



Weineinkauf privater Haushalte in Deutschland im Handel - 1. Quartal 2013 -

DEUTSCHES WEININSTITUT
www.deutscheweine.de



Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Nachfrage nach deutschen Weinen im Handel entwickelte weiter sehr positiv. Nachdem bereits in den drei letzten Quartalen 2012 Mengenzuwächse zwischen sechs und neun Prozent ermittelt wurden, nahm die eingekaufte Menge deutscher Weine im 1. Quartal 2013 um neun Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal zu. Auch die Umsätze mit deutschen Weinen stiegen, bei gleich gebliebenem Preisniveau ebenfalls um neun Prozent.

Ausländische Weine mussten deutliche Mengenverluste hinnehmen, konnten dies durch höhere Preise aber teilweise ausgleichen und damit bei den Umsätzen ein leichtes Plus von zwei Prozent erzielen.

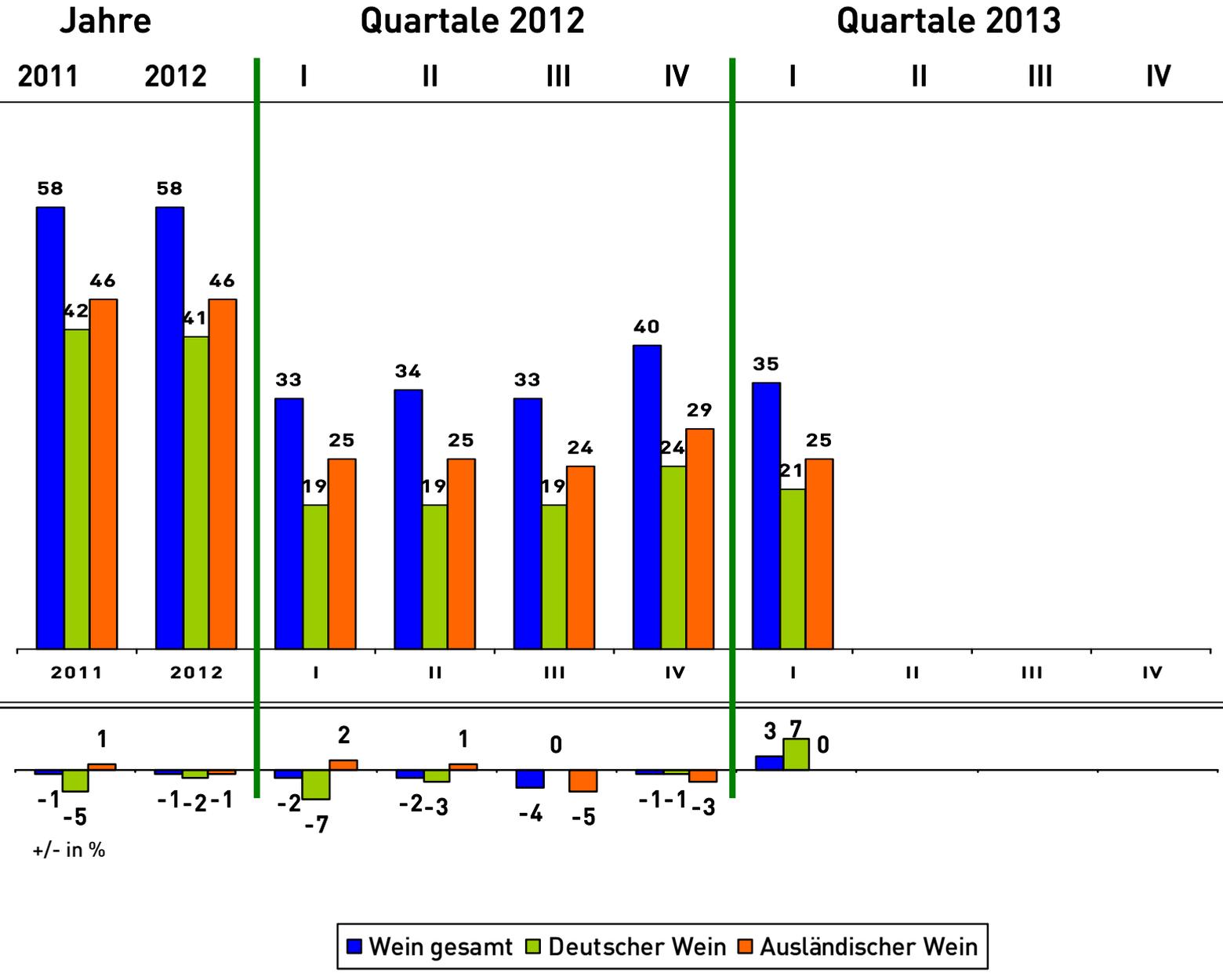
Die folgenden Übersichten zeigen die Entwicklungen im 1. Quartal 2013 und beziehen sich auf die Einkäufe privater Haushalte im Handel in Deutschland, die die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag des Deutschen Weininstituts ermittelt hat. Nicht berücksichtigt sind dabei Einkäufe bei Winzern, Genossenschaften und im Fachhandel sowie der Außer-Haus-Konsum.

