

Mafo-News 4/2023

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 2023. In dieser Ausgabe finden Sie Daten zur Entwicklung des Weinmarktes im dritten Quartal 2023. Die Daten stammen aus dem Haushaltspanel von NielsenIQ, das die Einkäufe privater Haushalte erfasst. Nicht enthalten ist der Außer-Haus Konsum, zu dem es leider keine Erhebungen gibt.

Mit freundlichen Grüßen



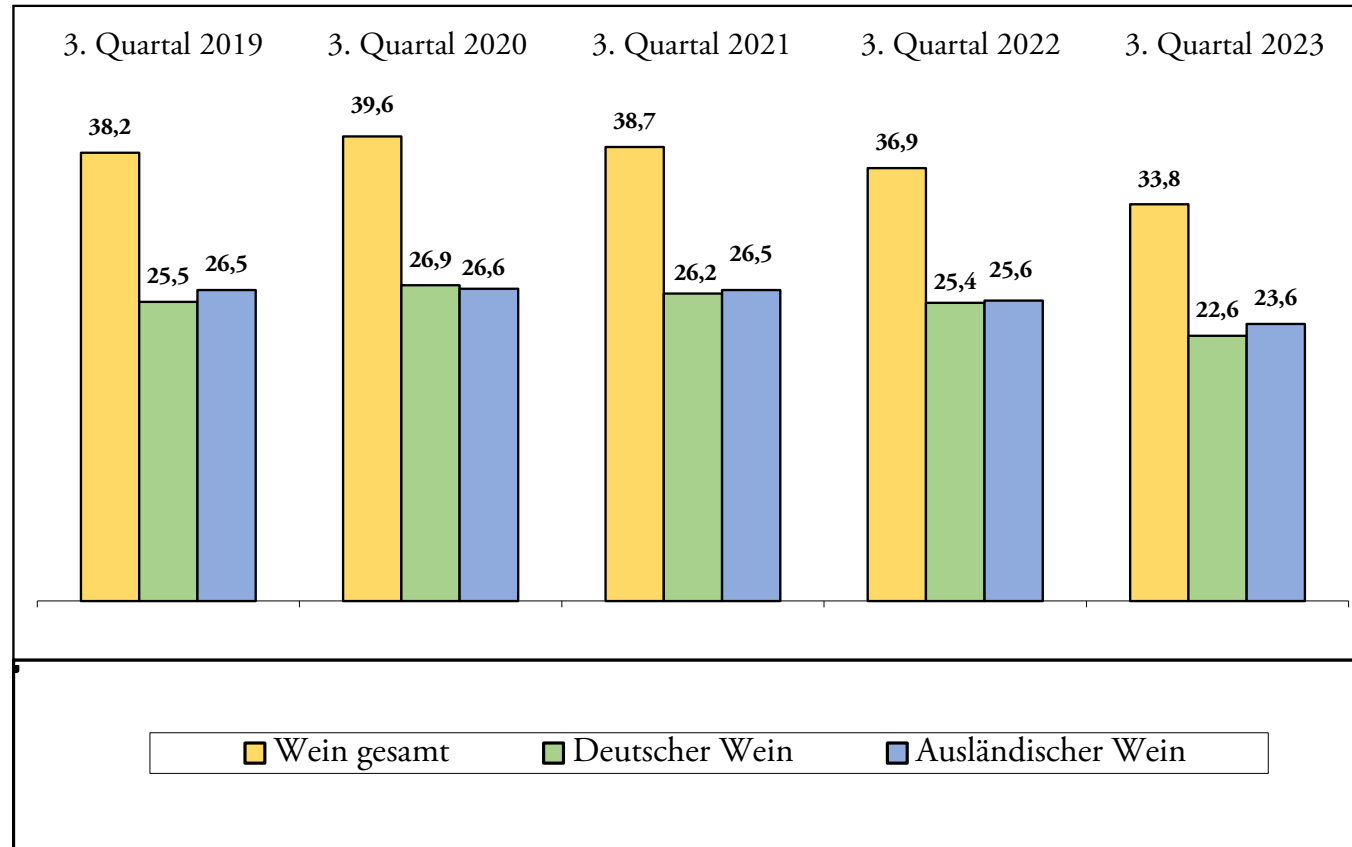
