

# Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs von Spirituosen 2011 in Deutschland und in der EU

(Stand: August 2012)

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

## Inhaltsverzeichnis

- I. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen und Getränken 2011
  1. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2011
  2. Pro-Kopf-Verbrauch von Getränken  
in Deutschland 2011
- II. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2011 –  
gegliedert nach Spirituosenarten
- III. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2011 –  
gegliedert nach Bundesländern
- IV. Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke  
im Lebensmittel-Einzelhandel (LEH) 2011
- V. Bevorzugte Spirituosengattungen  
in den einzelnen Altersgruppen

VI. Alkohol nach Getränkearten in Europa und weltweit  
2010

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 zu anderen alkoholhaltigen Getränken analysiert. Des Weiteren wird der Pro-Kopf-Verbrauch nach einzelnen Spirituosenarten in den verschiedenen Bundesländern Deutschlands und der Absatz einzelner Spirituosengattungen im Lebensmittel-Einzelhandel (LEH) dargestellt als auch die bevorzugten Spirituosensegmente in einzelnen Altersgruppen sowie abschließend auch der Konsum von alkoholhaltigen Getränken nach Getränkearten in Europa und weltweit. 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 Panel Services Deutschland, SymphonyIRI Group GmbH und The Nielsen Company (Germany) GmbH – der Zeitschrift Stern und der internationalen Marktforschung „The IWSR and The IWSR Drinks Record (The International Wine & Spirits Record)“, London/Großbritannien.

## I. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen und Getränken 2011

### 1. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2011

Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen betrug im Jahr 2011 – nach Angaben des ifo Instituts – 5,4 Liter in der **Bundesrepublik Deutschland**. Er stagniert seit 2009.

Der Pro-Kopf-Konsum hatte innerhalb der letzten Jahrzehnte im Jahr 1980 mit 8,0 Litern pro Kopf seinen „Höchststand“. Aufgrund der Branntweinsteuer-Erhöhungen in den Jahren 1981 und 1982 sank er überproportional in fünf Jahren auf 6,2 Liter (1987), dies entsprach einem Rückgang um 1,8 Liter bzw. um 22,5 %.

Nach der Wiedervereinigung stieg der Pro-Kopf-Verbrauch in Gesamtdeutschland 1991 auf insgesamt 7,5 Liter an (alte Bundesländer: 6,2 Liter und neue Bundesländer: 12,9 Liter – vgl. Sie auch die nachfolgenden Ausführungen) und reduzierte sich dann bis zum Jahr 2011 um 2,1 Litern bzw. um 28,0 %.

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: Der Pro-Kopf-Konsum in den alten Bundesländern beträgt rund 5,4 Liter und in den neuen Bundesländern rund 5,6 Liter pro Kopf.

**Entwicklungen des Pro-Kopf-Konsums im Zeitraum 1980 bis 2011**

<b>Jahr</b>	<b>Verbrauch pro Kopf</b>
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	5,4

## **2. Pro-Kopf-Verbrauch von Getränken in Deutschland 2011**

Der **Pro-Kopf-Konsum von Getränken** in Deutschland stieg im Jahr 2011 um 1,3 Liter pro Kopf bzw. um 0,2 % auf insgesamt 740,8 Liter. Damit ist die physische Aufnahmefähigkeit an Getränken, die pro Person im Durchschnitt mit rund 740 bis 760 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 2011 wie folgt beteiligt:

- Der Pro-Kopf-Verbrauch der alkoholhaltigen Getränke (Bier, Wein, Schaumwein und Spirituosen) betrug 136,9 Litern. Dies entspricht einem Anteil – bezogen auf den gesamten Getränkeverbrauch – in Höhe von 18,5 %. Der Verbrauch der alkoholhaltigen Getränke verringerte sich dabei 2011 im entsprechenden Vorjahresvergleich um 0,3 Liter bzw. um 0,2 %.
- Der Konsum pro Kopf der alkoholfreien Getränke (Wasser, Erfrischungsgetränke und Fruchtsäfte) lag 2011 bei 295,7 Liter und erhöhte sich im Vorjahresvergleich um 4,9 Liter bzw. um 1,7 %. Dieses entspricht einem Anteil in Höhe von 39,9 % – bezogen auf den gesamten Getränkemarkt.
- Der Pro-Kopf-Verbrauch der Heiß- und Hausgetränke (z. B. Bohnenkaffee, Kaffeemittel, Schwarzer Tee und Milch) erzielte 2011 einen Anteil – bezogen auf den gesamten Getränkemarkt – in Höhe von 41,6 % – bei einem Absolutwert von 308,2 Litern. Dies entspricht einer Abnahme um 3,3 Litern pro Kopf bzw. um 1,1 %.

