

Entwicklung des Pro-Kopf- Verbrauchs von Spirituosen 2015 in Deutschland und in der EU

(Stand: Januar 2017)

von Diplom-Volkswirtin Angelika Wiesgen-Pick,
Geschäftsführerin des BSI

Inhaltsverzeichnis

- I. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen und Getränken 2015
 1. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2015
 2. Pro-Kopf-Verbrauch von Getränken
in Deutschland 2015
- II. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2015 –
gegliedert nach Spirituosenarten
- III. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2015 –
gegliedert nach Bundesländern
- IV. Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke
im Lebensmittel-Einzelhandel (LEH) 2015
- V. Bevorzugte Spirituosengattungen
in den einzelnen Altersgruppen
- VI. Alkohol nach Getränkearten in Europa und weltweit 2015

- VII. Alkoholgehalte der verschiedenen alkoholhaltigen Getränke
- VIII. Wechselwirkungen von Steuern und alkoholhaltigen Getränken
- IX. Ausblick und weitere Entwicklungen

Tabellenverzeichnis

Literaturverzeichnis

Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen ist ein wichtiger Indikator für die Entwicklung am Spirituosenmarkt. In den nachfolgenden Ausführungen wird der Pro-Kopf-Konsum im Vergleich mit anderen alkoholhaltigen Getränken analysiert. Des Weiteren wird der Pro-Kopf-Verbrauch nach einzelnen Spirituosenarten in den verschiedenen Bundesländern Deutschlands, der Absatz einzelner Spirituosengattungen im Lebensmittel-Einzelhandel (LEH) als auch die bevorzugten Spirituosensegmente in einzelnen Altersgruppen sowie abschließend auch der Konsum von alkoholhaltigen Getränken nach Getränkearten in Europa und weltweit dargestellt. Die hierzu zusammengetragenen Daten basieren auf unterschiedlichen Quellen, wie z. B. den Analysen des Statistischen Bundesamtes, des ifo Instituts – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V., der Marktforschungsinstitute – GfK SE, Information Resources GmbH und The Nielsen Company (Germany) GmbH – der Zeitschrift Stern und der internationalen Marktforschung „the IWSR and the IWSR Magazine (the Source for Wine & Spirits Analysis)“, London/Großbritannien.

I. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen und Getränken 2015

1. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2015

Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen betrug im Jahr 2015 – nach Angaben des ifo Instituts – 5,4 Liter in der **Bundesrepublik Deutschland**. Er stagnierte damit auf Vorjahresniveau.

Der Pro-Kopf-Konsum hatte seinen Höchststand im Jahr 1980 mit rund 8,0 Litern. Aufgrund der Branntweinsteuer-Erhöhungen in den Jahren 1981 und 1982 sank er überproportional. Der Pro-Kopf-Konsum ging im Zeitraum 1980 bis 2015 um 2,6 Liter bzw. um 32,5 % zurück.

Des Weiteren konnte die Konsolidierung zwischen den alten und den neuen Bundesländern im Zeitraum von 1991 bis 1998 abgeschlossen werden. Seit diesem Zeitpunkt ist das Niveau des Spirituosenkonsums in den alten und den neuen Bundesländern „relativ“ angeglichen: Pro-Kopf-Konsum im Westen rund 5,4 Liter und in den neuen Bundesländern rund 5,6 Liter pro Kopf.

Entwicklungen des Pro-Kopf-Konsums im Zeitraum 1980 bis 2015

Jahr	Verbrauch pro Kopf
1980	8,0
1991	7,5
1992	7,3
1993	7,0
1994	6,7
1995	6,5
1996	6,3
1997	6,1
1998	6,0
1999	5,9
2000	5,8
2001	5,8
2002	5,9
2003	5,9
2004	5,8
2005	5,7
2006	5,7
2007	5,6
2008	5,5
2009	5,4
2010	5,4
2011 ¹⁾	5,5
2012	5,5
2013	5,5
2014	5,4
2015	5,4

¹⁾ Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011

2. Pro-Kopf-Verbrauch von Getränken in Deutschland 2015

Der **Pro-Kopf-Konsum von Getränken** in Deutschland stieg – nach Angaben des ifo Instituts – im Jahr 2015 um 1,4 Liter pro Kopf bzw. um 0,2 % auf insgesamt 763,6 Liter. Damit ist die physische Aufnahmefähigkeit an Getränken, die pro Person im Durch-

schnitt mit rund 760 bis 770 Litern pro Jahr und Kopf angegeben wird, in etwa erreicht (vgl. auch Tabelle 1).

Am Getränkeverbrauch waren die einzelnen **alkoholhaltigen und alkoholfreien Getränkegattungen** im Jahr 2015/2014 wie folgt beteiligt:

- Der Pro-Kopf-Verbrauch der alkoholhaltigen Getränke (Bier, Wein, Schaumwein und Spirituosen) betrug 135,5 Litern. Dies entspricht einem Anteil – bezogen auf den gesamten Getränkeverbrauch – in Höhe von 17,7 %. Der Verbrauch der alkoholhaltigen Getränke verringerte sich dabei 2015 im entsprechenden Vorjahresvergleich um 1,4 Liter bzw. um 1,0 %.
- Der Konsum pro Kopf der alkoholfreien Getränke (Wässer, Erfrischungsgetränke und Fruchtsäfte) lag 2015 bei 303,6 Liter und erhöhte sich im Vorjahresvergleich um 3,6 Liter bzw. um 1,2 %. Dieses entspricht einem Anteil in Höhe von 39,8 % – bezogen auf den gesamten Getränkemarkt.
- Der Pro-Kopf-Verbrauch der Heiß- und Hausgetränke (z.B. Bohnenkaffee, Schwarzer Tee, Kräuter-/Früchtetee und Milch) erzielte 2015 einen Anteil – bezogen auf den gesamten Getränkemarkt – in Höhe von 42,5 % – bei einem Absolutwert von 324,5 Litern. Dies entspricht einer Abnahme um 0,8 Litern pro Kopf bzw. um 0,2 % im entsprechenden Vorjahresvergleich.

Innerhalb der Gruppe der alkoholhaltigen Getränke

- hatte Bier mit einem Pro-Kopf-Konsum von 105,9 Litern im Jahr 2015 erneut den höchsten Anteil – nämlich 78,2 % – bezogen auf alle alkoholhaltigen Getränke. Dabei sank der Bierkonsum im Jahr 2015 im entsprechenden Vorjahresvergleich um 1,0 Litern pro Kopf bzw. um 0,9 %,

Tabelle 1 Pro-Kopf-Verbrauch von allen Getränken 2014/2015¹⁾

Getränkeart	2014	2015
Alkoholgetränke	136,9	135,5
Bier	106,9	105,9
Wein ²⁾	20,7	20,5
Schaumwein	3,9	3,7
Spirituosen ³⁾	5,4	5,4
Alkoholfreie Getränke	300,0	303,6
Wässer ⁴⁾	148,2	151,9
Erfrischungsgetränke ⁵⁾	119,8	118,7
Fruchtsäfte ⁶⁾	32,0	33,0
Heiß- u. Hausgetränke	325,3	324,5
Bohnenkaffee ⁷⁾	162,0	162,0
Schwarzer Tee ⁸⁾⁹⁾	26,3	26,4
Kräuter-/Früchtetee ⁸⁾	52,3	53,4
Milch ¹⁰⁾	84,7	82,7
Insgesamt	762,2	763,6

¹⁾ Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011

²⁾ Einschließlich Wermut- und Kräuterwein (ohne Schaumwein); jeweils Weinwirtschaftsjahr (1.9. bis 31.8.)

³⁾ Einschließlich Spirituosen-Mixgetränke, umgerechnet auf einen durchschnittlichen Alkoholgehalt von 33 % vol

⁴⁾ Natürliche Mineralwässer (einschl. Heilwässer), Quell- und Tafelwässer

⁵⁾ Ohne Getränke aus Konzentraten, Sirup und Getränkepulver; einschl. Tee-Getränke und Postmix-Absatz

⁶⁾ Einschließlich Fruchtnektare und Gemüsesäfte

⁷⁾ 35 Gramm Röstkaffee pro Liter; ab 2012 neue Datenbasis und Stärkezahl (37 g/l)

⁸⁾ 9 Gramm Tee pro Liter

⁹⁾ Einschließlich Grüntee

¹⁰⁾ Frischmilcherzeugnisse (Konsummilch ohne Industriemilch, Buttermilch, Sauermilch und Milchmixgetränke); revidierte Zahlen

Quellen: ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, Statistisches Bundesamt, Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, Berechnungen und Zusammenstellung: Michael Breitenacher

- folgte Wein mit einem Pro-Kopf-Konsum im Jahr 2015 in Höhe von 20,5 Litern, das sind 0,2 Liter bzw. 1,0 % weniger als im Vorjahr mit einem Anteil – bezogen auf alle alkoholhaltigen Getränke – in Höhe von 15,1 %,
- verzeichnete der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen mit 5,4 Litern eine Stagnation auf Vorjahresniveau bei einem Anteil – bezogen auf den Gesamtmarkt der alkoholhaltigen Getränke – in Höhe von 4,0 % und
- verringerte sich der Pro-Kopf-Konsum von Schaumwein um 0,2 Liter bzw. um 5,1 % auf 3,7 Litern im Jahr 2015 mit einem Anteil am Gesamtmarkt der alkoholhaltigen Getränke in Höhe von 2,7 %.

Tabelle 2 verdeutlicht den Pro-Kopf-Verbrauch der verschiedenen alkoholhaltigen Getränke und die Verbraucherausgaben. Beim Pro-Kopf-Verbrauch ist festzuhalten, dass in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Gesundheit als offizielle Zahlen für den durchschnittlichen Alkoholgehalt für alkoholhaltige Getränke seit 1995 folgende festgelegt worden sind:

- für Spirituosen 33,0 % vol,
- für Wein 11,0 % vol,
- für Schaumwein 11,0 % vol und
- für Bier 4,8 % vol.