Mit freundlichen Grüßen aus Mainz

Eberhard Abele

Käuferhaushalte

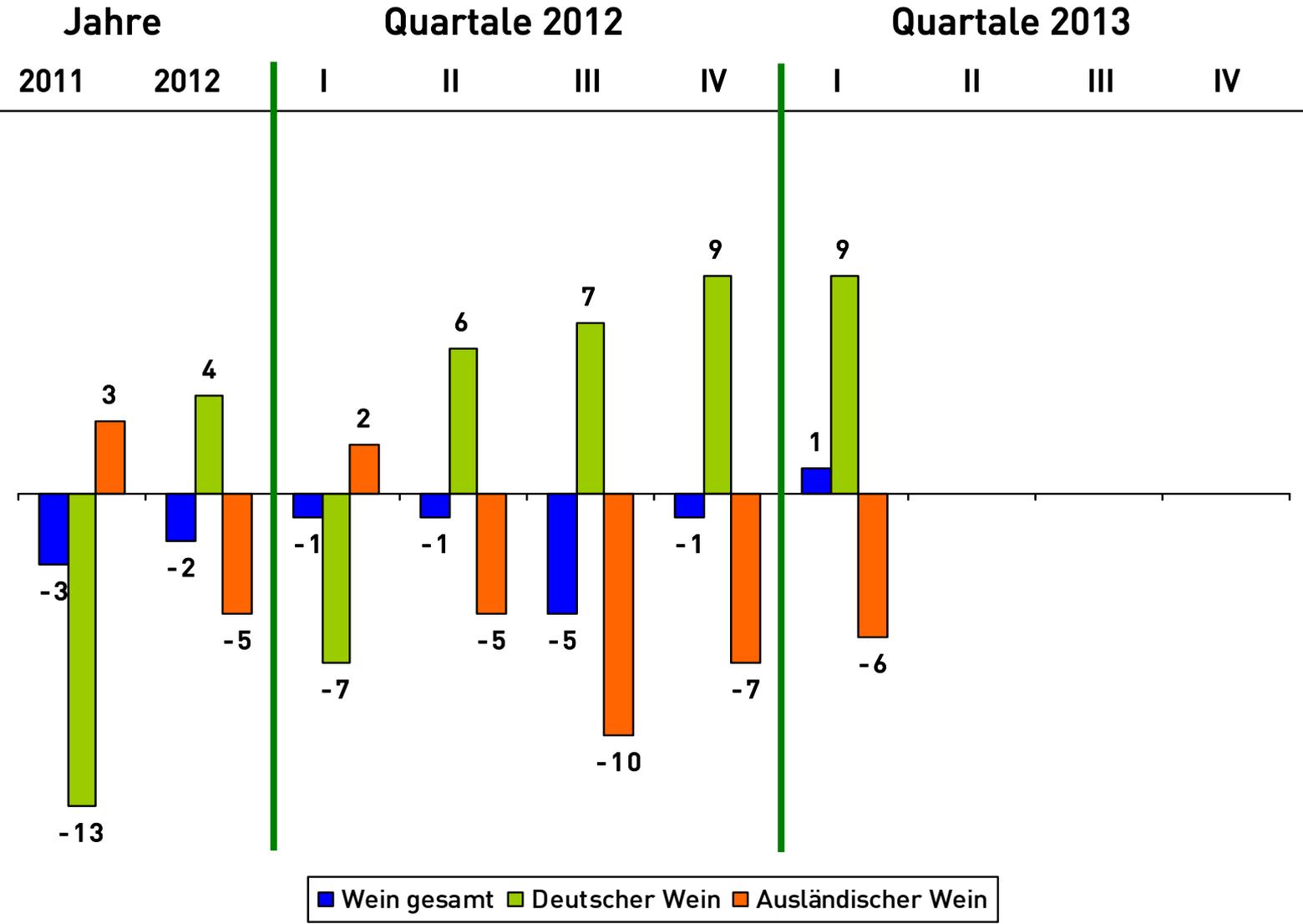
Anteile der Wein kaufenden Haushalte und Veränderungen gegenüber den Vorjahresquartalen (jeweils in %)



