

Mafo-News 3/2024

Einkäufe privater Haushalte
in Deutschland



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

heute erhalten Sie den dritten Mafo-Newsletter dieses Jahres. In dieser Ausgabe finden Sie Daten zur Entwicklung des Weinmarktes im ersten Quartal 2024. 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



Monika Reule



Eberhard Abele

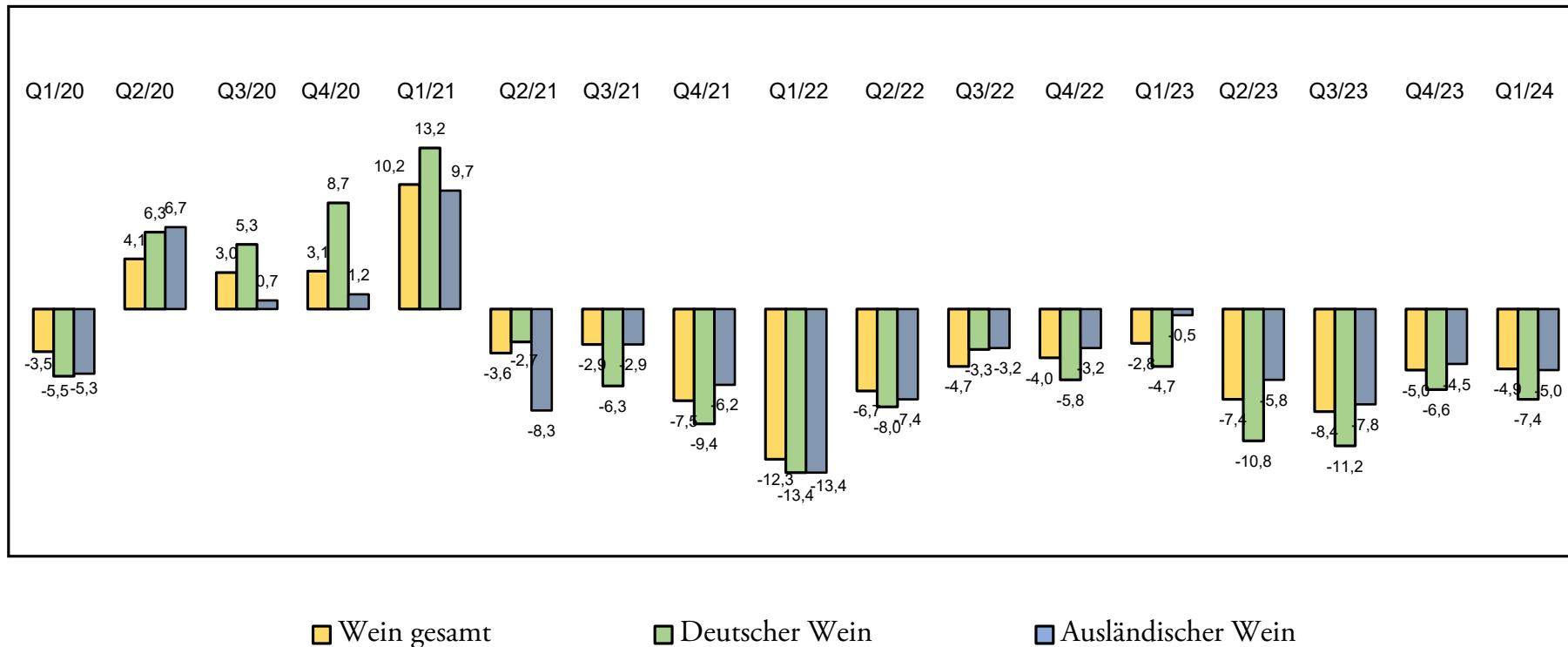
Mafo-News
3/2024

Einkäufe privater Haushalte
in Deutschland



Käuferreichweite

Veränderung jeweils gegenüber den Vorjahresquartalen (in %)

