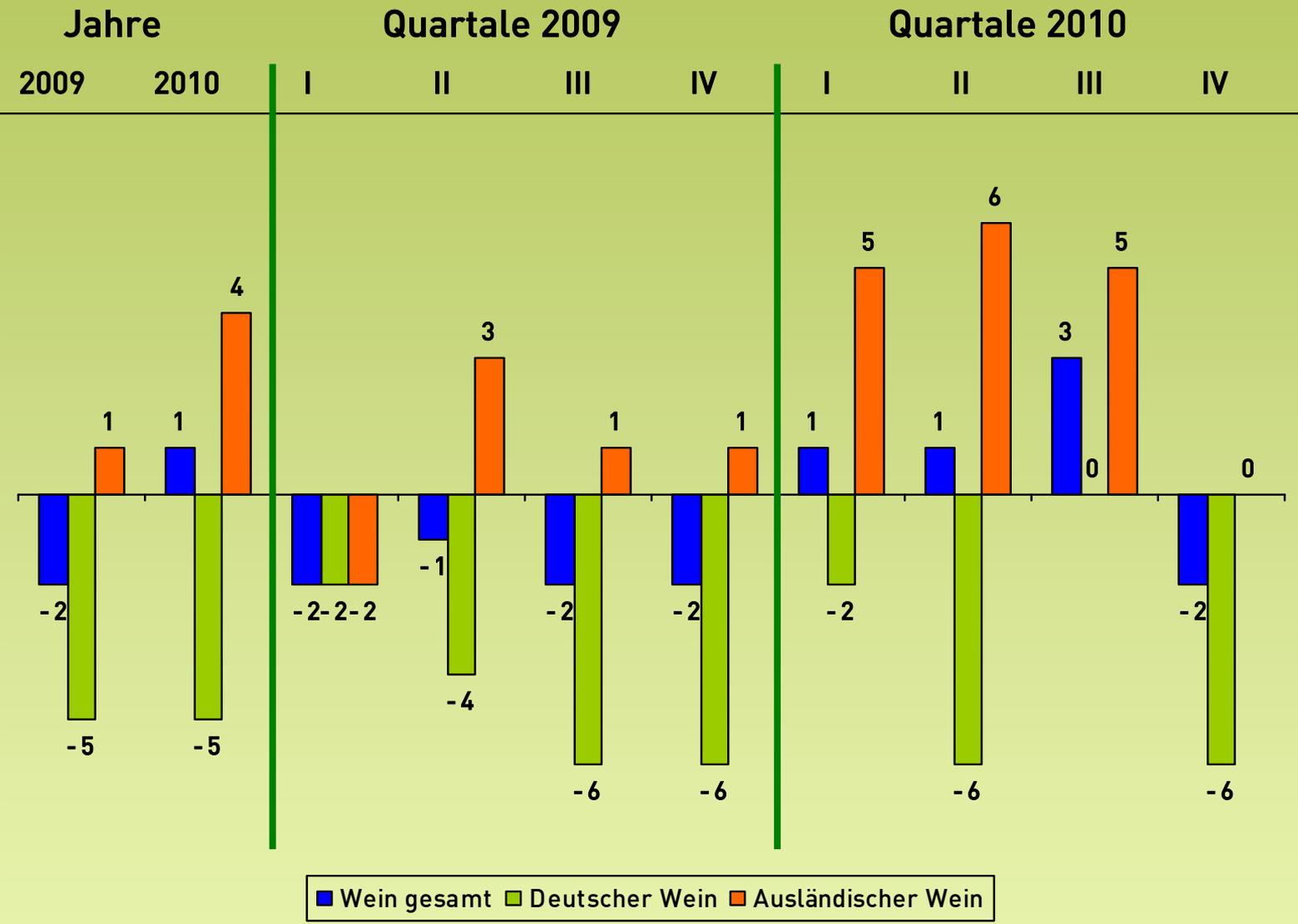
Quelle: GfK ConsumerScan, im Auftrag des Deutschen Weininstituts, Wein im Handel (LEH und Discount)

DEUTSCHES WEININSTITUT
www.deutscheweine.de



Einkaufsmengen

Veränderungen gegenüber
den Vorjahresquartalen (in %)