Erstmals seit Jahren nahm die Käuferreichweite für Wein im ersten Quartal 2013 gegenüber dem Vorjahresquartal wieder zu. Zurück zu führen ist der Zuwachs von drei Prozent ausschließlich auf das starke Interesse an deutschen Weinen, die im Vergleich zum Vorjahresquartal sieben Prozent mehr Käufer fanden.

Einkaufsmengen

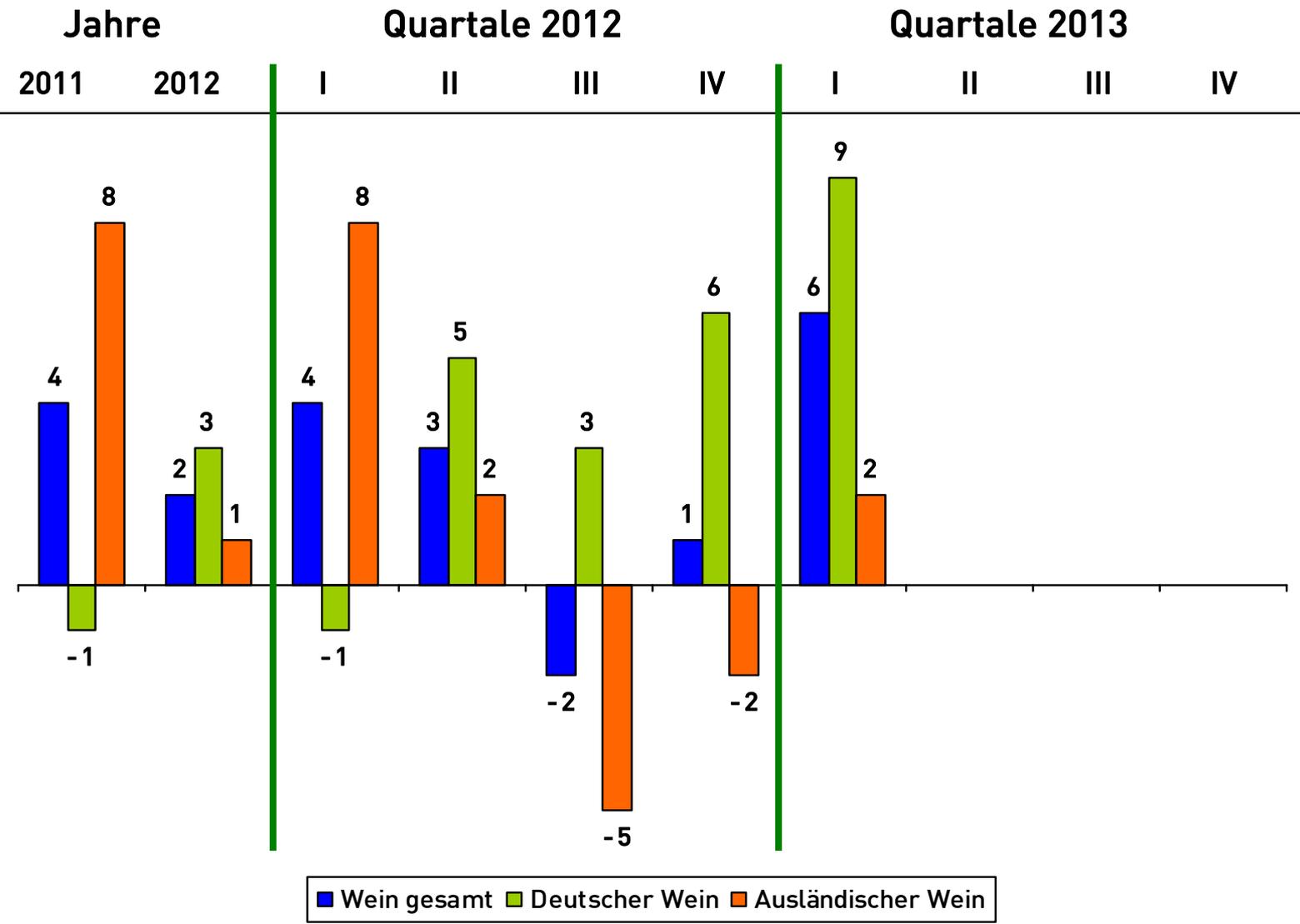
Veränderungen gegenüber
den Vorjahresquartalen (in %)



