

Mafo-News 2. Quartal 2015

Einkäufe privater Haushalte
im Handel in Deutschland



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

nachdem der Weinabsatz im Handel in den Jahren 2013 und 2014 jeweils um zwei Prozent zurück gegangen war, zeigen die ersten beiden Quartale des Jahres ein deutlich positiveres Bild. Nach einem leichten Zuwachs von einem Prozent im ersten Quartal konnte für das zweite Quartal eine Steigerung von zwei Prozent festgestellt werden.

Auch bei der Nachfrage nach deutschen Weinen zeigte sich im zweiten Quartal 2015 eine Belebung, nachdem sich – bezogen auf die eingekauften Mengen – in den beiden Quartalen zuvor wenig bewegt hatte und davor teilweise drastische Rückgänge zu verzeichnen waren. Noch erfreulicher ist die wertmäßige Entwicklung bei den heimischen Produkten, die mit plus vier Prozent gegenüber dem zweiten Quartal 2014 sehr positiv ausfiel.

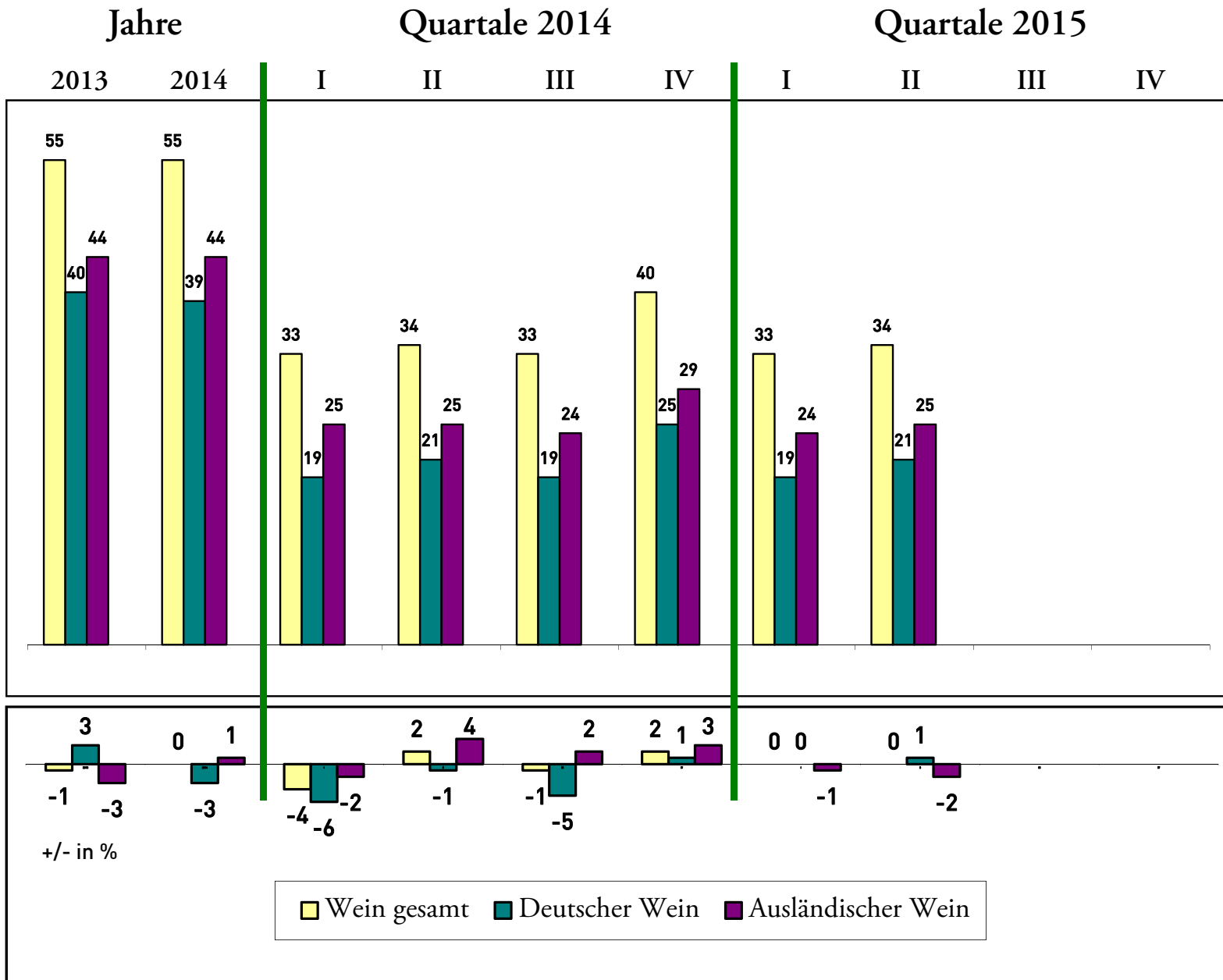
Basis der folgenden Übersichten sind lediglich die Einkäufe privater Haushalte im Lebensmittelhandel inklusive Discount in Deutschland, die die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag des Deutschen Weininstituts erfasst hat. Nicht berücksichtigt sind dabei Einkäufe bei Winzern, Genossenschaften und im Fachhandel sowie der Außer-Haus-Konsum.