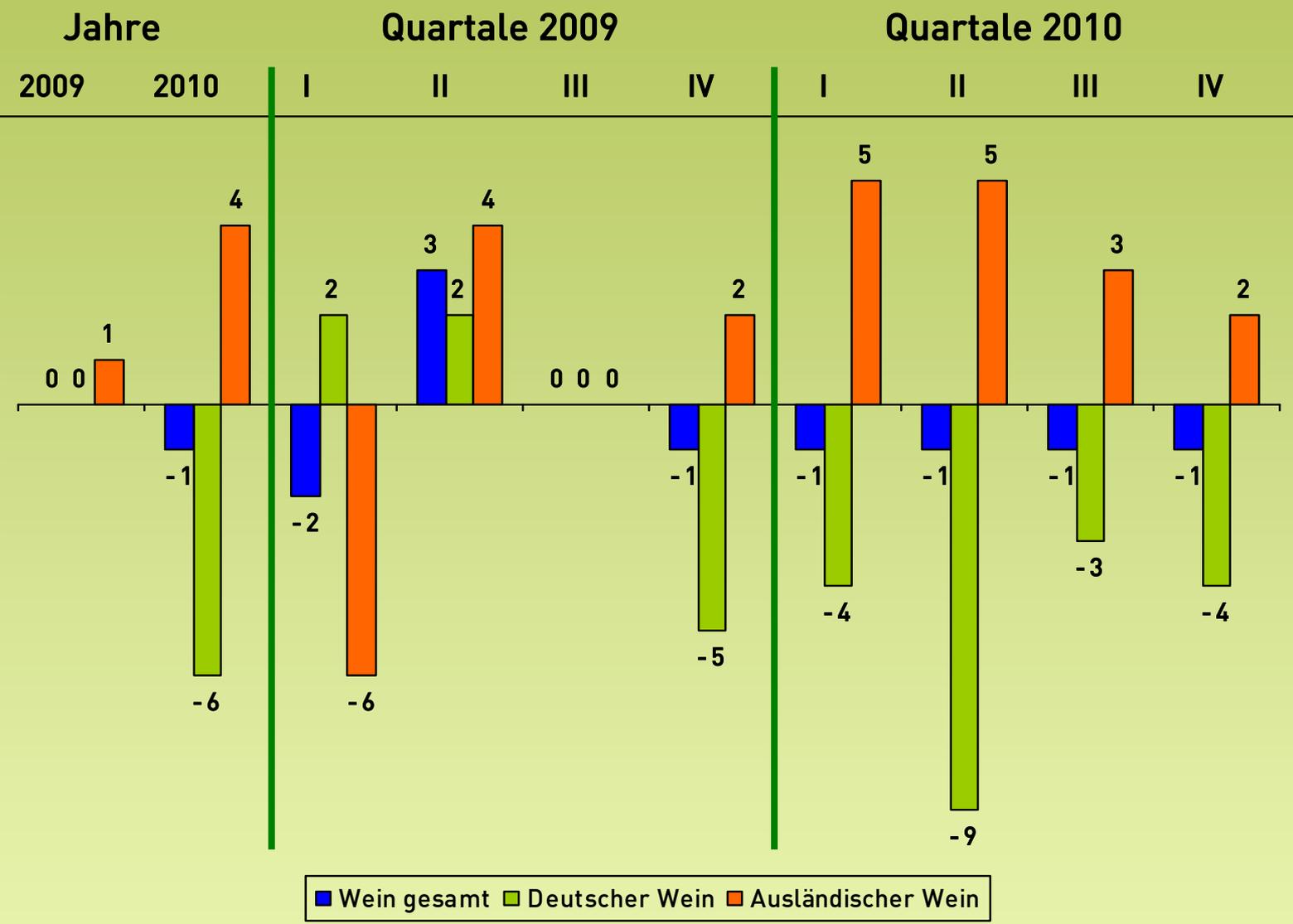


Auch das 4. Quartal brachte keine Trendumkehr in der Nachfrage nach deutschen Weinen, im Gegenteil: Mit minus 6 Prozent gegenüber dem 4. Quartal 2009 verloren sie weiter an Boden. Ausländische Weine konnten immerhin das Vorjahresniveau halten.