Innerhalb der Gruppe der alkoholhaltigen Getränke

- hatte Bier mit einem Pro-Kopf-Konsum von 107,2 Litern im Jahr 2011 erneut den höchsten Anteil – nämlich 78,3 % – bezogen auf alle alkoholhaltigen Getränke. Dabei sank der Bierkonsum im Jahr 2011 im entsprechenden Vorjahresvergleich um 0,2 Litern pro Kopf bzw. um 0,2 %,

Tabelle 1 Pro-Kopf-Verbrauch von allen Getränken 2010/2011

Getränkeart	2010	2011 <sup>1)</sup>
<b>Alkoholgetränke</b>	<b>137,2</b>	<b>136,9</b>
Bier	107,4	107,2
Wein <sup>2)</sup>	20,5	20,2
Schaumwein	3,9	4,1
Spirituosen <sup>3)</sup>	5,4	5,4
<b>Alkoholfreie Getränke</b>	<b>290,8</b>	<b>295,7</b>
Wässer <sup>4)</sup>	136,3	140,6
Erfrischungsgetränke <sup>5)</sup>	118,2	120,1
Fruchtsäfte <sup>6)</sup>	36,3	35,0
<b>Heiß- u. Hausgetränke</b>	<b>311,5</b>	<b>308,2</b>
Bohnenkaffee <sup>7)</sup>	153,3	151,6
Schwarzer Tee <sup>8)9)</sup>	25,0	25,0
Kräuter-/Früchtetee <sup>8)</sup>	50,8	48,6
Milch <sup>10)</sup>	82,4	83,0
<b>Insgesamt</b>	<b>739,5</b>	<b>740,8</b>

<sup>1)</sup> Vorläufige Angaben

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

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

<sup>4)</sup> Natürliche Mineralwässer (einschl. Heilwässer), Quell- und Tafelwässer

<sup>5)</sup> Ohne Getränke aus Konzentraten, Sirup und Getränkepulver; einschl. Tee-Getränke und Post-mix-Absatz

<sup>6)</sup> Einschließlich Fruchtnektare und Gemüsesäfte

<sup>7)</sup> 35 Gramm Röstkaffee pro Liter

<sup>8)</sup> 9 Gramm Tee pro Liter

<sup>9)</sup> Einschließlich Grüntee

<sup>10)</sup> Frischmilcherzeugnisse (Konsummilch ohne Industriemilch, Buttermilch, Sauermilch und Milch-mixgetränke; revidierte Zahlen)

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

- folgte Wein mit einem Pro-Kopf-Konsum im Jahr 2011 in Höhe von 20,2 Litern, das sind 0,3 Liter bzw. 1,5 % geringer als im Vorjahr mit einem Anteil – bezogen auf alle alkoholhaltigen Getränke – in Höhe von 14,8 %,
- 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 3,9 % und
- erhöhte sich der Pro-Kopf-Konsum von Schaumwein um 0,2 Liter bzw. um 5,1 % auf 4,1 Litern im Jahr 2011 mit einem Anteil am Gesamtmarkt der alkoholhaltigen Getränke pro Kopf in Höhe von 3,0 %.

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:



**Tabelle 2 Pro-Kopf-Verbrauch von verschiedenen alkoholhaltigen Getränken und Verbraucherausgaben 2004 bis 2011**

	<b>Verbrauch pro Kopf</b> (in Liter Fertigware)	<b>Verbrauch pro Kopf</b> (in Liter Alkohol <sup>1)</sup> )	<b>Verbraucherausgaben</b> (in Mrd. €)
<b>Bier</b>			
2004	116,0	5,6	–
2005	115,3	5,5	–
2006	116,0	5,6	–
2007	111,8	5,4	–
2008	111,1	5,3	–
2009	109,6	5,3	–
2010	107,4	5,2	–
2011 <sup>2)</sup>	107,2	5,1	–
<b>Spirituosen</b>			
2004	5,8	1,9	–
2005	5,7	1,9	–
2006	5,7	1,9	–
2007	5,6	1,8	–
2008	5,5	1,8	–
2009	5,4	1,8	–
2010	5,4	1,8	–
2011 <sup>2)</sup>	5,4	1,8	–
<b>Wein<sup>3)</sup></b>			
2004	20,1	2,2	4,70
2005	19,9	2,2	4,65
2006	20,1	2,2	5,18
2007	20,6	2,3	5,64
2008	20,7	2,3	5,82
2009	20,1	2,2	5,69
2010	20,5	2,3	6,03 <sup>4)</sup>
2011 <sup>2)</sup>	20,2	2,2	6,30 <sup>4)</sup>
<b>Schaumwein</b>			
2004	3,8	0,4	–
2005	3,8	0,4	–
2006	3,8	0,4	–
2007	3,8	0,4	–
2008	3,9	0,4	–
2009	3,9	0,4	–
2010	3,9	0,4	–
2011 <sup>2)</sup>	4,1	0,5	–