Mit freundlichen Grüßen aus Mainz

Eberhard Abele

Käuferhaushalte

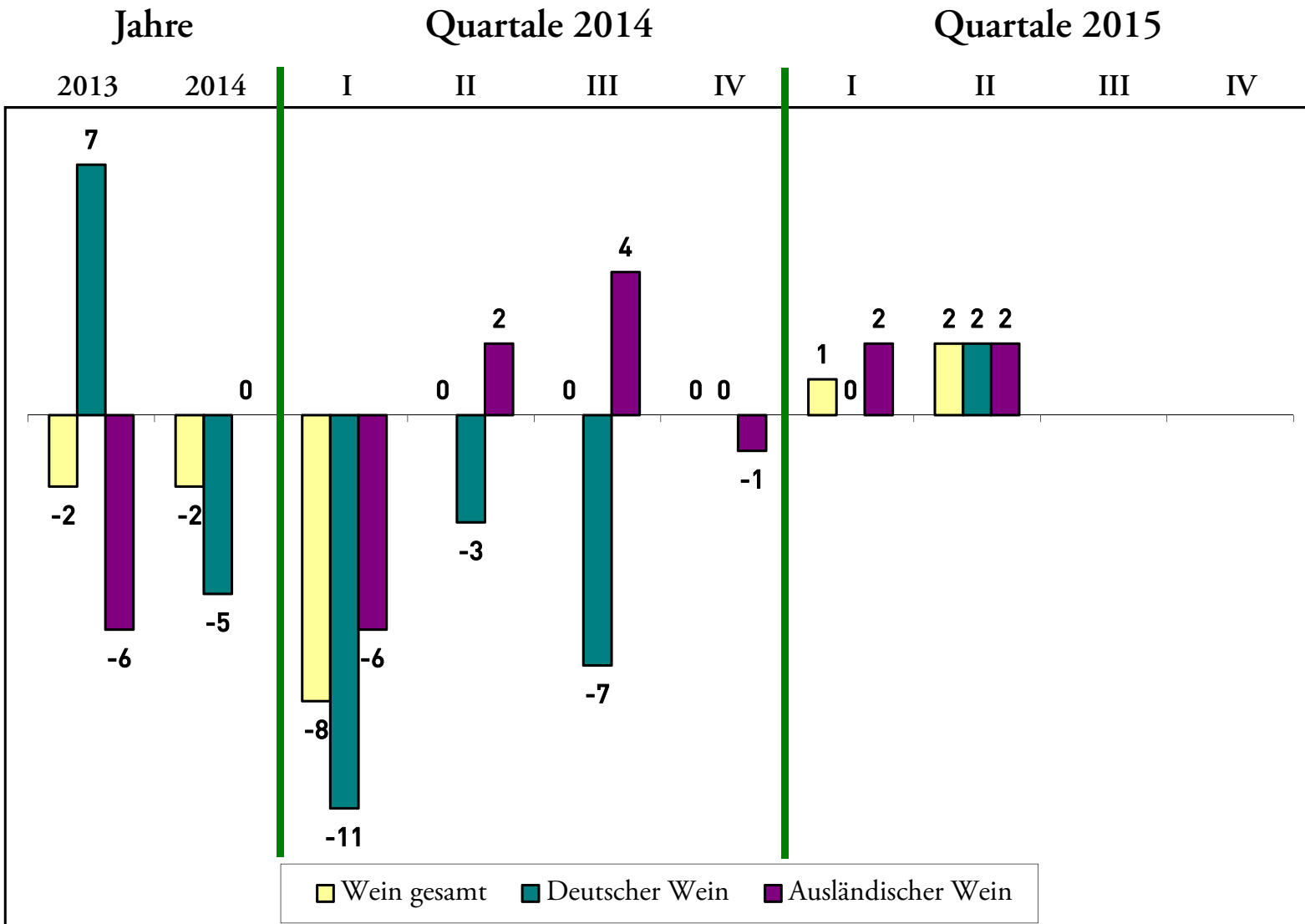
Anteile der Wein kaufenden Haushalte und Veränderungen gegenüber den Vorjahresquartalen (jeweils in %)