Einkaufswerte

Veränderungen gegenüber
den Vorjahresquartalen (in %)

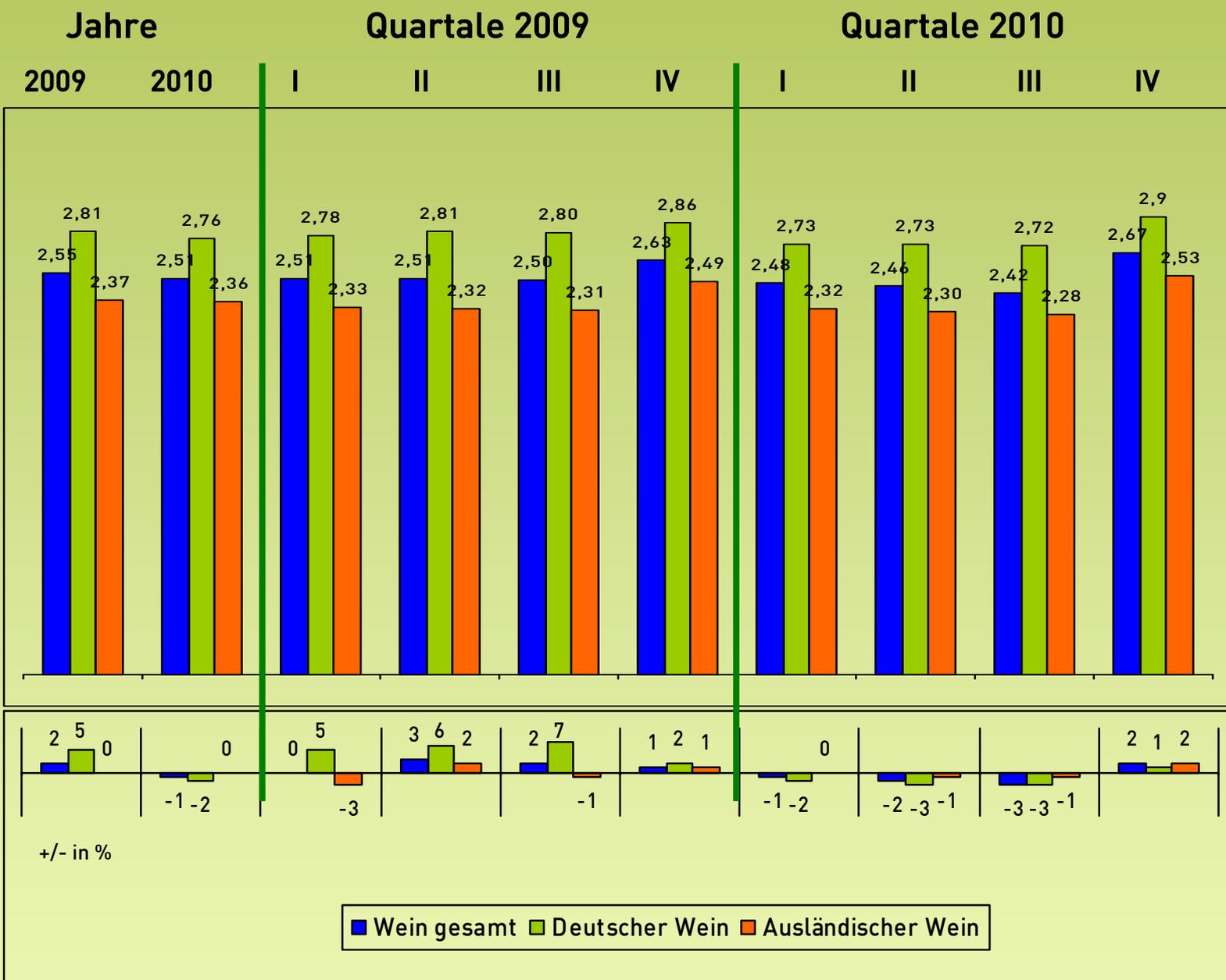


Die Weinumsätze entwickelten sich ebenso wenig erfreulich. Mit einem Minus von einem Prozent setzte sich der Trend der letzten Quartale fort. Wie schon in den vier Quartalen zuvor konnten dabei auch im 4. Quartal 2010 ausländische Weine zulegen, deutsche Weine verzeichneten dagegen im Vergleich zum 4. Quartal 2009 weitere Umsatzrückgänge.