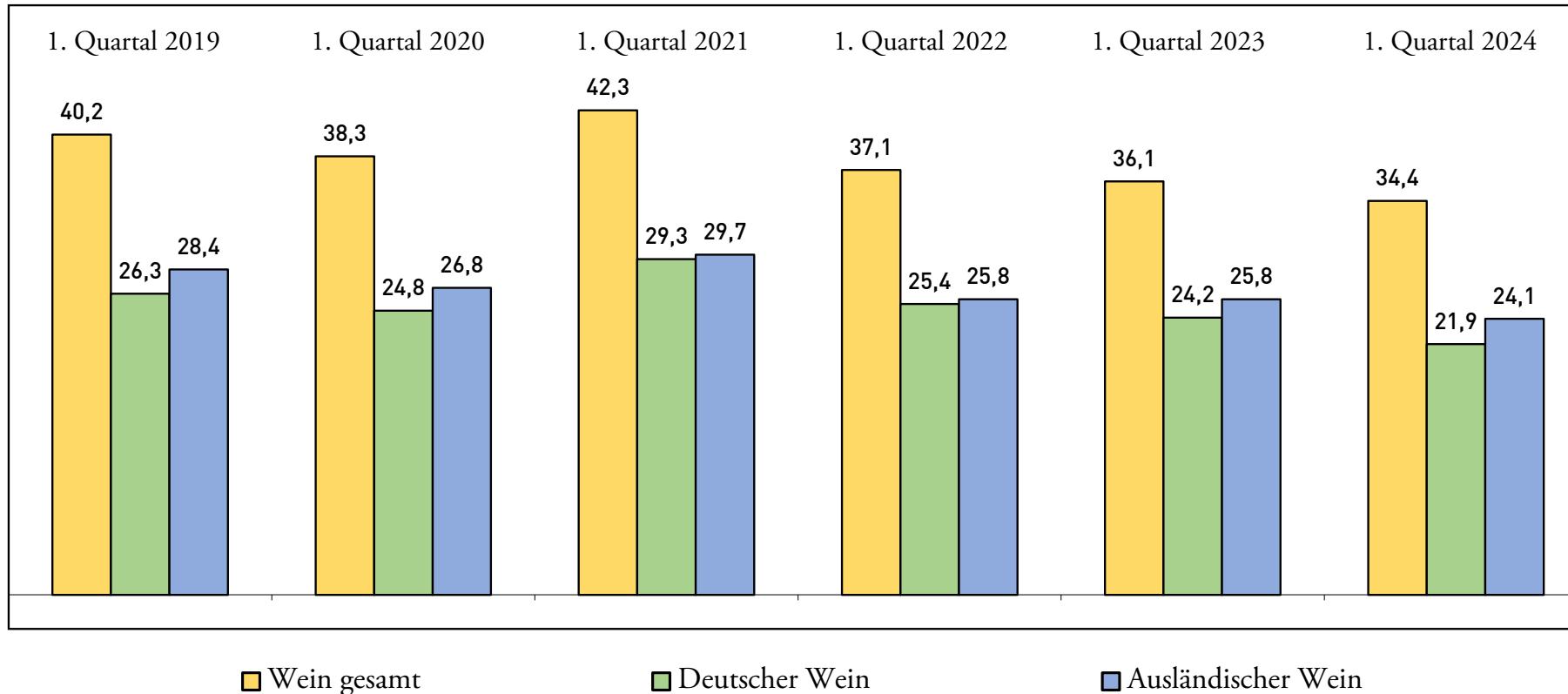


Die Käuferreichweite ging auch im ersten Quartal 2024 weiter zurück. Wie in den voran gegangenen fünf Quartalen traf das überdurchschnittlich auf die Käufer deutscher Weine zu. Die sinkende Käuferreichweite ist die Hauptursache für weitere Mengenverluste (Seite 5).



Käuferreichweite

in den ersten Quartalen 2019 bis 2024 (in %)