Die Anteile des Pro-Kopf-Konsums und der Steuereinnahmen – bezogen auf alle alkoholhaltigen Getränke (Bier, Wein, Schaumwein und Spirituosen) – zeigt Tabelle 3:

- Die Einnahmen des Bundes aus Abgaben an alkoholhaltigen Getränken betragen im Jahr 2015 in der Summe 3.175,4 Mio. € (ohne Alkopopsteuer):
 - Der Anteil der Spirituosen hieran betrug 65,2 %.

Tabelle 2 Pro-Kopf-Verbrauch von verschiedenen alkoholhaltigen Getränken und Verbraucherausgaben 2008 bis 2015

	Verbrauch pro Kopf (in Liter Fertigware)	Verbrauch pro Kopf (in Liter Alkohol ¹⁾)	Verbraucher- ausgaben (in Mrd. €)
Bier			
2008	111,1	5,3	–
2009	109,6	5,3	–
2010	107,4	5,2	–
2011 ²⁾	109,3	5,2	–
2012	107,3	5,2	–
2013	106,6	5,1	–
2014	106,9	5,1	–
2015	105,9	5,1	–
Spirituosen			
2008	5,5	1,8	–
2009	5,4	1,8	–
2010	5,4	1,8	–
2011 ²⁾	5,5	1,8	–
2012	5,5	1,8	–
2013	5,5	1,8	–
2014	5,4	1,8	–
2015	5,4	1,8	–
Wein³⁾			
2008	20,7	2,3	5,82
2009	20,1	2,2	5,69
2010	20,5	2,3	6,03 ⁴⁾
2011 ²⁾	20,6	2,3	6,30 ⁴⁾
2012	20,8	2,3	6,60 ⁴⁾
2013	21,1	2,3	6,80 ⁴⁾
2014	20,7	2,3	7,00 ⁴⁾
2015	20,5	2,3	7,00 ⁴⁾
Schaumwein			
2008	3,9	0,4	–
2009	3,9	0,4	–
2010	3,9	0,4	–
2011 ²⁾	4,2	0,5	–
2012	4,2	0,5	–
2013	4,0	0,4	–
2014	3,9	0,4	–
2015	3,7	0,4	–

¹⁾ Zur Umrechnung durchschnittlicher Alkoholgehalt der Fertigware:

Spirituosen: 33,0 % vol seit 1995 nach aktuellen Analysen • bis 1994: 36,0 % vol

Wein: 11,0 % vol nach aktuellen Analysen

Schaumwein: 11,0 % vol nach aktuellen Analysen

Bier: 4,8 % vol

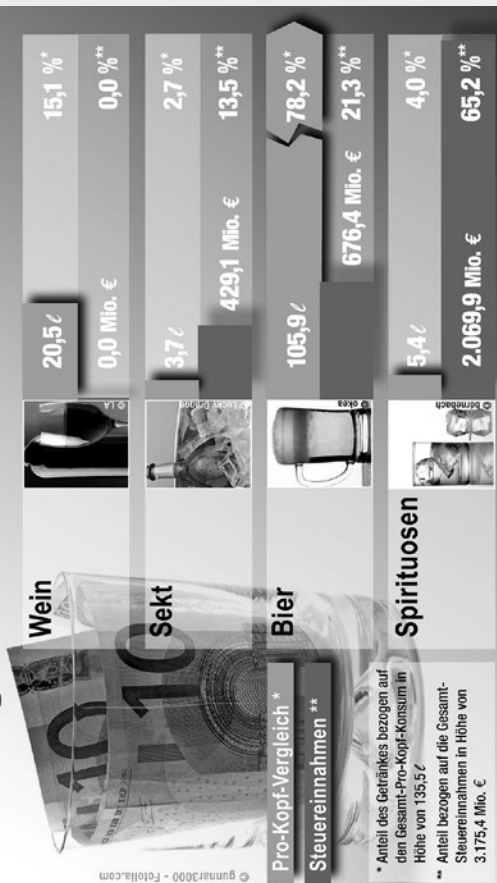
²⁾ Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011

³⁾ Einschließlich Wermut- und Kräuterwein (ohne Schaumwein)

⁴⁾ Gesamtabsatz im Inland bewertet zum Durchschnittspreis GfK-HHP und Expertenschätzung Hochschule Geisenheim University

Quellen: ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure, Deutscher Brauer-Bund, Deutscher Weinbauverband, Verband Deutscher Sektkellereien

Alkoholgenuss: Der Staat trinkt mit!



Quellen: Statistisches Bundesamt/ifo Institut (2016)

Grafik: djd/Ratgeberzentrale, Fotos: fotolia.com

- Der Anteil der Schaumweinsteuer machte hieran 13,5 % aus.
- Der Anteil der Weinsteuer (Nullsteuersatz) lag bei 0,0 %.
- Der Anteil der Biersteuer betrug 21,3 %.
- Der Pro-Kopf-Verbrauch von alkoholhaltigen Getränken betrug im Jahr 2015 in der Summe 135,5 Liter:
 - Der Pro-Kopf-Konsum von Bier war dabei relativ hoch und hatte einen Anteil von 78,2 % – bezogen auf den Gesamtkonsum aller alkoholhaltigen Getränke.
 - Der Pro-Kopf-Konsum von Wein lag anteilmäßig bei 15,1 % – bezogen auf den Gesamtmarkt des Pro-Kopf-Konsums aller alkoholhaltigen Getränke.
 - Der Spirituosenmarkt hatte einen Anteil von 4,0 % – bezogen auf den Pro-Kopf-Konsum aller alkoholhaltigen Getränke.
 - Der Anteil des Schaumwein-Pro-Kopf-Konsums lag bei 2,7 % – bezogen auf den Gesamtmarkt des Pro-Kopf-Konsums aller alkoholhaltigen Getränke.

Die nachfolgende Analyse verdeutlicht diese Relationen:

Getränkeart	Steuereinnahmen 2015 (in Mio. €)	Pro-Kopf-Verbrauch 2015 (in Liter)
Bier	676,4	105,9
Wein	0,0	20,5
Schaumwein	429,1	3,7
Spirituosen	2.069,9	5,4
Summe	3.175,4	135,5

Tabelle 4 verdeutlicht die Anteile des Pro-Kopf-Konsums in den alten und den neuen Bundesländern sowie in reinem Alkohol – bezogen auf die verschiedenen alkoholhaltigen Getränke.

Tabelle 4 Verbrauch von Spirituosen und alkoholhaltigen Getränken
1990 bis 2015 (Liter Fertigware/reiner Alkohol)

Jahr	Spirituosen		
	Gesamtdeutschland	alte Bundesländer	neue Bundesländer
1990	-	6,2	-
1991	7,5	6,2	12,9
1992	7,3	6,2	12,3
1993	7,0	6,1	12,0
1994	6,7	6,0	10,0
1995	6,5	6,0	9,0
1996	6,3	6,0	8,0
1997	6,1	6,0	7,0
1998	6,0	6,0	6,5
1999	5,9	5,9	6,3
2000	5,8	5,8	6,1
2001	5,8	5,8	6,0
2002	5,9	5,9	5,9
2003	5,9	5,9	5,9
2004	5,8	5,8	5,8
2005	5,7	5,7	5,8
2006	5,7	5,7	5,8
2007	5,6	5,6	5,8
2008	5,5	5,5	5,7
2009	5,4	5,4	5,6
2010	5,4	5,4	5,6
2011 ¹⁾	5,5	5,5	5,7
2012	5,5	5,5	5,7
2013	5,5	5,5	5,7
2014	5,4	5,4	5,6
2015	5,4	5,4	5,6

2015	Fertigware	Anteile in %	reiner Alkohol	Anteil in %
Spirituosen	5,4	4,0	1,8	18,8
Bier	105,9	78,2	5,1	53,0
Wein	20,5	15,1	2,3	24,0
Schaumwein	3,7	2,7	0,4	4,2
Summe aller alkoholhaltiger Getränke	135,5	100,0	9,6	100,0

¹⁾ Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011

Quellen: ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure, Deutscher Brauer-Bund, Deutscher Weinbauverband, Verband Deutscher Sektellereien

II. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2015 – gegliedert nach Spirituosenarten

Der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI) weist seit 1991 die Marktversorgung mit Spirituosen und den Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen für Deutschland – gegliedert nach den einzelnen Spirituosengattungen – aus. Dabei errechnet sich die Marktversorgung aus der Spirituosenproduktion zuzüglich der Spirituoseneinfuhren minus der Spirituosenexporte. Der Pro-Kopf-Verbrauch entspricht dabei der Division der Marktversorgung durch die Zahl der Einwohner im gesamten Bundesgebiet unter folgenden Bedingungen der verwendeten Zahlen des Statistischen Bundesamtes:

- Die Zahlen zum Spezialaußenhandel mit Spirituosen umfassen alle ein- und ausgehenden Waren mit Eigen- und Lohnveredelungen, ohne Durchfuhr, ohne Lagerverkehr und ohne Vorprodukte aus Wein.
- Die Zahlen zum Spezialaußenhandel mit Spirituosen werden dabei von Liter Alkohol in Liter Fertigware mit Hilfe der aktuellen BSI-Umrechnungsdivisoren berechnet.
- Die Daten zur Produktion beziehen sich auf Betriebe mit zehn und mehr Beschäftigten in der Spirituosenindustrie.
- Doppelzählungen ergeben sich bei den Produktions- und Außenhandelszahlen (insbesondere bei Whisk[e]ys und Rum); eine Eliminierung ist jedoch nicht umfassend möglich, da keine entsprechenden gültigen Statistiken vorliegen. Insofern ist der Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen aufgrund der vorgenannten Berechnungen – trotz geringer Kürzungen noch – zu hoch ausgewiesen. Dieser wird nach Analysen der Marktforschung GfK SE für das Jahr 2015 auf rund 39 % – bezogen auf den gesamten Spirituosenmarkt – geschätzt.