Durchschnittspreise

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

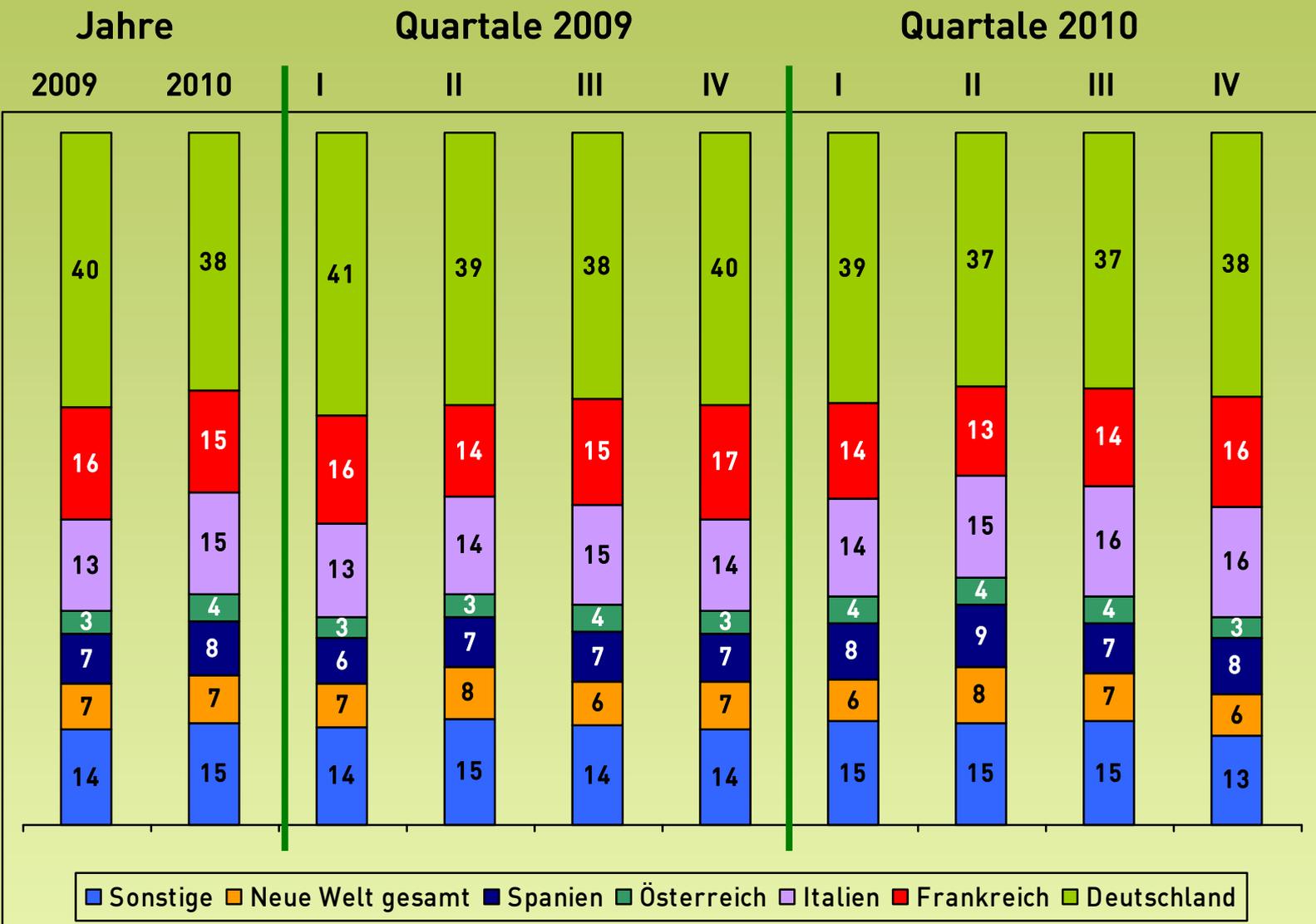


Eine leichte Erholung gab es bei den Durchschnittspreisen, die im 4. Quartal im Handel für alle Herkünfte gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal um 4 Cent auf durchschnittlich 2,67 Euro je Liter stiegen.