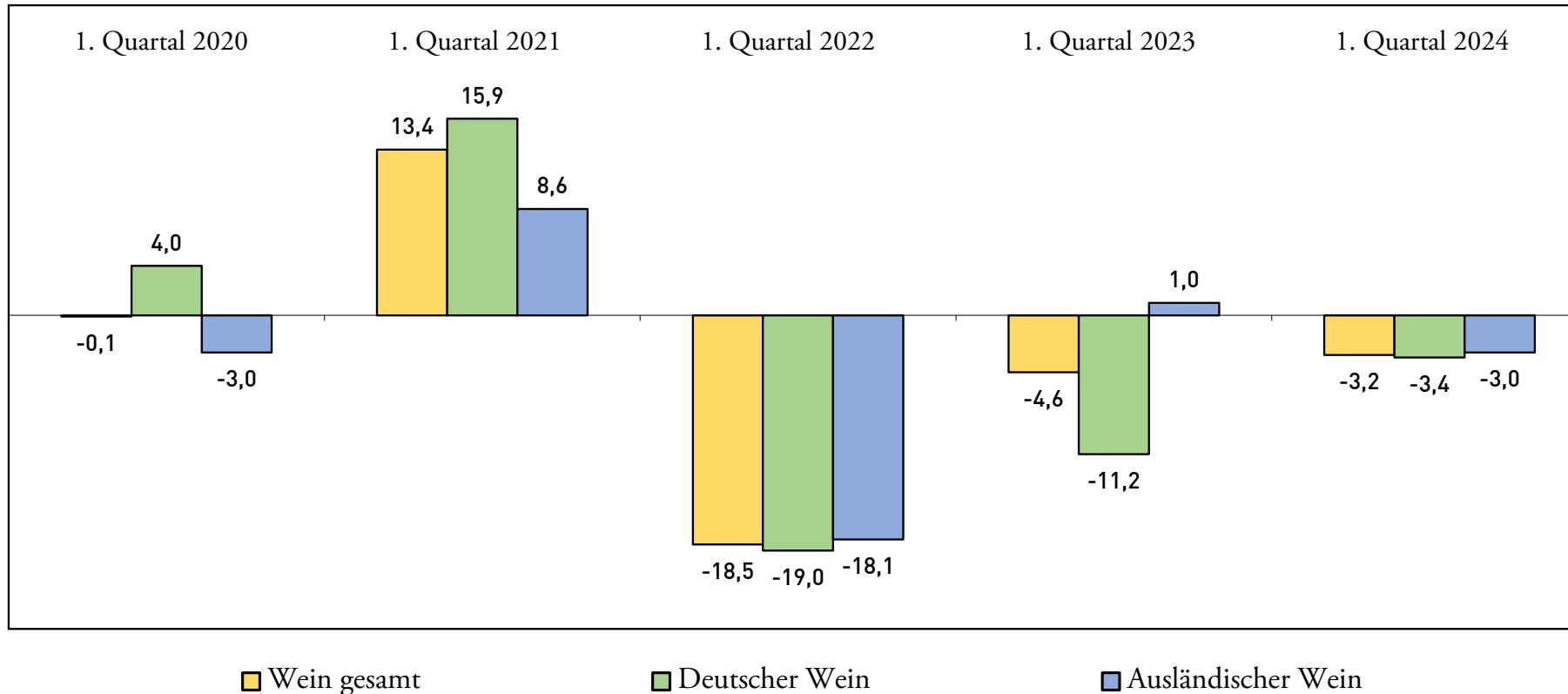


Nur noch etwas mehr als 34 Prozent der Haushalte haben im ersten Quartal 2024 Wein gekauft, gegenüber dem 1. Quartal 2019 bedeutet das einen Verlust von rund 15 Prozent bzw. sechs Prozentpunkten. Wenn der Coronaeffekt des Jahres 2021 ausgeblendet wird, ist in den letzten fünf Jahren ein kontinuierlicher Rückgang der Käuferreichweite von jährlich ein bis zwei Prozentpunkten festzustellen.



Einkaufsmengen

Veränderungen in den ersten Quartalen 2020 bis 2024
jeweils gegenüber dem Vorjahr (in %)

