

Mafo-News 1/2026

Einkäufe privater Haushalte
in Deutschland



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de

Mafo-News 1/2026

Einkäufe privater Haushalte
in Deutschland

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

heute erhalten Sie den ersten Mafo-Newsletter des Jahres 2026. In dieser Ausgabe finden Sie Daten zur Entwicklung des Weinmarktes im vierten Quartal 2025 und im Gesamtjahr 2025. Die Daten stammen aus dem Haushaltspanel von NielsenIQ, das die Einkäufe privater Haushalte erfasst. Nicht enthalten ist – wie üblich - der Außer-Haus Konsum, zu dem es leider keine Erhebungen gibt.

Mit freundlichen Grüßen

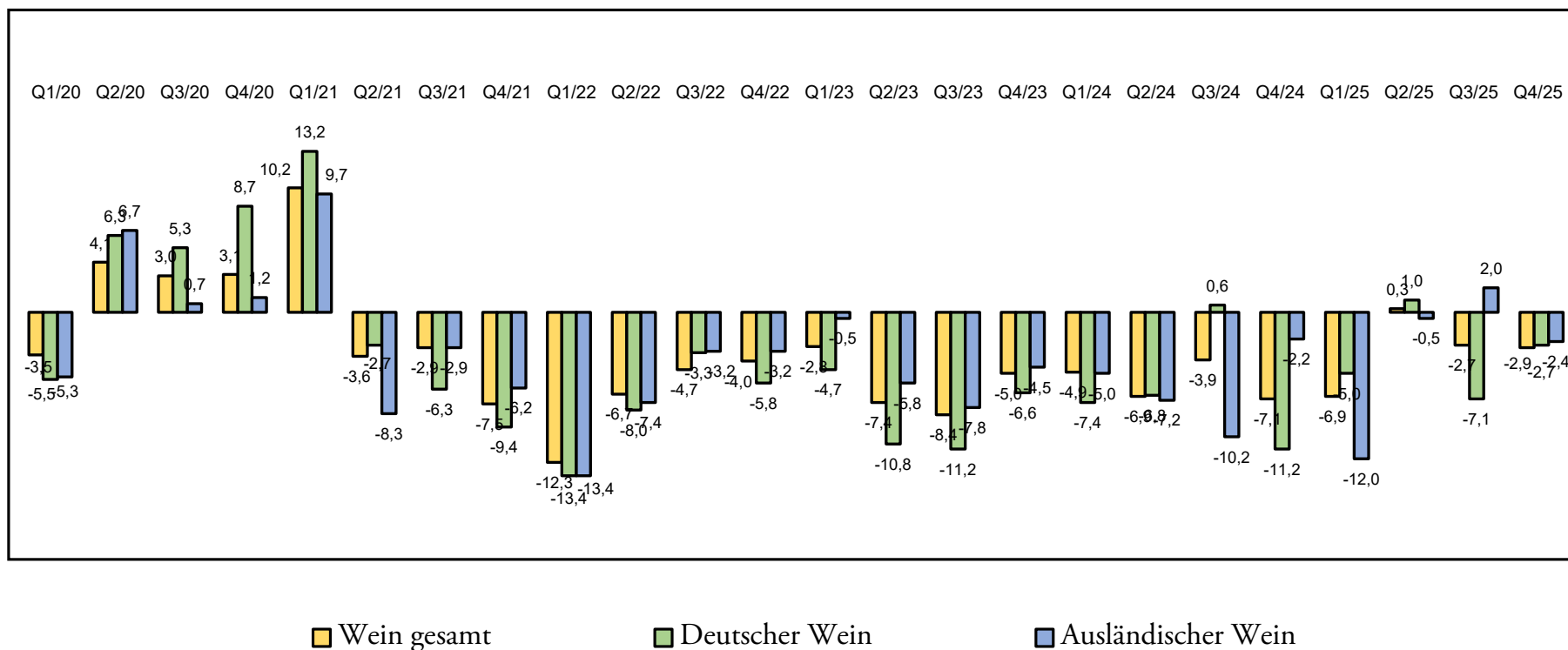


Eberhard Abele



Käuferreichweite

Veränderung jeweils gegenüber den Vorjahresquartalen
2020 bis 2025 (in %)