Einen Überblick über die Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs der einzelnen Spirituosengattungen 2015 (nach endgültigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes) – unter den vorgenannten Einschränkungen – gibt Tabelle 5. Dieser belegt den überproportional hohen Pro-Kopf-Verbrauch bei folgenden Gattungen:

- Liköre mit 1,55 Litern pro Kopf,
- Wodka mit 1,11 Litern pro Kopf und
- Korn und anderer Branntwein (inkl. Steinhäger) mit 0,82 Litern pro Kopf sowie
- Rum, Arrak und Taffia mit 0,72 Litern pro Kopf.

Relativ gering war der Konsum pro Kopf bei folgenden Spirituosensegmenten – wie bereits in den vergangenen Jahren:

- Obstbrände mit 0,39 Litern pro Kopf und
- sonstige Spirituosen mit 0,30 Litern pro Kopf sowie
- Gin, Genever und Wacholder mit 0,07 Litern pro Kopf.

Der Pro-Kopf-Verbrauch der nachfolgenden Spirituosengattungen war dabei relativ konstant:

- Whisk(e)y mit 0,56 Litern pro Kopf und
- Branntwein aus Wein sowie Cognac und Armagnac mit 0,40 Litern pro Kopf.

Bezüglich der Berechnung des Pro-Kopf-Verbrauchs für das Kalenderjahr 2015 kommt der BSI – aufgrund der vorgenannten Methode – auf einen durchschnittlichen Pro-Kopf-Konsum in Höhe von 5,92 Litern pro Kopf. Dies ist – in Abweichung von den Ergebnissen des ifo Instituts, die für das Jahr 2015 einen Pro-Kopf-Konsum von 5,4 Litern pro Kopf ausweisen – sicher-

lich insbesondere auf die sich bei Produktion und Außenhandel ergebenden (bereits erwähnten) Doppelzählungen, u.a. bei Whisk(e)ys und Rum, zurückzuführen (vgl. auch Ausnahmen der Berechnung – Kapitel II).

Tabelle 5 Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs der einzelnen Spirituosenkategorien 2015

Spirituosenkategorien	Produktion Außenhandel Marktversorgung Anteile a. d. Marktversorgung Pro-Kopf-Verbrauch im gesamten Bundesgebiet 2015	Produktion ¹⁾ + Importe ²⁾		- Exporte		= Marktversorgung in der Bundesrepublik Deutschland		Anteile an der Marktversorgung		Pro-Kopf-Verbrauch ³⁾ in der Bundesrepublik Deutschland	
		in Mio. Liter	in Mio. Liter	in Mio. Liter	in Mio. Liter	in Mio. Liter	in Mio. Liter	in %	in %	in Liter	in Liter
ohne RTD											
Branntwein aus Wein sowie Cognac und Armagnac Korn und anderer Branntwein (inkl. Steinhäger)		29,3	12,8	9,4	32,7	6,7	0,40				
Gin, Genever und Wacholder		49,7	25,9	7,8	67,8	13,9	0,82				
Obstbrände		7,7	12,1	13,8	6,0	1,2	0,07				
Liköre		24,5	10,2	3,0	31,7	6,5	0,39				
Rum, Arrak, Taffia		141,3	48,1	61,7	127,7	26,2	1,55				
Whisk(e)y		20,3	63,2	24,7	58,8	12,1	0,72				
Wodka		5,9	71,1	31,0	46,0	9,5	0,56				
Sonstige Spirituosen		70,9	36,6	16,5	91,0	18,7	1,11				
Insgesamt		17,8	23,7	16,6	24,9	5,1	0,30				
		367,4⁴⁾	303,7	184,5	486,6	100,0	5,92				
Anteil Produktion an der Marktversorgung		75,5 %									
Anteil Import an der Marktversorgung				62,4 %							
Anteil Export an der Marktversorgung				37,9 %							

1) Endgültige Ergebnisse für Unternehmen mit zehn und mehr Beschäftigten

2) Importe von Doppelzählungen bereinigt – Berechnungen des BSI

3) Pro-Kopf-Verbrauch des ifo Instituts – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München für Spirituosen liegt 2015 bei rund 5,4 Liter (umlassende Berechnung unter Einbezug der kleineren Spirituosenunternehmen).

4) Produktionszahlen ohne Alkopops

Anmerkung zu den Daten:

- Die Daten zur **Produktion** beziehen sich nur auf Betriebe mit zehn und mehr Beschäftigten.
- Die Daten zum **Spezialaußenhandel** mit Spirituosen umfassen alle aus- und eingehenden Waren
 - ohne Eigenveredelung (EV) und Lohnveredelung (LV),
 - ohne Lagerverkehr,
 - ohne Vorprodukte aus Wein.
- Die Daten zum **Spezialaußenhandel** wurden im BSI von Liter Alkohol auf Liter Fertigware umgerechnet mit Hilfe der BSI-Umrechnungsdivisoren (vgl. Statistische Informationen Nr. St/17/1995 vom 14. Juni 1995 – Näherungswerte).
- **Doppelzählungen**, die eventuell bei den Produktions- und Außenhandelszahlen (bezüglich verschiedener Gattungen, z. B. Whisk(e)y, Rum) auftreten, sind nicht eliminiert worden.
- Die Zahl der Einwohner in der Bundesrepublik Deutschland betrug im Jahr 2015 82,2 Mio. Einwohner – gem. Ergebnissen auf Grundlage des Zensus 2011 (Stand: 31. Dezember 2015)

Quelle: Statistisches Bundesamt

III. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2015 – gegliedert nach Bundesländern

Die Marktforschung Information Resources GmbH, Düsseldorf, hat auch für das Jahr 2015 eine Analyse des Spirituosenverbrauchs pro Kopf in den verschiedenen Bundesländern Deutschlands erstellt. Sie legen dabei die Verkaufszahlen für Spirituosen im Lebensmittel-Einzelhandel in den einzelnen Bundesländern 2015 zugrunde.

Gemäß dieser Analyse war der Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2015 –

- wiederum relativ hoch – wie auch in den Vorjahren – in Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Sachsen-Anhalt mit 10,3 Litern, in Schleswig-Holstein/Hamburg und Niedersachsen/Bremen mit 7,1 Litern sowie auch in Thüringen/Sachsen mit 6,8 Litern – jeweils pro Kopf,
- weiterhin relativ gering in Nordrhein-Westfalen mit 4,5 Litern, in Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland mit 4,2 Litern und in Baden-Württemberg mit 4,2 Litern sowie auch in Bayern mit 3,9 Litern – jeweils pro Kopf,
- im Mittelfeld des bundesdeutschen Pro-Kopf-Konsums von Spirituosen in Berlin mit 5,6 Litern pro Kopf.

Dieses Ergebnis verdeutlicht die als Tabelle 6 veröffentlichte Grafik von Information Resources. Sie gibt einen Überblick über die Entwicklung des Pro-Kopf-Konsums von Spirituosen nach Gebieten. Gerade in den Bundesländern mit relativ hohem Pro-Kopf-Konsum ist im Zeitraum seit 1991 feststellbar, dass dieser pro Jahr rückläufig ist.

Tabelle 6

Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2015

(Anteile des Spirituosenkonsums pro Kopf/Region in Klammern)



¹⁾ Nord-West: Schleswig-Holstein/Hamburg, Niedersachsen/Bremen

²⁾ Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

³⁾ Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Quelle: Information Resources

IV. Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke im Lebensmittel-Einzelhandel (LEH) 2015

Nach Analysen der Marktforschung Information Resources GmbH zeigten sich die Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke im LEH 2015 wie in Tabelle 7 dargestellt.

Tabellen 8 a und 8 b geben einen Überblick über die Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2015 nach Gebieten (Quellenbasis: Information Resources).

Die Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2015 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen stellen Tabellen 9 a und 9 b auf.

Eine Übersicht über die Absatzmittlerstruktur für Spirituosen (z.B. Verkauf im Lebensmittelhandel, in der Gastronomie etc.) gibt Tabelle 10.

Tabelle 7 Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke im LEH 2015

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi Δ 32.900 Geschäfte [Stand: 1. Januar 2015]; Angaben in Prozent)

Gebiet	Struktur des LEH-Potenzials	Absatzanteile bei:				Bevölkerung ¹⁾
		Bier ²⁾³⁾	Spirituosen	Wein ⁴⁾	Schaumwein	
Berlin	4		4	4	4	4
Nord-West ⁵⁾	17	15	21	16	16	16
Nord-Ost ²⁾⁶⁾	8	9	15	8	12	8
Nordrhein-Westfalen	21	19	18	18	17	21
Mitte ⁷⁾	14	13	11	13	12	14
Thüringen/Sachsen	7	17	10	9	12	8
Baden-Württemberg	14	12	10	17	14	13
Bayern	15	15	11	15	13	16
Bundesgebiet gesamt	100	100	100	100	100	100

¹⁾ Bevölkerung im Jahresdurchschnitt in der Bundesrepublik Deutschland 2015 rd. 82 Mio. Einwohner (vorläufige Angabe des Statistischen Bundesamtes)

²⁾ Bier – Nord-Ost inklusive Berlin

³⁾ LEH \geq 200 qm exklusive Aldi/Lidl/Norma

⁴⁾ Einschließlich Winzer- und Weingüter-Verkauf über LEH

⁵⁾ Nord-West: Schleswig-Holstein/Hamburg, Niedersachsen/Bremen

⁶⁾ Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

⁷⁾ Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Quellen: Information Resources, Statistisches Bundesamt

Tabelle 8 a Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2015 nach Gebieten

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi;
Basis: Spirituosenarten insgesamt je Gebiet \triangleq 100 %;
Angaben in Prozent des Spirituosenabsatzes)

Gebiet	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Klare	Whisk(e)y	Sonstige Spiri- tuosen	Spiri- tuosen- arten inges.
Berlin	10	10	27	40	9	4	100
Nord-West¹⁾	9	6	30	42	9	4	100
Nord-Ost²⁾	9	6	32	40	9	4	100
Nordrhein- Westfalen	10	7	33	36	10	4	100
Mitte³⁾	8	8	36	37	8	3	100
Thüringen/ Sachsen	15	5	41	31	5	3	100
Baden- Württemberg	16	6	43	26	5	4	100
Bayern	16	7	29	36	9	3	100
Bundesgebiet insgesamt	11	7	33	37	8	4	100