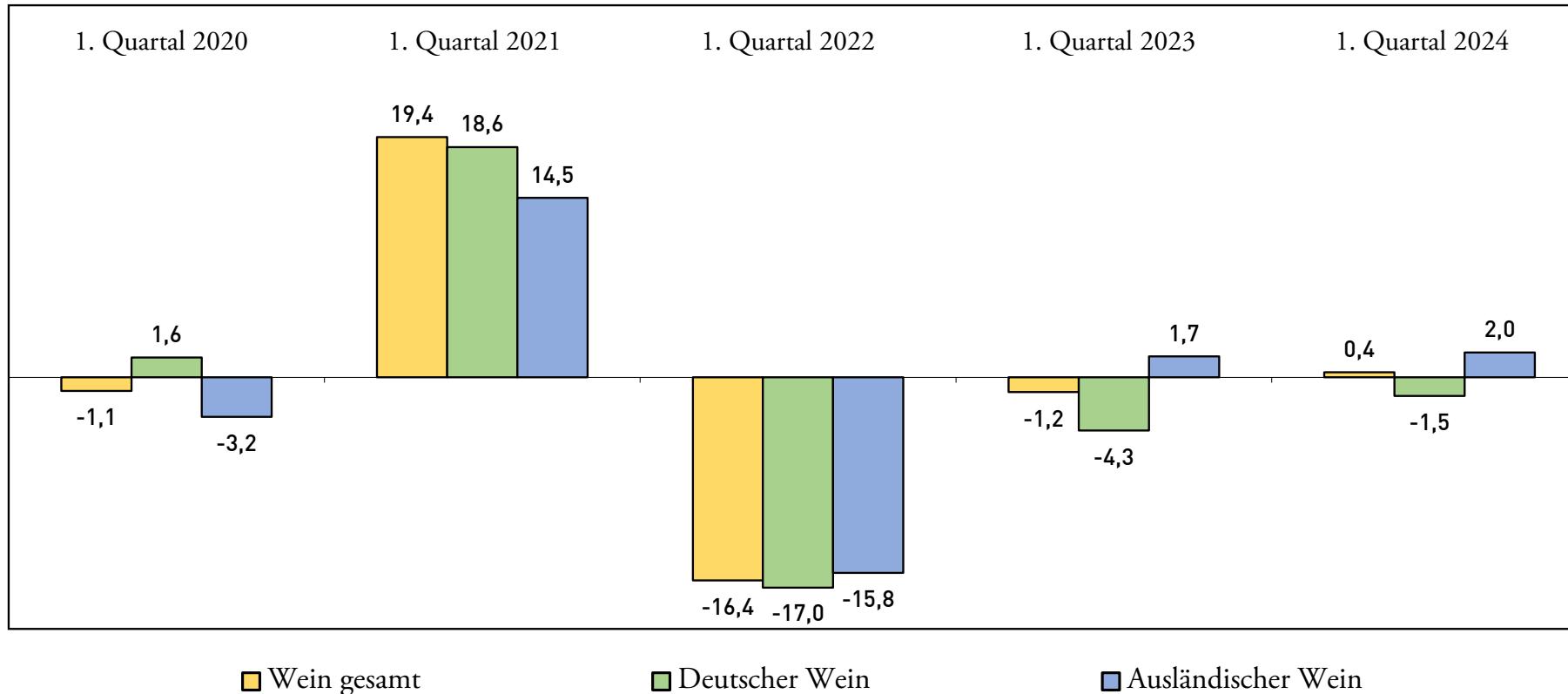


Entsprechend der Käuferreichweite entwickelten sich eingekauften Mengen, die im Vergleich zum Vorjahresquartal um drei Prozent zurück gingen. Auffällig ist, dass die Verluste deutsche und ausländische Weine im gleichen Umfang betrafen, während die Verluste im Vorjahr ausschließlich auf den Mengenrückgang bei deutschen Weinen zurückzuführen war.



Einkaufswerte / Ausgaben

Veränderungen in den ersten Quartalen 2020 bis 2024
jeweils gegenüber dem Vorjahr (in %)

