

# Mafo-News 3/2021

Einkäufe privater Haushalte  
in Deutschland



Willkommen  
in besten Lagen.

[deutscheweine.de](http://deutscheweine.de)

# Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

heute erhalten Sie den dritten Mafo-Newsletter des Jahres 2021, der über aktuelle Entwicklungen auf dem deutschen Weinmarkt im 1. Quartal 2021 berichtet.

Die Daten stammen 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.

Die nächste Ausgabe des Newsletters wird sich dann mit den Daten für das 2. Quartal und das 1. Halbjahr 2021 beschäftigen.

Mit freundlichen Grüßen



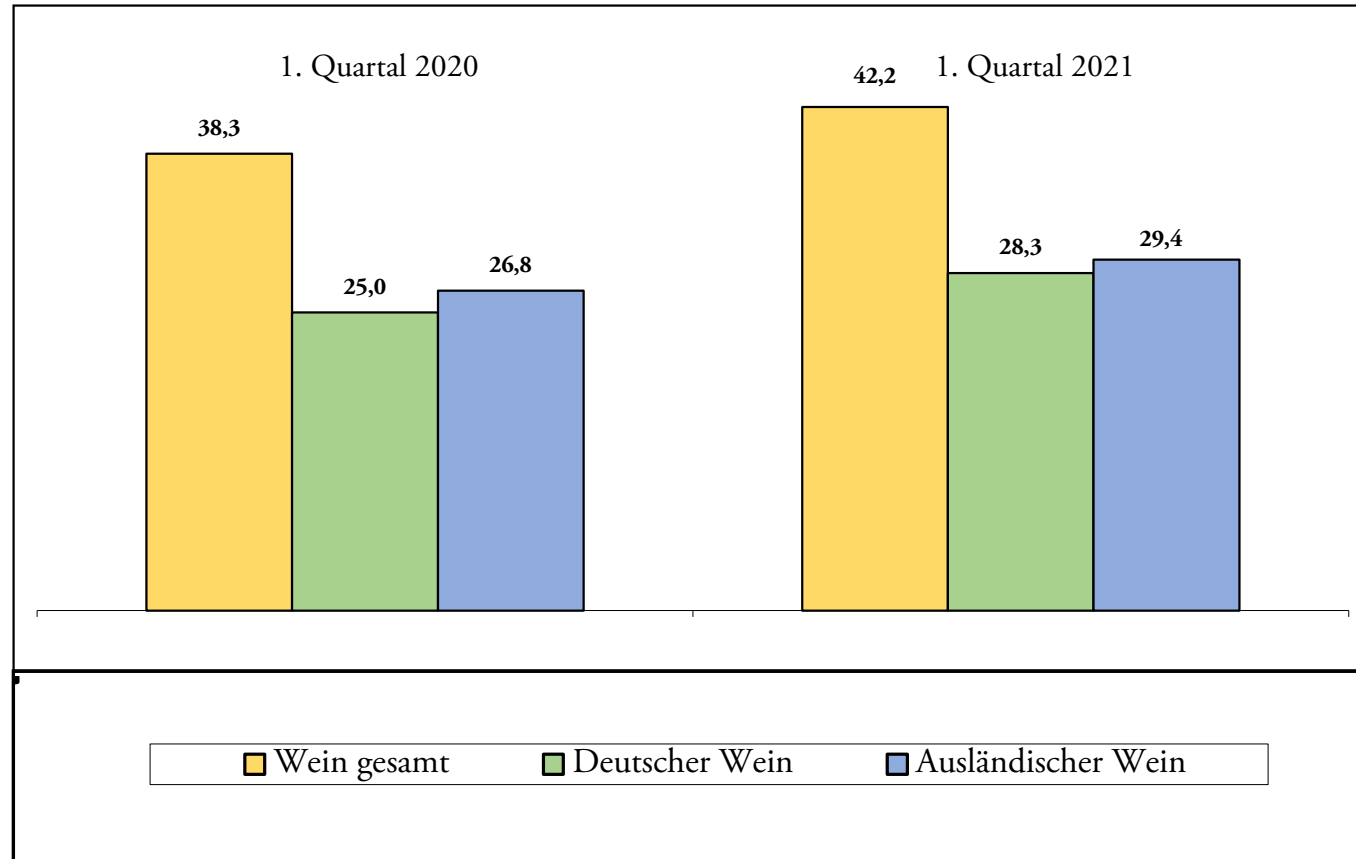
Monika Reule



Eberhard Abele

# Käuferreichweite

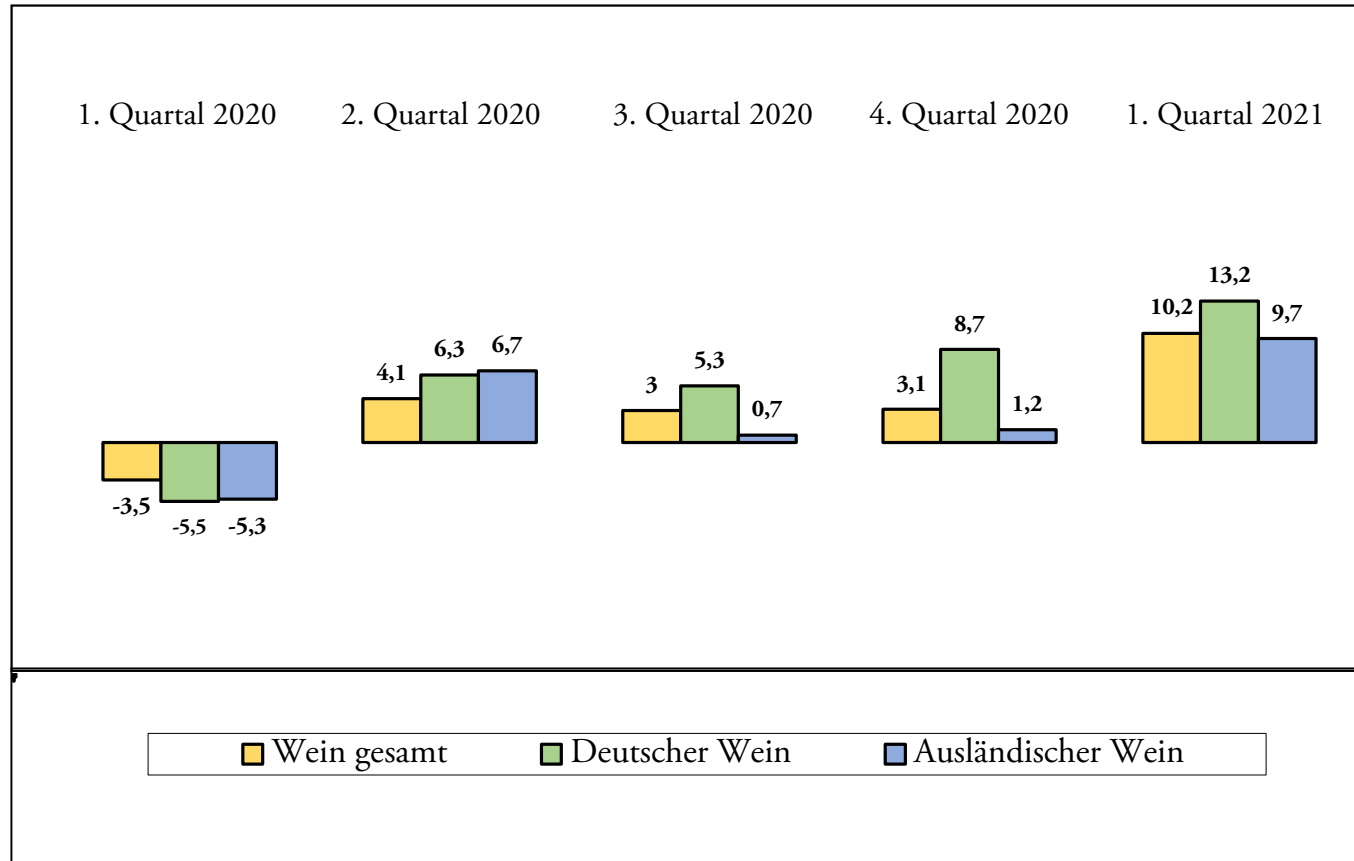
Anteile der Wein kaufenden Haushalte (in %)