Monika Reule



Eberhard Abele

Käuferreichweite

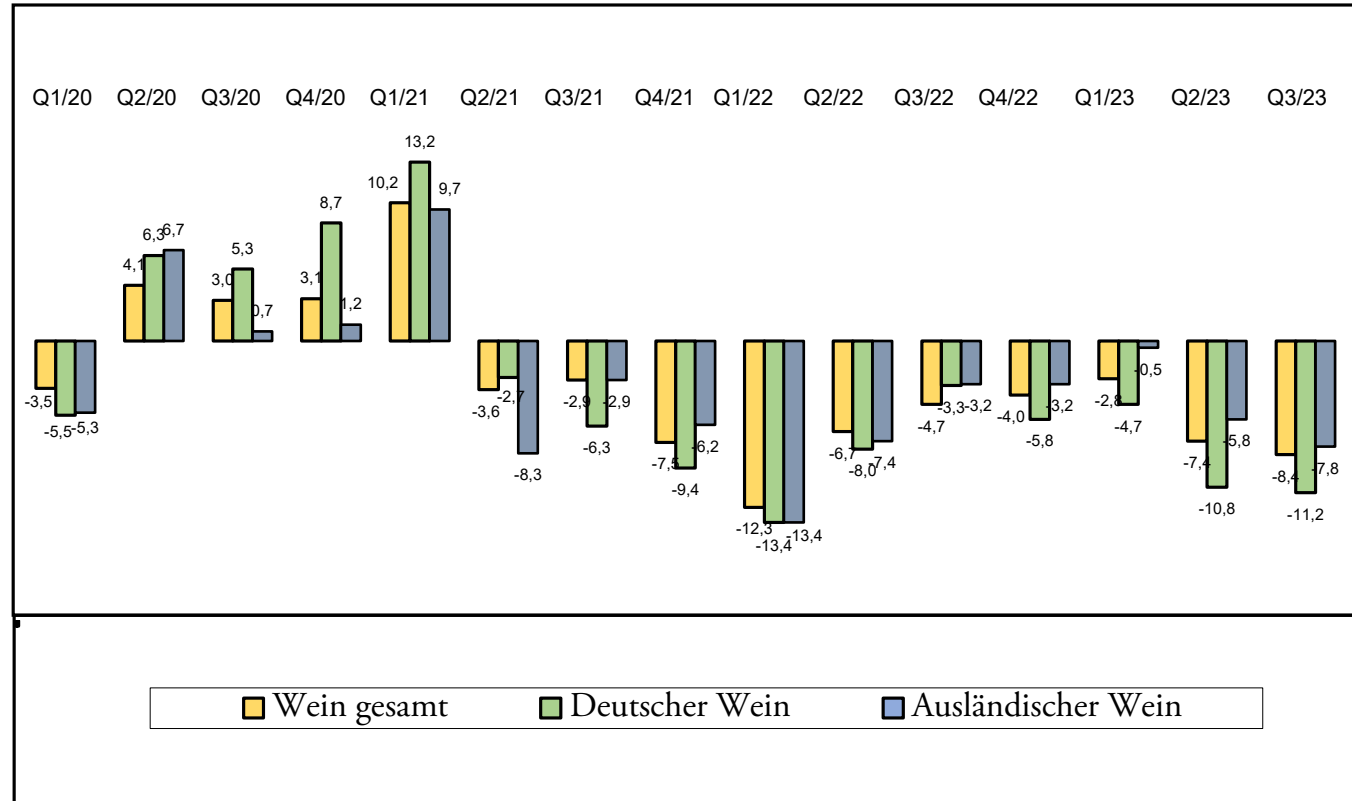
Anteil der Wein kaufenden Haushalte in den dritten Quartalen
2019 bis 2023 (in %)



Im Vergleich zum dritten Quartal des Vorjahres ging die Anzahl der Wein kaufenden Haushalte weiter drastisch zurück. Gestiegene Preise, insbesondere bei deutschen Weinen, verursachen einen Rückgang um rund drei Prozentpunkte.