Marktanteile nach Ländern

Mengenanteile (in %)



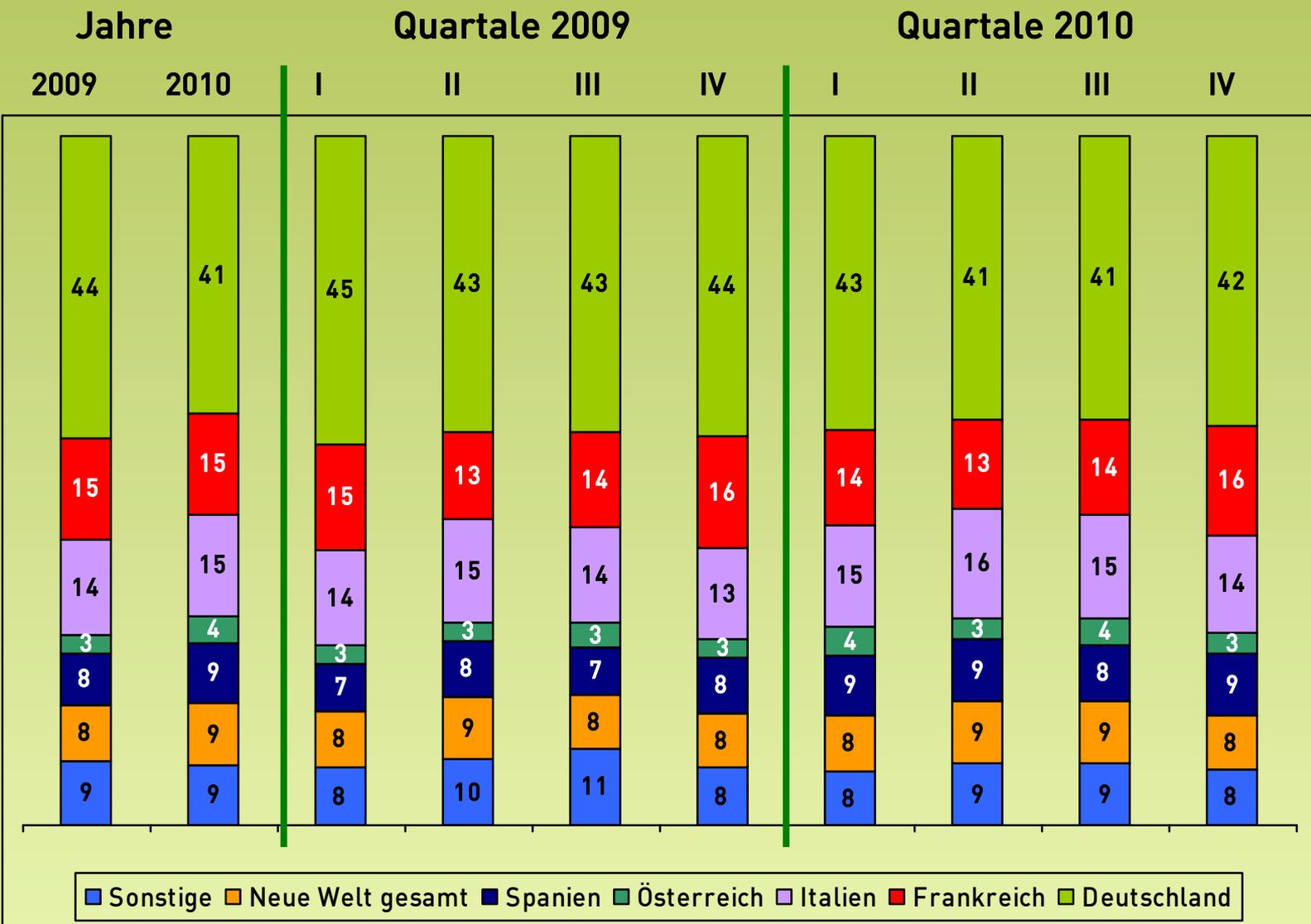
Entsprechend der negativen Entwicklung der Nachfrage nach deutschen Weinen, ging der Marktanteil im 4. Quartal auf 38 Prozent zurück; im 4. Quartal 2009 hatte er noch 40 Prozent betragen, im 4. Quartal 2008 gar 42 Prozent. Auch französische Weine mussten wieder Marktanteilsverluste hinnehmen, während italienische und spanische Weine weiter zulegten.

Quelle: GfK ConsumerScan, im Auftrag des Deutschen Weininstituts,
Wein im Handel (LEH und Discount)
Abweichungen von 100 sind bedingt durch Rundungsdifferenzen



Marktanteile nach Ländern

Wertanteile (in %)



Die Entwicklung der wertmäßigen Marktanteile zeigt ein ähnliches Bild wie die Mengenentwicklung. Allerdings konnten sich hier die französischen Weine gegenüber den italienischen gut behaupten und den 2. Platz im 4. Quartal festigen.