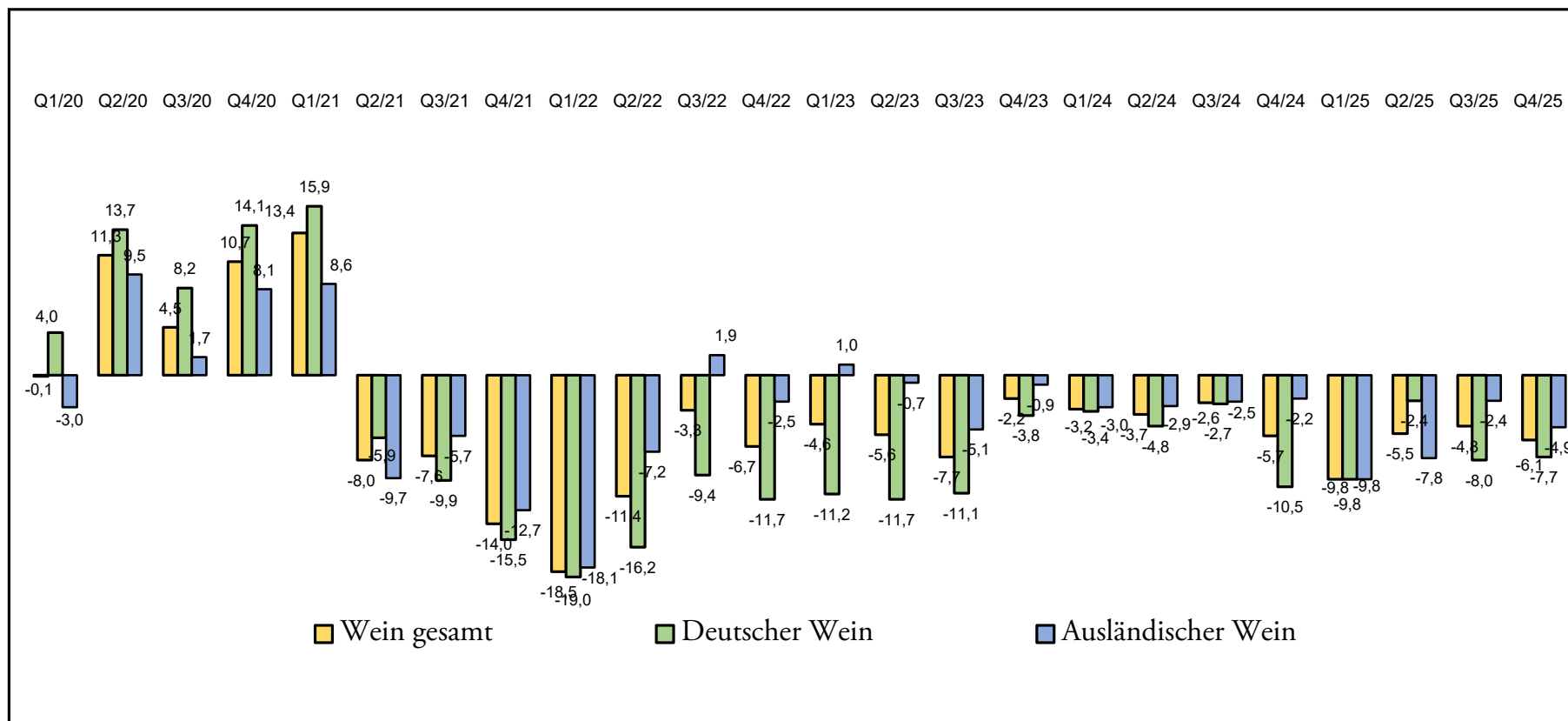


Ein wesentlicher Faktor für die weiterhin schwierige Marktsituation ist die seit 2021 kontinuierlich zurück gehende Käuferreichweite. Nach einer kurzen Erholung im zweiten Quartal kauften in beiden letzten Quartalen wieder weniger Menschen Wein.



Einkaufsmengen (Absatz)

Veränderung jeweils gegenüber den Vorjahresquartalen
2020 bis 2025 (in %)