¹⁾ Nord-West: Schleswig-Holstein/Hamburg, Niedersachsen/Bremen

²⁾ Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

³⁾ Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Quelle: Information Resources

Tabelle 8 b Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2015 nach Gebieten

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

Gebiet	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Klare	Whisk(e)y	Sonstige Spiri- tuosen
Berlin	6	4	4	4	5	4
Nord-West¹⁾	22	29	17	23	24	24
Nord-Ost²⁾	20	12	18	12	9	13
Nordrhein- Westfalen	14	16	17	22	20	18
Mitte³⁾	8	9	10	11	12	11
Thüringen/ Sachsen	13	8	12	7	6	10
Baden- Württemberg	9	10	10	10	13	10
Bayern	8	12	12	11	11	10
Bundesgebiet insgesamt	100	100	100	100	100	100

¹⁾ Nord-West: Schleswig-Holstein/Hamburg, Niedersachsen/Bremen

²⁾ Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

³⁾ Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Quelle: *Information Resources*

Tabelle 9 a **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⁾ \triangleq 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⁾							
Verbraucher- märkte	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 ¹⁾	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

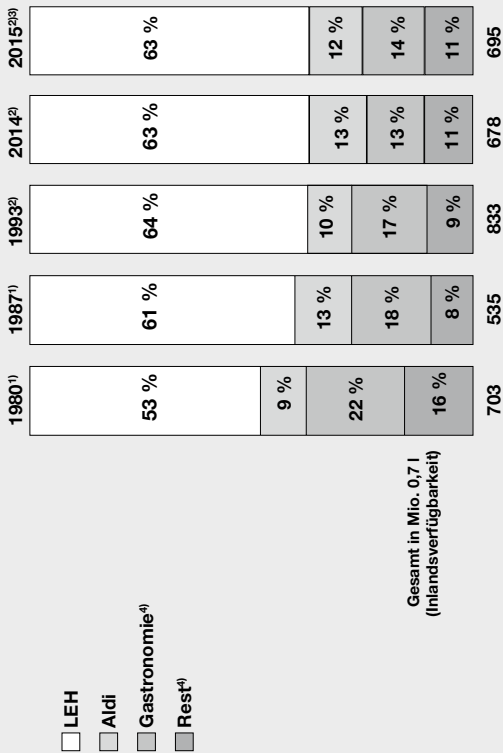
Tabelle 9 b Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2015 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

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

	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Klare	Whisk(e)y	Sonstige Spiri- tuosen
GESCHÄFTSTYPEN:¹⁾						
Verbraucher- märkte	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 qm¹⁾	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

¹⁾ Inklusive Discounter ohne Aldi

Tabelle 10 Spirituosenabsatz – Absatzmittlerstruktur – Entwicklung seit 1980



1) 1980–1990: Angaben beziehen sich auf die **alten Bundesländer**.

2) 1993–2015: Angaben beziehen sich auf **Bundesrepublik Deutschland**.

3) Vorläufige Zahlen

4) Teilweise geschätzt – Information von Information Resources

Quelle: *Information Resources*

V. Bevorzugte Spirituosengattungen in den einzelnen Altersgruppen

Nach der Analyse von Gruner + Jahr AG & Co. KG, Hamburg, „Stern – Markt-Media-Studie 10, 2003“ (neuere Untersuchungsergebnisse lagen bei Redaktionsschluss nicht vor) zeigten sich bezüglich der bevorzugten Spirituosensorten in den einzelnen Altersgruppen folgende Entwicklungen:

Spirituosenverwender waren 2002 und 2003 einmal pro Jahr

- im Bereich der 18- bis 29-jährigen Konsumenten 12,71 %,
- im Bereich der 30- bis 49-jährigen Verbraucher 22,82 % und
- im Bereich der 50- bis 64-jährigen Konsumenten 14,80 %.

Im Bereich der 18- bis 29-jährigen Spirituosenskonsumenten wurden insbesondere Spirituosens-Fertigmixgetränke, Fruchtige Softspirituosens, Wodka, Sonstige Spirituosens, Tequila, Weißer Rum, Scotch Whisky, Bourbon Whiskey, Gin, Brauner Rum, Sambuca, Irish Whisky, Calvados und Raki nachgefragt.

Bei den 30- bis 49-jährigen Spirituosenskonsumenten werden folgende Spirituosengattungen bevorzugt: Ouzo, Grappa, Griechischer Weinbrand und Malt Whisky.

Die 50- bis 64-jährigen Spirituosenskonsumenten tranken überwiegend die traditionellen Spirituosengattungen wie: Magenbitter, Kräuterlikör, Deutscher Weinbrand, Korn, Aperitif, Cognac, Andere Liköre, Obstbrand, Fruchtlikör, Aquavit und Spanischer Brandy (Tabelle 11 a).

Tabelle 11 b gibt überdies einen Überblick über die einerseits von Männern und andererseits von Frauen bevorzugten Spirituosengattungen in den einzelnen Altersgruppen.

Tabelle 12 informiert über die Käuferstruktur – nach Analysen der Marktforschung GfK SE – im Jahr 2015. Dieser Analyse zufolge war die an Spirituosen interessierteste Käufergruppe (1) mit 70 Jahren und älter (72,8 %) sowie (2) zwischen 60 bis 69 Jahren (70,0 %) und (3) zwischen 50 bis 59 Jahren (65,9 %) zu finden. Jüngere Konsumenten bis 29 Jahre fragten Spirituosen dabei auch mit steigender Tendenz nach (51,4 %).

Tabelle 13 a enthält eine Analyse der Marktforschung GfK über die Haushalte, die mindestens einmal pro Jahr eine Spirituose kauften und Tabelle 13 b nach der mengenmäßigen Reihenfolge der verkauften Spirituosengattungen. Die Käuferreichweite lag im Jahr 2015 in Deutschland bei rund 64 %.

Tabelle 11 a Die bevorzugten Spirituosenarten in den einzelnen Altersgruppen 2002/2003/2004

Spirituosenverwender mindestens 1 x im Monat	Gesamt- bevölkerung 18 – 64 Jahre	18 – 29 Jahre	30 – 49 Jahre	50 – 64 Jahre
Mio.	50,33	12,71	22,82	14,8
	%	%	%	%
Spirituosen-Fertigmixgetr.	13,1	28,0	10,1	4,8
Fruchtige Softspirituosen	12,8	22,5	11,4	6,8
Wodka	12,5	20,4	11,0	8,0
Sonstige Spirituosen	11,3	17,2	9,7	8,8
Tequila	7,0	13,4	5,8	3,3
Weißer Rum	6,6	11,1	5,9	3,7
Scotch Whisky	8,0	8,8	8,5	6,3
Bourbon Whiskey	6,2	7,5	6,5	4,5
Gin	4,5	6,4	4,2	3,3
Brauner Rum	5,1	5,3	4,9	5,2
Sambuca	3,7	4,9	3,8	2,7
Irish Whiskey	3,8	4,2	3,9	3,2
Calvados	3,5	3,7	3,3	3,7
Raki	3,3	3,5	3,3	3,2
Ouzo	9,0	7,7	10,0	8,4
Grappa	7,9	5,7	9,2	8,0
Griechischer Weinbrand	5,2	2,7	6,1	6,1
Malt Whisky	3,9	3,2	4,6	3,4
Magenbitter	15,5	7,6	15,9	21,9
Kräuterlikör	17,1	12,2	17,0	21,4
Deutscher Weinbrand	15,9	7,1	17,7	20,7
Korn	12,4	9,1	11,9	15,9
Apéritif	13,6	9,3	14,8	15,4
Cognac	11,3	5,0	12,8	14,5
Anderer Likör	13,3	12,7	13,0	14,2
Obstbrand	9,8	5,4	9,6	13,7
Fruchtlikör	12,5	12,5	11,9	13,4
Aquavit	6,0	3,4	6,7	7,2
Spanischer Brandy	3,3	2,1	3,6	3,8

Quelle: 10. Ausgabe der Markt-Media-Studie Markenprofile,
Anzeigenverkaufsleitung Stern, Gruner + Jahr AG & Co. KG

Tabelle 11 b Die typischen Spirituosenverwender –
Segmente 2002/2003/2004

1. Männer

1.1. Männer/18 – 29 Jahre

Spirituosen- verwender mindestens 1 x im Monat	Gesamt- bevölkerung 18 – 64 Jahre	Männer	Männer 18 – 29 Jahre	Index (alle Männer = 100)
Mio.	50,33	25,1	6,5	
	%	%	%	
Spirituosen- Fertigmixgetr.	13,1	14,5	31,7	219
Tequila	7,0	9,7	17,9	185
Weißer Rum	6,6	8,7	13,5	155
Sonstige Spirituosen	11,3	12,3	18,1	147
Wodka	12,5	17,7	25,8	146
Sambuca	3,7	4,6	6,7	146
Gin	4,5	6,1	8,6	141
Bourbon Whiskey	6,2	10,1	11,5	114
Irish Whiskey	3,8	5,9	6,5	110
Scotch Whisky	8,0	13,1	14,2	108
Brauner Rum	5,1	6,7	7,2	107
Raki	3,3	4,6	4,9	107
Calvados	3,5	4,7	5,0	106

1.2. Männer/30 – 49 Jahre

Spirituosen- verwender mindestens 1 x im Monat	Gesamt- bevölkerung 18 – 64 Jahre	Männer	Männer 30 – 49 Jahre	Index (alle Männer = 100)
Mio.	50,33	25,1	11,43	
	%	%	%	
Griechischer Weinbrand	5,2	7,2	9,3	129
Grappa	7,9	10,4	12,4	119
Malt Whisky	3,9	6,3	7,5	119
Spanischer Brandy	3,3	4,8	5,6	117
Ouzo	9,0	11,0	12,4	113

