



Nr. 13/2016 – Langfassung
25. November 2016

– Pressemitteilung –

Schirmherrschaft über die InterWhisky durch den BSI auch im Jahr 2016

Bonn/Frankfurt am Main (BSI) – Anlässlich der 18. InterWhisky 2016 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 25. bis 27. November 2016) 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 2016 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)y-Angebots auf dem deutschen Markt betrug im Jahr 2015 – nach Schätzung in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Bundesamt – rund 10 Prozent mit rund 66 Millionen Flaschen à 0,7 Liter. Über den deutschen Lebensmittel-Einzelhandel wurden – nach Angaben des Marktforschungsinstituts Information Resources GmbH – rund 56 Prozent des Gesamtmarktvolumens – etwa 37 Millionen Flaschen à 0,7 Liter – verkauft, unter anderem circa

- 17,8 Millionen Flaschen Bourbon/American Whiskey,
- 12,5 Millionen Flaschen Scotch Whisky und
- 3,9 Millionen Flaschen „Sonstiger Whisky“ sowie
- 2,8 Millionen Flaschen Malt Whisky.

Der aktuelle Whisk(e)y-Absatz im Jahr 2016 (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 Presseerklärung Nr. 13/2016 finden Sie auch im Internet unter:
<http://www.spirituosen-verband.de/presse/pressemitteilungen/>)

Zeichen: 2.499

Fragen beantworten Ihnen gerne:

BSI-Geschäftsstelle

Angelika Wiesgen-Pick – Geschäftsführerin

Urstadtstraße 2, 53129 Bonn

Telefon: 0228 53994-0

Telefax: 0228 53994-20

E-Mail: info@bsi-bonn.de

Internet: 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

Internet: www.whiskybotschafter.com;

www.drinks-magazin.com;

www.drinks-magazin.ch

Entwicklung des Whisk(e)y-Segments in Relation zur Entwicklung des gesamten Spirituosenmarktes 2011 bis 2015

Gesamtangebot ^{*1)}				Whisky-Angebot ^{*1)}			Einzelhandelsabsatz ²⁾			
							Spirituosen Gesamt		Whisky	
Jahr	in Mio. 0,7 l Fl ³⁾⁴⁾	in Mio. l	Verbr. in l/Kopf	in Mio. 0,7 l Fl	Anteil am Gesamtangebot in %	Verbr. in l/Kopf	in Mio. 0,7 l Fl ⁴⁾	LEH-Anteil** in %	in Mio. 0,7 l Fl	LEH-Anteil in %
2011	698	488,6	5,5 ⁵⁾	67,0	9,6	0,5	450,2	64,5	31,2	46,6
2012	703	492,1	5,5	68,2	9,7	0,5	441,3	62,8	33,5	49,1
2013	693	485,1	5,5	66,5	9,6	0,5	438,2	63,2	34,4	51,7
2014	678	474,6	5,4	66,4	9,8	0,5	433,8	64,0	35,5	53,5
2015	691 ⁶⁾	483,7	5,4	65,6	9,5	0,5	436,1	63,1	37,0	56,4

* Produktion plus Einfuhr abzüglich Ausfuhr = Gesamtangebot am Markt

** LEH-Anteil am jeweiligen Gesamtangebot

Bitte beachten Sie, dass - aufgrund der Datenbankänderung der Marktforschung Information Resources ab 2016 - sich Änderungen der vergangenen Jahreswerte ergeben haben.

¹⁾ Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

²⁾ Quelle: Information Resources GmbH, Düsseldorf

³⁾ Der BSI geht nach internen Schätzungen von Doppelzählungen aufgrund von Bulk-Waren-Lieferungen in Höhe von ca. 100 Mio. Fl. à 0,7 Liter aus.

⁴⁾ Ohne Spirituosen-Mixgetränke (RTD)

⁵⁾ Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011

⁶⁾ Bezogen auf den Gesamtmarkt an Spirituosen entfallen auf Importspirituosen - nach Angaben der Marktforschung GfK SE - rund 39,0 % des Spirituosenangebots in Deutschland.

**Die Entwicklung des Whisk(e)y-Absatzes im LEH¹⁾ nach Gattungen
in 1.000 Flaschen à 0,7 l | 2011 bis 2016**

Anlage 2

Jahr	Whisk(e)y gesamt	Scotch	Malt	Bourbon	American Blend	Sonstiger Whisk(e)y
Bundesgebiet Gesamt:						
Jahr 2011	31.194	12.265	2.127	10.189	3.735	2.878
Jahr 2012	33.527	12.550	2.424	11.483	4.033	3.037
Jahr 2013	34.417	11.726	2.635	12.620	4.149	3.288
Jahr 2014	35.481	12.161	2.778	12.502	4.437	3.604
Jahr 2015	37.001	12.469	2.786	13.054	4.752	3.940
Januar bis September 2016	26.181	8.879	1.500	9.442	3.031	2.819
Westdeutschland:						
Jahr 2011	24.938	9.791	1.594	7.867	3.365	2.320
Jahr 2012	26.781	10.121	1.733	8.940	3.632	2.356
Jahr 2013	27.428	9.534	1.972	9.755	3.718	2.449
Jahr 2014	28.597	9.990	2.101	9.737	4.027	2.741
Jahr 2015	29.793	10.243	2.122	10.097	4.293	3.039
Januar bis September 2016	21.154	7.236	1.131	7.343	3.206	2.238
Ostdeutschland:						
Jahr 2011	6.257	2.474	532	2.322	370	558
Jahr 2012	6.747	2.429	691	2.543	401	682
Jahr 2013	6.989	2.192	663	2.865	431	839
Jahr 2014	6.884	2.171	677	2.765	410	863
Jahr 2015	7.208	2.226	665	2.957	460	901
Januar bis September 2016	5.027	1.642	369	2.099	337	580