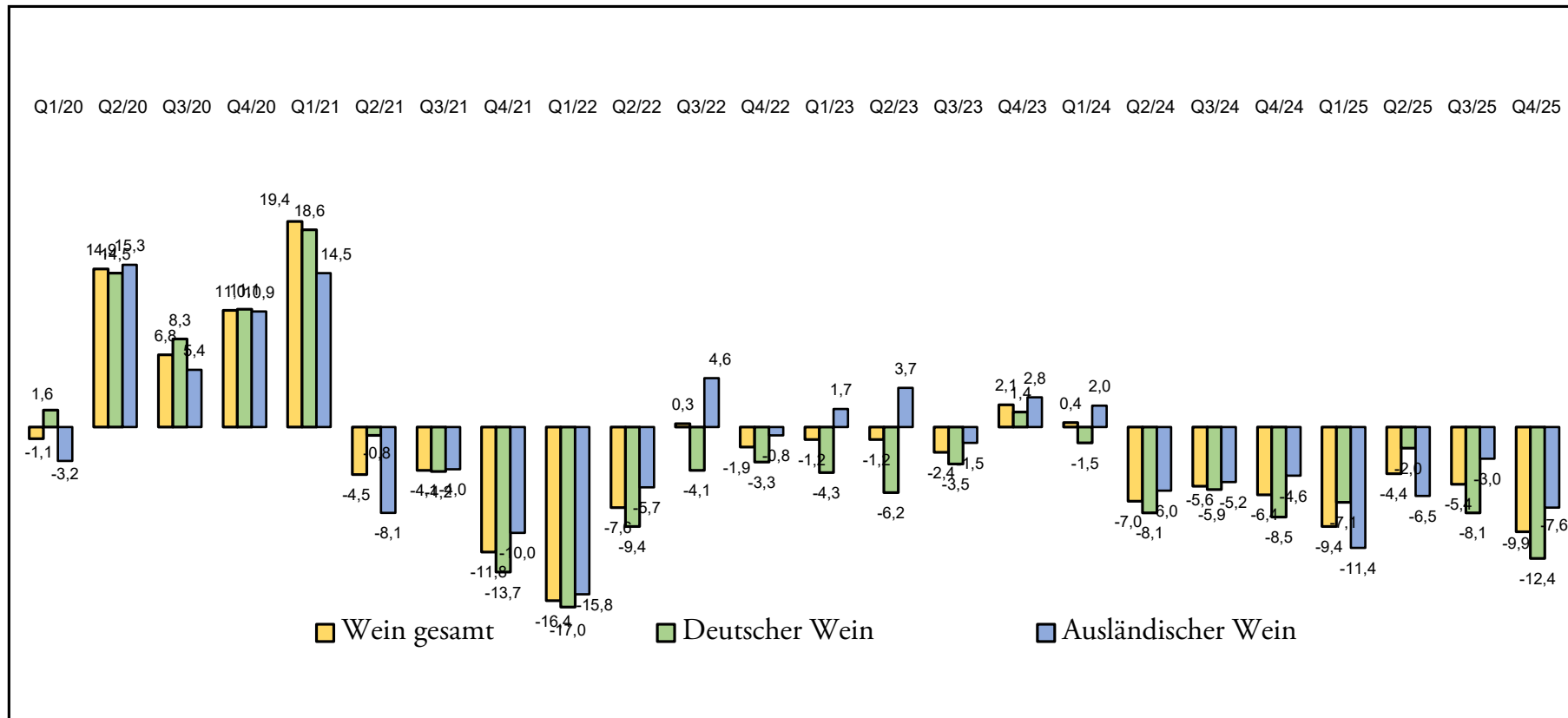


Der kontinuierliche Rückgang der Einkaufsmengen ist nicht nur auf die sinkende Käuferreichweite zurückzuführen – die Haushalte, die Wein einkauften, taten das seltener und bei geringeren Mengen je Einkauf.



Einkaufswerte (Umsatz)

Veränderung jeweils gegenüber den Vorjahresquartalen
2020 bis 2025 (in %)

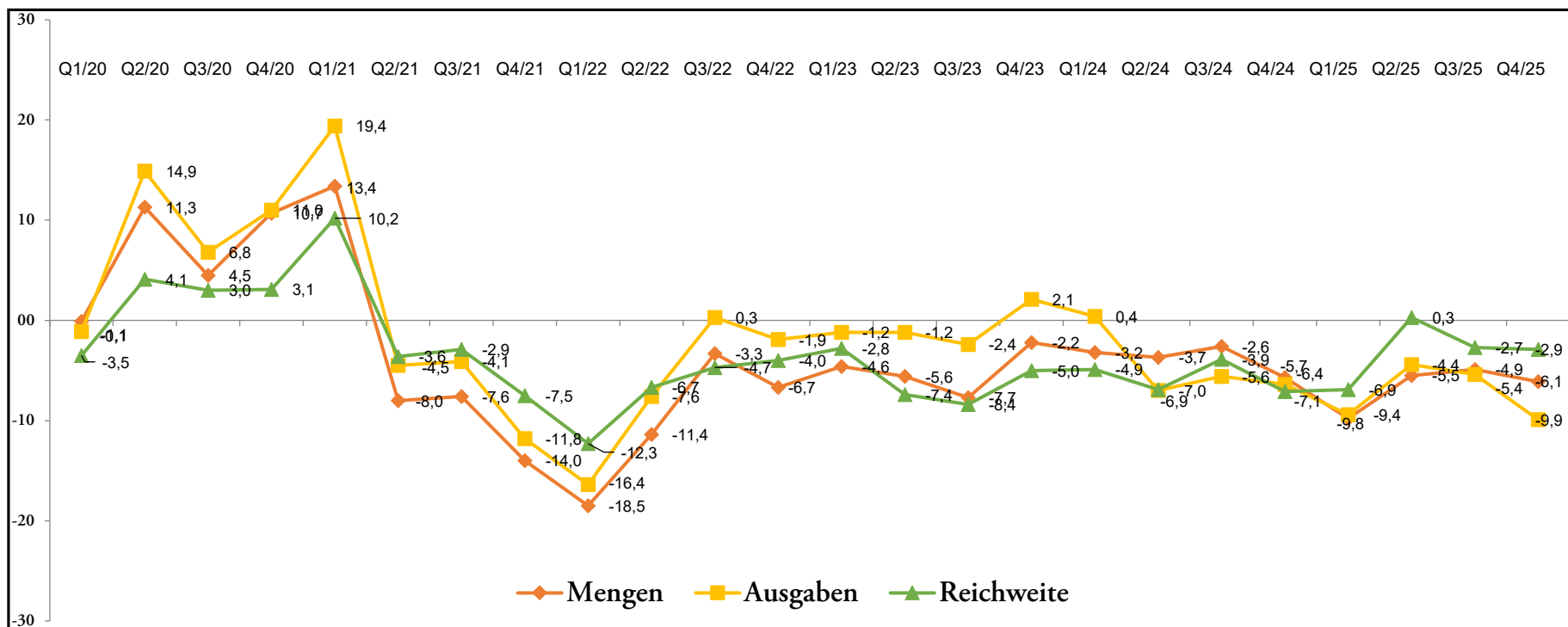


Auch der Umsatz mit Wein lag über alle vier Quartale im Minus, in den letzten beiden Quartalen mit überproportionalen Verlusten für deutsche Weine, die im vierten Quartal sogar zweistellig ausfielen.



