

Mafo-News 4/2021

Einkäufe privater Haushalte
in Deutschland



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

heute erhalten Sie den vierten Mafo-Newsletter des Jahres 2021, der über aktuelle Entwicklungen auf dem deutschen Weinmarkt im 2. Quartal 2021 und im 1. Halbjahr 2021 (ab Seite 8) berichtet.

Die Daten stammen, wie üblich, aus dem Haushaltspanel von Nielsen, das die Einkäufe privater Haushalte erfasst. Nicht enthalten ist der Außer-Haus Konsum, dazu gibt es leider (Corona-unabhängig) keine Erhebungen.

Mit freundlichen Grüßen



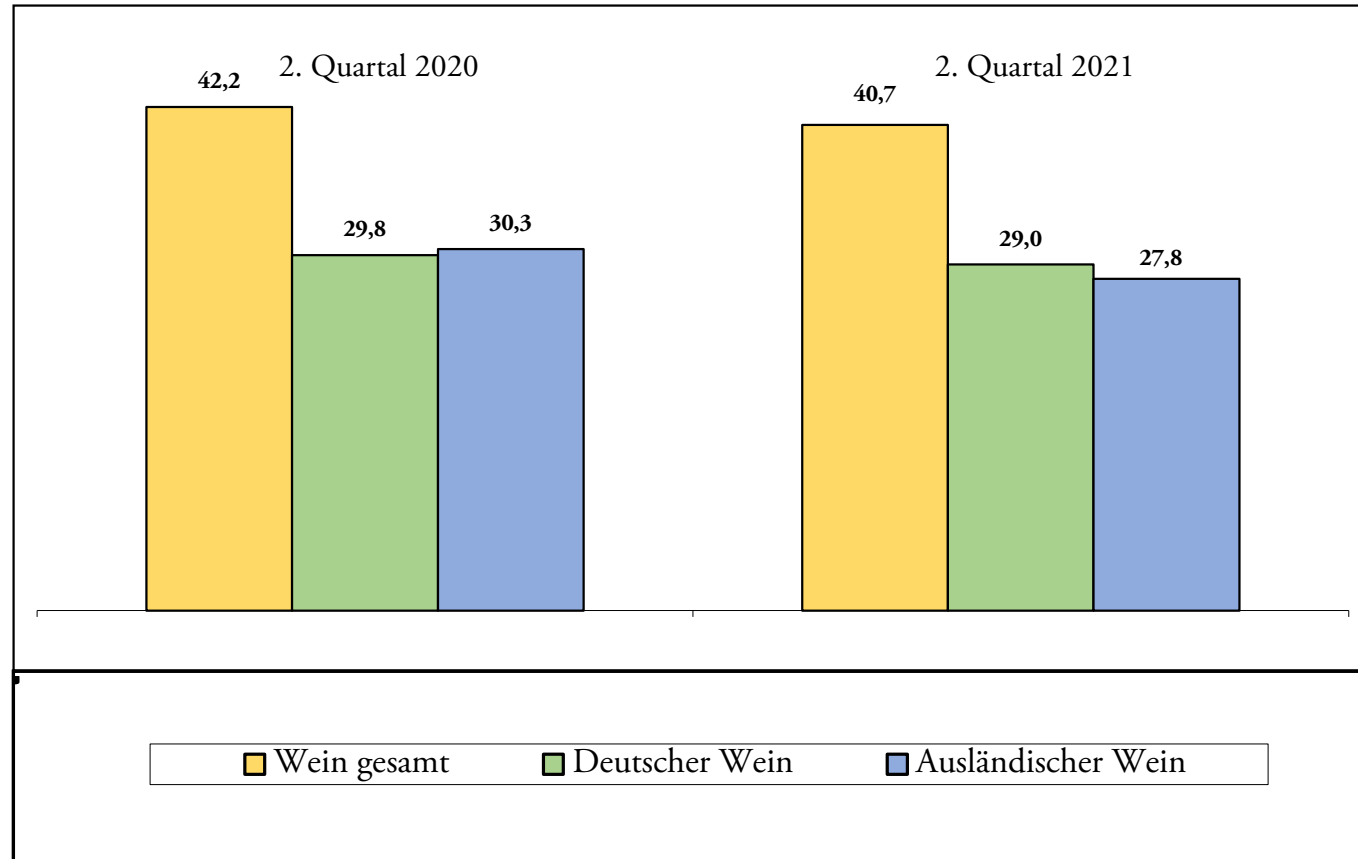
Monika Reule



Eberhard Abele

Käuferreichweite

Anteile der Wein kaufenden Haushalte (in %)