¹⁾ Zahlen exklusive Aldi

Bitte beachten Sie, dass - aufgrund der Datenbankänderung der Marktforschung Information Resources ab 2016 - sich Änderungen der vergangenen Jahreswerte ergeben haben.

Quelle: Information Resources GmbH, Düsseldorf

DATEN AUS DER ALKOHOLWIRTSCHAFT

Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2015 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi; Basis: Spirituosenarten insgesamt je ¹⁾²⁾³⁾ $\hat{=}$ 100 %; Angaben in Prozent des Spirituosenabsatzes)

	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Klare	Whisk(e)y	Sonstige Spiri- tuosen	Typen, Formen und Größen insges.
GESCHÄFTSTYPEN:¹⁾							
Verbrauchermärkte	10	7	34	34	10	5	100
Discounter	13	7	33	39	6	2	100
Restl. LEH	13	7	33	38	6	3	100
ORGANISATIONSFORMEN:²⁾							
Metro EH	11	7	29	32	15	6	100
REWE-Gruppe	9	7	32	40	8	4	100
EDEKA-Gruppe	12	7	35	37	6	3	100
MARKANT-Gruppe	10	8	35	34	9	4	100
Restl. LEH	14	6	32	39	7	2	100
VERKAUFSFLÄCHEN:³⁾							
bis 399 qm	14	7	33	39	5	2	100
400 – 799 qm ^{*)}	13	7	33	39	6	2	100
800 – 1.499 qm	11	7	33	38	7	4	100
1.500 – 2.499 qm	10	7	33	37	8	5	100
2.500 – 4.999 qm	10	7	36	33	9	5	100
5.000 qm und mehr	9	7	32	34	13	5	100
LEH gesamt	11	7	33	37	8	4	100

¹⁾ Inklusive Discounter ohne Aldi

Quelle: Information Resources

Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2015 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi; Basis: Jede aufgeführte Spirituosenart über insgesamt je ¹⁾²⁾³⁾ $\hat{=}$ 100 %; Angaben in Prozent des Gesamtabsatzes je Spirituosenart)

	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Klare Whisk(e)y	Son- tige Spiri- tuosen	
GESCHÄFTSTYPEN:¹⁾						
Verbrauchermärkte	49	57	56	52	66	75
Discounter	40	33	34	38	27	17
Restl. LEH	11	10	10	10	7	8
ORGANISATIONSFORMEN:²⁾						
Metro EH	7	7	7	7	14	12
REWE-Gruppe	20	23	22	26	24	27
EDEKA-Gruppe	37	36	36	34	27	31
MARKANT-Gruppe	16	19	19	16	21	22
Restl. LEH	20	15	16	17	14	8
VERKAUFSFLÄCHEN:³⁾						
bis 399 qm	5	4	4	5	3	2
400 – 799 qm ^{*)}	45	39	40	43	31	23
800 – 1.499 qm	15	16	16	17	15	20
1.500 – 2.499 qm	8	10	9	9	9	13
2.500 – 4.999 qm	13	14	15	12	16	18
5.000 qm und mehr	14	17	16	14	26	24
Gesamtsumme						
bei ¹⁾²⁾³⁾	100	100	100	100	100	100

^{*)} Inklusive Discounter ohne Aldi

Quelle: Information Resources

Anteile von Geschäftstypen im LEH 2015 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 430,9 Mio. Flaschen à 0,7 l*); Angaben in Prozent)

	Vorhandene Geschäfte	Spirituosenabsatz
GESCHÄFTSTYPEN:¹⁾		
Verbrauchermärkte	27	55
Discounter	43	35
Restl. LEH	30	10
ORGANISATIONSFORMEN:²⁾		
Metro EH	1	8
REWE-Gruppe	26	24
EDEKA-Gruppe	36	34
MARKANT-Gruppe	19	18
Restl. LEH	18	16
VERKAUFSFLÄCHEN:³⁾		
bis 399 qm	27	4
400 – 799 qm ^{**)}	47	41
800 – 1.499 qm	13	16
1.500 – 2.499 qm	7	9
2.500 – 4.999 qm	4	14
5.000 qm und mehr	2	16
Gesamtsumme bei ¹⁾²⁾³⁾	100	100

¹⁾ Inklusive Discounter und Drogerie-Märkte: 515,0 Mio. Flaschen à 0,7 l

^{**)} Inklusive Discounter ohne Aldi

Quelle: Information Resources