Die Käuferreichweite für Wein lag mit 34 Prozent im zweiten Quartal auf Vorjahresniveau, wobei die Zahl der Haushalte, die deutsche Weine kauften geringfügig zunahm, die Anzahl derer, die ausländische Weine kauften, dagegen leicht zurückging.

Einkaufsmengen

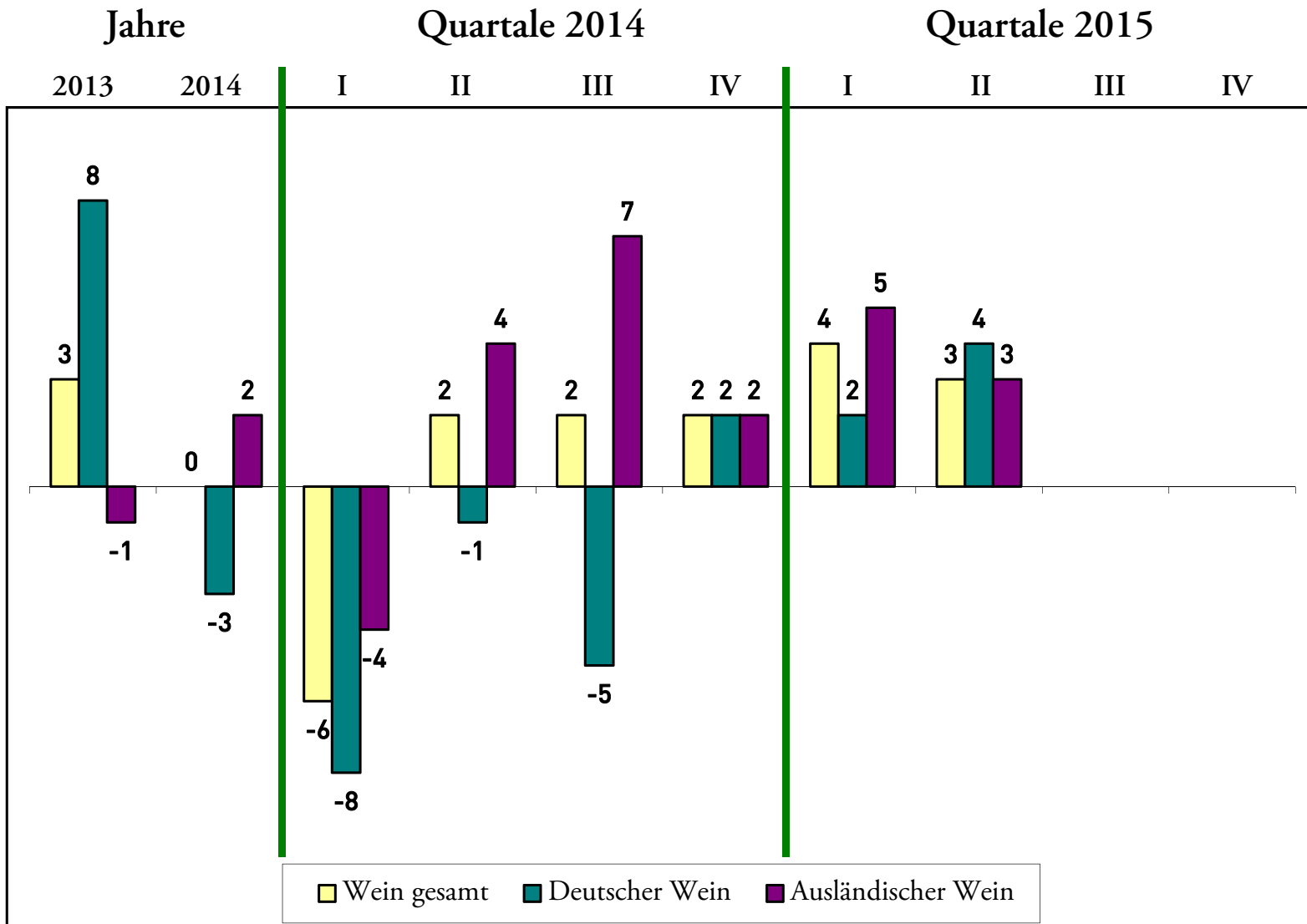
Veränderungen gegenüber
den Vorjahresquartalen (in %)