Käuferreichweite

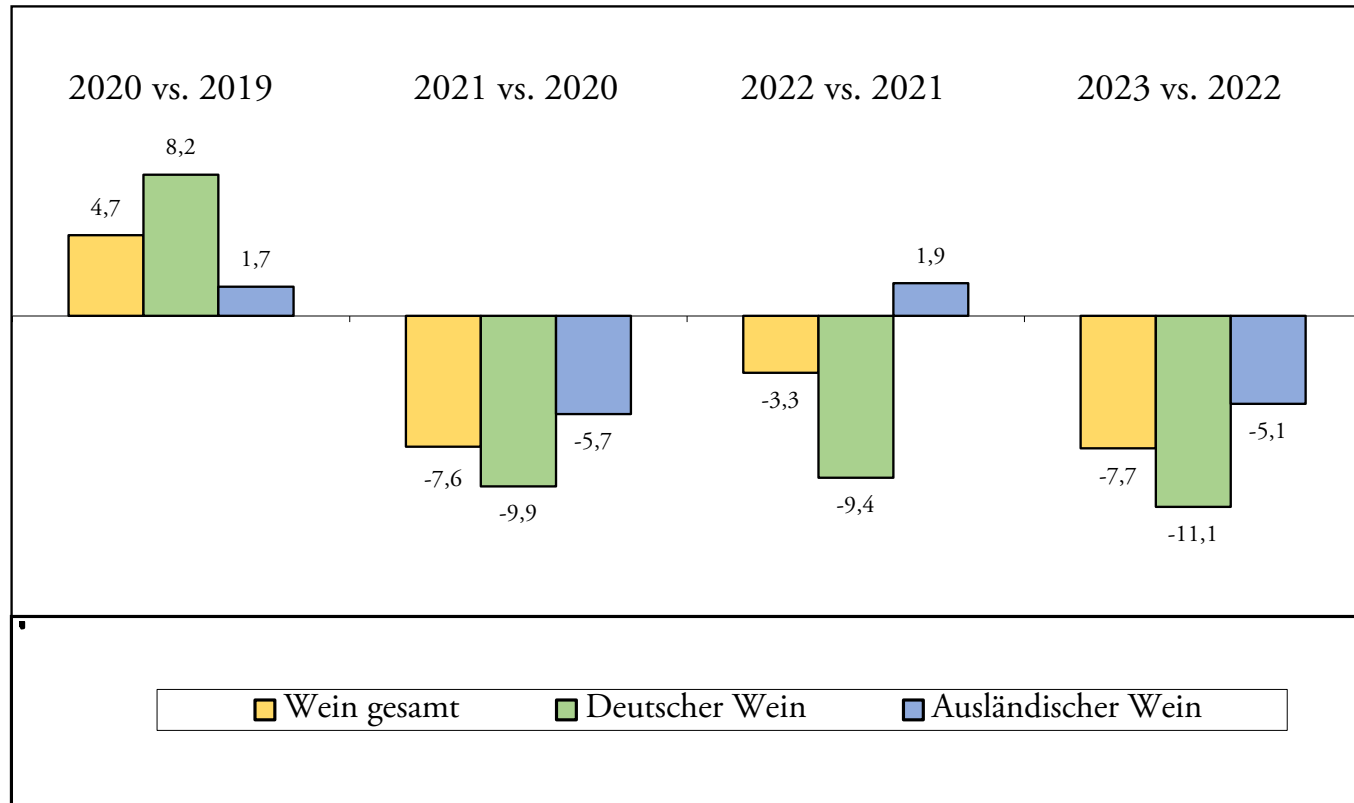
Veränderung jeweils gegenüber den Vorjahresquartalen
2020 bis 2023 (in %)



Der Blick auf die einzelnen Quartale verdeutlicht den anhaltenden Negativtrend. Nachdem sich der Rückgang zwischen dem dritten Quartal 2022 und dem ersten Quartal 2023 etwas abgeschwächt hatte, setzten sich die zweistelligen Verluste des zweiten Quartals für deutsche Weine kaum verändert fort.

