

Nr. 13/2015  
27. November 2015

– Pressemitteilung –

**BSI übernimmt auch im Jahr 2015 das Patronat über die InterWhisky**

Bonn/Frankfurt am Main (BSI) – Anlässlich der 17. InterWhisky 2015 in Frankfurt am Main wird der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI) erneut die Schirmherrschaft übernehmen. Denn diese wichtige Fachausstellung (vom 27. bis 29. November 2015) ist eine Kontaktbörse, ein Informationsforum und ein Netzwerk für Whisk(e)y-Liebhaber, Whisk(e)y-Spezialisten und Whisk(e)y-Kenner. Die Messe bietet daneben ein umfassendes Rahmenprogramm für den Handel, für die Gastronomie, für die Konsumenten und für die Medien „rund um die Welt der Whisk(e)ys“. An der Veranstaltung nehmen eine Vielzahl von bekannten Ausstellern und Whisk(e)y-Destillieren aus aller Welt teil.

Die in Deutschland Whisk(e)y vertreibenden BSI-Mitglieder sind alle auf der InterWhisky vertreten. Überwiegend gehören sie dem deutschen Zirkel zum Wohle des Whisk(e)ys „The Keepers of the Quaich“, den bekennenden und bekannten Liebhabern von Scotch Whisky an.

Auch im Jahr 2015 erfreut sich Whisk(e)y einer zunehmenden Nachfrage. Whisk(e)y wird von rund 6 Millionen Deutschen regelmäßig nachgefragt und genossen. Der Anteil des Whisk(e)yangebots auf dem deutschen Markt betrug im Jahr 2014 – nach Schätzung in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Bundesamt – mit rund 10 Prozent rund 67 Millionen Flaschen à 0,7 Liter. Über den deutschen Lebensmittel-Einzelhandel wurden – nach Angaben des Marktforschungsinstituts Information Resources GmbH – rund 52 Prozent des Gesamtmarktvolumens – etwa 34,6 Millionen Flaschen à 0,7 Liter – verkauft, unter anderem circa

- 16,7 Millionen Flaschen Bourbon/American Whiskey,
- 11,8 Millionen Flaschen Scotch Whisky und
- 3,5 Millionen Flaschen „Sonstiger Whisky“ sowie
- 2,6 Millionen Flaschen Malt Whisky.

Der aktuelle Whisk(e)y-Absatz im Jahr 2015 (Ergebnisse liegen für die ersten neun Monate vor) ist relativ stabil, wobei derzeit Scotch, Bourbon und American Whisk(e)y leicht positive Ergebnisse zeigen.

Erfreulich ist auch die Zunahme der Herstellung „Deutscher Whisk(e)ys“ und ihre steigende Nachfrage bei den Konsumenten/innen.

Weitere wichtige Absatzkanäle sind insbesondere die Gastronomie und der Barbereich.

Whisk(e)ys – wie auch alle anderen Spirituosengattungen – bieten eine vielfältige Auswahl und stehen für Genuss, Qualität, Kultur und Tradition. Sie sind und bleiben ein wichtiger Umsatzträger für den Handel insbesondere auch in der bevorstehenden Advents- und Weihnachtszeit.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten

(Die Presserklärung Nr. 13/2015 finden Sie auch im Internet unter <http://www.spirituosen-verband.de/presse/pressemitteilungen/>)