Reichweite, Mengen, Ausgaben

Veränderung jeweils gegenüber den Vorjahresquartalen
2020 bis 2025 (in %)



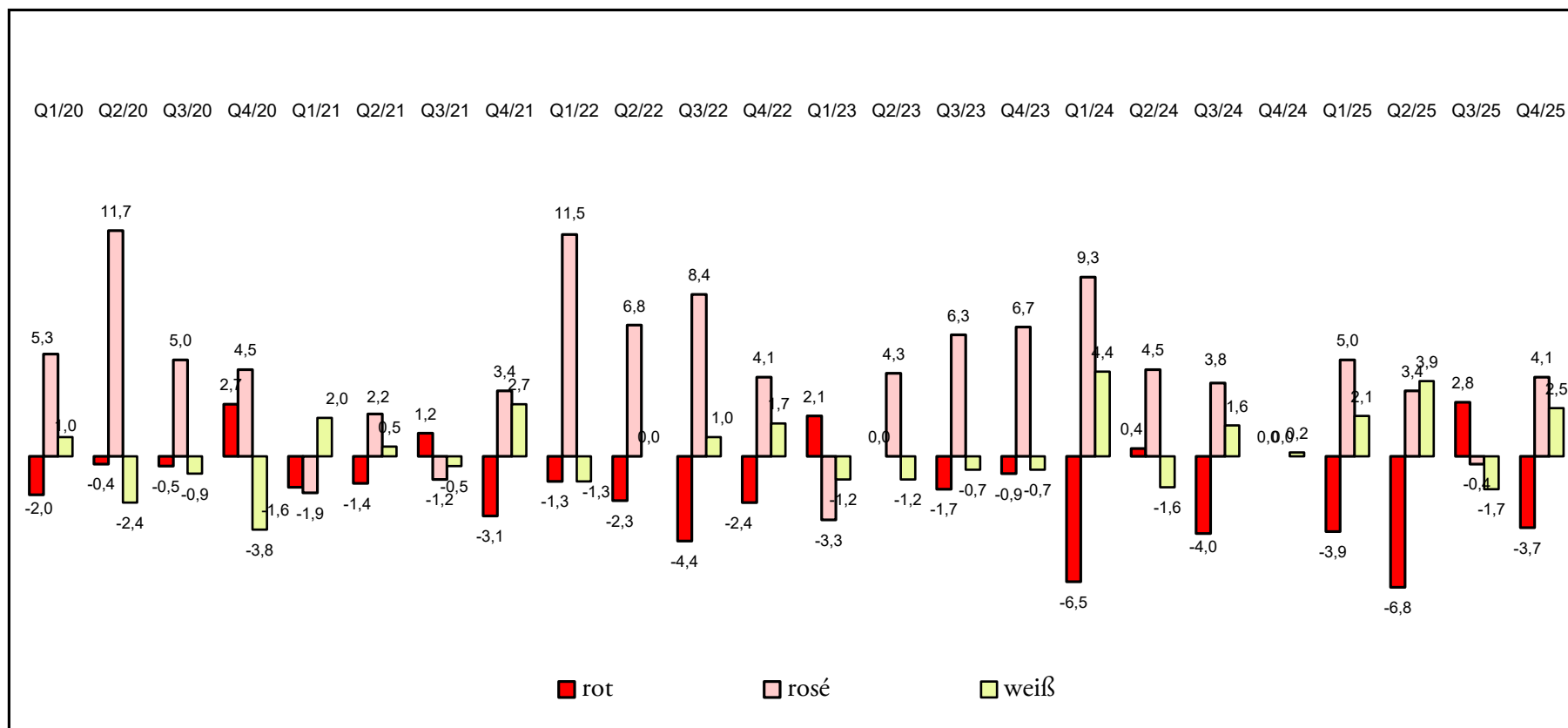
Die zusammenfassende Darstellung von Käuferreichweite, Absatzmengen und Ausgaben für Wein zeigt die hohe Korrelation dieser Merkmale über die letzten sechs Jahre.



Weinarten (Mengenanteile) Wein gesamt

Veränderung jeweils gegenüber den Vorjahresquartalen

2020 bis 2025 (in %)