<sup>1)</sup> 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

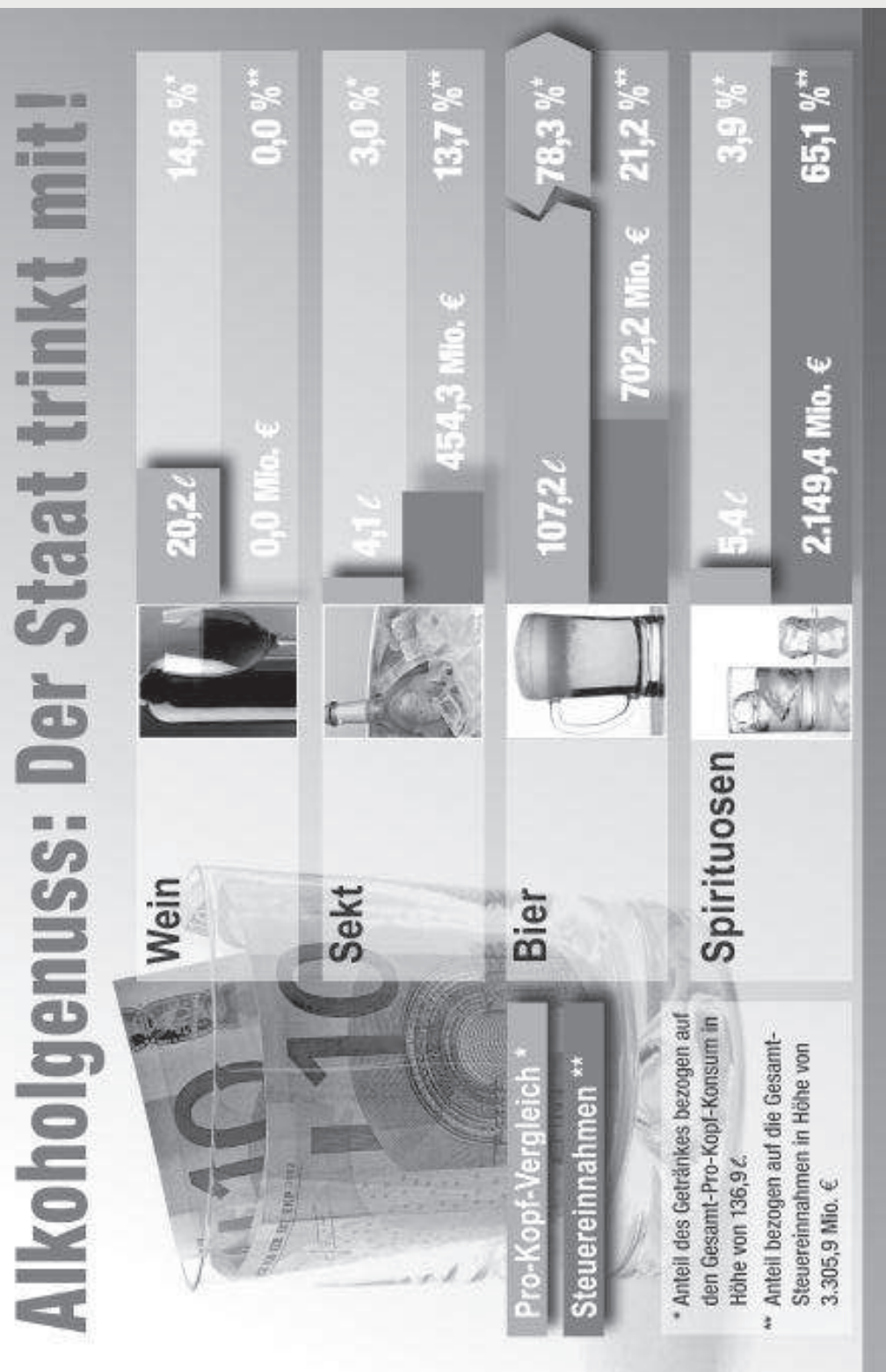
<sup>2)</sup> Vorläufige Angaben

<sup>3)</sup> Einschließlich Wermut- und Kräuterwein (ohne Schaumwein)

<sup>4)</sup> Gesamtabsatz im Inland bewertet zum Durchschnittspreis GFK-HHP und Expertenschätzung  
FA Geisenheim

*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*

Tabelle 3



Quellen: Statistisches Bundesamt/ifo Institut (2011)