Die Anzahl der Wein kaufenden Haushalte ist weiter stark gestiegen, im Vergleich zum Vorjahr um 10,2 Prozent bzw. knapp 4 Prozentpunkte. Überdurchschnittlich wuchs dabei die Käuferreichweite für deutsche Weine, die im 1. Quartal auf über 28 Prozent anstieg und damit rund vier Prozentpunkte über dem langjährigen Mittel für die ersten drei Monate eines Jahres lag.

# Käuferreichweite

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



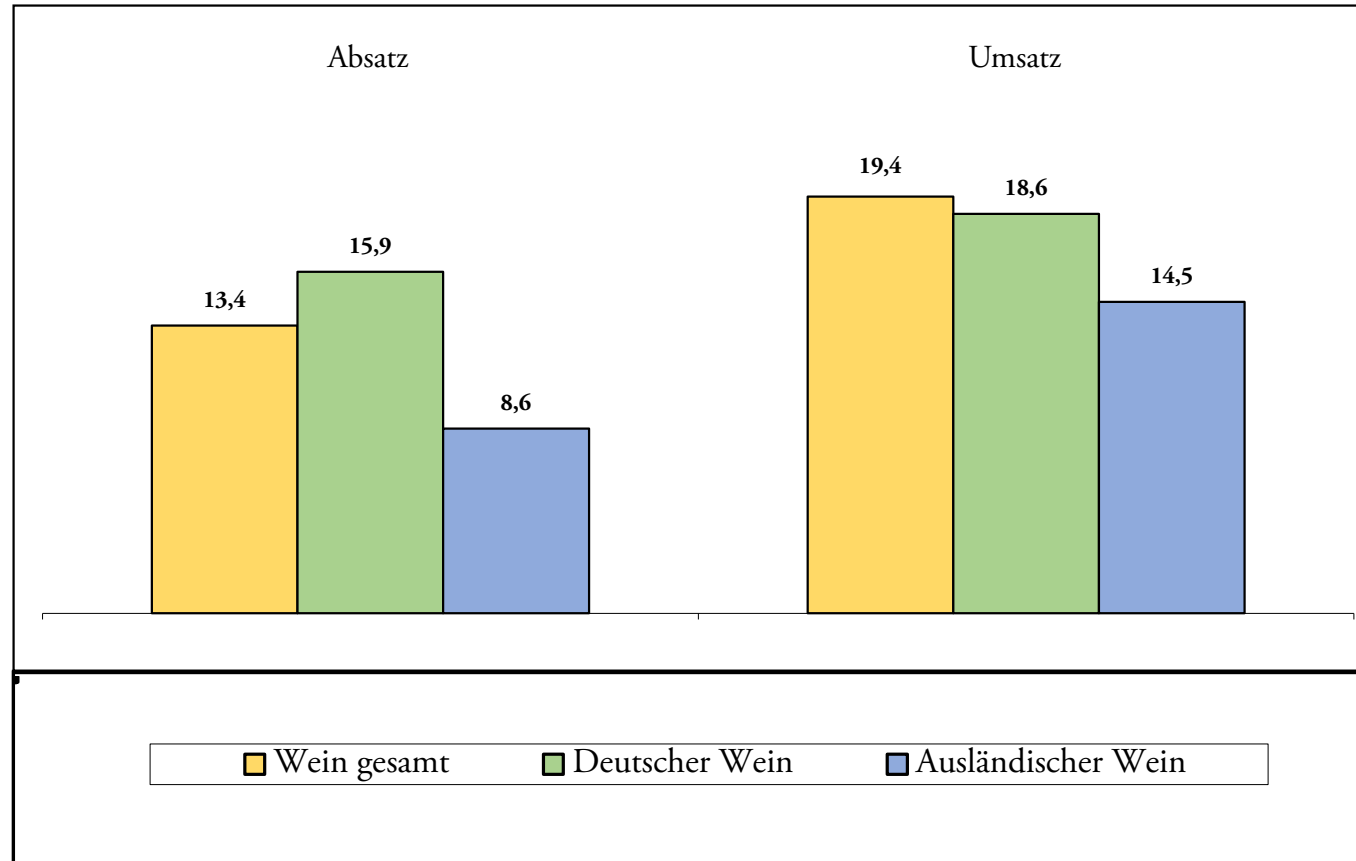
Nachdem im 1. Quartal 2020 der Anteil der Haushalte, die Wein kauften, noch zurück ging, sind seit dem 2. Quartal 2020 kontinuierliche Steigerungen im Vergleich zu den entsprechenden Vorjahreszeiträumen zu verzeichnen. Seit dem 3. Quartal 2020 ist der Zuwachs im Wesentlichen auf das gestiegene Interesse an deutschen Weinen zurück zu führen. Mit mehr als 13 Prozent Plus für deutsche Weine war die Zunahme der Käuferreichweite im 1. Quartal 2021 besonders stark ausgeprägt.