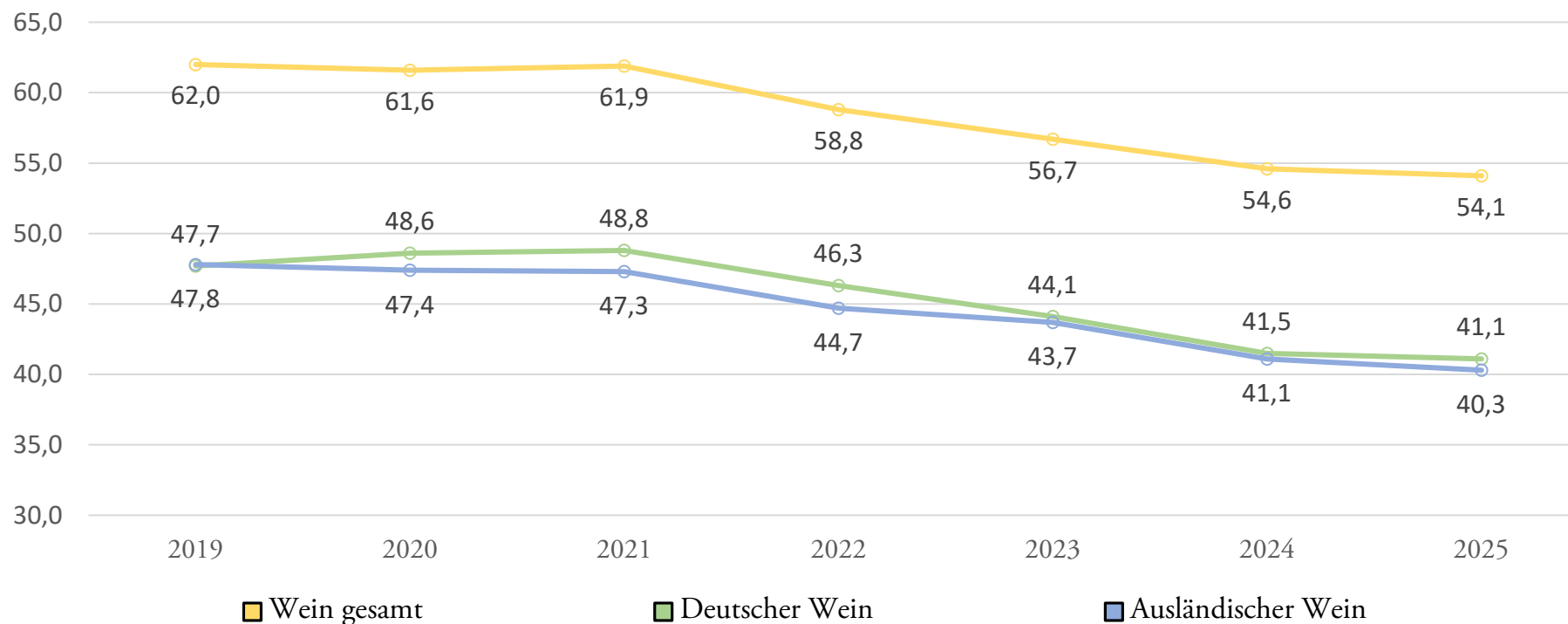


Nach einem kurzen Ausreißer nach oben im dritten Quartal ging die Nachfrage nach Rotwein weiter zurück. Im Gesamtjahr 2025 lag deren Anteil noch bei 37,1 %, dagegen konnten die Roséweine ihren Aufwärtstrend weiter fortsetzen und ihren Anteil 2025 auf 14,0 % steigern.



Käuferreichweite

Anteil der Wein kaufenden Haushalte 2019 bis 2025 (in %)