Grafik: djd/RatGeberZentrale, Foto: fotolia.com

- Die Einnahmen des Bundes aus Abgaben an alkoholhaltigen Getränken betragen im Jahr 2011 in der Summe 3.305,9 Mio. € (ohne Alkopopsteuer):
  - Der Anteil der Spirituosen hieran betrug 65,1 %.
  - Der Anteil der Schaumweinsteuer machte hieran 13,7 % aus.
  - Der Anteil der Weinsteuer (Nullsteuersatz) lag bei 0,0 %.
  - Der Anteil der Biersteuer betrug 21,2 %.
- Der Pro-Kopf-Verbrauch von alkoholhaltigen Getränken betrug im Jahr 2011 in der Summe 136,9 Liter:
  - Der Pro-Kopf-Konsum von Bier war dabei relativ hoch und hatte einen Anteil von 78,3 % – bezogen auf den Gesamtkonsum aller alkoholhaltigen Getränke.
  - Der Pro-Kopf-Konsum von Wein lag anteilmäßig bei 14,8 % – bezogen auf den Gesamtmarkt des Pro-Kopf-Konsums aller alkoholhaltigen Getränke.
  - Der Spirituosenmarkt hatte einen Anteil von 3,9 % – bezogen auf den Pro-Kopf-Konsum aller alkoholhaltigen Getränke.
  - Der Anteil des Schaumwein-Pro-Kopf-Konsums lag bei 3,0 % – bezogen auf den Gesamtmarkt des Pro-Kopf-Konsums aller alkoholhaltigen Getränke.

Die nachfolgende Analyse verdeutlicht diese Relationen:

Getränkeart	Steuereinnahmen 2011 (in Mio. €)	Pro-Kopf-Verbrauch 2011 (in Liter)
Bier	702,2	107,2
Wein	0,0	20,2
Schaumwein	454,3	4,1
Spirituosen	2 149,4	5,4
<b>Summe</b>	<b>3 305,9</b>	<b>136,9</b>

Tabelle 4

**Verbrauch von Spirituosen und alkoholhaltigen  
Getränken 2011 (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	5,4	5,4	5,6

2011	Fertigware	Anteile in %	reiner Alkohol	Anteile in %
<b>Spirituosen</b>	5,4	3,9	1,8	18,8
<b>Bier</b>	107,2	78,3	5,1	53,1
<b>Wein</b>	20,2	14,8	2,2	22,9
<b>Schaumwein</b>	4,1	3,0	0,5	5,2
<b>Summe aller alkoholhaltigen Getränke</b>	<b>136,9</b>	<b>100,0</b>	<b>9,6</b>	<b>100,0</b>

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

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.

## **II. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2011 – 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 10 und mehr Beschäftigten in der Spirituosenindustrie.
- Doppelzählungen ergeben sich umfassend bei den Produktions- und Außenhandelszahlen (insbesondere bei Whisk[e]ys und Rum), eine Eliminierung ist jedoch nicht

möglich, da keine entsprechenden gültigen Statistiken vorliegen. Insofern ist der Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen aufgrund der vorgenannten Berechnungen zu hoch ausgewiesen.

Einen Überblick über die Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs der einzelnen Spirituosengattungen 2011 (nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes) – unter den vorgenannten Einschränkungen – gibt Tabelle 5. Dieser belegt den überproportional hohen Pro-Kopf-Verbrauch bei folgenden Gattungen:

- Liköre mit 1,69 Litern pro Kopf,
- Wodka mit 0,92 Litern pro Kopf und
- Korn und anderer Branntwein (inkl. Steinhäger) mit 0,89 Litern pro Kopf sowie
- Rum, Arrak und Taffia mit 0,82 Litern pro Kopf.

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

- Gin, Genever und Wacholder mit 0,06 Litern pro Kopf und
- sonstige Spirituosen mit 0,13 Litern pro Kopf sowie
- Obstbrände mit 0,31 Litern pro Kopf.

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

- Branntwein aus Wein sowie Cognac und Armagnac mit 0,58 Litern pro Kopf und
- Whisk(e)y mit 0,57 Litern pro Kopf.

Bezüglich der Berechnung des Pro-Kopf-Verbrauchs für das Kalenderjahr 2011 kommt der BSI – aufgrund der vorgeannten Methode – auf einen durchschnittlichen Pro-Kopf-Konsum in Höhe von 5,97 Litern pro Kopf. Dies ist – in Abweichung von den Ergebnissen des ifo Instituts, die für das Jahr 2011 einen Pro-Kopf-Konsum von 5,4 Litern pro Kopf ausweisen – sicherlich 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 Spirituosengattungen 2011