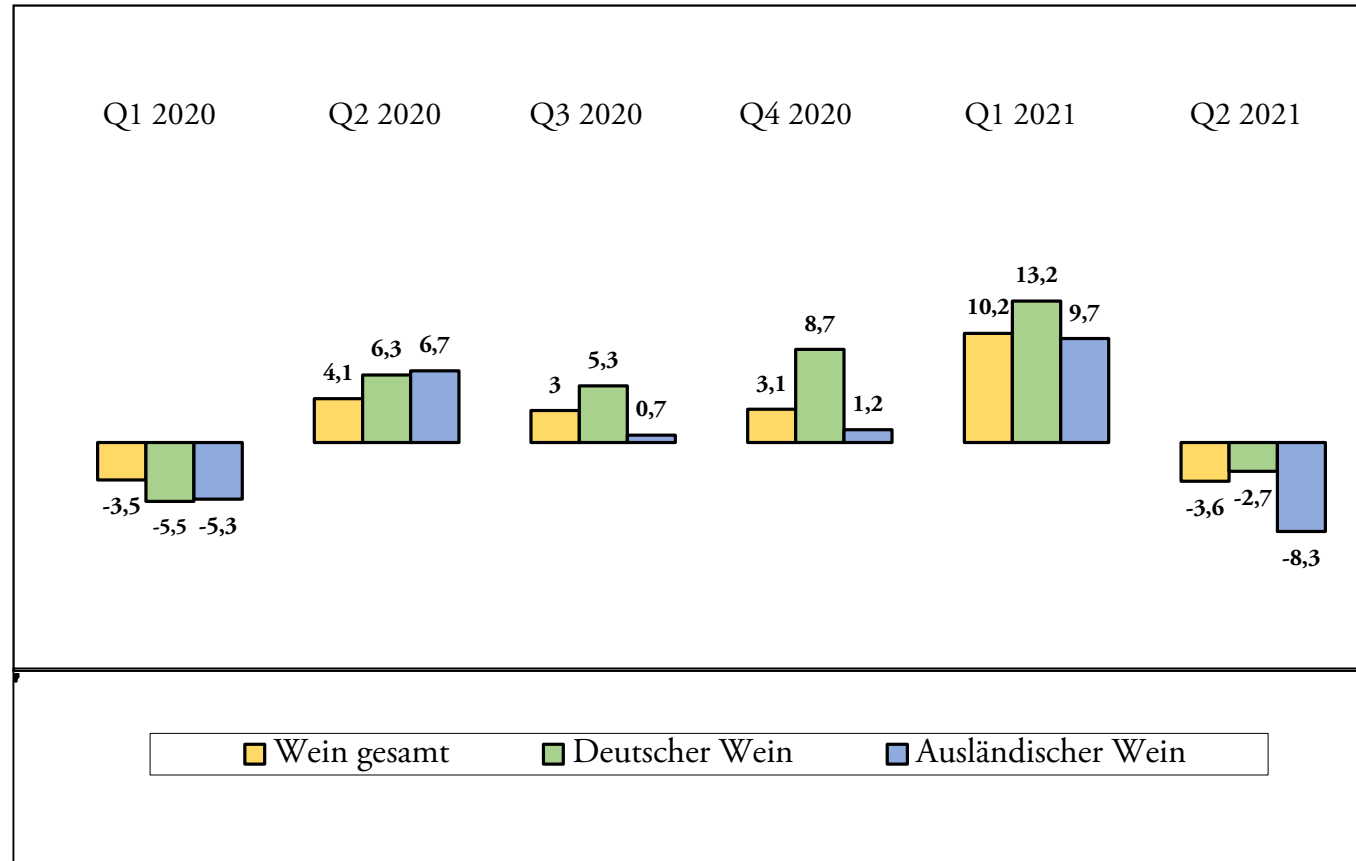


Die Anzahl der Wein kaufenden Haushalte ist im Vergleich zum 2. Quartal des Vorjahres gesunken, wobei deutsche Weine weniger von dem Rückgang betroffen waren als ausländische Weine. Zu beachten ist dabei, dass die Käuferreichweite im Vorjahr aufgrund der ersten Corona-Welle sehr stark angestiegen war und nun wieder auf einem „normalen“ Niveau liegt – mit insgesamt höheren Käuferanteilen als im 2. Quartal 2019 und deutlichen Vorteilen für deutsche Weine.