Einkaufsmengen

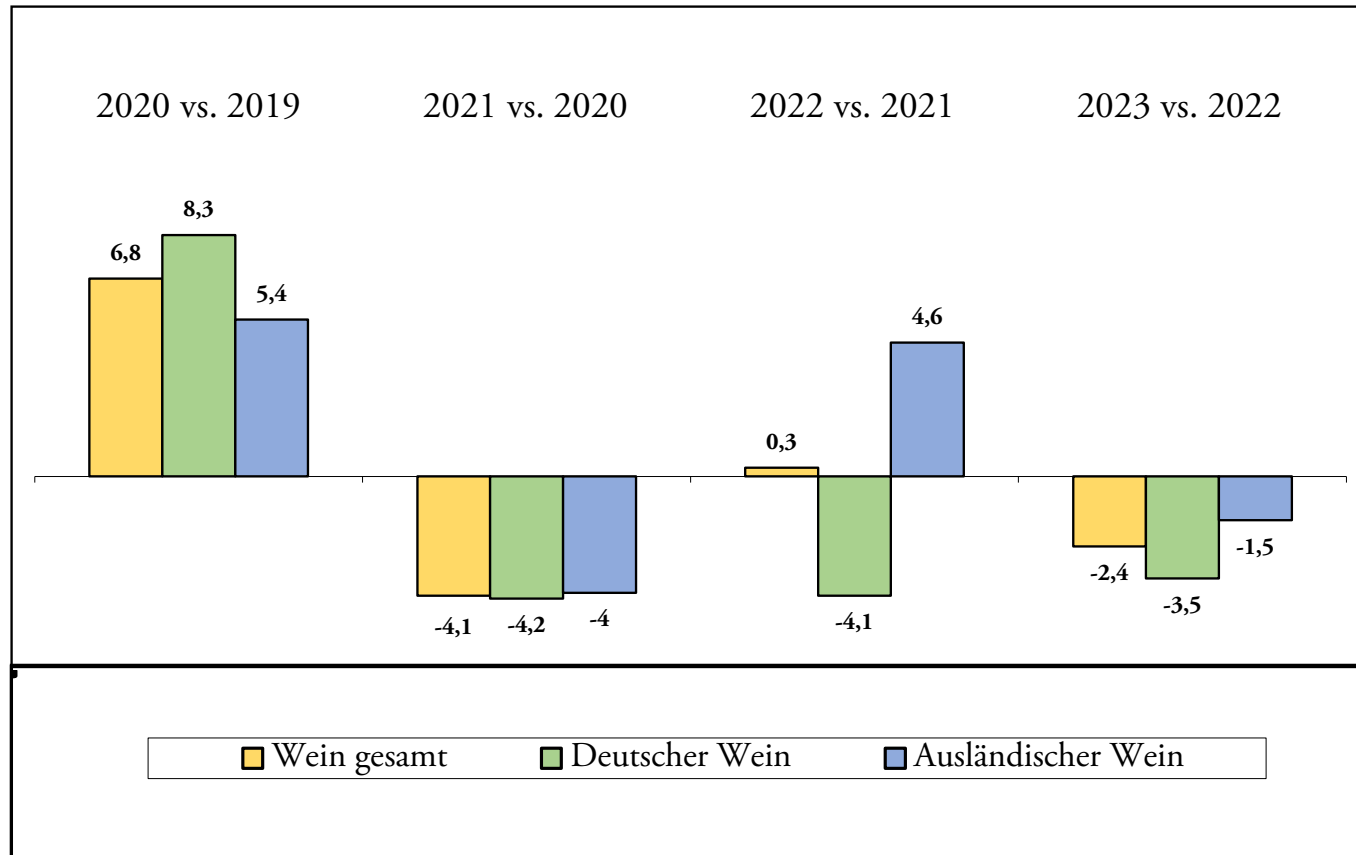
Veränderungen in den dritten Quartalen 2023, 2022, 2021 und 2020,
jeweils gegenüber dem Vorjahreszeitraum (in %)



Die eingekauften Mengen spiegeln die gesunkene Käuferreichweite wider. Während ausländische Weine prozentual etwas weniger Menge als Käufer verloren, verloren deutsche Weine auch bei den abgesetzten Mengen rund elf Prozent.