Tabelle 11 b Die typischen Spirituosenverwender –
Segmente 2002/2003/2004

1.3. Männer/50 – 64 Jahre

Spirituosen- verwender mindestens 1 x im Monat	Gesamt- bevölkerung 18 – 64 Jahre	Männer	Männer 50 – 64 Jahre	Index (alle Männer = 100)
Mio.	50,33	25,1	7,18	
	%	%	%	
Obstbrand	9,8	14,9	21,6	145
Magenbitter	15,5	21,9	30,8	141
Korn	12,4	20,0	26,2	131
Deutscher Weinbrand	15,9	23,7	30,4	128
Kräuterlikör	17,1	20,9	26,3	126
Cognac	11,3	16,6	20,6	124
Aquavit	6,0	8,5	10,1	119

2. Frauen

Spirituosen- verwender mindestens 1 x im Monat	Gesamt- bevöl. 18 – 64 Jahre	Frauen gesamt	Frauen 18 – 29 Jahre	Frauen 30 – 49 Jahre	Frauen 50 – 64 Jahre
Mio.	50,33	25,23	6,22	11,39	7,62
	%	%	%	%	%
Fruchtige Softspirituosen	12,8	13,5	24,0	11,9	7,3
Apéritif	13,6	13,7	9,0	15,4	15,2
Fruchtlikör	12,5	15,8	13,5	15,9	17,4
Anderer Likör	13,3	18,6	17,5	18,0	20,3

Quelle: 10. Ausgabe der Markt-Media-Studie Markenprofile,
Anzeigenverkaufsleitung Stern, Gruner + Jahr AG & Co. KG

Tabelle 12 Wer kauft Spirituosen? – Reichweiten im Haushaltsbereich 2014/2015 in Gesamtdeutschland
Spirituosen gesamt – Käuferreichweite in %

Total	< 30 Jahre		– 39 Jahre		– 49 Jahre		– 59 Jahre		– 69 Jahre		70 Jahre +	
	– Wodka – Cream-/ Eierliköre – Whiskey + Fruchtlikör + Gin + Aperitif		– Rum – Weinbrand + Fruchtlikör + Gin		– Rum – Weinbrand – Creamlikör – Obstbrand		– Halbbitter + Aperitif + Wodka + Ouzo		– Korn – Obstbrand – Softspirituose		– Weinbrand – Rum – Korn – Obstbrand	
63,6	51,4	55,2	60,7	65,9	70,0	72,8						
-2	-6	0	-3	0	-3	-2						
Δ in %	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
64,8	54,6	55,3	62,4	66,0	72,1	74,3						
100,0	4,9	9,1	16,8	22,8	21,9	24,5						
100,0	11,0	16,0	19,2	19,0	14,8	20,0						
	Menge in %		Menge in %		Menge in %		Menge in %		Menge in %		Menge in %	
	Universum in %		Universum in %		Universum in %		Universum in %		Universum in %		Universum in %	

Tabelle 13 a Käuferpotenzial – Spirituosen 2012 bis 2015 in Gesamtdeutschland

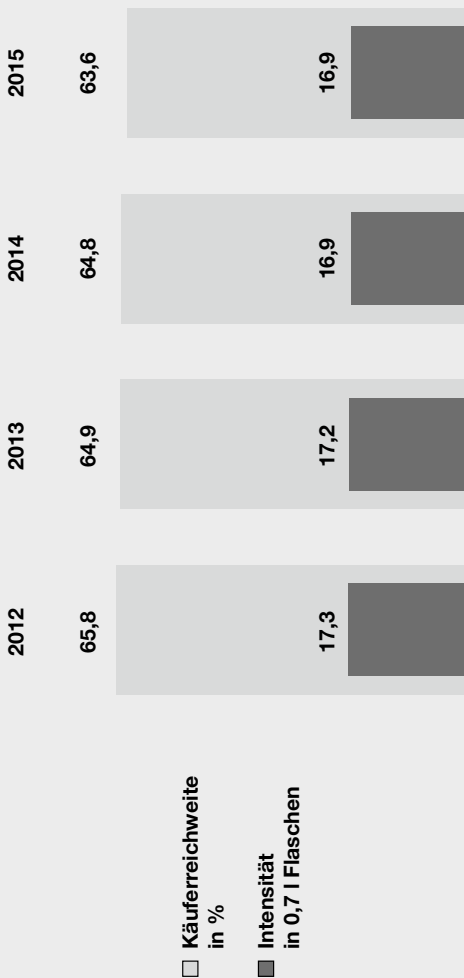


Tabelle 13 b Käuferpotenzial – Spirituosengattungen
2014/2015 in Gesamtdeutschland

	Basis: Käuferreichweite in %		Δ in % Pkt.
Eierlikör	20,9		0,0
Halbbitterlikör	17,0	-0,3	
Rum (ex. Import)	14,1	-0,6	
Creamliköre	11,7	-0,5	
Fruchtliköre	11,6		0,8
Softspirituosen	11,6	-0,4	
Aperitif	11,6		0,7
Wodka	11,6		0,0
Obstbrand	8,6	-0,5	
Import-Rum (o. Cachaca)	7,0	-0,3	
Deutscher Weinbrand	6,8	-0,2	
Scotch/Malt	5,4	-0,2	
Amaretto	5,3		0,2
Bitter	4,9	-0,2	
Bourbon/American	4,9	-0,3	
Doppelkorn	4,8	-0,1	
Ouzo	4,8		0,1
Korn	4,2	-0,3	
Gin	2,9		0,5
Grappa	2,7	-0,3	
Import Weinbrand	2,3	-0,1	
Aquavit	1,4	-0,1	
Cognac	1,0	0,0	
Tequila	0,8		0,0

Quelle: GfK Consumer Panel

VI. Alkohol nach Getränkearten in Europa und weltweit 2015

Gemäß den Analysen der Marktforschung the IWSR and the IWSR Magazine (the Source for Wine & Spirits Analysis), London/Großbritannien, über den Pro-Kopf-Konsum von Alkohol in Europa und weltweit im Kalenderjahr 2015 waren folgende Länder im Pro-Kopf-Konsum der verschiedenen alkoholhaltigen Getränke führend (Daten für 2016 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor):

- Den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch von Bier weltweit, in Europa und in der Europäischen Union hatte die **Tschechische Republik** mit rund 145,4 Litern Fertigware, was rund 7,0 Litern r. A. (bei Annahme von 4,8 % vol im Durchschnitt) pro Kopf entspricht und ist damit das „Biertrinkerland“ Nr. 1.
- Führend beim Pro-Kopf-Verbrauch von Wein weltweit sowie in Europa und in der Europäischen Union war im Jahr 2015 – neben Andorra mit rund 42,8 Litern Fertigware pro Kopf – **Frankreich** mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von rund 41,9 Litern Fertigware, was rund 4,6 Litern r. A. (bei Annahme von 11 % vol im Durchschnitt) pro Kopf entspricht.
- Den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch von Schaumwein weltweit, in Europa und in der Europäischen Union hatte **Deutschland** mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von rund 5,1 Litern Fertigware, was rund 0,6 Litern r. A. (bei Annahme von 11 % vol im Durchschnitt) pro Kopf entspricht.
- Spitzenreiter beim Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen war im Jahr 2015 weltweit – neben Andorra mit rund 65,4 Litern Fertigware pro Kopf und Gibraltar mit rund 30,0 Litern Fertigware pro Kopf sowie der Insel St. Martin/St. Maarten mit rund 29,0 Litern Fertigware pro Kopf – die **Republik Korea** mit rund 25,8 Litern Fertigware, was rund 8,5 Litern r. A. (bei Annahme

von 33 % vol im Durchschnitt) pro Kopf entspricht und in Europa die **Russische Föderation** mit rund 16,0 Litern Fertigware, was rund 5,3 Litern r. A. pro Kopf entspricht und in der Europäischen Union **Estland** mit rund 13,0 Litern Fertigware, was rund 4,3 Litern r. A. pro Kopf entspricht.

Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen in Deutschland mit 5,2 Litern im Jahr 2015 – gemäß der Analyse der „the IWSR and the IWSR Magazine (the Source for Wine & Spirits Analysis) – lag

- innerhalb Europas auf Platz 20 und
- weltweit auf Platz 53.

Eine Analyse über den Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen in Europa gibt Tabelle 14. Tabelle 15 gibt eine Übersicht über den Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen in allen Ländern der Welt.

Tabelle 14 **Spirituosenkonsum in Europa 2015**
(Angaben in Liter Fertigware pro Kopf der Bevölkerung)

Land	Konsum pro Kopf	Land	Konsum pro Kopf
1. Andorra	65,4	23. Zypern ¹⁾	4,4
2. Gibraltar	30,0	24. Finnland ¹⁾	4,3
3. Russische Föderation	16,0	25. Albanien	4,0
4. Estland ¹⁾	13,0	26. Spanien ¹⁾	3,9
5. Litauen ¹⁾	12,3	27. Irland ¹⁾	3,8
6. Belarus	11,2	28. Kroatien ¹⁾	3,7
7. Bulgarien ¹⁾	10,8	29. Dänemark ¹⁾	3,6
8. Lettland ¹⁾	9,3	30. Niederlande ¹⁾	3,5
9. Slowakische Republik ¹⁾	8,5	31. Belgien/Luxemburg ¹⁾³⁾	3,4
10. Ukraine	8,2	32. Griechenland ¹⁾	3,3
11. Polen ¹⁾	7,1	33. Österreich ¹⁾	3,3
12. Moldawien	6,7	34. Schweiz	2,8
13. Kasachstan	6,7	35. Slowenien ¹⁾	2,4
14. Serbien	6,7	36. Norwegen	2,4
15. Tschechische Republik ¹⁾	6,1	37. Schweden ¹⁾	2,2
16. Montenegro	5,9	38. Portugal ¹⁾	2,2
17. Malta ¹⁾	5,7	39. Kosovo	2,0
18. Ungarn ¹⁾	5,7	40. Italien ¹⁾	2,0
19. Frankreich ¹⁾	5,3	41. Mazedonien	1,8
20. BR Deutschland¹⁾²⁾	5,2	42. Island	1,8
21. Rumänien ¹⁾	4,9	43. Bosnien und Herzegowina	1,4
22. Vereinigtes Königreich ¹⁾	4,5	44. Türkei	0,9

¹⁾ Länder der Europäischen Union

²⁾ Die Zahl des ifo Instituts – Leibniz Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München für den Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen betrug im Jahr 2015 5,4 Liter Fertigware.