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

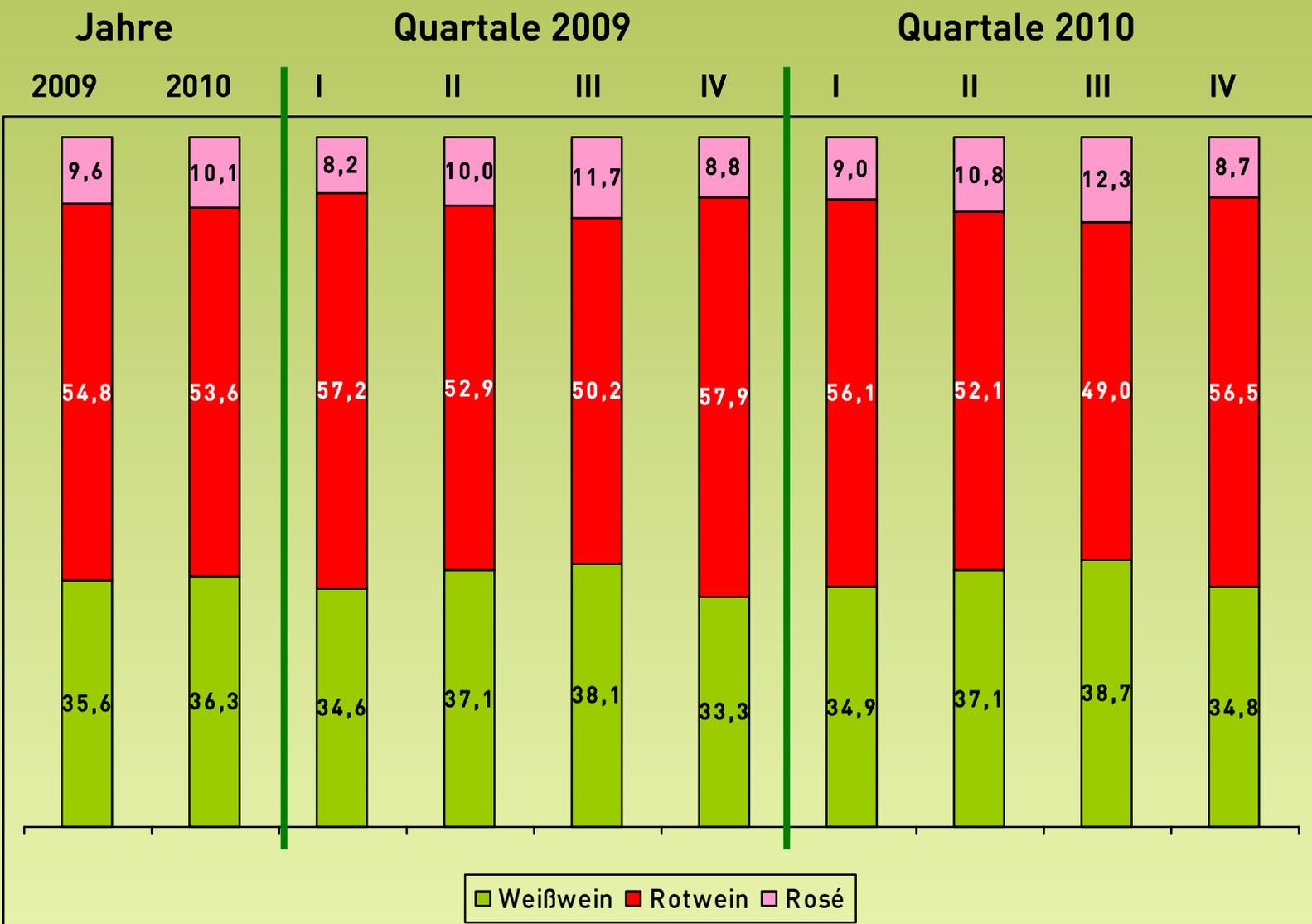
Abweichungen von 100 sind bedingt durch Rundungsdifferenzen

DEUTSCHES WEININSTITUT
www.deutscheweine.de



Weinarten (gesamt) im Handel

Mengenanteile (in %)