Einkaufswerte

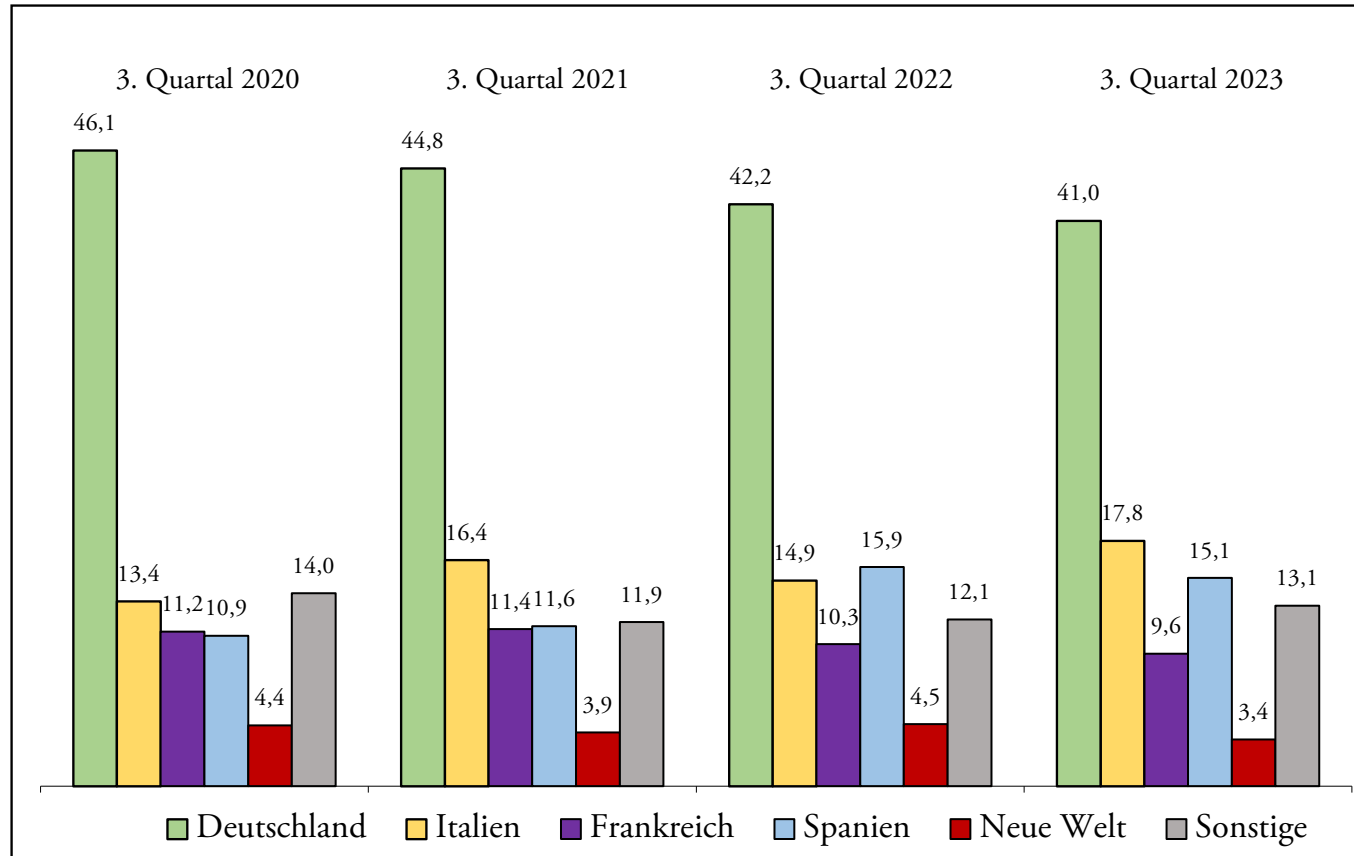
Veränderungen in den dritten Quartalen 2023, 2022, 2021 und 2020, jeweils gegenüber dem Vorjahreszeitraum (in %)



Der Wert der eingekauften Weine ging ebenfalls zurück, fiel aber aufgrund gestiegener Durchschnittspreise vergleichsweise moderater aus.