Quelle: Nielsen Homescan Panel, im Auftrag des Deutschen Weininstituts

Käuferreichweite

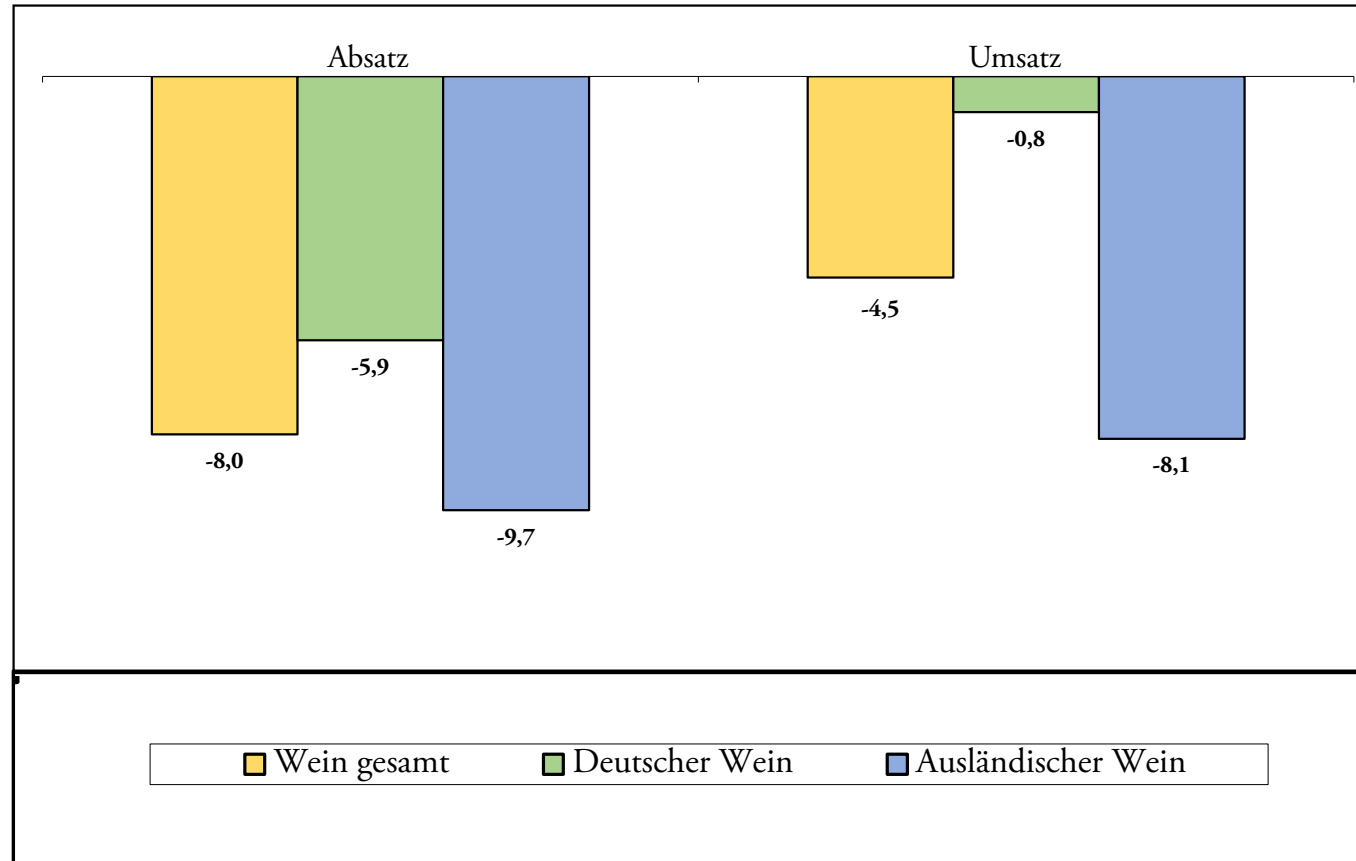
Veränderungen gegenüber den Vorjahreszeiträumen (jeweils in %)



Nach vier Quartalen zunehmender Käuferreichweiten nahm die Anzahl der Weinkäufer erstmals seit dem 1. Quartal 2020 wieder ab. Erfreulicherweise ging die Zahl der Käufer deutscher Weine nur um 2,7% zurück, während bei ausländischen Weinen ein deutlicher Rückgang von 8,3% zu verzeichnen war.

