

Nr. 12/2013
22. November 2013

– Pressemitteilung –

BSI übernimmt auch im Jahr 2013 das Patronat über die InterWhisky

Bonn/Frankfurt am Main (BSI) – Anlässlich der 15. InterWhisky 2013 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 22. bis 24. November 2013) 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 2013 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 2012– nach Schätzung in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Bundesamt – mit rund 10 Prozent rund 68 Millionen Flaschen à 0,7 Liter. Über den deutschen Lebensmittel-Einzelhandel wurden – nach Angaben des Marktforschungsinstituts Information Resources GmbH – rund 48 Prozent des Gesamtmarktolumens – etwa 32,7 Millionen Flaschen à 0,7 Liter – verkauft, unter anderem circa

- 15,3 Millionen Flaschen Bourbon/American Whiskey,
- 12,2 Millionen Flaschen Scotch Whisky und
- 2,9 Millionen Flaschen „Sonstiger Whisky“ sowie
- 2,3 Millionen Flaschen Malt Whisky.

Der aktuelle Whisk(e)y-Absatz im Jahr 2013 (Ergebnisse liegen für die ersten acht Monate vor) ist relativ stabil, wobei derzeit Scotch, Bourbon und American Whisk(e)y leicht positive Ergebnisse zeigen.

Erfreulich ist auch die Zunahme der 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. 12/2013 finden Sie auch im Internet unter www.spirituosen-verband.de unter dem Button „Presse“)

Zeichen: 2.500

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

Internet: www.spirituosen-verband.de

Medienbotschaft Verlag & Events GmbH

Christian 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

www.drinks-magazin.de

Entwicklung des Whisk(e)y-Segments in Relation zur Entwicklung des gesamten Spirituosenmarktes 2002 bis 2012

Gesamtangebot ^{*1)}				Whisky-Angebot ^{*1)}			Einzelhandelsabsatz ²⁾			
							Spirituosen Gesamt		Whisky	
Jahr	in Mio. 0,7 l Fl	in Mio. l	Verbr. in l/ Kopf	in Mio. 0,7 l Fl	Anteil am Gesamt- angebot in %	Verbr. in l/ Kopf	in Mio. 0,7 l Fl ³⁾	LEH- Anteil** in %	in Mio. 0,7 l Fl	LEH- Anteil in %
2002	814	569,8	5,9	46,4	5,7	0,3	415,7	51,1	21,8	47,0
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	691	483,7	5,4	63,6	9,2	0,5	445,8	64,5	27,6	43,4
2011	698	489,1	5,4	67,1	9,6	0,6	449,6	64,4	30,3	45,2
2012	698	489,4	5,4	68,1	9,7	0,6	437,0	62,6	32,7	48,0

* Produktion plus Einfuhr abzüglich Ausfuhr = Gesamtangebot am Markt

** LEH-Anteil am jeweiligen Gesamtangebot

¹⁾ Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

²⁾ Quelle: Information Resources GmbH, Düsseldorf

³⁾ ohne Spirituosen-Mixgetränke (RTD)

**Die Entwicklung des Whisk(e)y-Absatzes im LEH¹⁾ nach Gattungen
in 1.000 Flaschen à 0,7 l 2002 bis 2011**

Jahr	Whisk(e)y gesamt	Scotch	Malt	Bourbon	American Blend	Sonstiger Whisk(e)y
Bundesgebiet Gesamt:						
Jahr 2002	21.784	10.503	1.517	6.424	1.783	1.557
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	27.627	11.165	1.685	9.250	3.022	2.505
Jahr 2011	30.290	11.770	1.948	10.200	3.657	2.714
Jahr 2012	32.661	12.219	2.285	11.330	3.921	2.905
Januar bis August 2013	33.467	11.671	2.340	12.245	4.241	2.970
Westdeutschland:						
Jahr 2002	17.207	8.494	1.245	4.611	1.619	1.238
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	21.774	9.076	1.263	6.963	2.725	1.748
Jahr 2011	24.243	9.396	1.475	7.889	3.309	2.176
Jahr 2012	26.132	9.860	1.666	8.815	3.542	2.250
Januar bis August 2013	26.558	9.419	1.706	9.439	3.823	2.170
Ostdeutschland:						
Jahr 2002	4.578	2.009	272	1.812	164	321
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	5.852	2.089	422	2.287	297	757
Jahr 2011	6.046	2.375	474	2.311	349	538
Jahr 2012	6.529	2.360	619	2.516	379	655
Januar bis August 2013	6.909	2.252	634	2.806	418	800