Die eingekauften Weinmengen konnten per Saldo um ein Prozent gegenüber dem 1. Quartal 2012 zulegen. Damit setzte sich die Entwicklung der drei vorangegangenen Quartale nahtlos fort: einer deutlich gestiegenen Nachfrage nach heimischen Gewächsen stehen deutliche Verluste ausländischer Weine gegenüber.

Einkaufswerte

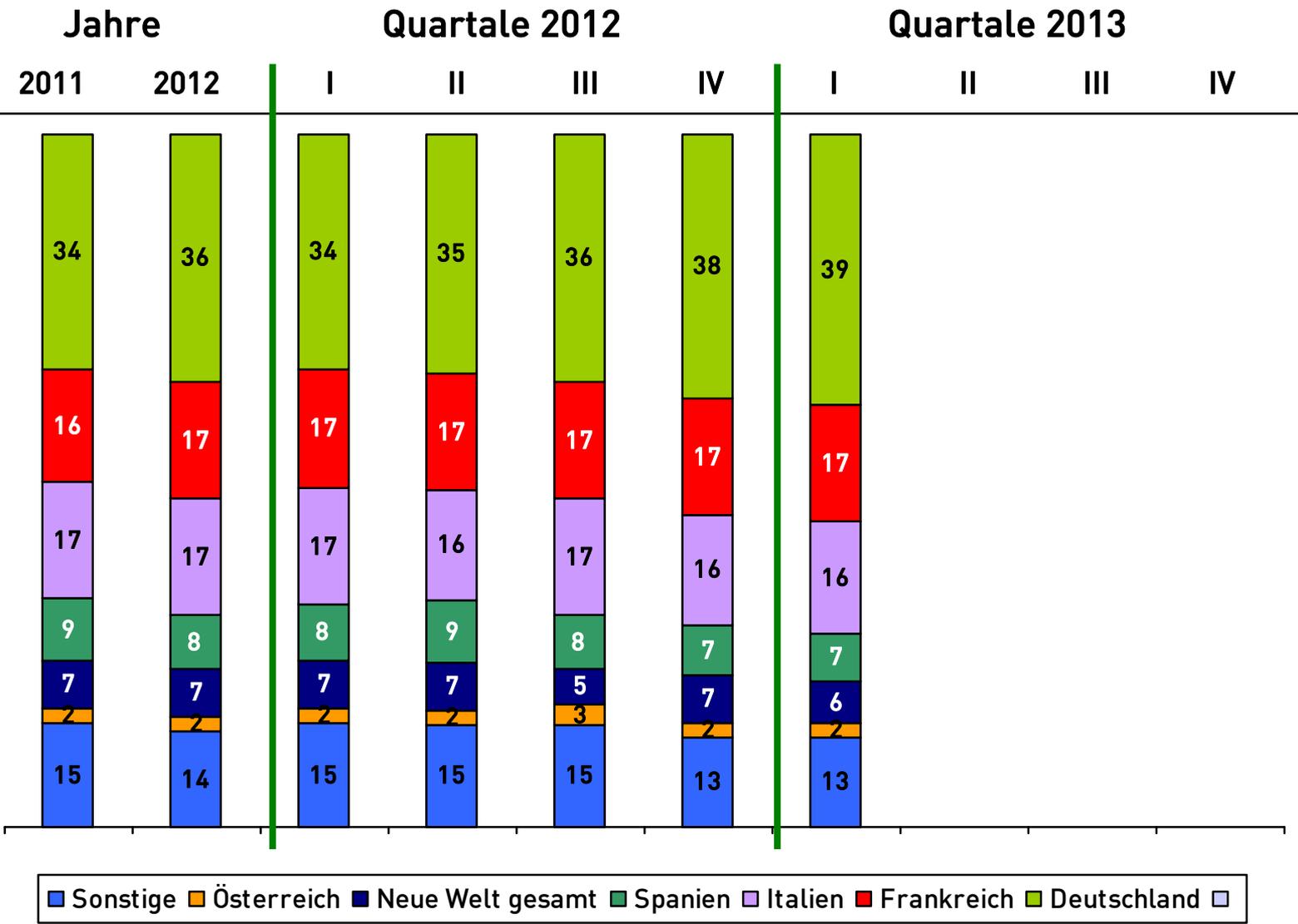
Veränderungen gegenüber
den Vorjahresquartalen (in %)



Ein uneingeschränkt positives Bild zeigt sich beim Weinumsatz im ersten Quartal: Insgesamt stieg im Handel der Umsatz mit Wein um sechs Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Um fast zehn Prozent konnten deutsche Weine zulegen, aber auch die anderen Herkunftsländer konnten die Umsätze nach zwei rückläufigen Quartalen wieder steigern.

Marktanteile nach Ländern

Mengenanteile (in %)