Quelle: Nielsen Homescan Panel, im Auftrag des Deutschen Weininstituts



# Einkaufsmengen und -werte

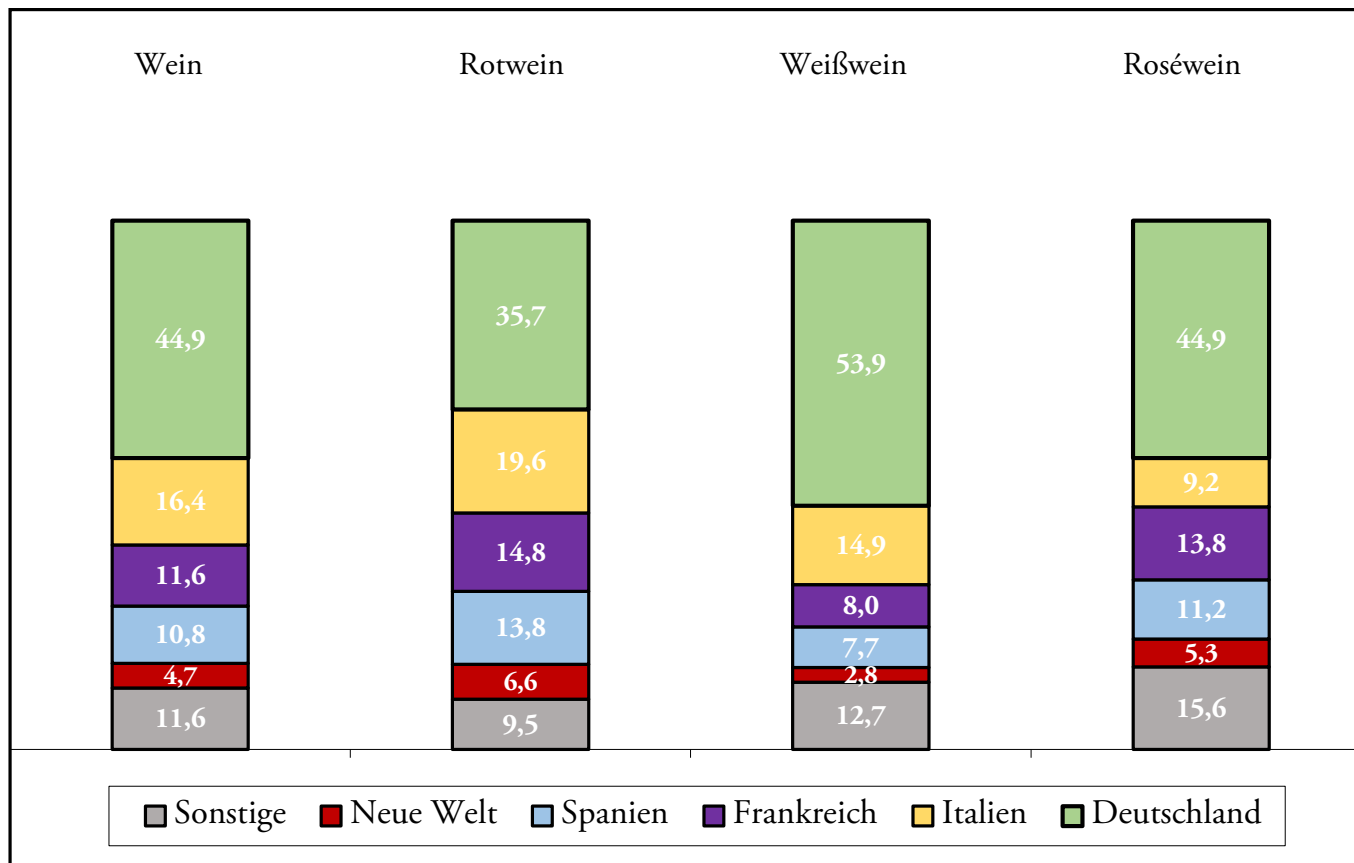
Veränderungen im 1. Quartal 2021 gegenüber dem Vorjahresquartal (in %)