Einkaufsmengen und -werte

Veränderungen im 2. Quartal 2021 gegenüber dem Vorjahresquartal (in %)

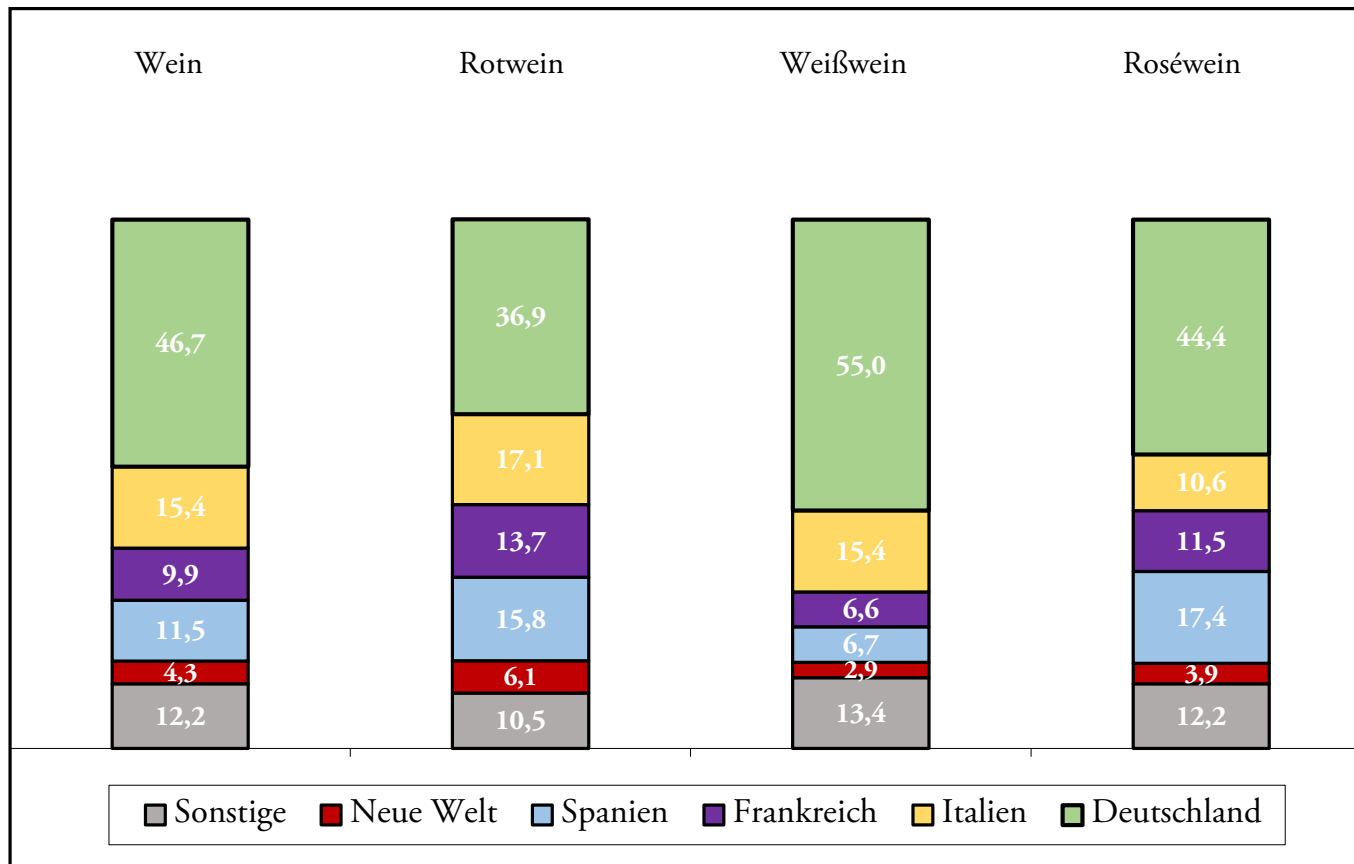


Das 2. Quartal 2021 entwickelte sich im Vergleich zum Vorjahr rückläufig, mengenmäßig ging der Markt um 8,0% und wertmäßig um 4,5% zurück. Gründe sind eine sinkende Anzahl an Käufern, eine niedrigere Einkaufsfrequenz und Wiederkaufsrate sowie kleinere Mengen pro Einkaufsakt. Die Durchschnittspreise für Wein sind im Vergleich zum Vorjahr um 3,1% gestiegen (von 3,58 € auf 3,69 € je Liter).