³⁾ Einschließlich Grenzverkehr

Quelle: *the IWSR and the IWSR Magazine (the Source for Wine & Spirits Analysis)*

Tabelle 15 **Spirituosenkonsum weltweit 2015**
(Angaben in Liter Fertigware pro Kopf der Bevölkerung)

Land	Konsum pro Kopf	Land	Konsum pro Kopf
1. Andorra	65,4	43. Grönland	6,0
2. Gibraltar	30,0	44. Kanarische Inseln	6,0
3. St. Martin und St. Maarten	29,0	45. Vereinigte Staaten	5,9
4. Republik Korea	25,8	46. Montenegro	5,9
5. Amerikanische Jungferninseln	23,2	47. Malta	5,7
6. Britische Jungferninseln	18,5	48. Ungarn	5,7
7. Russische Föderation	16,0	49. Kuba	5,6
8. Seychellen	15,3	50. Philippinen	5,6
9. Kaimaninseln	13,0	51. Guyana	5,4
10. Estland	13,0	52. Frankreich	5,3
11. Nördliche Emirate	12,6	53. BR Deutschland¹⁾	5,2
12. Litauen	12,3	54. Färöer	5,0
13. St. Lucia	12,2	55. Georgien	5,0
14. Curaçao	11,4	56. Haiti	5,0
15. Belarus	11,2	57. Rumänien	4,9
16. Bulgarien	10,8	58. Französisch-Guyana	4,9
17. Bermuda	10,4	59. Vereinigtes Königreich	4,5
18. Aruba	10,0	60. Kanada	4,5
19. Mauritius	9,9	61. Brasilien	4,5
20. Bahamas	9,8	62. Zypern	4,4
21. Barbados	9,6	63. Suriname	4,4
22. Thailand	9,6	64. Dominikanische Republik	4,3
23. Guadeloupe	9,5	65. Finnland	4,3
24. Lettland	9,3	66. Chile	4,1
25. St. Vincent	9,0	67. Nicaragua	4,1
26. Japan	8,6	68. Albanien	4,0
27. Martinique	8,5	69. Jamaika	4,0
28. Slowakische Republik	8,5	70. Spanien	3,9
29. St. Kitts	8,5	71. Irland	3,8
30. Grenada	8,2	72. Kroatien	3,7
31. Ukraine	8,2	73. Dominica	3,7
32. China	8,0	74. Dänemark	3,6
33. Kirgisistan	7,2	75. Niederlande	3,5
34. Polen	7,1	76. Belgien/Luxemburg ²⁾	3,4
35. Sri Lanka	7,0	77. Réunion	3,4
36. Antigua und Barbuda	6,9	78. Neukaledonien	3,3
37. Moldawien	6,7	79. Griechenland	3,3
38. Kasachstan	6,7	80. Österreich	3,3
39. Serbien	6,7	81. Belize	3,2
40. Trinidad und Tobago	6,6	82. Äquatorialguinea	3,1
41. Armenien	6,4	83. Puerto Rico	3,0
42. Tschechische Republik	6,1	84. Australien	2,9
		85. Uruguay	2,9

Tabelle 15 Spirituosenkonsum weltweit 2015
(Angaben in Liter Fertigware pro Kopf der Bevölkerung)

Land	Konsum pro Kopf	Land	Konsum pro Kopf
86. Schweiz	2,8	129. Tadschikistan	0,9
87. Paraguay	2,8	130. Peru	0,9
88. Panama	2,6	131. Taiwan	0,9
89. Venezuela	2,5	132. Türkei	0,9
90. El Salvador	2,5	133. Republik Kongo	0,8
91. Kolumbien	2,5	134. Kambodscha	0,7
92. Turkmenistan	2,4	135. Kap Verde	0,6
93. Slowenien	2,4	136. Oman	0,6
94. Norwegen	2,4	137. Irak	0,6
95. Honduras	2,3	138. Singapur	0,6
96. Gabun	2,3	139. Nigeria	0,5
97. Indien	2,3	140. Jordanien	0,5
98. Mexiko	2,2	141. Vietnam	0,4
99. Südafrika	2,2	142. Tansania	0,4
100. Schweden	2,2	143. Kamerun	0,4
101. Portugal	2,2	144. Dschibuti	0,4
102. Costa Rica	2,1	145. Syrien	0,3
103. Argentinien	2,1	146. Togo	0,3
104. Bahrain	2,1	147. Guam	0,3
105. Dubai	2,1	148. São Tomé und Príncipe	0,3
106. Kosovo	2,0	149. Botsuana	0,3
107. Italien	2,0	150. Uganda	0,3
108. Israel	2,0	151. Mosambik	0,2
109. Neuseeland	2,0	152. Malaysia	0,2
110. Myanmar	1,9	153. Côte d'Ivoire	0,2
111. Mazedonien	1,8	154. Saudi Arabien	0,2
112. Ghana	1,8	155. Bhutan	0,2
113. Island	1,8	156. Kuwait	0,2
114. Katar	1,7	157. Burkina Faso	0,1
115. Usbekistan	1,7	158. Benin	0,1
116. Hong Kong	1,6	159. Marokko	0,1
117. Abu Dhabi	1,6	160. Laos	0,1
118. Namibia	1,5	161. Ägypten	0,1
119. Aserbaidshan	1,4	162. Tunesien	0,1
120. Bosnien und Herzegowina	1,4	163. Tschad	0,1
121. Bolivien	1,4	164. Saint-Pierre und Miquelon	0,1
122. Angola	1,3	165. Wallis und Futuna	0,1
123. Guatemala	1,2	166. Pakistan	0,1
124. Ecuador	1,2	167. Demokratische Republik Kongo	0,1
125. Libanon	1,1	168. Algerien	0,1
126. Turks- und Caicosinseln	1,1	169. Komoren	0,0
127. Französisch-Polynesien	1,0	170. Niger	0,0
128. Kenia	1,0		

Tabelle 15 Spirituosenkonsum weltweit 2015
(Angaben in Liter Fertigware pro Kopf der Bevölkerung)

Land	Konsum pro Kopf	Land	Konsum pro Kopf
171. Vanuatu	0,0	188. Sierra Leone	0,0
172. Zentralafrikanische Republik	0,0	189. Nepal	0,0
173. Senegal	0,0	190.ambia	0,0
174. Mongolei	0,0	191. Simbabwe	0,0
175. Fidschi	0,0	192. Madagaskar	0,0
176. Indonesien	0,0	193. Papua-Neuguinea	0,0
177. Guinea-Bissau	0,0	194. Mauretanien	0,0
178. Afghanistan	0,0	195. Marshallinseln	0,0
179. Salomonen	0,0	196. Bangladesch	0,0
180. Brunei	0,0	197. Malawi	0,0
181. Liberia	0,0	198. Ruanda	0,0
182. Äthiopien	0,0	199. Demokratische Volksrepublik Korea	0,0
183. Guinea	0,0	200. Eritrea	0,0
184. Mali	0,0	201. Sudan	0,0
185. Iran	0,0	202. Libyen	0,0
186. Gambia	0,0	203. Burundi	0,0
187. Demokratische Republik Timor-Leste	0,0		

¹⁾ Die Zahl des ifo Instituts – Leibniz Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München für den Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen betrug im Jahr 2015 5,4 Liter Fertigware.

²⁾ Einschließlich Grenzverkehr

Quelle: the IWSR and the IWSR Magazine (the Source for Wine & Spirits Analysis)

VII. Alkoholgehalte der verschiedenen alkoholhaltigen Getränke


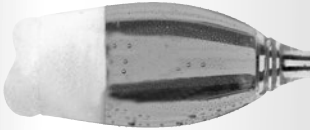


Die nachfolgende Grafik (Tabelle 16) verdeutlicht den Alkoholgehalt in Gramm der verschiedenen alkoholhaltigen Getränke in handelsüblichen Gläsern (gängige Verkaufs- und Ausschankheiten).

Dieser Analyse zufolge

- hat ein Glas Bier – (Standardglas mit 0,3 Liter Inhalt) mit 4,8 % vol Alkohol – 11,5 Gramm Alkohol,
- enthält ein Glas Wein – (Standardglas mit 0,2 Liter Inhalt) mit 11 % vol Alkohol – 17,6 Gramm Alkohol,
- enthält ein Glas Schaumwein – (Standardgröße mit 0,1 Liter Inhalt) mit ebenfalls 11 % vol Alkohol – 8,8 Gramm Alkohol und
- hat eine handelsübliche Spirituose – (Standardglas mit 2 Zentiliter Inhalt) mit 32 % vol Alkohol – 5,1 Gramm Alkohol.

Tabelle 16

Wie viel Gramm Alkohol enthält Ihr Lieblingsgetränk?