Recht erfreulich entwickelte sich im Handel der Weinabsatz im zweiten Quartal. Bei inländischen wie ausländischen Herkünften stieg die eingekaufte Menge um zwei Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal.

Einkaufswerte

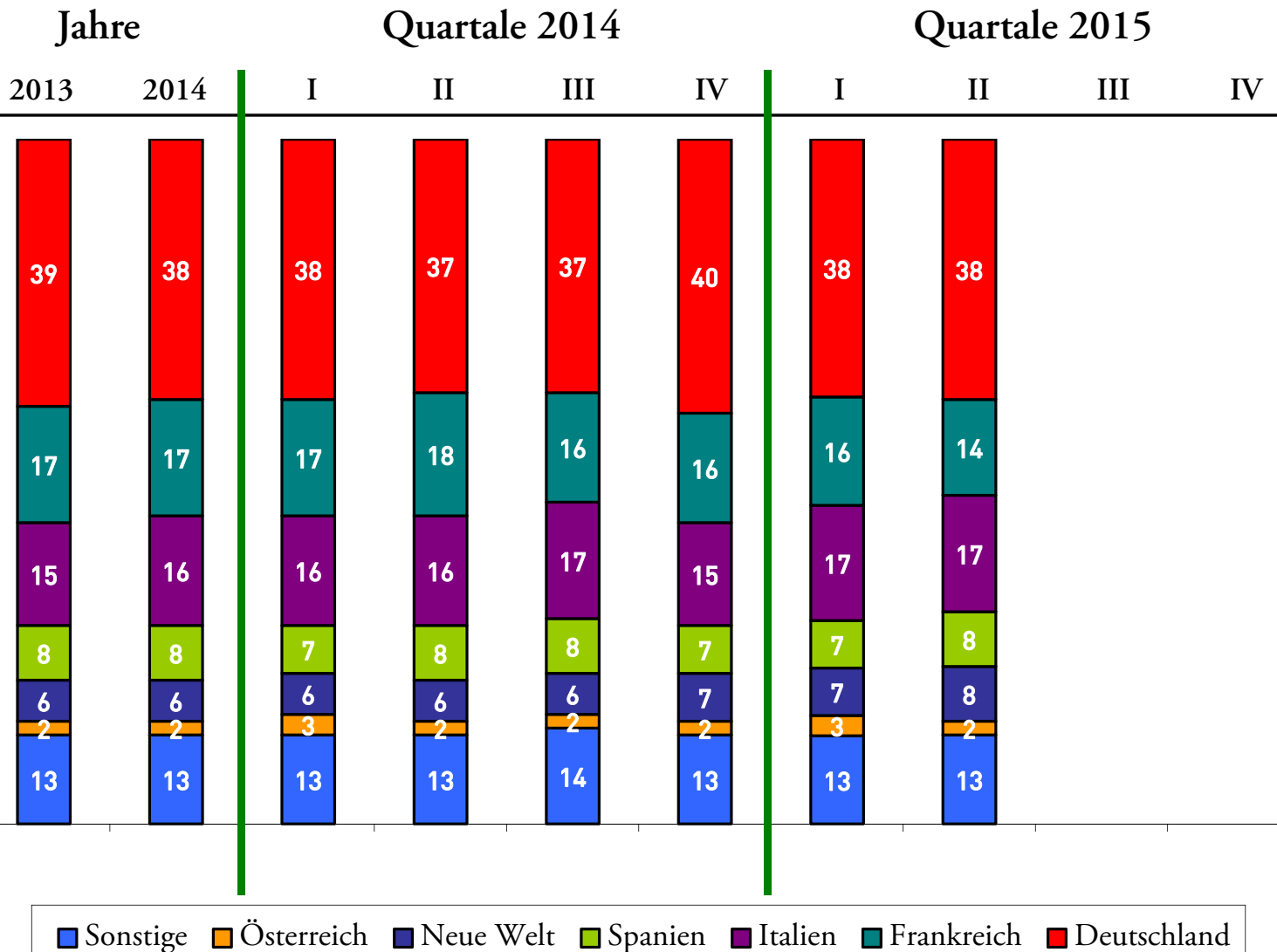
Veränderungen gegenüber
den Vorjahresquartalen (in %)



Die seit dem vierten Quartal 2014 positive Entwicklung bei den Einkaufswerten setzte sich auch im zweiten Quartal dieses Jahres fort. Mit deutschen Weinen wurden vier Prozent mehr umgesetzt als im Vorjahresquartal, mit ausländischen Weinen drei Prozent.