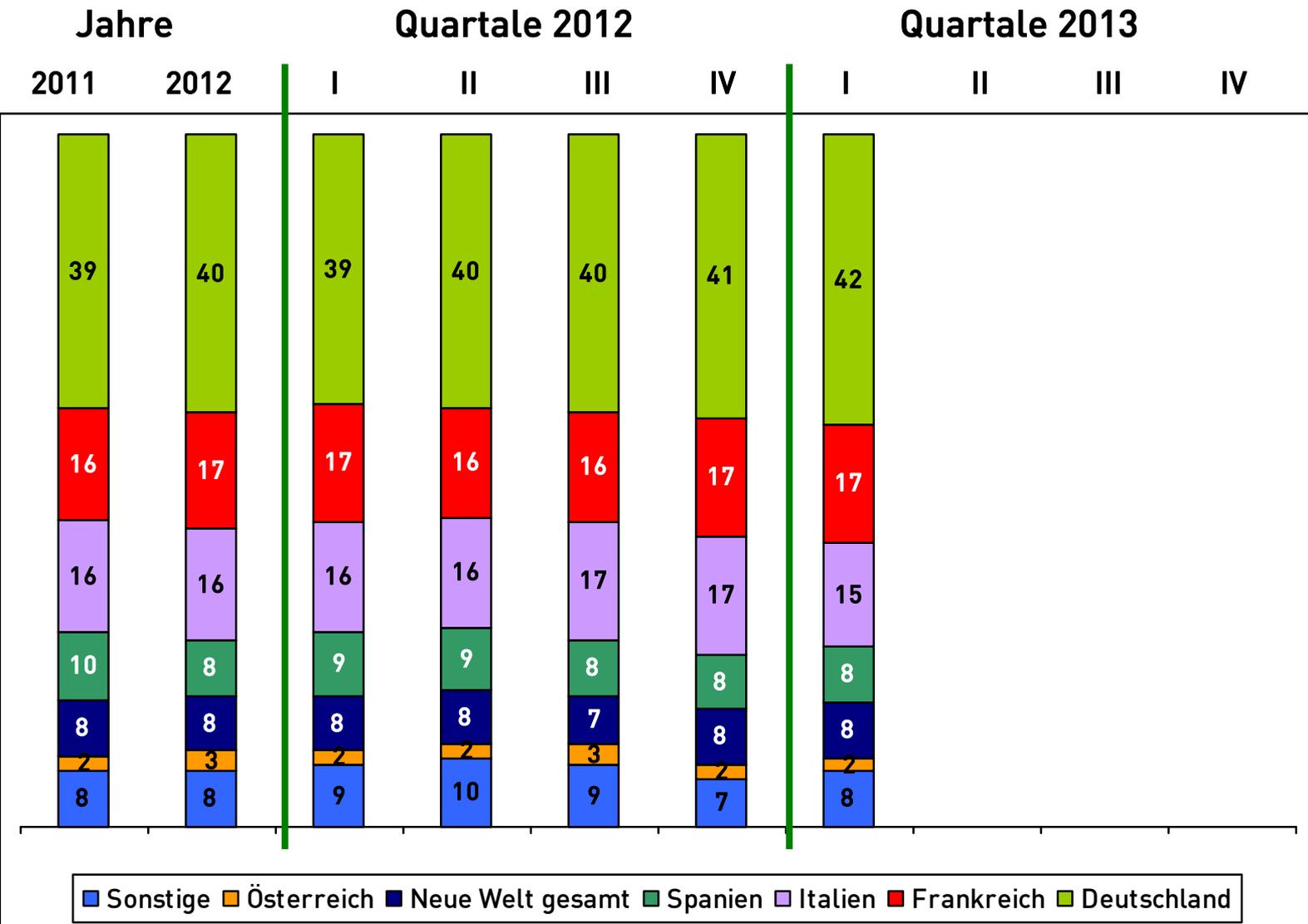


Die Marktanteile spiegeln die unterschiedlichen Absatzentwicklungen von deutschen und ausländischen Weinen wider. Deutsche Weine konnten im ersten Quartal ihren Marktanteil sehr deutlich auf 39 Prozent ausbauen.

Französische Weine konnten gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal den zweiten Platz mit einem Anteil von 17 Prozent behaupten, während Italien, Spanien und die Neue Welt jeweils einen Prozentpunkt verloren.