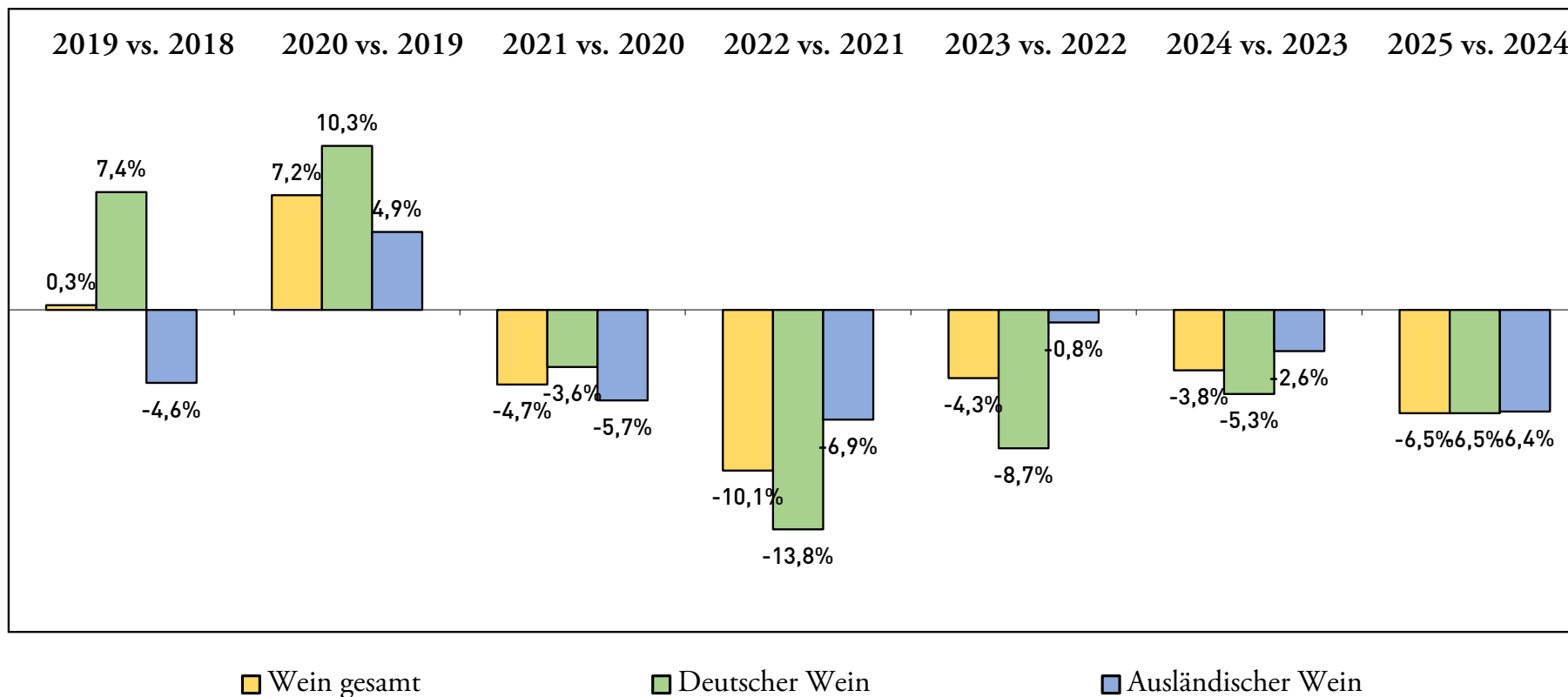


Die Käuferbasis für Wein hat sich im Vergleich zu den starken Rückgängen in den Jahren zuvor etwas stabilisiert. Die Rückgänge sind insbesondere darauf zurückzuführen, dass die Anzahl älterer Einpersonenhaushalte, die Wein gekauft haben, weiter abgenommen hat.



Einkaufsmengen

Veränderungen 2019 bis 2025 jeweils gegenüber dem Vorjahr (in %)

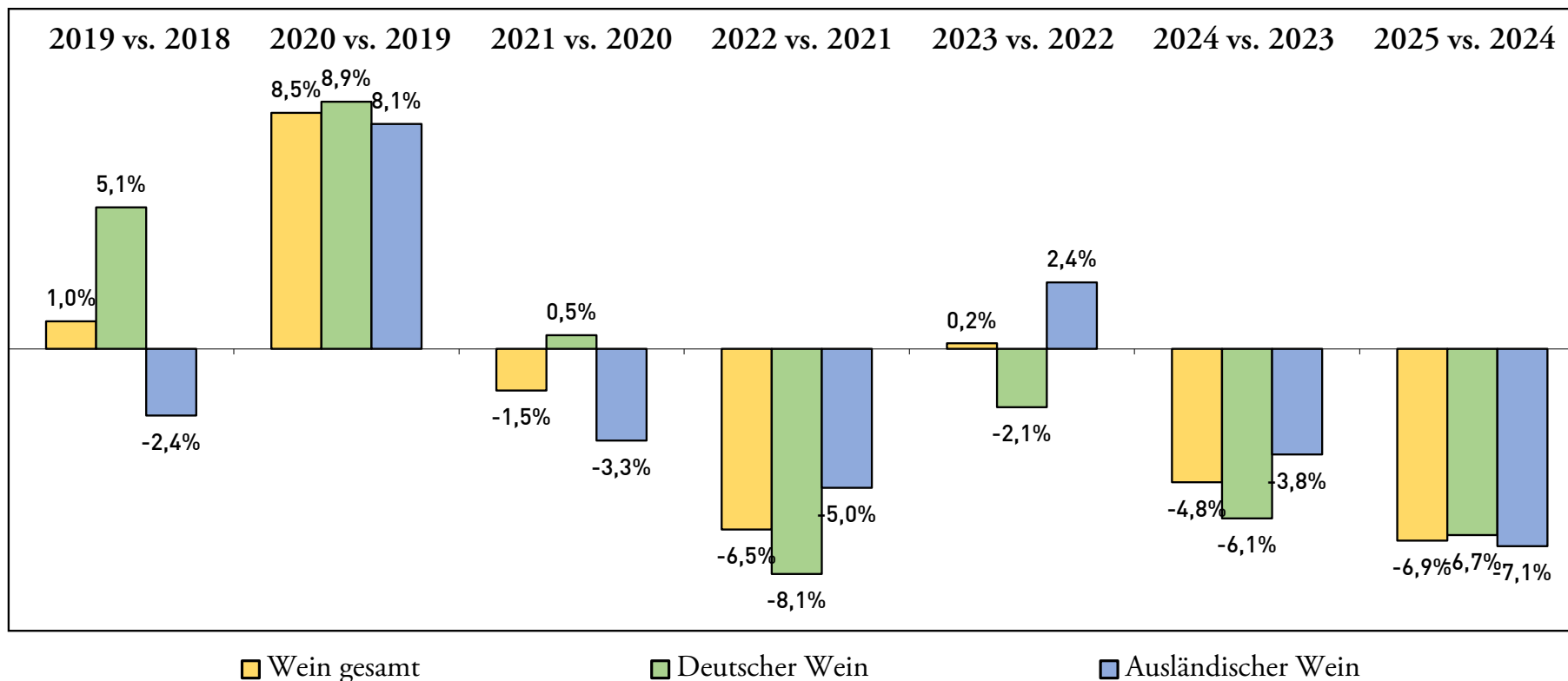


Obwohl sich die Käuferbasis stabilisiert hat, ist der Mengenrückgang stärker als in den Vorjahren. Die Verluste deutscher Weine sind im Wesentlichen darin begründet, dass die Haushalte seltener und weniger gekauft haben. Auch bei ausländischen Weinen ist der geringere Durchschnittskonsum ein wesentlicher Faktor, zudem wurden aber noch mehr Käuferhaushalte verloren als bei deutschen Weinen.