Spirituosen- gattungen	Produktion Außenhandel Marktversorgung Anteile a. d. Marktversorgung Pro-Kopf-Verbrauch im gesamten Bundesgebiet 2011	Produktion <sup>1)</sup>	+ Importe <sup>2)</sup>	- Exporte	= Marktversorgung in der Bundesrepublik Deutschland	Anteile an der Marktversorgung	Pro-Kopf-Verbrauch <sup>3)</sup> in der Bundesrepublik Deutschland
		in Mio. Liter	in Mio. Liter	in Mio. Liter	in Mio. Liter	in %	in Liter
ohne RTD		36,8	21,8	11,3	47,3	9,7 %	0,58
<b>Branntwein aus Wein sowie Cognac und Armagnac Korn und anderer Branntwein (inkl. Steinhäger) Gin, Genever und Wacholder Obstbrände Liköre Rum, Arrak, Taffia Whisk(e)y Wodka Sonstige Spirituosen</b>		50,4 7,0 15,6 147,1 22,1 8,5 54,5 11,8	30,2 7,7 13,0 53,0 73,1 67,2 35,8 12,8	7,8 10,0 3,2 61,8 28,2 28,7 14,7 13,6	72,8 4,7 25,4 138,3 67,0 47,0 75,6 11,0	14,9 % 1,0 % 5,2 % 28,3 % 13,7 % 9,6 % 15,5 % 2,2 %	0,89 0,06 0,31 1,69 0,82 0,57 0,92 0,13
<b>Insgesamt</b>		<b>353,8<sup>4)</sup></b>	<b>314,6</b>	<b>179,3</b>	<b>489,1</b>	<b>100,0 %</b>	<b>5,97</b>
Anteil Produktion an der Marktversorgung		72,3 %					
Anteil Import an der Marktversorgung		64,3 %					
Anteil Export an der Marktversorgung		36,7 %					

<sup>1)</sup> Endgültige Ergebnisse für Unternehmen mit 10 und mehr Beschäftigten

<sup>2)</sup> Importe von Doppelzählungen bereinigt – Berechnungen des BSI

<sup>3)</sup> Pro-Kopf-Verbrauch des ifo Instituts – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München für Spirituosen liegt 2011 bei rund 5,4 Liter (umfassende Berechnung unter Einbezug der kleineren Spirituosenunternehmen).

<sup>4)</sup> Produktionszahlen ohne Alkopops



**Anmerkung zu den Daten:**

- Die Daten zur **Produktion** beziehen sich nur auf Betriebe mit 10 und mehr Beschäftigten.
- Die Daten zum **Spezialaußenhandel** mit Spirituosen umfassen alle aus- und eingehenden Waren
  - ohne Eigenveredelung (EV) und Lohnveredelung (LV),
  - ohne Durchfuhr,
  - 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 2011 81,8 Mio. Einwohner (vorläufige Schätzung).

*Quelle: Statistisches Bundesamt*

### III. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2011 – gegliedert nach Bundesländern

Die Marktforschung SymphonyIRI Group GmbH, Düsseldorf, hat auch für das Jahr 2011 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 2011 zugrunde.

Gemäß dieser Analyse war der Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2011 –

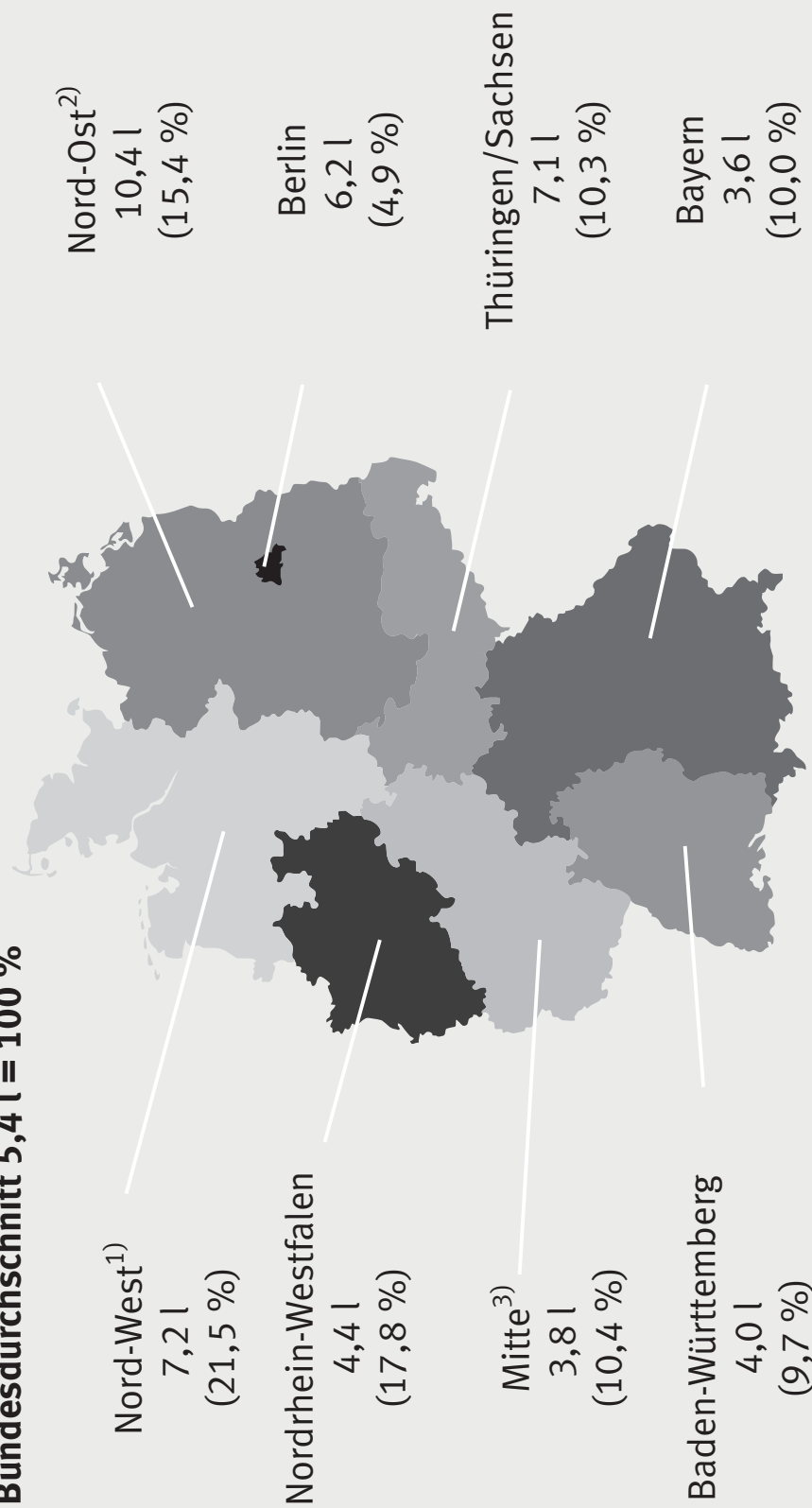
- wiederum relativ hoch – wie auch in den Vorjahren – in Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Sachsen-Anhalt mit 10,4 Litern pro Kopf, in Schleswig-Holstein/Hamburg und Niedersachsen/Bremen mit 7,2 Litern pro Kopf sowie auch in Thüringen/Sachsen mit 7,1 Litern pro Kopf,
- weiterhin relativ gering in Nordrhein-Westfalen mit 4,4 Litern pro Kopf, in Baden-Württemberg mit 4,0 Litern pro Kopf, in Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland mit 3,8 Litern pro Kopf sowie auch in Bayern mit 3,6 Litern pro Kopf,
- im Mittelfeld des bundesdeutschen Pro-Kopf-Konsums von Spirituosen in Berlin mit 6,2 Litern pro Kopf.