Marktanteile nach Ländern

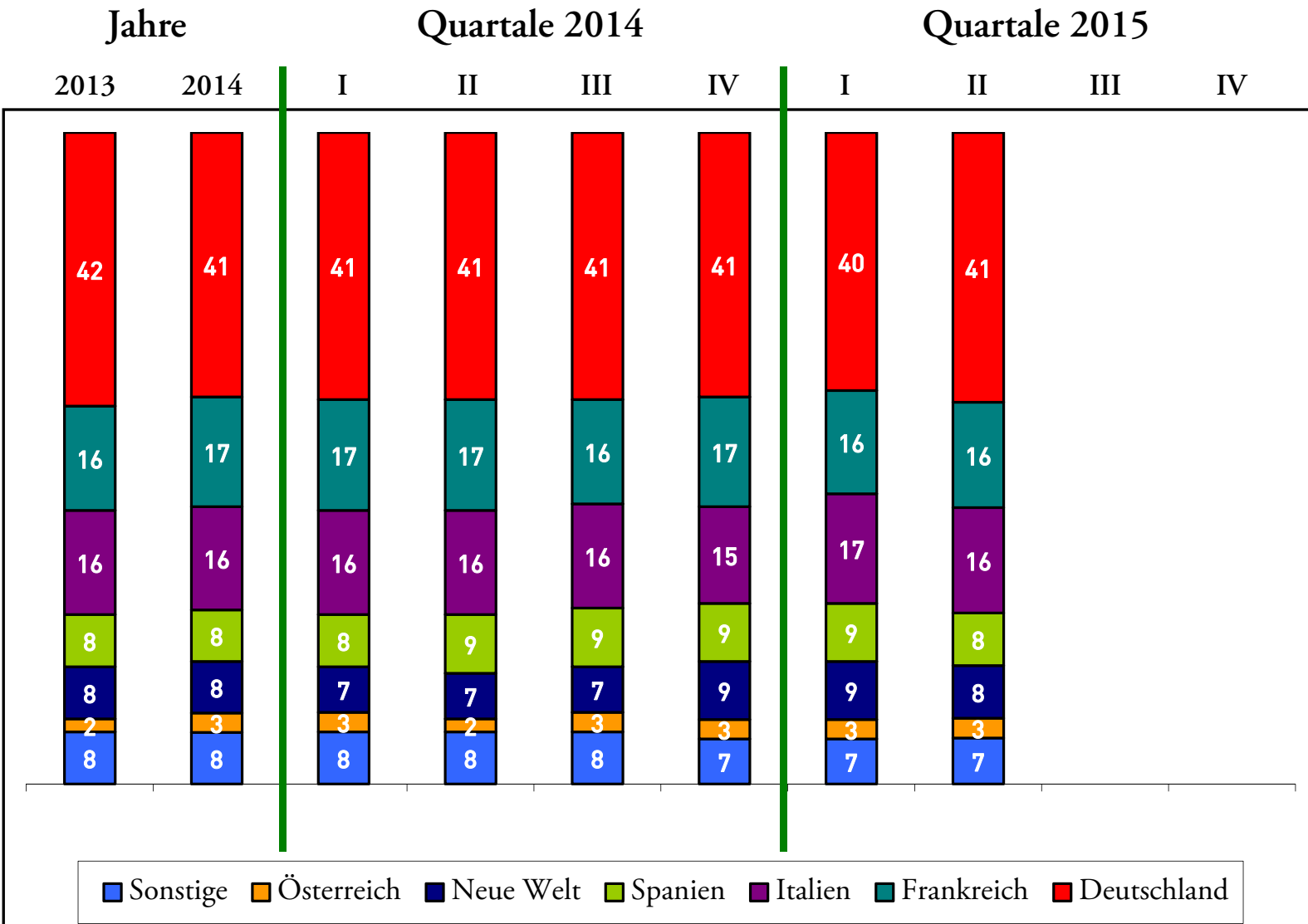
Mengenanteile (in %)



Die heimischen Weine konnten ihren Marktanteil im LEH leicht erhöhen und auf 38 Prozent zulegen. Deutliche Verluste mussten die französischen Weine hinnehmen, deren Marktanteil nach 18 Prozent im zweiten Vorjahresquartal auf 14 Prozent sank. Die größten Gewinne konnten die Weine der Neuen Welt verbuchen, deren Anteil gegenüber dem Vorjahr um zwei Prozentpunkte auf acht Prozent stieg.