Zeichen: 2.496

**Fragen beantworten Ihnen gerne:**

**BSI-Geschäftsstelle**

**Angelika Wiesgen-Pick – Geschäftsführerin**

**Urstadtstraße 2, 53129 Bonn**

**Telefon: +49 228 53994-0**

**Telefax: +49 228 53994-20**

**E-Mail: [info@bsi-bonn.de](mailto:info@bsi-bonn.de)**

**Internet: [www.spirituosen-verband.de](http://www.spirituosen-verband.de)**

**Medienbotschaft Verlag & Events GmbH**

**Christian H. Rosenberg – Geschäftsführender Gesellschafter**

**Villa Rheinblick, Oberstraße 2, 8274 Tägerwilen/Bodensee, Schweiz**

**Telefon: +41 71 6666-570**

**Telefax: +41 71 6666-574**

**E-Mail: [info@medienbotschaft.com](mailto:info@medienbotschaft.com)**

**Internet: [www.whiskybotschafter.com](http://www.whiskybotschafter.com)**

**[www.drinks-magazin.com](http://www.drinks-magazin.com)**

**[www.drinks-magazin.ch](http://www.drinks-magazin.ch)**

**[www.drinks-magazin.de](http://www.drinks-magazin.de)**

## Entwicklung des Whisk(e)y-Segments in Relation zur Entwicklung des gesamten Spirituosenmarktes 2003 bis 2014

Gesamtangebot <sup>*1)</sup>				Whisky-Angebot <sup>*1)</sup>			Einzelhandelsabsatz <sup>2)</sup>			
Jahr	in Mio. 0,7 l FI	in Mio. l	Verbr. in l/ Kopf	in Mio. 0,7 l FI	Anteil am Gesamt- angebot in %	Verbr. in l/ Kopf	Spirituosen Gesamt		Whisky	
							in Mio. 0,7 l FI <sup>3)</sup>	LEH- Anteil** in %	in Mio. 0,7 l FI	LEH- Anteil in %
2003	812	568,4	5,9	47,1	5,8	0,3	410,6	50,6	22,0	46,7
2004	801	560,7	5,8	52,9	6,6	0,4	420,0	52,4	22,3	42,2
2005	759	531,3	5,7	50,9	6,7	0,4	421,8	55,6	22,3	43,8
2006	757	529,9	5,7	50,0	6,6	0,4	423,5	55,9	23,1	46,2
2007	723	506,1	5,6	51,3	7,1	0,4	430,6	59,6	22,9	44,6
2008	746	522,2	5,5	51,5	6,9	0,4	429,4	57,6	23,3	45,2
2009	690	483,0	5,4	52,4	7,6	0,4	439,4	63,7	24,7	47,1
2010	695	486,5	5,4	67,4	9,7	0,5	448,4	64,5	27,6	40,9
2011	698	488,6	5,5	67,0	9,6	0,5	448,4	64,2	30,5	45,5
2012	703	492,1	5,5	68,2	9,7	0,5	437,6	62,2	33,0	48,4
2013	693	485,1	5,5	66,5	9,6	0,5	436,2	62,9	33,7	50,7
2014	675	472,5	5,4	66,8	9,9	0,5	429,2	63,6	34,6	51,8

\* Produktion plus Einfuhr abzüglich Ausfuhr = Gesamtangebot am Markt

\*\* LEH-Anteil am jeweiligen Gesamtangebot

<sup>1)</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

<sup>2)</sup> Quelle: Information Resources GmbH, Düsseldorf

<sup>3)</sup> ohne Spirituosen-Mixgetränke (RTD)