Dieses Ergebnis verdeutlicht die als Tabelle 6 veröffentlichte Grafik von SymphonyIRI Group. 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 2011  
(Anteile des Spirituosenkonsums pro Kopf/Region in Klammern)**

**Bundesdurchschnitt 5,4 l = 100 %**



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

<sup>2)</sup> Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

<sup>3)</sup> Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Quelle: SymphonyIRI Group

## IV. Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke im Lebensmittel-Einzelhandel (LEH) 2011

Nach Analysen der Marktforschung SymphonyIRI Group GmbH zeigten sich die Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke im LEH 2011 wie in Tabelle 7 dargestellt.

Tabellen 8 a und 8 b geben einen Überblick über die Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2011 nach Gebieten (Quellenbasis: SymphonyIRI Group).

Die Gesamtabatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2011 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen stellen Tabellen 9 a und 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 2011**

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi  
= 35 200 Geschäfte (Stand 1. Januar 2011); Angaben in Prozent)

Gebiet	Struktur des LEH-Potenzials	Absatzanteile bei:				Bevöl- kerung <sup>1)</sup>
		Bier <sup>2)</sup>	Spiri- tuosen	Wein <sup>3)</sup>	Schaum- wein	
<b>Berlin</b>	2		5	5	5	4
<b>Nord-West<sup>4)</sup></b>	17	17	21	16	16	16
<b>Nord-Ost<sup>2)5)</sup></b>	15	18	15	8	11	8
<b>Nordrhein- Westfalen</b>	18	17	18	17	18	22
<b>Mitte<sup>6)</sup></b>	12	11	10	13	12	14
<b>Thüringen/ Sachsen</b>	11	13	11	8	11	8
<b>Baden- Württemberg</b>	12	11	10	17	15	13
<b>Bayern</b>	13	13	10	16	12	15
<b>Bundesgebiet gesamt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

<sup>1)</sup> Bevölkerung im Jahresdurchschnitt in der Bundesrepublik Deutschland 2011  
rd. 82 Mio. Einwohner