Quelle: Nielsen Homescan Panel, im Auftrag des Deutschen Weininstituts

Marktanteile nach Weinarten und Ländern

Mengenanteile 2. Quartal 2021 (in %)

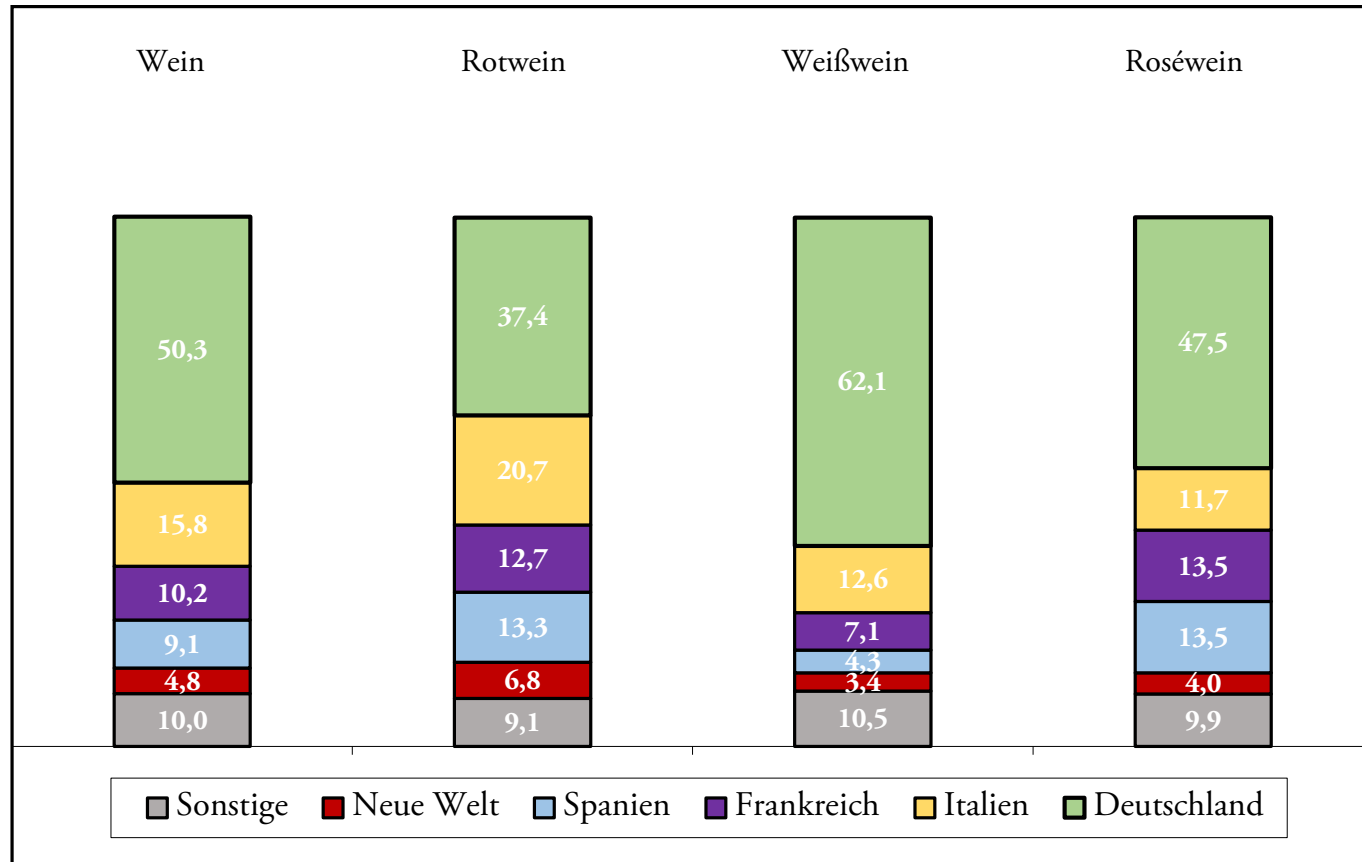


Deutsche Weine konnten den ausländischen Wettbewerbern weiter Marktanteile abnehmen und erreichten im 2. Quartal einen mengenmäßigen Anteil von 46,7%. Zuwächse konnten bei Rot- und Weißweinen erzielt werden, während der Anteil bei den Roséweinen zurück ging. Italienische Weine (Zuwächse bei weiß und rosé) und spanische Weine (Gewinne bei rot und rosé) konnten ihre Marktanteile ebenfalls steigern.