**Die Entwicklung des Whisk(e)y-Absatzes im LEH<sup>1)</sup> nach Gattungen  
in 1.000 Flaschen à 0,7 l 2003 bis 2015**

<b>Jahr</b>	<b>Whisk(e)y gesamt</b>	<b>Scotch</b>	<b>Malt</b>	<b>Bourbon</b>	<b>American Blend</b>	<b>Sonstiger Whisk(e)y</b>
<b>Bundesgebiet Gesamt:</b>						
Jahr 2003	21.963	10.374	1.722	6.771	1.653	1.448
Jahr 2004	22.288	10.055	1.840	7.225	1.775	1.394
Jahr 2005	22.315	9.661	2.077	7.397	1.918	1.262
Jahr 2006	23.074	10.366	2.489	6.772	2.058	1.388
Jahr 2007	22.898	10.607	2.134	6.477	2.094	1.585
Jahr 2008	23.294	9.325	1.840	7.078	2.311	2.740
Jahr 2009	24.688	9.234	1.660	7.899	2.671	3.224
Jahr 2010	27.648	11.184	1.686	9.250	3.022	2.506
Jahr 2011	30.536	11.888	1.957	10.280	3.659	2.752
Jahr 2012	32.984	12.357	2.312	11.433	3.924	2.958
Jahr 2013	33.718	11.446	2.490	12.551	4.107	3.123
Jahr 2014	34.626	11.839	2.629	12.331	4.373	3.455
Januar bis September 2015	24.873	8.425	1.640	9.046	3.193	2.569
<b>Westdeutschland:</b>						
Jahr 2003	17.698	8.595	1.409	5.016	1.511	1.168
Jahr 2004	17.556	8.214	1.448	5.154	1.652	1.089
Jahr 2005	17.571	7.824	1.539	5.443	1.800	966
Jahr 2006	17.859	8.188	1.825	4.908	1.928	1.009
Jahr 2007	17.759	8.262	1.588	4.792	1.946	1.171
Jahr 2008	18.318	7.602	1.385	5.258	2.045	2.028
Jahr 2009	19.514	7.478	1.224	6.061	2.377	2.373
Jahr 2010	21.790	9.090	1.264	6.963	2.725	1.748
Jahr 2011	24.442	9.488	1.481	7.949	3.310	2.214
Jahr 2012	26.408	9.976	1.681	8.901	3.545	2.305
Jahr 2013	26.900	9.296	1.903	9.699	3.705	2.298
Jahr 2014	27.872	9.682	2.008	9.601	3.976	2.605
Januar bis September 2015	20.102	6.879	1.243	7.107	2.911	1.963
<b>Ostdeutschland:</b>						
Jahr 2003	4.298	1.779	314	1.755	142	279
Jahr 2004	4.732	1.841	392	2.070	123	305
Jahr 2005	4.745	1.837	538	1.955	118	297
Jahr 2006	5.215	2.178	664	1.865	130	379
Jahr 2007	5.139	2.345	546	1.685	148	415
Jahr 2008	4.976	1.723	455	1.820	266	712
Jahr 2009	5.174	1.756	435	1.838	294	850
Jahr 2010	5.858	2.094	422	2.287	297	757
Jahr 2011	6.094	2.400	476	2.331	349	538
Jahr 2012	6.576	2.381	631	2.532	379	653
Jahr 2013	6.818	2.150	587	2.852	403	826
Jahr 2014	6.754	2.156	620	2.730	397	850
Januar bis September 2015	4.770	1.546	397	1.939	282	605

<sup>1)</sup> Zahlen exklusive Aldi

## DATEN AUS DER ALKOHOLWIRTSCHAFT

### Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2014 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi;  
Basis: Spirituosenarten insgesamt je <sup>1)2)3)</sup> = 100 %;  
Angaben in Prozent des Spirituosenabsatzes)

	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Klare	Whisk(e)y	Sonstige Spiri- tuosen	Typen, Formen und Größen insges.
<b>GESCHÄFTSTYPEN:<sup>1)</sup></b>							
Verbrauchermärkte	11	7	33	35	9	5	100
Discounter	13	7	33	39	6	2	100
Restl. LEH	13	7	32	39	6	3	100
<b>ORGANISATIONSFORMEN:<sup>2)</sup></b>							
Metro EH	10	7	30	34	14	5	100
REWE-Gruppe	10	6	31	41	8	4	100
EDEKA-Gruppe	13	7	35	36	6	3	100
MARKANT-Gruppe	11	8	34	34	9	4	100
Restl. LEH	13	6	33	40	6	2	100
<b>VERKAUFSFLÄCHEN:<sup>3)</sup></b>							
bis 399 qm	14	7	33	39	5	2	100
400 – 799 qm <sup>*)</sup>	13	7	33	39	6	2	100
800 – 1 499 qm	11	7	33	38	7	4	100
1 500 – 2 499 qm	11	7	33	36	8	5	100
2 500 – 4 999 qm	11	8	35	32	9	5	100
5 000 qm und mehr	10	8	32	33	12	5	100
<b>LEH gesamt</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>33</b>	<b>36</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