Marktanteile (Absatz) nach Ländern

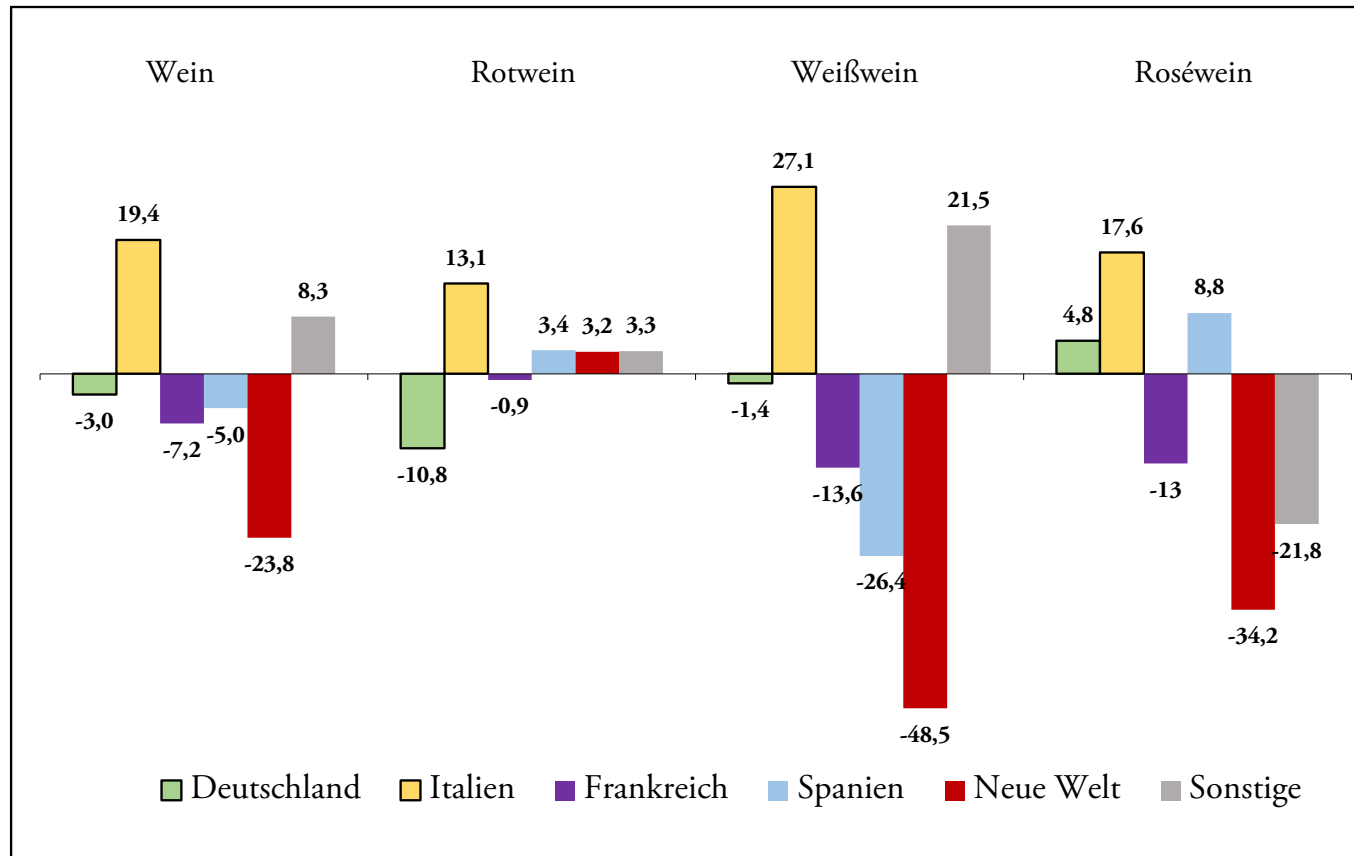
Mengenanteile jeweils in den 3. Quartalen 2020 bis 2023 (in %)



Die überproportionalen Verluste deutscher Weine wirken sich naturgemäß auf den Marktanteil aus, der auf 41 Prozent zurückgegangen ist. Während im letzten Jahr die spanischen Weine deutliche Gewinne verzeichnen konnten, waren die großen Gewinner des dritten Quartals die italienischen Weine, die mit einem Anteil von knapp 18 Prozent den zweiten Platz zurück eroberten.