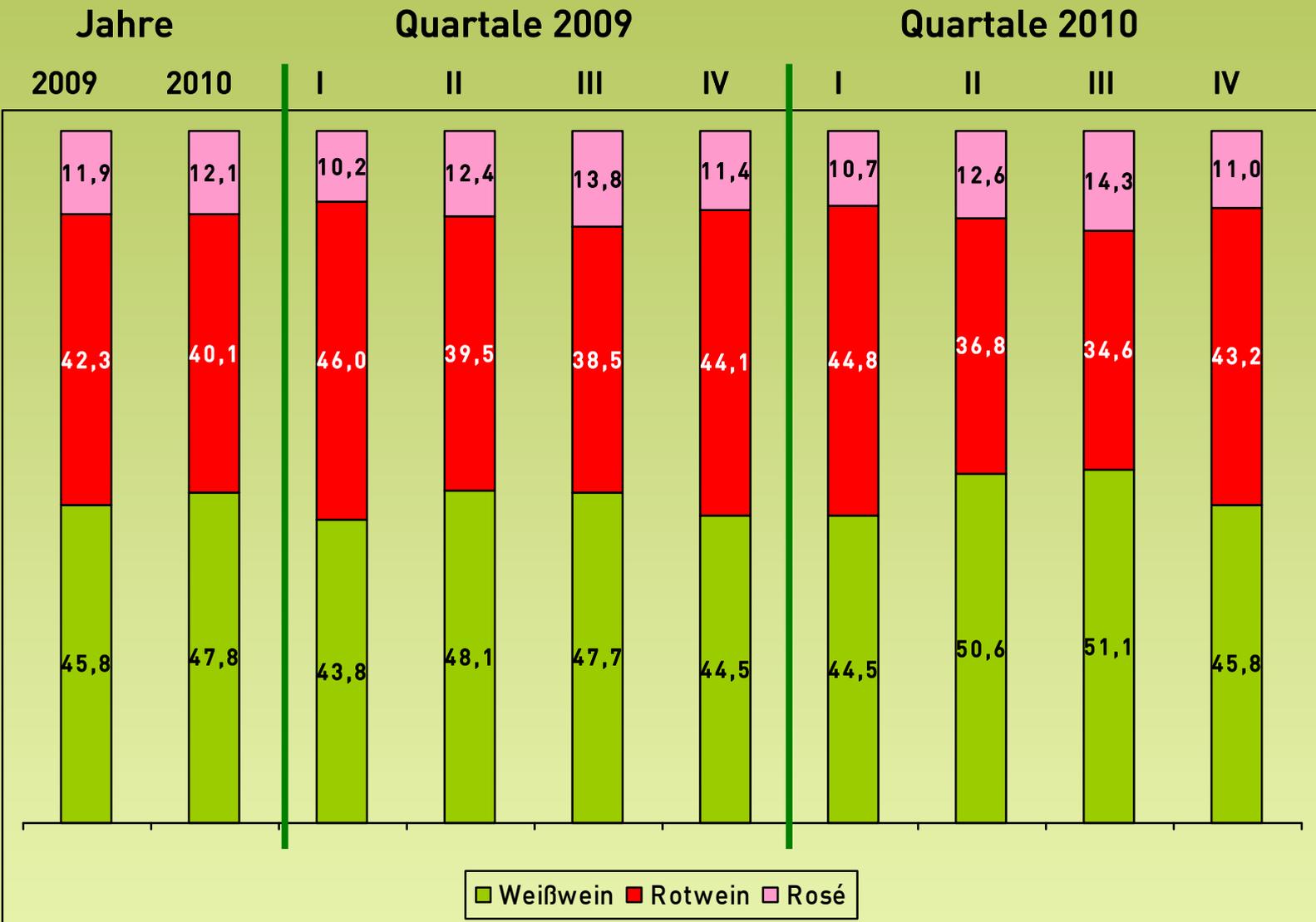


Traditionell ist das 4. Quartal für Rotweine das stärkste – so auch 2010. Allerdings lag der Anteil der roten Sorten mit 56,5 Prozent deutlich unter dem des Vorjahresquartals. Entsprechend konnten Weißweine wieder Marktanteile gewinnen.



Weinarten (deutsch) im Handel

Mengenanteile (in %)



Auch bei den deutschen Weinen konnten die Weißen deutlich zulegen, mit 45,8 Prozent lag ihr Anteil über den Rotweinen (43,2 Prozent). Noch vor zwei Jahren war das Verhältnis umgekehrt und die heimischen Rotweine waren beliebter als die Weißen.