Im 1. Quartal setzte sich die positive Entwicklung fort, sowohl Weinabsatz als auch -umsatz sind im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Gegenüber dem vergleichsweise schwachen 1. Quartal 2020 (noch ohne „Corona-Effekt“) stieg der Weinabsatz um mehr als 13 Prozent, der Umsatz sogar um fast 20 Prozent.

# Marktanteile nach Weinarten und Ländern

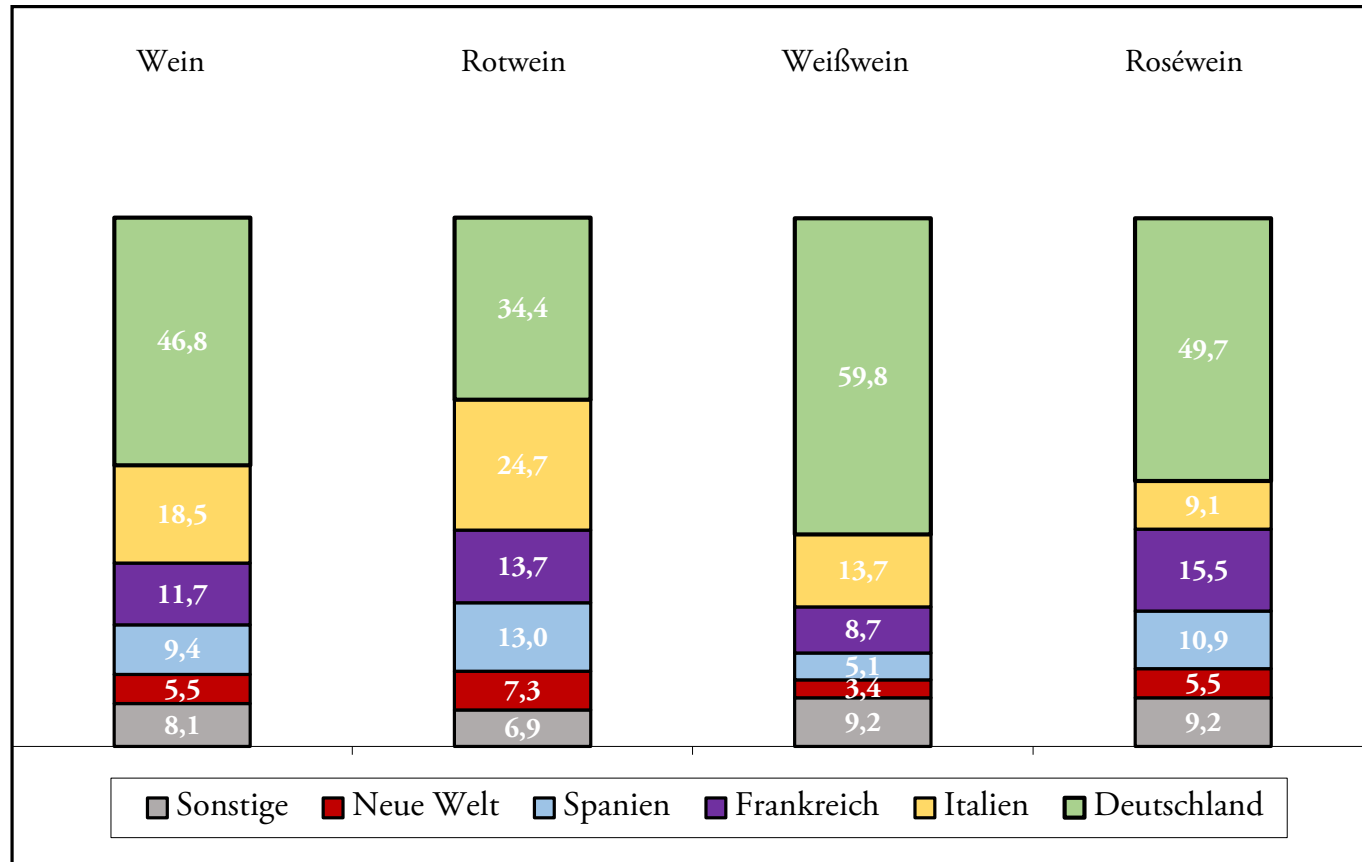
Mengenanteile 1. Quartal 2021 (in %)



Deutsche Weine konnten ihren Marktanteil gegenüber dem Vorjahresquartal um knapp 4% von 43,2% auf 44,9% steigern, die größten Gewinner waren aber spanische Weine, die insgesamt um 14% zulegten (von 9,5% auf 10,8%), beim Weißwein gar um fast 35 Prozent. Starke Verluste mussten dagegen die Weine der Neuen Welt hinnehmen. Zuwächse bei Roséwein konnten den drastischen Rückgang insbesondere bei Weißwein (von 3,9% auf 2,8%) nicht ausgleichen.