Marktanteile nach Weinarten und Ländern

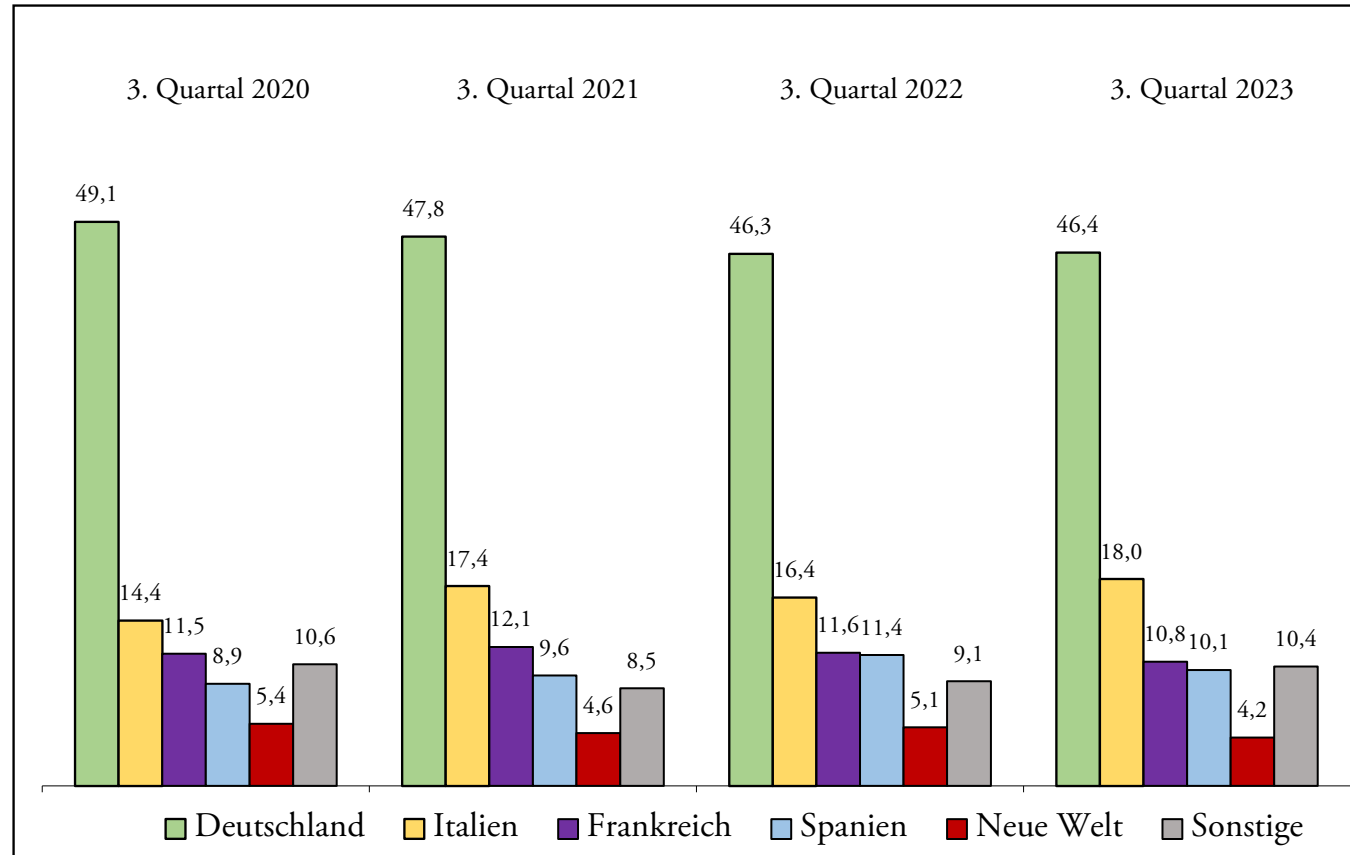
Veränderungen der Mengenanteile im 3. Quartal 2023 ggü. dem 3. Quartal 2022 (in %)



Die detaillierte Betrachtung der Gewinne und Verluste zeigt, dass Italien über alle Weinarten zweistellige Zuwachsraten erzielen konnte. Weiterhin auffällig sind die dramatischen Verluste der Weine der Neuen Welt.