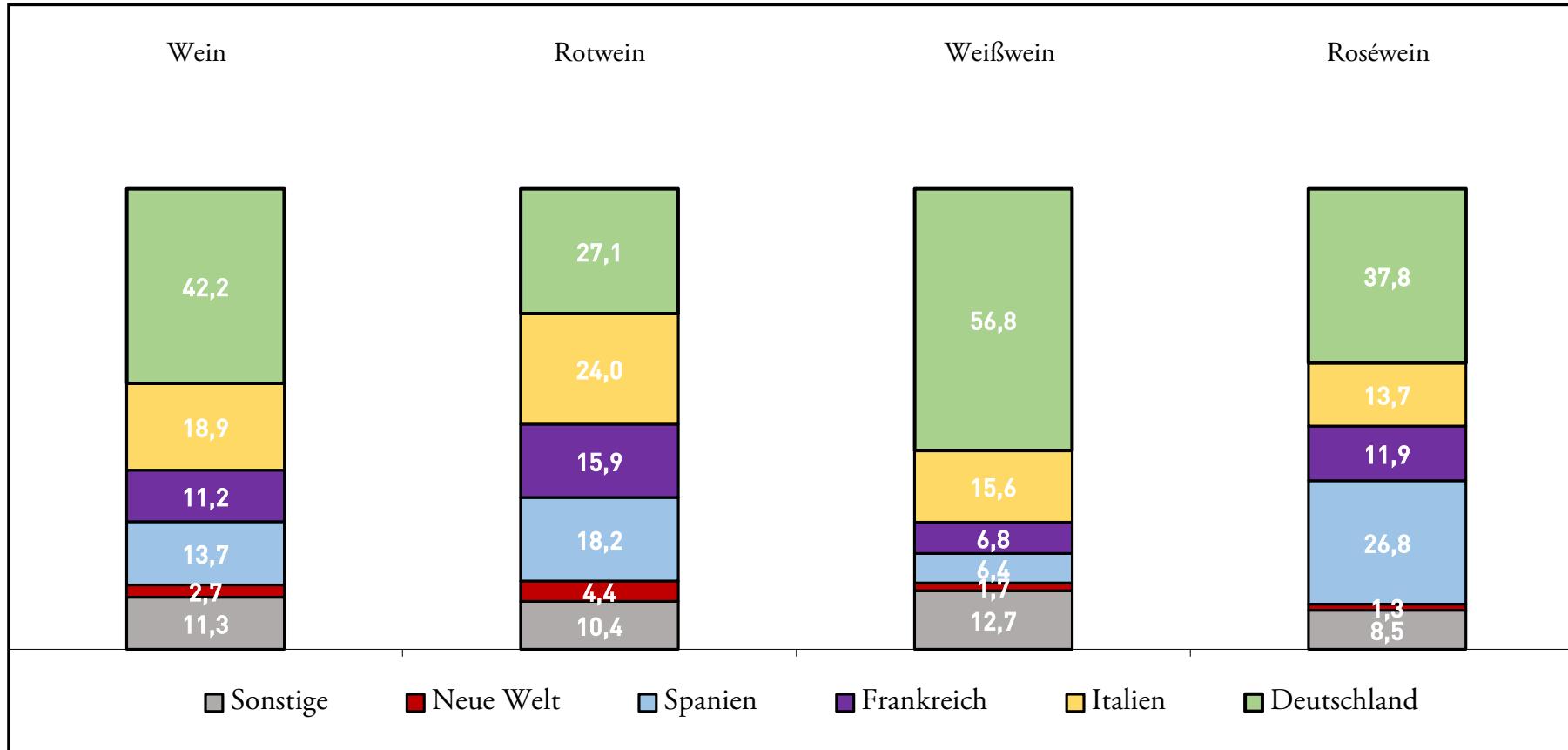


Die Ausgaben für Wein sind dank höherer Ausgaben pro Einkaufsakt insgesamt sogar leicht gestiegen. Die Wertzuwächse bei ausländischen Weinen resultieren insbesondere aus Zuwächsen in den Preisklassen über 2 Euro zu Lasten der preiswerten Weine bis 1,49 € bzw. 1,99 €.



Marktanteile (Absatz) nach Ländern

Mengenanteile im 1. Quartal 2024 (in %)