			
17,6 GRAMM*	11,5 GRAMM*	8,8 GRAMM*	5,1 GRAMM*
Wein	Bier	Sekt	Spirituose
0,2l 11 % vol	0,3l 4,8 % vol	0,1l 11 % vol	0,02l 32 % vol

* Alkoholgehalt in Gramm in gängigen Verkaufs-/Ausschankeinheiten (Gläser)

Quelle: Ratgeberzentrale, Grafik: djd, Foto: fotolia.com

VIII. Wechselwirkungen von Steuern und alkoholhaltigen Getränken

Auf die Wechselwirkungen von Steuern und alkoholhaltigen Getränken wurde bereits in Kapitel I kurz Bezug genommen. Zu den Wechselwirkungen der einzelnen alkoholhaltigen Getränken (Bier, Wein, Schaumwein und Spirituosen) und zu ihrem Beitrag zum Steueraufkommen bleibt festzuhalten:

- Mit einem Pro-Kopf-Konsum von 105,9 Litern hatte Bier im Jahr 2015 (Anteil 78,2 %) ein Steueraufkommen in Höhe von 676,4 Mio. €;
- der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen hatte mit 5,4 Litern im Jahr 2015 einen Anteil von 4,0 % – bezogen auf den Gesamtmarkt der alkoholhaltigen Getränken – und dabei ein Steueraufkommen in Höhe von 2.069,9 Mio. €;
- die Nachfrage nach Schaumwein pro Kopf betrug im Jahr 2015 3,7 Liter (Anteil 2,7 %) und umfasste ein Steueraufkommen in Höhe von 429,1 Mio. €;
- der Pro-Kopf-Konsum von Wein machte im Jahr 2015 20,5 Liter aus (15,1 % Anteil), hatte jedoch kein spezifisches Steueraufkommen, da der Steuersatz für Wein in Deutschland bei Null liegt.

Vergleichen Sie hierzu auch die Tabelle 3.

Die „RatGeberZentrale“ führt aktuell zu den Wechselwirkungen von Steuern und Alkoholkonsum Folgendes aus:

„Der Fiskus misst mit zweierlei Maß –
Alkoholhaltige Getränke: Spirituosen füllen den Steuersäckel

Der Pro-Kopf-Verbrauch von alkoholhaltigen Getränken ist im Jahr 2015 in Deutschland weiter gesunken: 2015 konsumierten die Bundesbürger durchschnittlich 135,5 Liter Bier, Wein, Sekt und Spirituosen – und damit pro Kopf 1,4 Liter weniger als im Jahr zuvor. Trotz aller Negativschlagzeilen, etwa zum Trinkverhalten von Jugendlichen, belegen die Zahlen, dass die große Mehrheit der Deutschen einen verantwortungsvollen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken an den Tag legt. Der Cocktail an einem lauen Sommerabend, ein schönes Glas Wein zum Essen, ein Aperitif oder Digestif: Die Bundesbürger setzen heute mehr auf Klasse statt auf Masse.

65 Prozent der Steuern bringen die Spirituosen

Dies gilt insbesondere für den Konsum von Spirituosen, der im Jahr 2015 bei 5,4 Litern pro Kopf lag und damit auf Vorjahrsniveau stagnierte. Der Anteil des Pro-Kopf-Verbrauchs von Spirituosen – bezogen auf den Konsum aller alkoholhaltigen Getränke – betrug rund 4,0 %. Im krassen Gegensatz dazu stehen die Steuereinnahmen, über die sich der deutsche Fiskus freuen durfte: 2,070 Mrd. Euro nahm der Staat mit der Branntweinsteuer ein, das waren 2015 sage und schreibe 65 Prozent aller Steuereinnahmen aus dem Verkauf alkoholhaltiger Getränke. Dabei sollte Genießen – auch beim Alkohol – eigentlich Geschmackssache sein. Der Fiskus misst allerdings mit zweierlei Maß, deshalb weist das jeweilige Steueraufkommen gravierende Unterschiede auf. Während Wein von jeder Steuer befreit ist, konnte sich der

Staat beispielsweise von den Biertrinkern immerhin auch noch 676,4 Mio. Euro Steuern holen.

Das Schnäpschen hat die Wespentaille

Unabhängig davon, wer den Staatssäckel nun ‚fett‘ macht: Für eine Diät sind das Bierchen zwischendurch oder der Schoppen Wein am Abend auf jeden Fall nicht geeignet. Ein 0,3-Liter-Glas Bier schlägt mit rund 126 Kalorien, ein 0,2-Liter-Glas Wein gar mit etwa 131 Kalorien zu Buche. Da ist das Verdauungsschnäpschen nach dem diätetischen Essen mit circa 40 Kalorien pro Zwei-Zentiliter-Gläschen ein echtes Leichtgewicht.“

IX. Ausblick und weitere Entwicklungen

Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen in Deutschland stagnierte im Jahr 2015 mit 5,4 Litern auf Vorjahresniveau – gemäß den Ergebnissen des ifo Instituts auf Grundlage des vom Statistischen Bundesamt erhobenen Zensus 2011. Der Pro-Kopf-Verbrauch in den alten und den neuen Bundesländern hat sich dabei überwiegend konsolidiert.

Neben dem bestehenden – jedoch abflachenden – so genannten **West-Ost-Gefälle** bezüglich des Spirituosenkonsums besteht – nach den Analysen der Marktforschung Information Resources GmbH – ein deutliches Nord-Süd-Gefälle, welches sich 2015 im entsprechenden Vorjahresvergleich relativ konstant zeigte. Weiterhin werden Spirituosen im nördlichen und im östlichen Bundesgebiet überdurchschnittlich gerne genossen. Der Konsum in den südlichen Bereichen und z. T. im Westen Deutschlands ist dabei unterproportional zum bundesdurchschnittlichen Spirituosenkonsum, wird jedoch durch den Konsum anderer alkoholhaltiger Getränke wie Bier und Wein entsprechend kompensiert.

Bezüglich der Entwicklung einzelner **Spirituosengattungen** zeigte sich auch 2015 eine weiterhin hohe – wenn zum Teil auch abgeschwächte – Nachfrage nach Likören, Wodka, Korn und anderem Branntwein sowie Rum, Arrak und Taffia.

In den **Altersgruppen** zwischen 18 bis 29 Jahren, 30 bis 39 Jahren sowie 40 bis 49 Jahren und 50 bis 59 Jahren werden zum Teil unterschiedliche Spirituosengattungen favorisiert. Jüngere Konsumenten (bis 29 Jahre) fragen mit leicht steigender Tendenz Spirituosen nach als die „älteren“ Konsumentenschichten. Männer konsumieren weiterhin generell mehr Spirituosen als Frauen

in Deutschland. Nur bei bestimmten süßen Spirituosengattungen dominieren die Frauen den Konsum.

Beim Alkoholkonsum pro Kopf nach Getränkearten rangierte Deutschland auf Platz 20 in **Europa** und auf Platz 53 weltweit im Jahr 2015 – gemäß der aktuellen Untersuchung der Marktforschung the IWSR and the IWSR Magazine (the Source for Wine & Spirits Analysis), London/Großbritannien.

Führend bezüglich des **weltweiten** Pro-Kopf-Konsums von Spirituosen war 2015 Republik Korea mit einem Gesamt-Pro-Kopf-Verbrauch von 25,8 Litern Fertigware, was rund 8,5 Litern r. A. entspricht.

Gemäß der Analyse der Marktforschung Information Resources GmbH zur Entwicklung der alkoholhaltigen Getränke im **Lebensmittel-Einzelhandel** (LEH) 2015 im entsprechenden Vorjahresvergleich ist die Nachfrage nach Spirituosen im LEH um 0,3 % mengenmäßig gesunken und um 0,9 % wertmäßig gestiegen. Der Markt der sogenannten Spirituosen-Mixgetränke sank mengenmäßig um 7,5 % und wertmäßig um 2,0 % (vgl. auch Tabellen 17 bis 19).

Tabelle 17 Entwicklung alkoholhaltiger Getränke im LEH 2014/2015

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi Δ 32.900 Geschäfte [Stand: 1. Januar 2015]; Angaben in 1.000 Stück, in 1.000 € und in Prozent)

Absatz in 1.000 Flaschen zu 0,7 Liter			
	Jan. 14 – Dez. 14	Jan. 15 – Dez. 15	VÄ in %
Spirituosen	432.265	430.935 ²⁾	-0,3
Spirituosen- Mixgetränke (RTD)	28.779	26.627	-7,5
Schaumwein	432.104	426.386	-1,3
Wein	864.629	863.711	-0,1
Weinh. Getränke	154.089	151.613	-1,6
Sherry u. Portwein	6.190	6.223	+0,5
Bier ¹⁾	5.255.258	5.241.504	-0,3
Bier-Mixgetränke ¹⁾	351.440	368.640	+4,9

Umsatz in 1.000 €			
	Jan. 14 – Dez. 14	Jan. 15 – Dez. 15	VÄ in %
Spirituosen	3.414.049	3.446.362 ³⁾	+0,9
Spirituosen- Mixgetränke (RTD)	68.942	67.552	-2,0
Schaumwein	1.474.306	1.451.763	-1,5
Wein	2.269.453	2.299.169	+1,3
Weinh. Getränke	245.641	246.952	+0,5
Sherry u. Portwein	34.192	35.023	+2,4
Bier ¹⁾	6.544.977	6.593.166	+0,7
Bier-Mixgetränke ¹⁾	542.352	573.236	+5,7

¹⁾ Bier und Bier-Mixgetränke beziehen sich auf den LEH => 200 qm exklusive Aldi/Lidl/Norma

²⁾ Absatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte: 515 Mio. Flaschen; -1,2 %

³⁾ Umsatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte: 3.960 Mio. €; +0,2 %

Anmerkungen

- Zahlen von The Nielsen Company (Germany) für Absatz von Spirituosen im LEH 2015 inkl. RTD: 546 Mio. Flaschen; -0,04 %
- Zahlen von The Nielsen Company (Germany) für Umsatz von Spirituosen im LEH 2015 inkl. RTD: 4.125 Mio. €; +1,0 %

Quellen: Information Resources, The Nielsen Company (Germany)

**Tabelle 18 Spirituosen-Hitparade im LEH 2014/2015
in Gesamtdeutschland (Flaschen)**

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi;
Angaben nach Absatz in 1.000 Stück \triangleq Flaschen à 0,7 l)