# Marktanteile nach Weinarten und Ländern

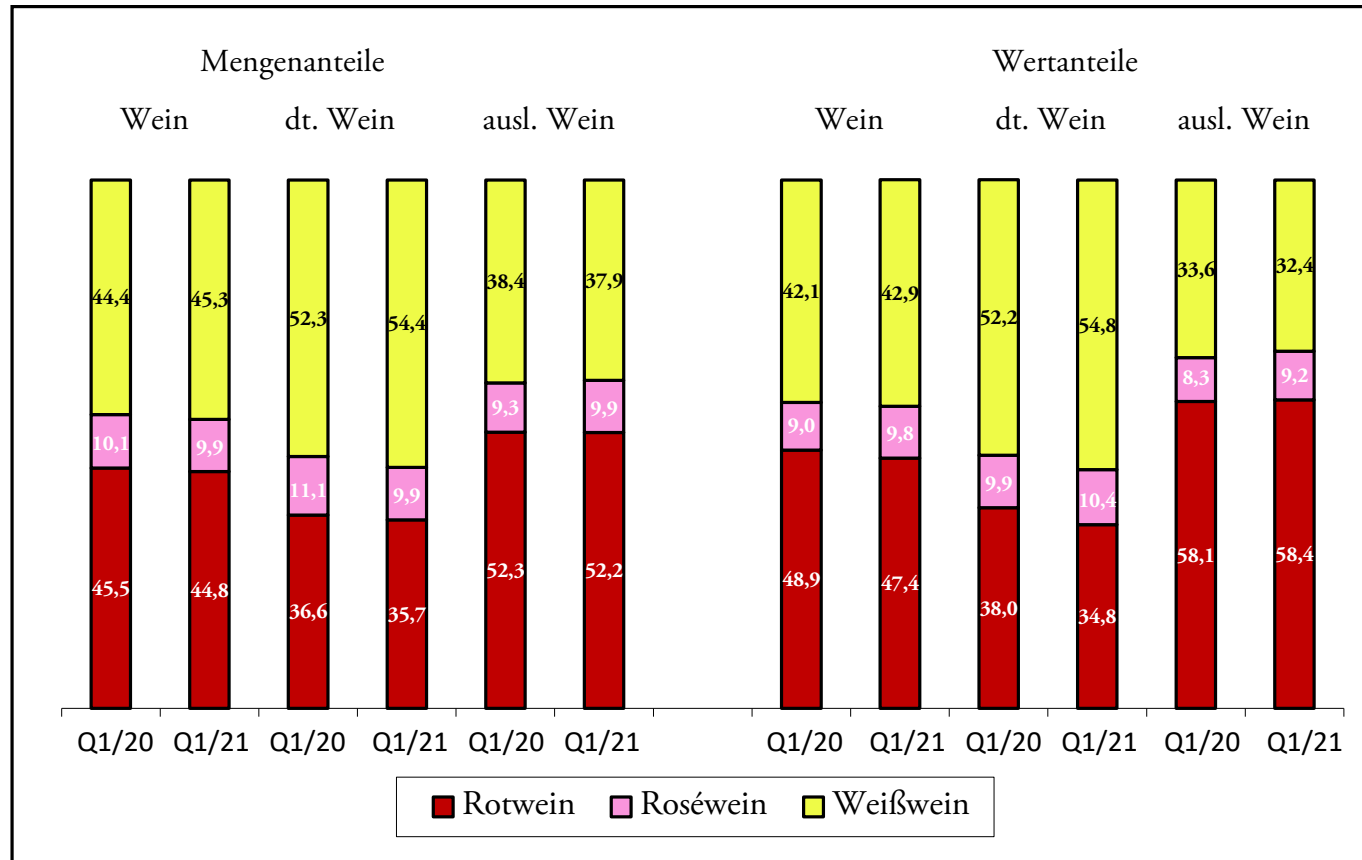
Wertanteile 1. Quartal 2021 (in %)



Bei den Umsatzanteilen ist der Vorsprung der heimischen Weine mit 46,8% noch etwas größer als bei der mengenmäßigen Betrachtung (44,9%). Allerdings erlitten die deutschen Rotweine Verluste (minus 3,5%), die durch Zuwächse bei Weißweinen (plus 5,1%) nicht ausgeglichen werden konnten. Italienische Weine konnten ihren Anteil von 17,7% auf 18,5% steigern und den Abstand zu französischen Weinen vergrößern. Mit einem Zuwachs von 6,3% konnten spanische Weine prozentual am stärksten zulegen.

# Anteile der Weinarten nach Herkunft

Anteile 1. Quartal 2020/2021 (in %)



Bei den Weinarten lohnt ein besonderer Blick auf die Roséweine, die bei den Wertanteilen von 9,0% auf 9,8% zulegen konnten, obwohl deren Anteil bezogen auf die Menge im 1. Quartal zurück ging. Besonders ausgeprägt zeigt sich das bei deutschen Weinen (minus 10,7% beim Mengenanteil und plus 5,1% beim Wertanteil). Bei den deutschen Weißweinen stieg der Anteil bei Menge und Wert um rund 4 % bzw. 5% - zu Lasten des Rotweins.