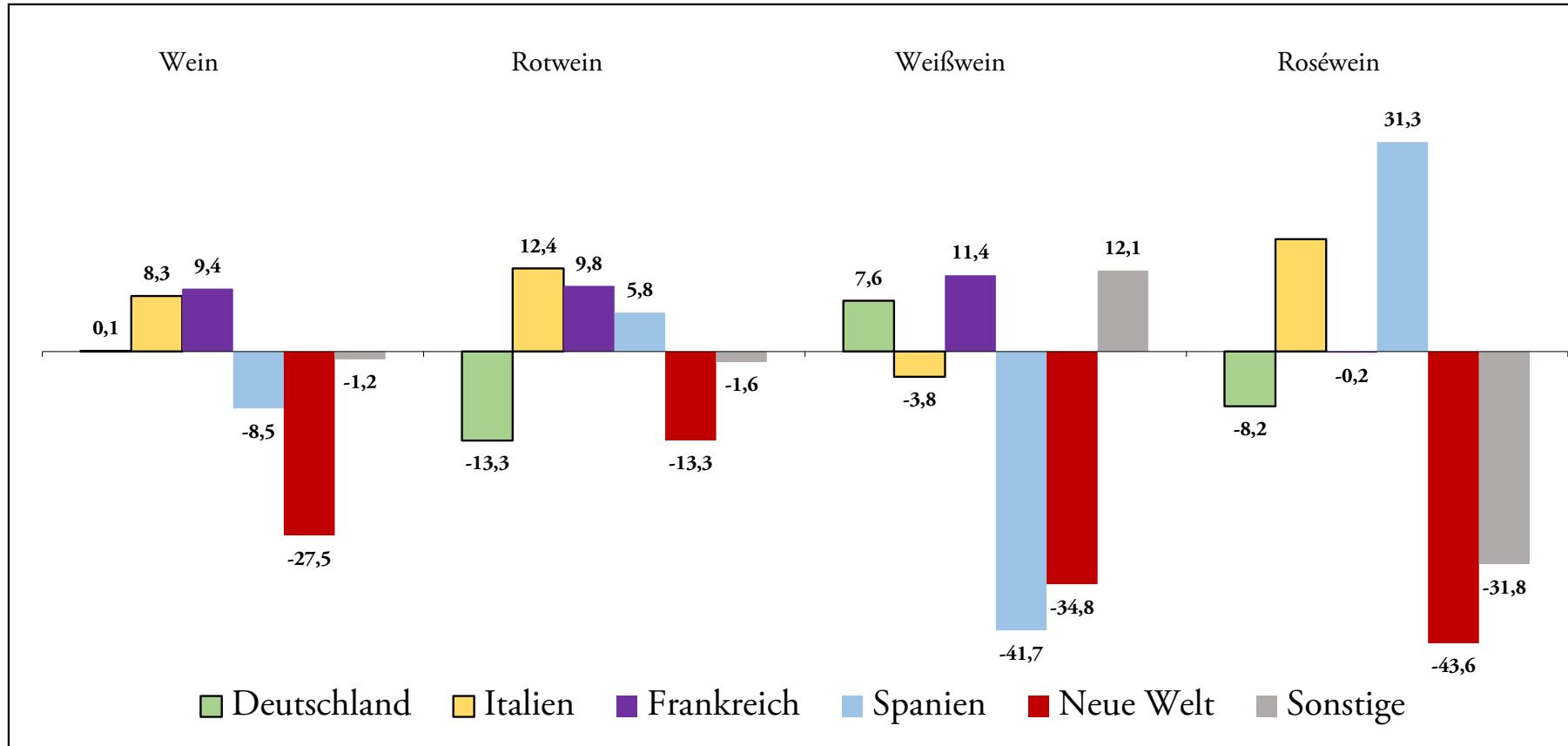


Deutsche Weine konnten ihren Marktanteil gegenüber dem Vorjahresquartal (42,0 %) behaupten, wobei es deutliche Verschiebungen bei den Weinarten gab. Während Weißweine deutlich zulegen konnten (Q1 2023: 53,0%), verloren die Rotweine (Q1 2023: 31,2 %) und Roséweine (Q1 2023: 41,0%) Marktanteile – insbesondere zugunsten spanischer und italienischer Produkte.



Marktanteile nach Weinarten und Ländern

Veränderungen der Mengenanteile im 1. Quartal 2024 gegenüber dem 1. Quartal 2023 (in %)