<sup>2)</sup> Bier – Nord-Ost inklusive Berlin

<sup>3)</sup> Einschließlich Winzer- und Weingüter-Verkauf über LEH

<sup>4)</sup> Nord-West: Schleswig-Holstein/Hamburg, Niedersachsen/Bremen

<sup>5)</sup> Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

<sup>6)</sup> Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

*Quellen: SymphonyIRI Group, Statistisches Bundesamt*

**Tabelle 8 a Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2011 nach Gebieten**

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

Gebiet	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Soft- Spiri- tuosen	Klare Whisky	Whisky	Spiri- tuosen- arten insges.
<b>Berlin</b>	20	6	25	7	35	7	100
<b>Nord-West<sup>1)</sup></b>	13	11	20	7	41	8	100
<b>Nord-Ost<sup>2)</sup></b>	19	5	33	8	31	4	100
<b>Nordrhein- Westfalen Mitte<sup>3)</sup></b>	11	7	24	7	44	7	100
<b>Thüringen/ Sachsen</b>	11	7	26	7	41	8	100
<b>Baden- Württemberg</b>	19	5	37	8	27	4	100
<b>Bayern</b>	11	8	27	5	40	9	100
<b>Bundesgebiet insgesamt</b>	10	10	31	5	38	6	100
<b>Bundesgebiet insgesamt</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>27</b>	<b>7</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

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

<sup>2)</sup> Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

<sup>3)</sup> Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Quelle: SymphonyIRI Group

**Tabelle 8 b Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2011 nach Gebieten**

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

<b>Gebiet</b>	<b>Wein- brand/ Cognac</b>	<b>Rum</b>	<b>Liköre</b>	<b>Soft- Spiri- tuosen</b>	<b>Klare</b>	<b>Whisky</b>
<b>Berlin</b>	7	4	4	5	5	5
<b>Nord-West<sup>1)</sup></b>	20	30	16	21	24	26
<b>Nord-Ost<sup>2)</sup></b>	21	10	19	18	12	10
<b>Nordrhein- Westfalen</b>	14	16	16	19	21	18
<b>Mitte<sup>3)</sup></b>	8	10	10	11	11	13
<b>Thüringen/ Sachsen</b>	15	7	14	12	7	5
<b>Baden- Württemberg</b>	8	10	10	7	10	13
<b>Bayern</b>	7	13	11	7	10	10
<b>Bundesgebiet insgesamt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

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

<sup>2)</sup> Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

<sup>3)</sup> Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

*Quelle: SymphonyIRI Group*

Tabelle 9 a

**Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH  
2011 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	Soft- Spiri- tuosen	Klare	Whisky	Typen, Formen und Größen insges.
<b>GESCHÄFTSTYPEN:<sup>1)</sup></b>							
<b>Verbraucher- märkte</b>	13	8	26	8	37	8	100
<b>Discounter</b>	14	7	30	4	40	5	100
<b>Restl. LEH</b>	15	7	27	7	39	5	100
<b>ORGANISATIONSFORMEN:<sup>2)</sup></b>							
<b>Metro EH</b>	14	9	23	7	36	11	100
<b>REWE-Gruppe</b>	13	8	24	7	41	7	100
<b>EDEKA-Gruppe</b>	15	7	29	7	37	5	100
<b>MARKANT-Gruppe</b>	14	8	26	9	35	8	100
<b>Restl. LEH</b>	13	8	31	4	38	6	100
<b>VERKAUFSFLÄCHEN:<sup>3)</sup></b>							
<b>bis 399 qm</b>	16	7	27	6	40	4	100
<b>400 – 799 qm<sup>*)</sup></b>	14	7	29	5	40	5	100
<b>800 – 1 499 qm</b>	13	8	25	8	39	7	100
<b>1 500 – 2 499 qm</b>	14	7	29	6	39	5	100
<b>2 500 – 4 999 qm</b>	14	8	27	9	34	8	100
<b>5 000 qm und mehr</b>	12	9	26	8	35	10	100
<b>LEH gesamt</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>26</b>	<b>7</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