Einkaufswerte

Veränderungen 2019 bis 2025 jeweils gegenüber dem Vorjahr (in %)

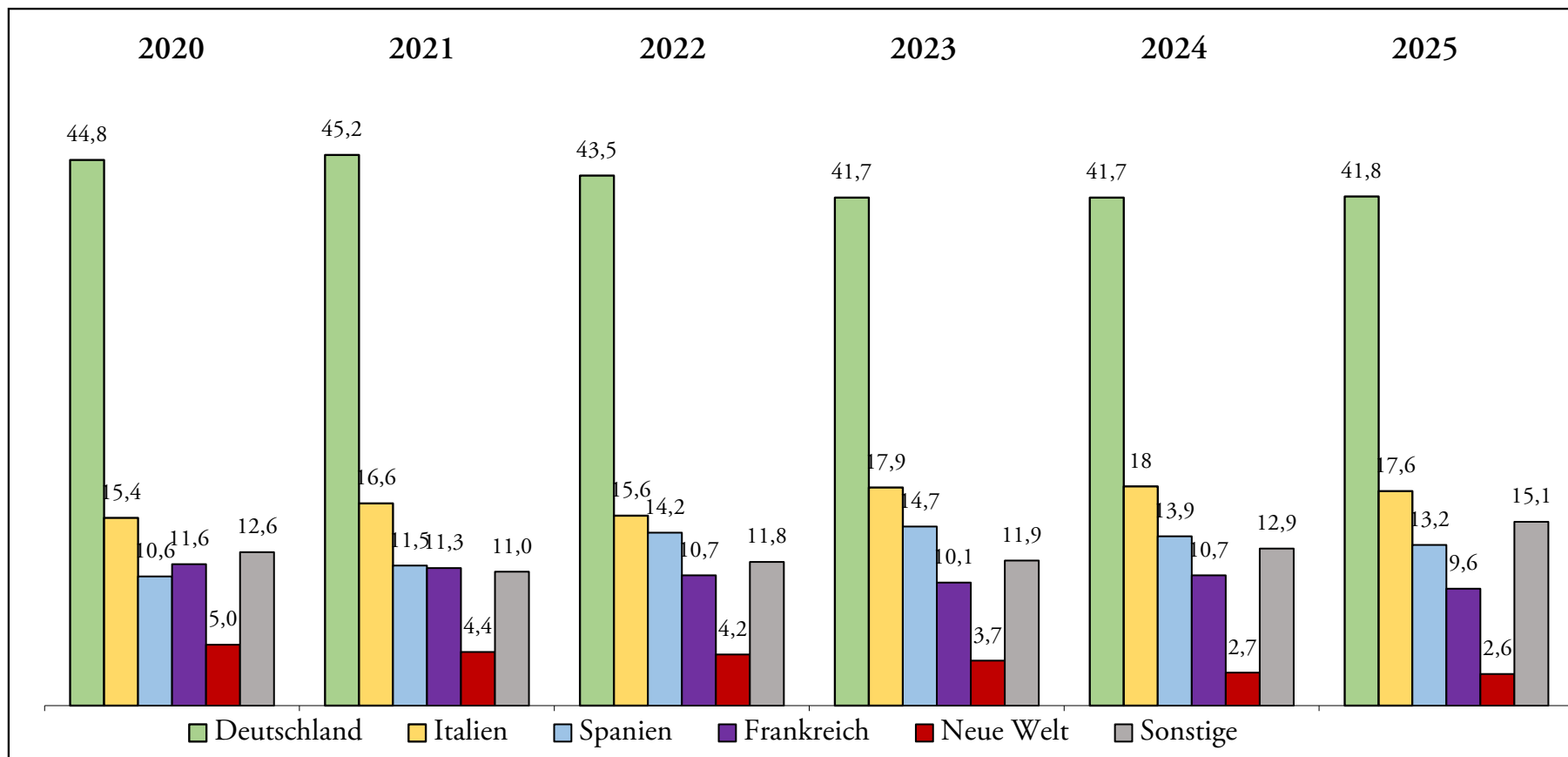


Aufgrund leicht gesunkener Durchschnittspreise für Wein sind die Ausgaben im Vergleich zum Vorjahr noch etwas stärker zurückgegangen als die eingekauften Mengen.