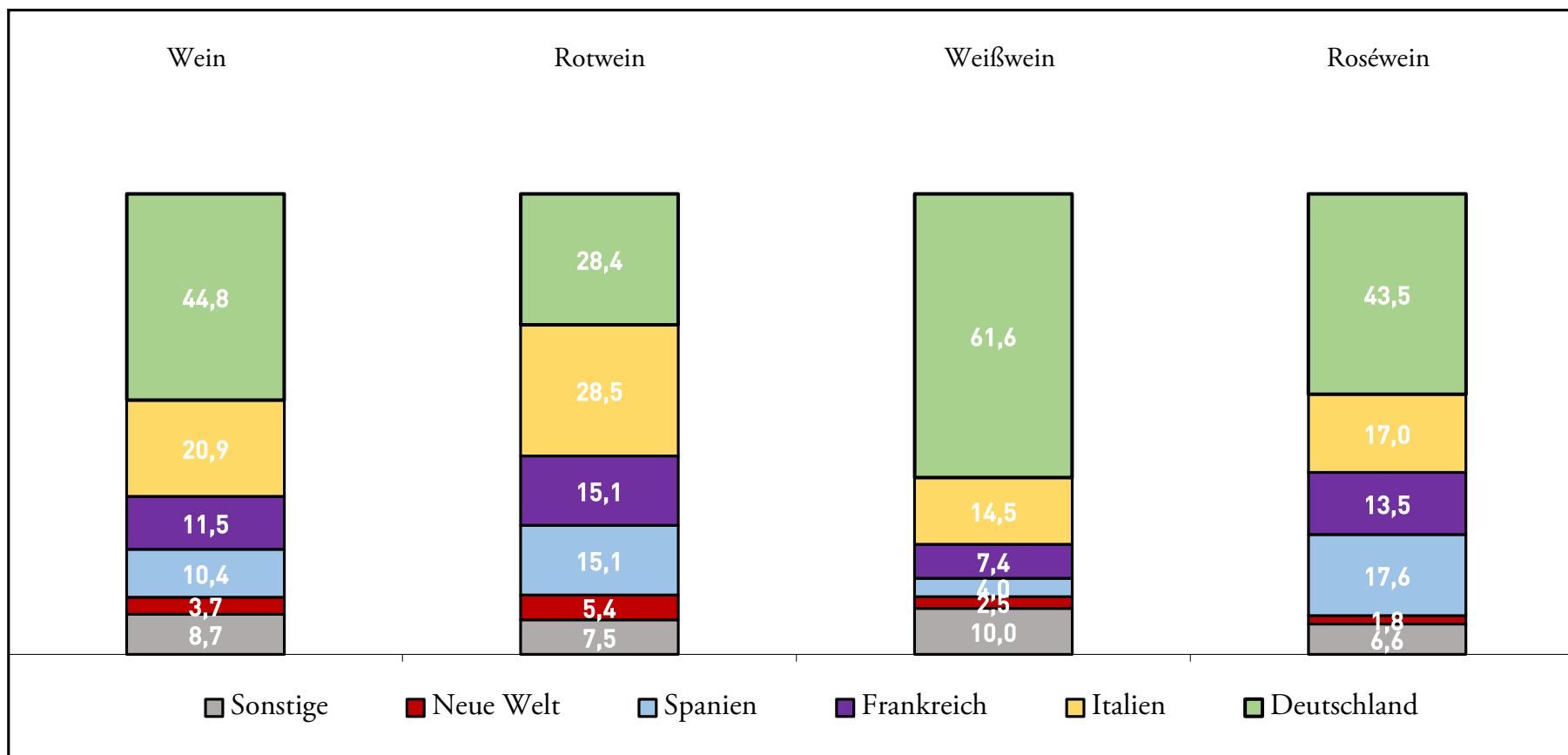
Auffällig sind die weiter dramatischen Verluste der Weine der Neuen Welt, die mehr als ein Viertel ihres Marktanteiles des Vorjahresquartals einbüßten. Nach zuletzt enormen Gewinnen verloren spanische Weine Marktanteile - die starken Gewinne bei Rosé konnten die Weißweinverluste nicht ausgleichen – während italienische Weine weiter zulegen konnten. Ein erfreuliches Bild zeigen deutsche Weißweine, die deutliche zulegten und die Verluste bei Rosé- und Rotweinen ausgleichen konnten.

Quelle: NielsenIQ HomeScan Panel



Marktanteile (Umsatz) nach Ländern

Wertanteile im 1. Quartal 2024 (in %)