¹⁾ Zahlen exklusive Aldi

Quelle: Information Resources GmbH, Düsseldorf

DATEN AUS DER ALKOHOLWIRTSCHAFT

Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2012 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

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

	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Klare	Whisk(e)y	Typen, Formen und Größen insges.
GESCHÄFTSTYPEN:¹⁾						
Verbrauchermärkte	12	9	34	36	9	100
Discounter	14	8	32	40	6	100
Restl. LEH	14	9	33	39	5	100
ORGANISATIONSFORMEN:²⁾						
Metro EH	12	10	30	36	12	100
REWE-Gruppe	12	8	31	41	8	100
EDEKA-Gruppe	14	8	35	37	6	100
MARKANT-Gruppe	13	9	35	35	8	100
Restl. LEH	14	8	31	40	7	100
VERKAUFSFLÄCHEN:³⁾						
bis 399 qm	15	8	33	40	4	100
400 – 799 qm^{*)}	14	8	32	40	6	100
800 – 1 499 qm	12	9	33	39	7	100
1 500 – 2 499 qm	12	9	33	38	8	100
2 500 – 4 999 qm	13	8	37	33	9	100
5 000 qm und mehr	11	10	33	35	11	100
LEH gesamt	13	9	33	38	7	100

^{*)} Inklusive Discounter

Quelle: Information Resources

DATEN AUS DER ALKOHOLWIRTSCHAFT

Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2012 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

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

	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Klare	Whisk(e)y
GESCHÄFTSTYPEN:¹⁾					
Verbrauchermärkte	50	59	55	52	64
Discounter	38	31	34	37	28
Restl. LEH	12	10	11	11	8
ORGANISATIONSFORMEN:²⁾					
Metro EH	7	9	7	8	13
REWE-Gruppe	22	23	23	26	25
EDEKA-Gruppe	36	32	35	32	27
MARKANT-Gruppe	18	20	19	16	20
Restl. LEH	17	16	16	18	15
VERKAUFSFLÄCHEN:³⁾					
bis 399 qm	5	4	4	5	2
400 – 799 qm^{*)}	45	36	41	44	33
800 – 1 499 qm	15	17	16	16	16
1 500 – 2 499 qm	8	9	8	8	9
2 500 – 4 999 qm	13	15	15	12	16
5 000 qm und mehr	14	19	16	15	24
Gesamtsumme bei ¹⁾²⁾³⁾	100	100	100	100	100

^{*)} Inklusiv Discounter

Quelle: Information Resources

DATEN AUS DER ALKOHOLWIRTSCHAFT

Anteile von Geschäftstypen im LEH 2012 an den vorhandenen Geschäften im LEH und am gesamten Spirituosenabsatz

(Anteil der Geschäfte im Lebensmittel-Einzelhandel [LEH]: 34 000; ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi; Gesamtspirituosenabsatz 436,8 Mio. Flaschen à 0,7 l*); Angaben in Prozent)

	Vorhandene Geschäfte	Spirituosenabsatz
GESCHÄFTSTYPEN:¹⁾		
Verbrauchermärkte	26	54
Discounter	35	35
Restl. LEH	39	11
ORGANISATIONSFORMEN:²⁾		
Metro EH	1	8
REWE-Gruppe	25	24
EDEKA-Gruppe	35	33
MARKANT-Gruppe	20	18
Restl. LEH	19	17
VERKAUFSFLÄCHEN:³⁾		
bis 399 qm	29	4
400 – 799 qm ^{**)}	45	42
800 – 1 499 qm	13	16
1 500 – 2 499 qm	7	8
2 500 – 4 999 qm	4	14
5 000 qm und mehr	2	16
Gesamtsumme bei ¹⁾²⁾³⁾	100	100

*) Inklusive Discounter und Drogerie-Märkte: 528,0 Mio. Flaschen à 0,7 l

***) Inklusive Discounter

Quelle: Information Resources