Quelle: Nielsen Homescan Panel, im Auftrag des Deutschen Weininstituts

Marktanteile nach Weinarten und Ländern

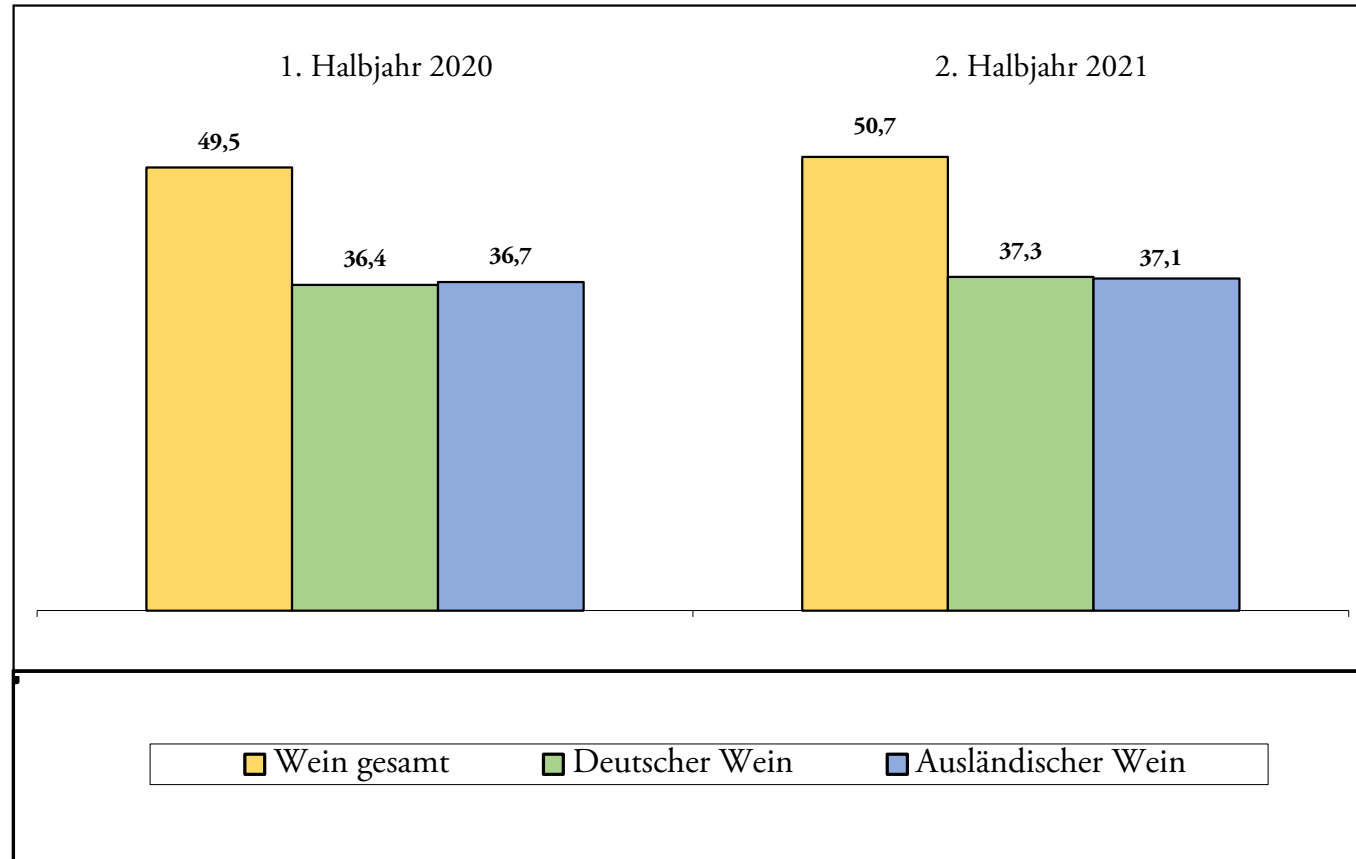
Wertanteile 2. Quartal 2021 (in %)



Bei den Umsatzanteilen konnten die heimischen Weine die 50%-Marke überspringen und den Vorsprung weiter ausbauen. Im Wesentlichen ist das auf die positive Entwicklung bei Weißwein zurück zu führen. Positiv war auch die Entwicklung der spanischen Weine, die bei Rotweinen und Roséweinen deutliche Umsatzsteigerungen erzielen konnten.