Marktanteile nach Ländern

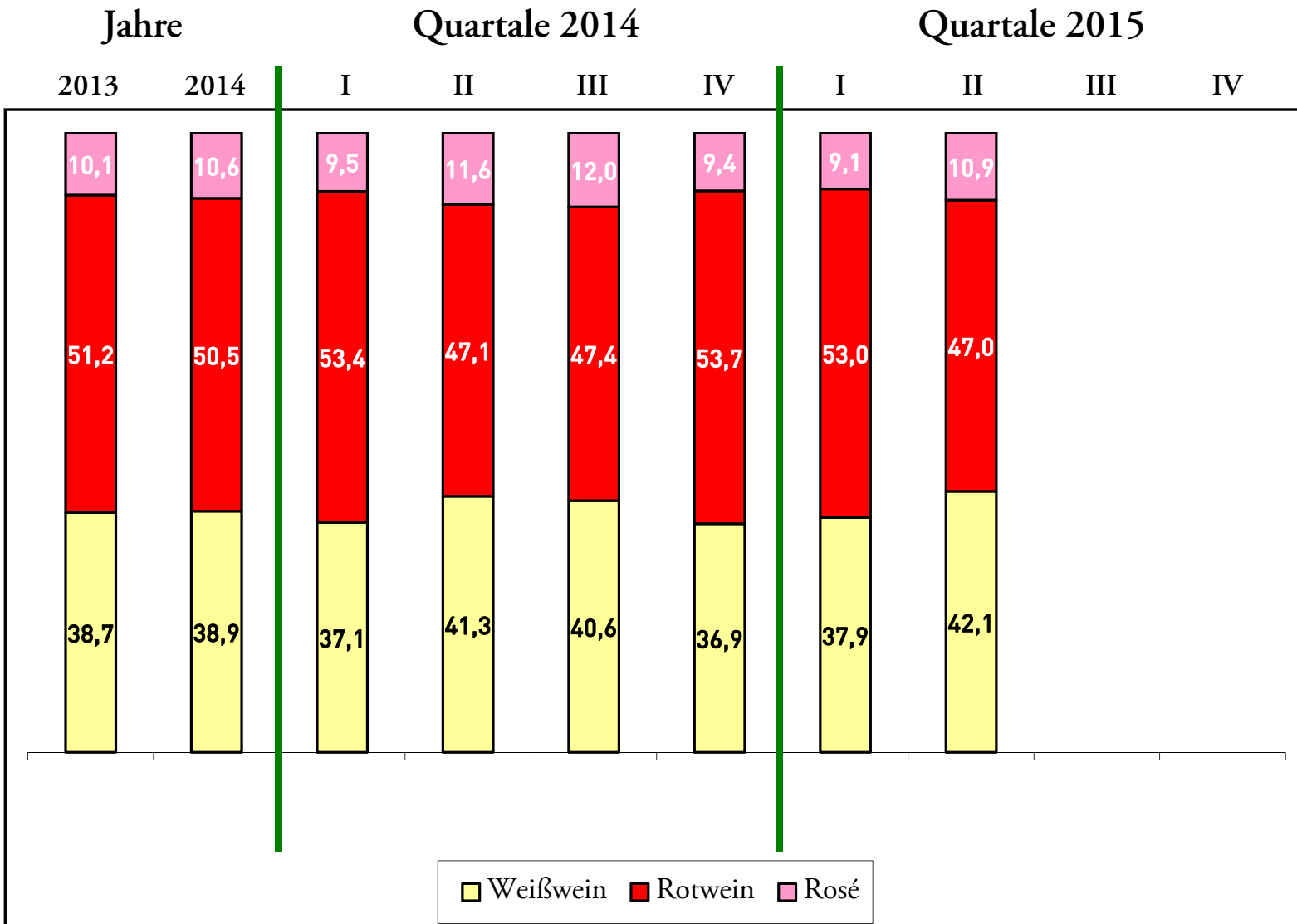
Wertanteile (in %)



Bei den wertmäßigen Marktanteilen sind weniger drastische Sprünge zu verzeichnen als bei den Mengenanteilen. Während deutsche Weine mit 41 Prozent stabil blieben, verloren Frankreich und Spanien jeweils einen Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahr, Österreich und die Neue Welt konnten dagegen je einen Prozentpunkt zulegen.