Marktanteile (Absatz) nach Ländern

Mengenanteile 2020 bis 2025 (in %)*



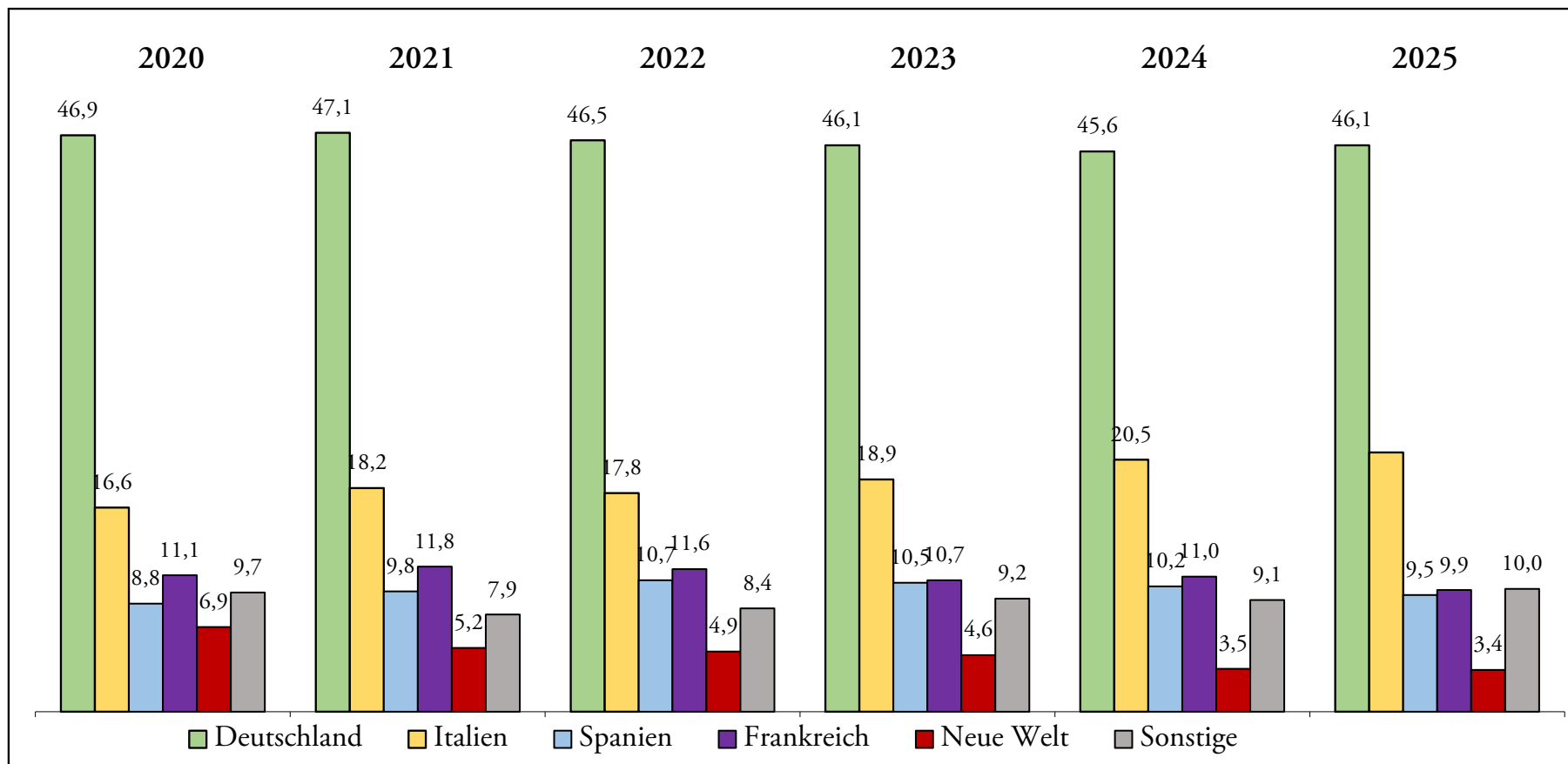
Der Marktanteil deutscher Weine bewegte sich auf dem Niveau der beiden Vorjahre. Der starke Anstieg der „Sonstigen“ ist im Wesentlichen auf die gestiegene Nachfrage nach preiswerten (süd-)osteuropäischen Weinen zurückzuführen. Bemerkenswert ist auch der Anteil der Weine der „Neuen Welt“, der sich binnen fünf Jahren halbiert hat.

*Die Zahlen beziehen sich auf den Einkauf von Weinen mit EAN-Code. Damit sind die (meisten) Direkteinkäufe bei Winzern nicht erfasst. Inklusive dieser Einkäufe lag der Anteil deutscher Weine wie im Vorjahr bei 42,4 %.



Marktanteile (Umsatz) nach Ländern

Wertanteile 2020 bis 2025 (in %)*



Bezogen auf den Umsatz konnten deutsche Weine Marktanteile gewinnen, da der Durchschnittspreis nur 1 Cent unter dem des Vorjahres lag, ausländische Weine aber durchschnittlich 3 Cent günstiger waren.

*Die Zahlen beziehen sich auf den Einkauf von Weinen mit EAN-Code. Damit sind die (meisten) Direkteinkäufe bei Winzern nicht erfasst. Inklusive dieser Einkäufe lag der Anteil deutscher Weine bei 46,6 %.