<sup>\*)</sup> Inklusive Discounter

Quelle: Information Resources

## DATEN AUS DER ALKOHOLWIRTSCHAFT

### Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2014 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi;  
Basis: Jede aufgeführte Spirituosenart über insgesamt je <sup>1)2)3)</sup> = 100 %;  
Angaben in Prozent des Gesamtabsatzes je Spirituosenart)

	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Klare	Whisk(e)y	Sonstige Spiri- tuosen
<b>GESCHÄFTSTYPEN:<sup>1)</sup></b>						
<b>Verbrauchermärkte</b>	50	57	55	51	65	75
<b>Discounter</b>	39	33	35	38	27	17
<b>Restl. LEH</b>	11	10	10	11	8	8
<b>ORGANISATIONSFORMEN:<sup>2)</sup></b>						
<b>Metro EH</b>	7	8	7	7	14	12
<b>REWE-Gruppe</b>	21	22	22	25	25	27
<b>EDEKA-Gruppe</b>	37	34	36	34	27	30
<b>MARKANT-Gruppe</b>	16	20	18	16	20	22
<b>Restl. LEH</b>	19	16	17	18	14	9
<b>VERKAUFSFLÄCHEN:<sup>3)</sup></b>						
<b>bis 399 qm</b>	5	4	4	4	2	2
<b>400 – 799 qm<sup>*)</sup></b>	46	39	41	44	33	23
<b>800 – 1 499 qm</b>	15	15	16	17	15	20
<b>1 500 – 2 499 qm</b>	8	9	9	9	9	13
<b>2 500 – 4 999 qm</b>	13	15	15	12	16	18
<b>5 000 qm und mehr</b>	13	18	15	14	25	24
<b>Gesamtsumme bei <sup>1)2)3)</sup></b>	100	100	100	100	100	100

<sup>\*)</sup> Inklusive Discounter

Quelle: Information Resources

## DATEN AUS DER ALKOHOLWIRTSCHAFT

### Anteile von Geschäftstypen im LEH 2014 an den vorhandenen Geschäften im LEH und am gesamten Spirituosenabsatz

(Anteil der Geschäfte im Lebensmittel-Einzelhandel [LEH]: 32 900; ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi; Gesamtspirituosenabsatz 428,8 Mio. Flaschen à 0,7 l\*); Angaben in Prozent)

	Vorhandene Geschäfte	Spirituosenabsatz
<b>GESCHÄFTSTYPEN:<sup>1)</sup></b>		
<b>Verbrauchermärkte</b>	27	55
<b>Discounter</b>	43	35
<b>Restl. LEH</b>	30	10
<b>ORGANISATIONSFORMEN:<sup>2)</sup></b>		
<b>Metro EH</b>	1	8
<b>REWE-Gruppe</b>	26	24
<b>EDEKA-Gruppe</b>	36	34
<b>MARKANT-Gruppe</b>	19	18
<b>Restl. LEH</b>	18	16
<b>VERKAUFSFLÄCHEN:<sup>3)</sup></b>		
<b>bis 399 qm</b>	27	4
<b>400 – 799 qm<sup>**)</sup></b>	47	41
<b>800 – 1 499 qm</b>	13	16
<b>1 500 – 2 499 qm</b>	7	9
<b>2 500 – 4 999 qm</b>	4	14
<b>5 000 qm und mehr</b>	2	16
<b>Gesamtsumme bei <sup>1)2)3)</sup></b>	100	100

<sup>1)</sup> Inklusive Discounter und Drogerie-Märkte: 517,0 Mio. Flaschen à 0,7 l

<sup>\*\*)</sup> Inklusive Discounter

Quelle: Information Resources