Käuferreichweite

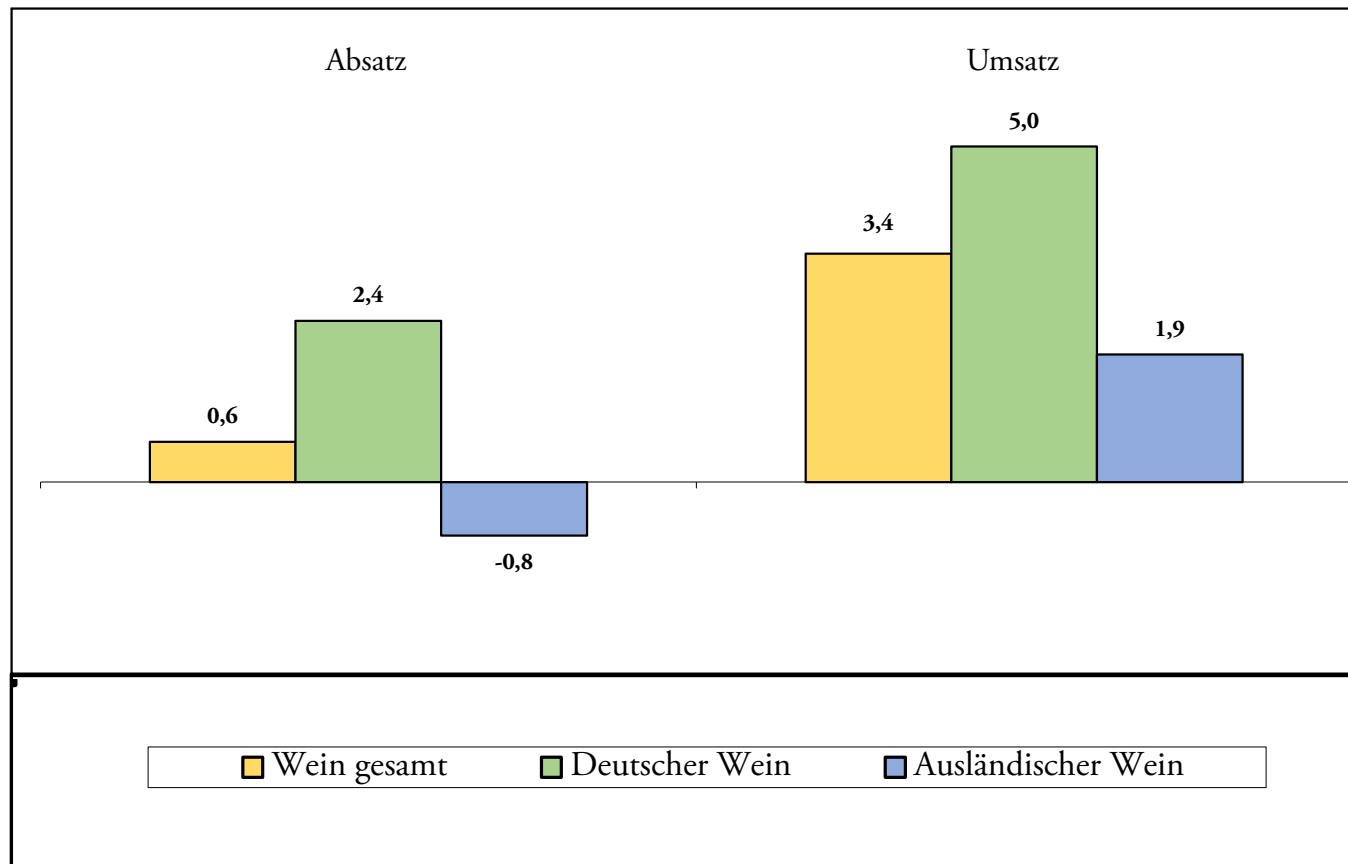
Anteile der Wein kaufenden Haushalte (in %)



Die Anzahl der Wein kaufenden Haushalte ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,2 Prozentpunkte auf über 50% gestiegen. Überdurchschnittlich wuchs dabei die Käuferreichweite für deutsche Weine, die im 1. Halbjahr auf über 37,3 Prozent anstieg und damit erstmals knapp über dem Anteil ausländische Weine kaufender Haushalte lag (37,1 Prozent).