Weinarten (gesamt)

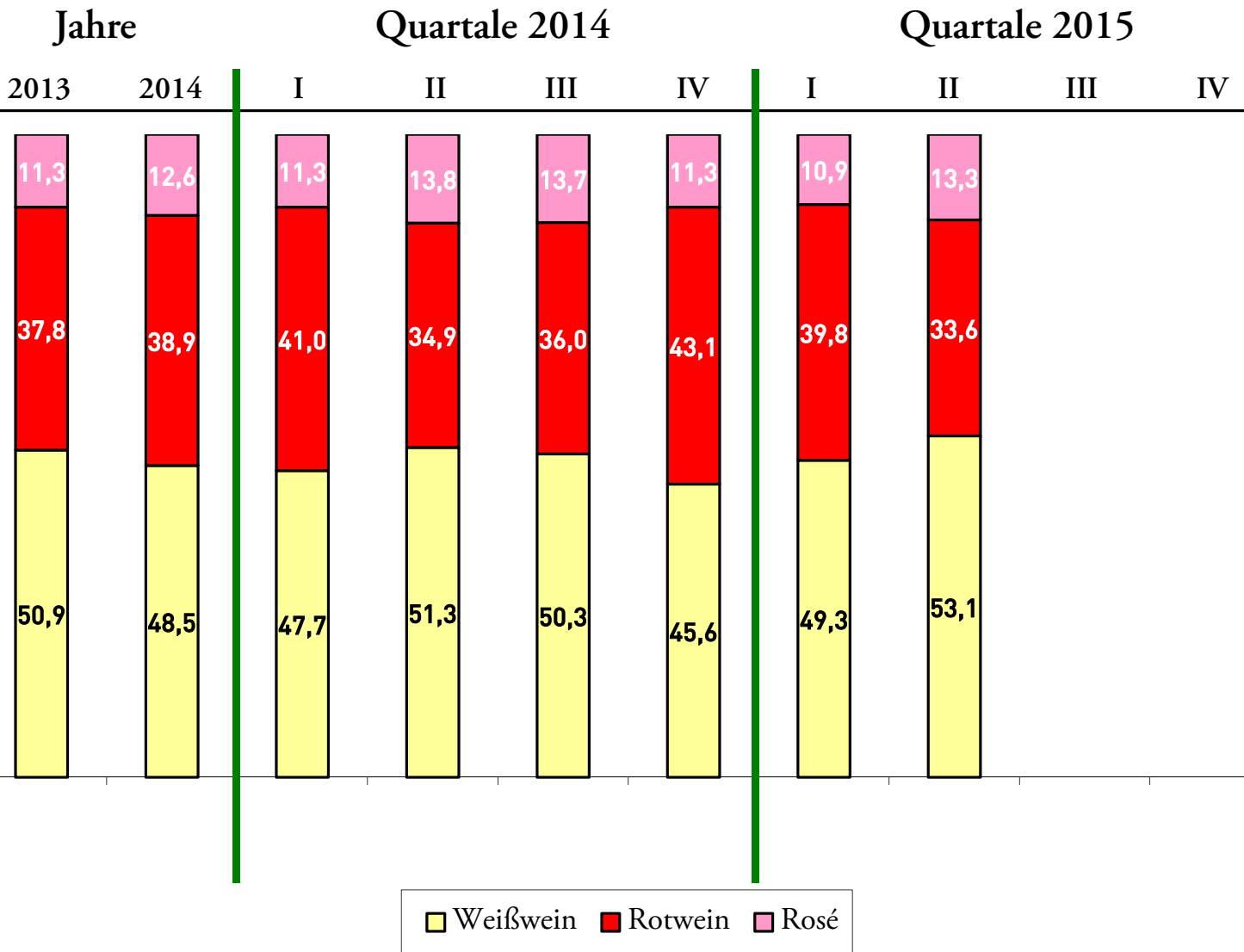
Mengenanteile (in %)



Der Rotweinanteil zeigt sich gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum fast unverändert, Weißweine konnten ihren Anteil zu Lasten der Roséweine um 0,8 Prozent erhöhen und lagen im zweiten Quartal bei 42,1 Prozent.

Weinarten (deutsch)

Mengenanteile (in %)



Bei den heimischen Weinen gewannen die weißen Sorten deutlich hinzu, ihr Anteil stieg auf 53,1 Prozent, dagegen ging der Anteil der Rotweine deutlich zurück, er lag im zweiten Quartal bei 33,6 Prozent.