

## **Der Weinkonsum sinkt, deutsche Weine legen zu!**

Die Weine aus den deutschen Anbaugebieten haben im ersten Halbjahr 2008 entgegen dem Trend im gesamten Weinmarkt um 2,2 % im Umsatz und um 1,1 % im Absatz zugelegt. Dagegen gingen die von den privaten Haushalten in Deutschland insgesamt getätigten Weineinkäufe in diesem Zeitraum im Wert um 2,5 % und in der Menge um 4,5 % zurück. Bezogen auf die eingekaufte Weinmenge wuchs der Marktanteil Deutschlands von 46,3% im ersten Halbjahr 2007 auf 49,1% im ersten Halbjahr 2008.

Der LEH inklusive dem Discount hat seine Position im ersten Halbjahr gefestigt. Er sorgt für 73 % des Weinabsatzes und somit für 2 % mehr als im Vorjahreszeitraum. Der Durchschnittspreis für alle im LEH und Discount eingekauften Weine lag im ersten Halbjahr mit 2,44 €/l, dies sind 11 Cent über dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Deutlich zugelegt hat besonders der Weinabsatz in der Preisklasse zwischen 2,50 und 4,50 €/l. Mit 38% des Weinumsatzes kommt sowohl dem Direktbezug beim Winzer, als auch dem Einkauf im Fachhandel (bezogen auf die Wertschöpfung) eine entscheidende Bedeutung zu.

### **Und der Weinimport?**

Im Zeitraum Juni 2007 bis Mai 2008 wurden 14,26 Mill. hl Wein im Wert von 2,03 Mrd. € importiert. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ergibt sich daraus einen Mengenrückgang von 3 Prozent und ein Wertplus von 2,5 Prozent. Der Durchschnittswert der Importe kletterte damit um 8 € auf 142 €/hl. Größere Verschiebungen bei den Herkünften verzeichnen Italien und Spanien. Während die italienischen Importe um -11,4% einbrechen, kann Spanien 8,6 % mehr nach Deutschland exportieren. Bei der Wertentwicklung verhält es sich umgekehrt: Spanien verliert 2,1 %, Italien gewinnt 3,3 %. Vom rückläufigen Trend der Überseeländer können sich einzig Südafrika und Chile absetzen. Während Südafrika auch im Wert zulegen kann, erkaufte sich Chile die wachsenden Importe durch günstigere Preise (-8,7% Wertverlust).

### **Und was macht der Riesling in den USA?**

„US consumer love Riesling – despite confusion.“ In den USA steigen die Verkäufe von Riesling obwohl die amerikanischen Verbraucher etwas irritiert sind über die große Vielfalt der Riesling-Stilistik. Eine Umfrage unter 800 Personen der International Riesling Foundation (IRF) ergab, dass 28% der angebotenen Rieslingweine eine Vielzahl von Weinstilen beinhalten. Hingegen glaubten 48% der Befragten, dass Riesling ein lieblicher Wein ist. Nur 8% der US-Konsumenten trinken Weine der Rebsorte Riesling und 22% Chardonnay 1-mal pro Woche. Bei 56% der US-Befragten war der Begriff Riesling nicht bekannt.

Um den Bekanntheitsgrad von Rieslingweinen zu steigern, versucht nun die IRF über Verkostungsreihen Rieslingstile in unterschiedliche Geschmacksrichtungen zu definieren, ähnlich wie trocken, medium trocken, medium lieblich, lieblich. Diese Einteilung dient einerseits dem Winzer dazu entsprechende Stilrichtungen auszuarbeiten und vereinfacht die Kommunikation zu den US-Konsumenten – so die IRF.