Einkaufsmengen und -werte

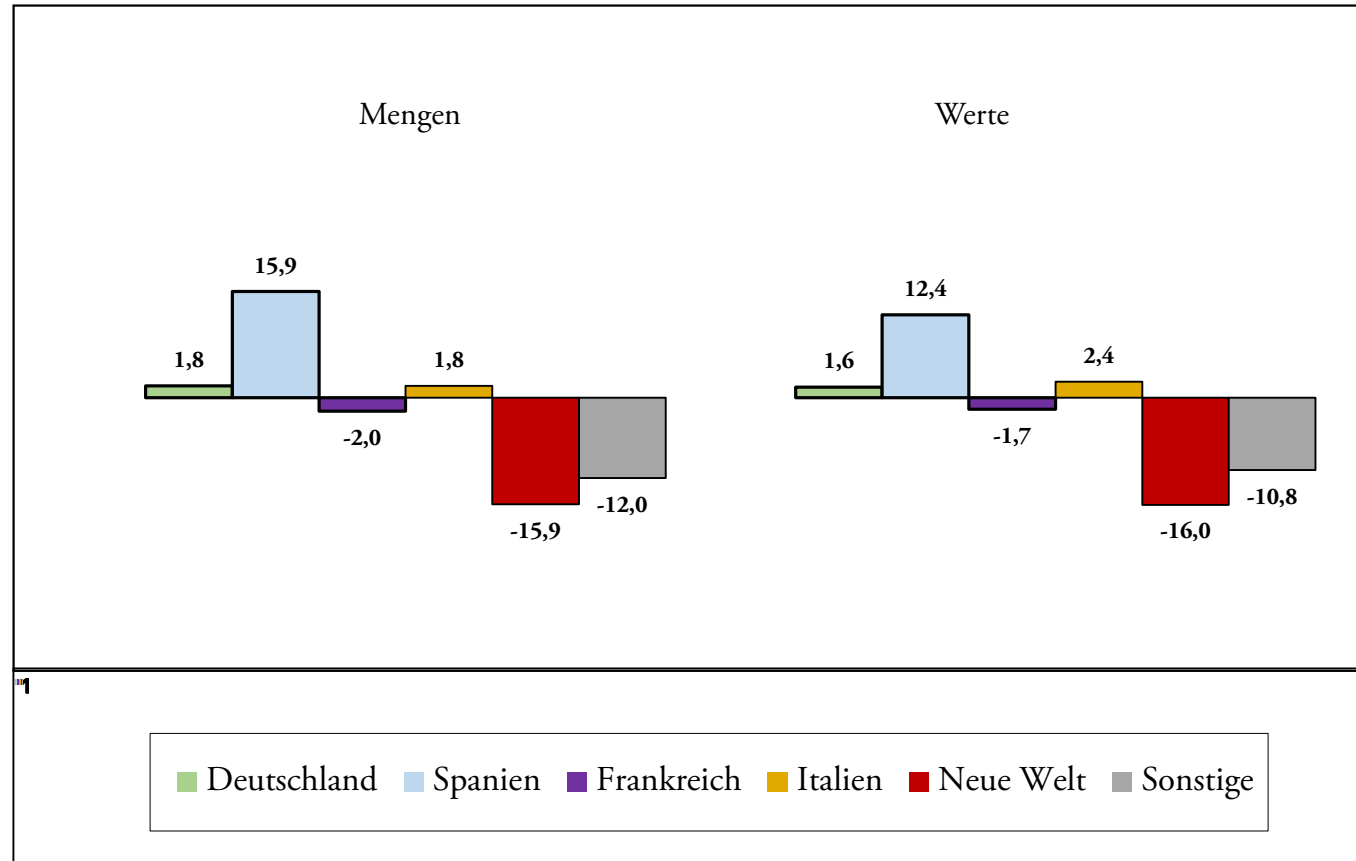
Veränderungen im 1. Halbjahr 2021 gegenüber dem Vorjahreszeitraum (in %)



Der Weinmarkt wuchs durch eine wachsende Zahl von Käufern sowie höhere Ausgaben pro Haushalt und pro Einkaufsakt. Höhere Durchschnittspreise beeinflussen den Markt positiv: Einem vergleichsweise keinen Anstieg der eingekauften Weinmenge steht eine deutliche Umsatzsteigerung gegenüber.

Marktanteile nach Ländern

Veränderungen der Mengen- und Wertanteile im 1. Halbjahr 2021 gegenüber dem 1. Halbjahr 2020 (jeweils in %)



Eine Betrachtung der Marktanteilsveränderungen zeigt Spanien als großen Gewinner – sowohl auf die Menge als auch auf den Wert bezogen. Marktanteile gewinnen konnten auch deutsche und italienische Weine, dagegen verloren französische Weine und – mit minus rund 16 Prozent - Weine aus Übersee.