	2014	2015 ¹⁾	VÄ in %	VÄ absolut TSD Stück	
Gin/Genever	6.023	6.862	13,9	839	
Wodka	65.294	66.084	1,2	790	
Sonst. Spirituosen ²⁾	15.156	15.763	4,0	607	
Pfefferminzliköre	5.209	5.765	10,7	556	
American Whiskey	4.111	4.548	10,6	436	
Sahneliköre	10.342	10.718	3,6	376	
Sonst. Whisky	3.486	3.805	9,2	320	
Scotch Whisky	11.868	12.148	2,4	280	
Aquavit	1.710	1.849	8,1	139	
Amaretto	4.401	4.500	2,2	98	
Grappa	3.361	3.437	2,3	76	
Sambuca	1.384	1.456	5,2	72	
Bourbon Whiskey	11.188	11.258	0,6	70	
Sonst. klare Spirituosen	978	1.016	3,9	38	
Kümmel	1.128	1.165	3,3	37	
Calvados	538	574	6,6	35	
Wacholder	401	422	5,1	20	
Restl. Liköre	17.184	17.201	0,1	17	
Tresterbrand	37	40	6,7	3	
Cognac	987	986	0,0	0	
Armagnac	30	29	- 3,6	-	1
Enzian	117	112	- 4,0	-	5
Bärwurz	96	89	- 7,6	-	7
Doppelkümmel	248	238	- 4,0	-	10
Rum-Verschnitt	1.488	1.478	- 0,7	-	10
Steinhäger	102	81	- 20,9	-	21
Ouzo	13.602	13.574	- 0,2	-	28
Raki	946	918	- 3,0	-	28
Eierliköre	14.332	14.295	- 0,3	-	37
Doppelwacholder	286	245	- 14,5	-	42
Tequila	1.602	1.557	- 2,8	-	44
Halbbitterliköre	50.701	50.647	- 0,1	-	54
Malt Whisky	2.640	2.578	- 2,4	-	63
Jagertee	375	311	- 17,2	-	64
Cocosliköre	1.980	1.908	- 3,6	-	72
Rum	27.287	27.144	- 0,5	-	143
Bitterliköre	6.268	6.096	- 2,7	-	171
Brandy	5.155	4.982	- 3,4	-	173
Moccaliköre	663	476	- 28,1	-	186
Klarer	13.332	13.095	- 1,8	-	238
Cachaça	1.743	1.480	- 15,1	-	263
Fruchtliköre	30.416	30.121	- 1,0	-	295
Obstbrand	13.886	13.478	- 2,9	-	408
Weinbrand	21.112	20.681	- 2,0	-	431
Branntwein-Verschnitt	23.084	22.246	- 3,6	-	838
Doppelkorn	13.453	12.570	- 6,6	-	883
Korn	22.535	20.911	- 7,2	-	1.624
Spirituosen gesamt	432.265	430.935	- 0,3		- 1.330
Spirituosen-Mixg. (RTD)	28.779	26.627	- 7,5		- 2.152
Summe Spirituosen + RTD	461.044	457.562	- 0,8		- 3.482

¹⁾ Absatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte 2015: 515 Mio. Flaschen (2014: 521 Mio. Flaschen)

²⁾ In dieser Position sind auch Spirituosen, die auf Basis von Rum, Whisk(e)y, Weinbrand und Klare hergestellt sind, enthalten.

**Tabelle 19 Spirituosen-Hitparade im LEH 2014/2015
in Gesamtdeutschland (Umsatz)**

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi;
Angaben nach Umsatz in 1.000 €)

	2014	2015 ¹⁾	VÄ in %	VÄ absolut TSD €	
Wodka	461.021	474.768	3,0	13.746	
Gin/Genever	51.234	64.942	26,8	13.708	
Sonst. Spirituosen ²⁾	153.671	160.779	4,6	7.108	
American Whiskey	72.837	77.142	5,9	4.304	
Sonst. Whisky	42.847	46.673	8,9	3.826	
Sahneliköre	81.686	85.305	4,4	3.619	
Scotch Whisky	128.375	131.520	2,4	3.145	
Pfefferminzliköre	22.610	25.565	13,1	2.955	
Malt Whisky	65.062	67.763	4,2	2.702	
Rum	242.282	244.444	0,9	2.163	
Fruchtliköre	194.040	195.239	0,6	1.199	
Halbbitterliköre	429.942	430.874	0,2	932	
Cognac	25.282	25.981	2,8	699	
Sambuca	13.091	13.762	5,1	672	
Aquavit	19.118	19.735	3,2	617	
Bourbon Whiskey	103.356	103.936	0,6	580	
Restl. Liköre	160.082	160.648	0,4	566	
Eierliköre	74.245	74.789	0,7	544	
Amaretto	22.428	22.903	2,1	475	
Raki	11.870	12.284	3,5	413	
Calvados	6.417	6.815	6,2	398	
Tequila	17.367	17.761	2,3	394	
Kümmel	9.181	9.432	2,7	250	
Rum-Verschnitt	9.527	9.564	0,4	37	
Tresterbrand	670	697	4,1	27	
Wacholder	2.845	2.862	0,6	17	
Ouzo	91.270	91.275	0,0	5	
Armagnac	486	483	- 0,7	- 3	
Enzian	1.366	1.357	- 0,6	- 9	
Bärwurz	1.211	1.165	- 3,8	- 46	
Doppelkümmel	2.109	2.045	- 3,0	- 64	
Steinhäger	844	695	- 17,6	- 149	
Sonst. klare Spirituosen	12.594	12.439	- 1,2	- 155	
Klarer	58.176	57.950	- 0,4	- 225	
Doppelwacholder	2.139	1.877	- 12,2	- 262	
Grappa	34.481	34.160	- 0,9	- 321	
Jagertee	3.860	3.330	- 13,7	- 529	
Cocosliköre	20.958	20.207	- 3,6	- 752	
Moccaliköre	6.085	4.971	- 18,3	- 1.114	
Brandy	52.951	51.584	- 2,6	- 1.367	
Cachaça	16.885	14.641	- 13,3	- 2.245	
Obstbrand	139.174	136.776	- 1,7	- 2.398	
Bitterliköre	77.657	75.027	- 3,4	- 2.630	
Weinbrand	157.033	154.107	- 1,9	- 2.925	
Doppelkorn	79.559	74.497	- 6,4	- 5.062	
Branntwein-Verschnitt	111.169	105.865	- 4,8	- 5.304	
Korn	122.955	115.726	- 5,9	- 7.229	
Spirituosen gesamt	3.414.049	3.446.362	0,9 +	32.314	
Spirituosen-Mixg. (RTD)	68.942	67.552	- 2,0	- 1.390	
Summe Spirituosen + RTD	3.482.991	3.513.914	0,9 +	30.923	

¹⁾ Umsatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte 2015: 3.960 Mio. € (2014: 3.953 Mio. €)

²⁾ In dieser Position sind auch Spirituosen, die auf Basis von Rum, Whisk(e)y, Weinbrand und Klare hergestellt sind, enthalten.

Tabellenverzeichnis

- Tabelle 1: Pro-Kopf-Verbrauch von allen Getränken 2014/2015
- Tabelle 2: Pro-Kopf-Verbrauch von verschiedenen alkoholhaltigen Getränken und Verbraucherausgaben 2008 bis 2015
- Tabelle 3: Pro-Kopf-Verbrauch und Einnahmen aus den Verbrauchsteuern für alkoholhaltige Getränke – Alkoholgenuss: Der Staat trinkt mit!
- Tabelle 4: Verbrauch von Spirituosen und alkoholhaltigen Getränken 1990 bis 2015
- Tabelle 5: Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs der einzelnen Spirituosengattungen 2015
- Tabelle 6: Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2015
- Tabelle 7: Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke im LEH 2015
- Tabelle 8 a: Absatzanteile einzelner Spirituosensorten im LEH 2015 nach Gebieten
- Tabelle 8 b: Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosensorten im LEH 2015 nach Gebieten
- Tabelle 9 a: Absatzanteile einzelner Spirituosensorten im LEH 2015 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen
- Tabelle 9 b: Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosensorten im LEH 2015 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

- Tabelle 10: Spirituosenabsatz – Absatzmittlerstruktur – Entwicklung seit 1980
- Tabelle 11 a: Die bevorzugten Spirituosenarten in den einzelnen Altersgruppen 2002/2003/2004
- Tabelle 11 b: Die typischen Spirituosenverwender – Segmente 2002/2003/2004
- Tabelle 12: Wer kauft Spirituosen? – Reichweiten im Haushaltsbereich 2014/2015 in Gesamtdeutschland
- Tabelle 13 a: Käuferpotenzial – Spirituosen 2012 bis 2015 in Gesamtdeutschland
- Tabelle 13 b: Käuferpotenzial – Spirituosengattungen 2014/2015 in Gesamtdeutschland
- Tabelle 14: Spirituosenkonsum in Europa 2015
- Tabelle 15: Spirituosenkonsum weltweit 2015
- Tabelle 16: Wie viel Gramm Alkohol enthält Ihr Lieblingsgetränk?
- Tabelle 17: Entwicklung alkoholhaltiger Getränke im LEH 2014/2015
- Tabelle 18: Spirituosen-Hitparade im LEH 2014/2015 in Gesamtdeutschland (Flaschen)
- Tabelle 19: Spirituosen-Hitparade im LEH 2014/2015 in Gesamtdeutschland (Umsatz)

Literaturverzeichnis

- **Daten aus der Alkoholwirtschaft** 1980 bis 2016
Herausgeber: Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI) und Ausschuss für Öffentlichkeitsarbeit, Soziales und Gesundheitspolitik, Bonn, im Juli/August des jeweiligen Jahres
- **Jahresbericht** von 1990 bis 2016/2017
des Bundesverbandes der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI), Bonn, im April/Mai des jeweiligen Jahres
- **Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs von Spirituosen in Deutschland und in der EU**
Analyse von Angelika Wiesgen-Pick, in den Jahren 1997 bis 2017, u.a. herausgegeben in den **Sonderdrucken des BSI**, Bonn, der vorgenannten Jahre