Marktanteile nach Ländern

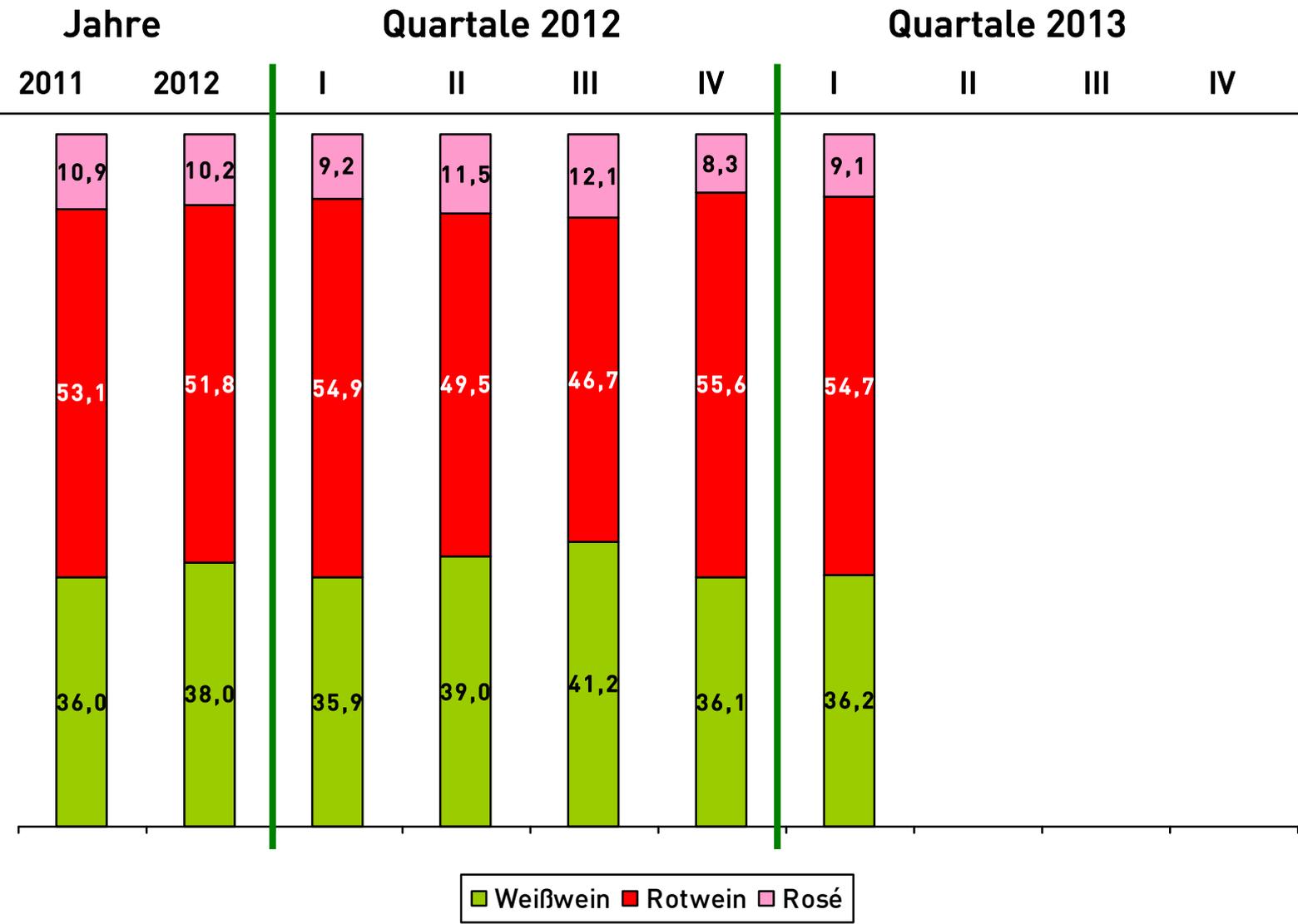
Wertanteile (in %)



Auch bei der wertmäßigen Marktanteilsentwicklung konnten deutsche Weine deutliche Zugewinne verbuchen. Mit 42 Prozent liegt der Anteil deutscher Weine drei Prozentpunkte über dem des ersten Quartals 2012. Etwas verloren haben dagegen Spanien und die Neue Welt, deren Marktanteile jeweils um einen Prozentpunkt zurück gingen