Marktanteile (Umsatz) nach Ländern

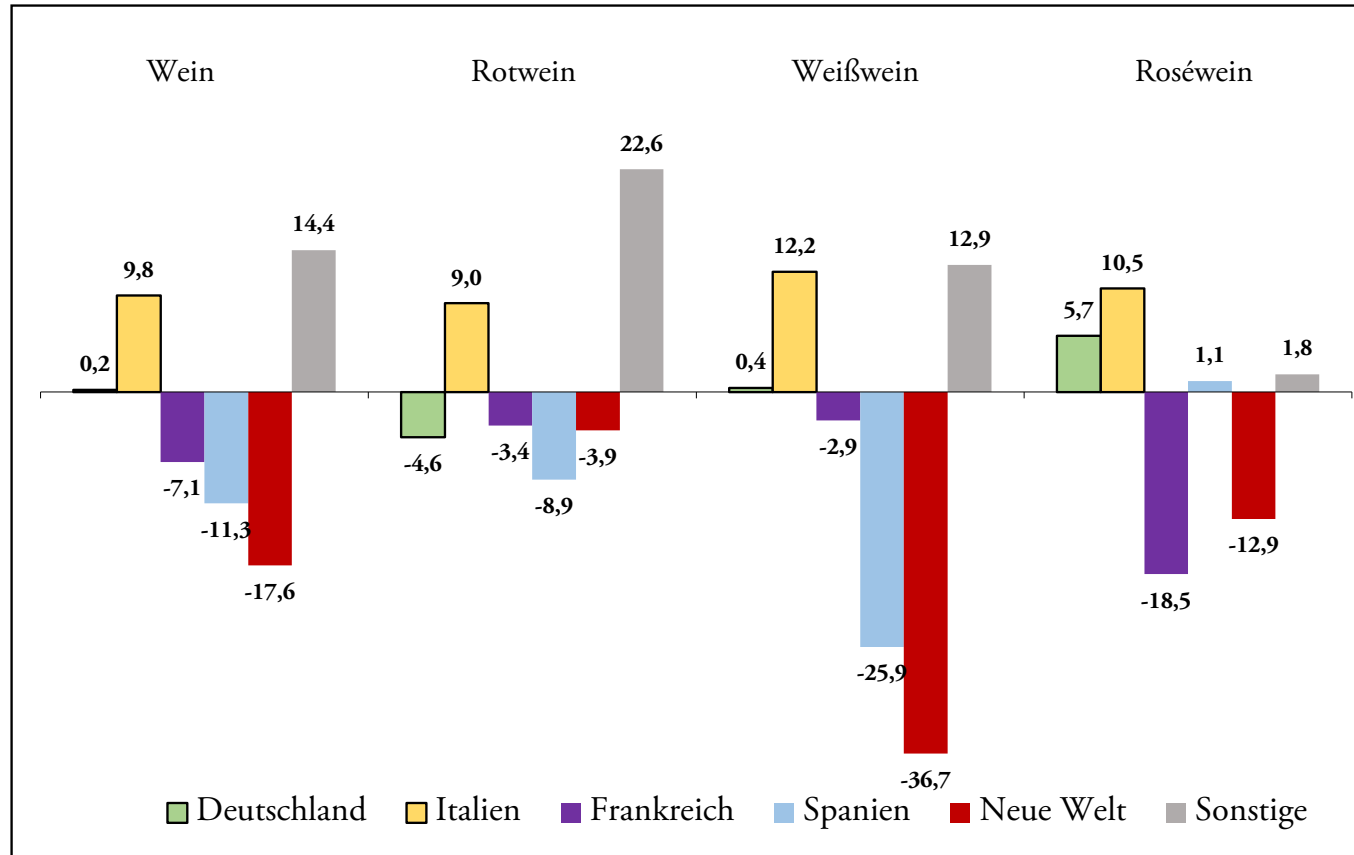
Wertanteile jeweils in den 3. Quartalen 2020 bis 2023 (in %)



Beim Umsatz konnten deutsche Weine ihren Marktanteil halten, da die Durchschnittspreise um rund zehn Prozent gestiegen sind. Spanische Weine rutschen mit rund zehn Prozent auf den vierten Platz, aufgrund des sehr niedrigen Preisniveaus.

Marktanteile nach Weinarten und Ländern

Veränderungen der Wertanteile im 3. Quartal 2023 ggü. dem 3. Quartal 2022 (in %)



Bezogen auf den Umsatz zeigt sich die gleiche Entwicklung wie bei den Absatzanteilen, wobei die verschiedenen Preisniveaus der unterschiedlichen Herkünfte die Ausschläge nach unten und nach oben – mit Ausnahme der „sonstige“ Rotweine – ein wenig nivellieren.