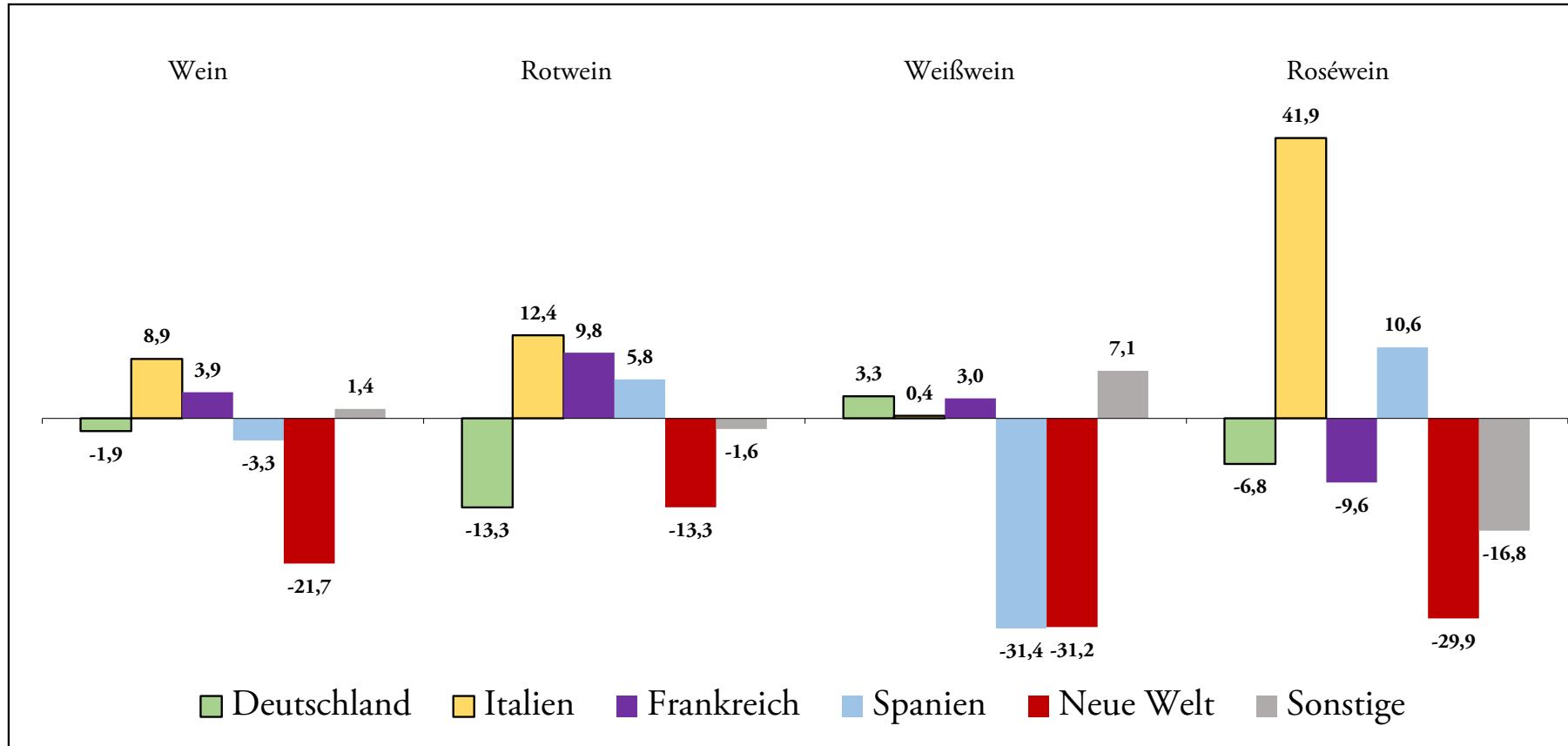


Typischerweise liegt der wertmäßige Marktanteil deutscher Weine über dem mengenmäßigen Anteil. Allerdings hat sich diese Spanne im Vergleich zu den Vorjahren deutlich verkleinert. Obwohl der Mengenanteil der heimischen Weine gegenüber dem Vorjahresquartal minimal zugelegt hat, sank der Anteil am Umsatz von 45,4 % auf 44,8 %. Hintergrund ist der größere Anteil an Weißweinen, die durchschnittlich etwas preiswerter sind als deutsche Rot- und Roséweine.



Marktanteile nach Weinarten und Ländern

Veränderungen der Wertanteile im 1. Quartal 2024 gegenüber dem 1. Quartal 2023 (in %)



Während die Nachfrage nach Rotwein insgesamt zurückgegangen ist, sind Absatz und Umsatz von Weiß- und Roséweinen im Vergleich zum Vorjahresquartal gestiegen. Bemerkenswert sind die deutlichen Verluste der spanischen Weißweine, die im ersten Quartal 2023 noch mehr als 40 % zugelegt hatten und das enorme Wachstum der italienischen Roséweine.