Weinarten (gesamt) im Handel

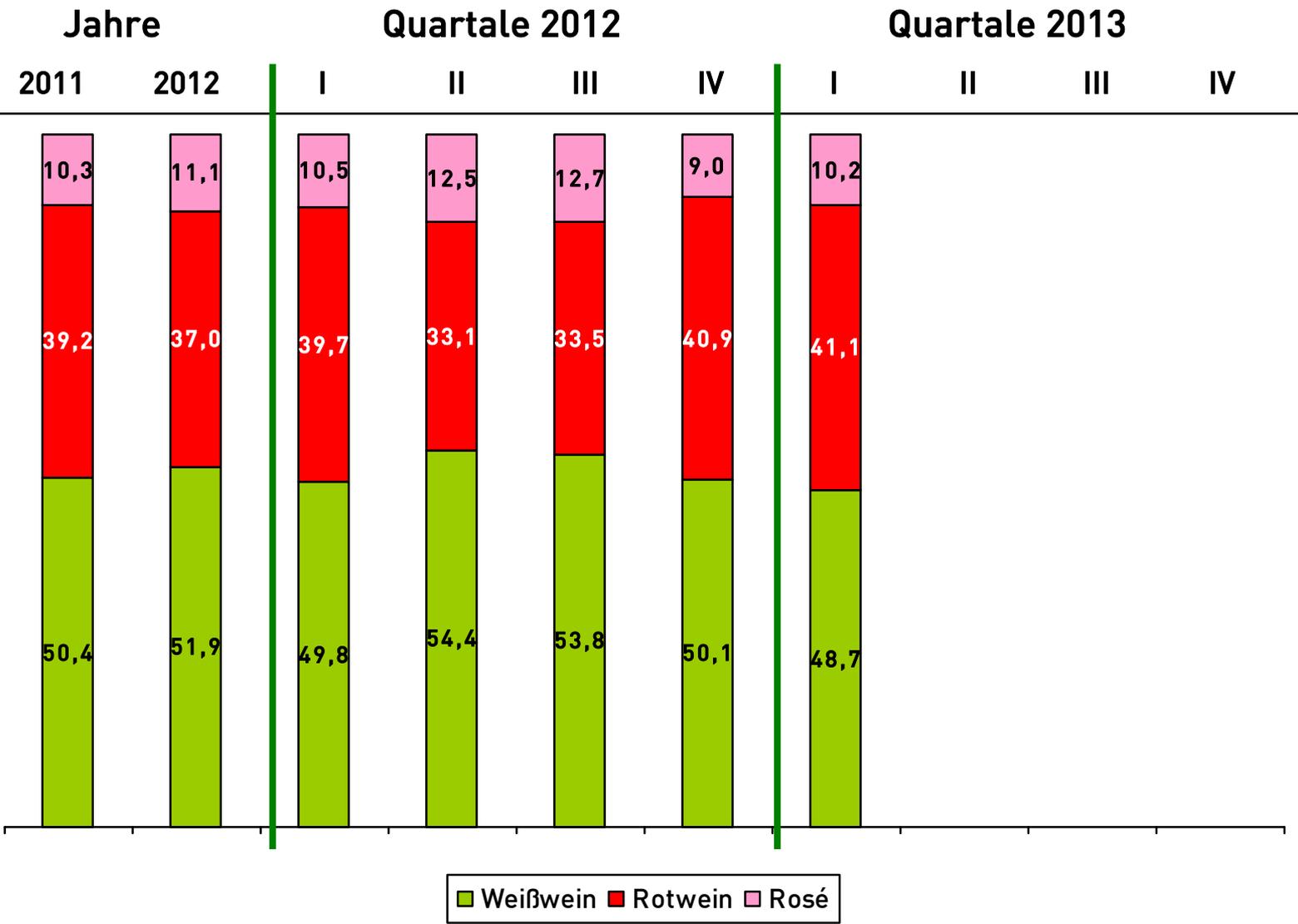
Mengenanteile (in %)



Vergleichsweise wenig Bewegung gab es – bezogen auf alle Herkünfte - bei den Anteilen der verschiedenen Weinarten, wobei Weißweine um 0,3 Prozent zu Lasten der Rot- und Roséweine zulegen konnten.

Weinarten (deutsch) im Handel

Mengenanteile (in %)



Bei den heimischen Weinen legten die roten Sorten im ersten Quartal deutlich zu und erreichten einen Anteil von mehr als 41 Prozent. Sie liegen damit aber weiterhin deutlich hinter den Weißweinen, die einen Marktanteil von 48,7 Prozent erreichen.