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

Quelle: SymphonyIRI Group



Tabelle 9 b

**Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2011 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen**

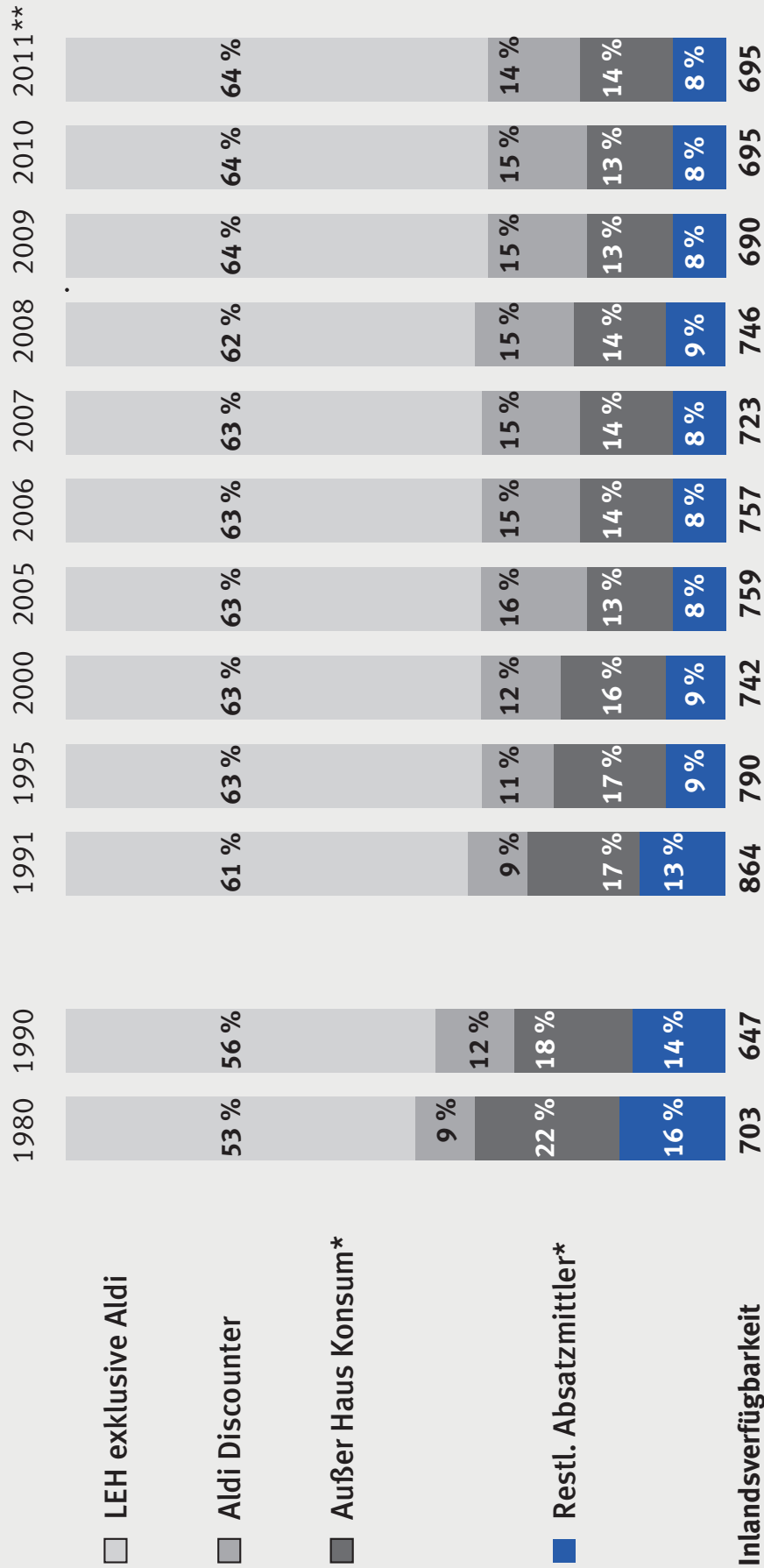
(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi; Basis: Jede aufgeführte Spirituosenart über insgesamt je <sup>1) 2) 3)</sup> = 100 %; Angaben in Prozent des Gesamtabsatzes je Spirituosenart)

	Wein- brand/ Cognac	Rum	Liköre	Soft- Spiri- tuosen	Klare	Whisky
<b>GESCHÄFTSTYPEN:<sup>1)</sup></b>						
<b>Verbraucher- märkte</b>	50	56	49	66	50	64
<b>Discounter</b>	37	33	40	22	38	28
<b>Restl. LEH</b>	13	11	11	12	12	8
<b>ORGANISATIONSFORMEN:<sup>2)</sup></b>						
<b>Metro EH</b>	8	9	7	8	8	13
<b>REWE-Gruppe</b>	22	23	21	25	26	25
<b>EDEKA-Gruppe</b>	36	31	35	34	33	27
<b>MARKANT-Gruppe</b>	17	18	16	23	15	19
<b>Restl. LEH</b>	17	19	21	10	18	16
<b>VERKAUFSFLÄCHEN:<sup>3)</sup></b>						
<b>bis 399 qm</b>	5	4	5	4	5	3
<b>400 – 799 qm<sup>*)</sup></b>	46	39	45	30	44	33
<b>800 – 1 499 qm</b>	15	16	14	19	16	16
<b>1 500 – 2 499 qm</b>	7	9	7	10	8	8
<b>2 500 – 4 999 qm</b>	13	14	14	19	12	16
<b>5 000 qm und mehr</b>	14	18	15	18	15	24
<b>Gesamtsumme bei <sup>1)2)3)</sup></b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

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

Quelle: SymphonyIRI Group

**Tabelle 10 Spirituosen Absatzmittlerstruktur Entwicklung seit 1980  
Basis: Inlandsverfügbarkeit Deutschland in Mio. 700 ml (bis 1990 nur West)**



\* Teilweise geschätzt, \*\* Vorläufige Zahlen

Quelle: SymphonyIRI Group

## 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 Spirituosensortenkonsumenten wurden insbesondere Spirituosensorten-Fertigmixgetränke, Fruchthaltige Softspirituosensorten, Wodka, Sonstige Spirituosensorten, Tequila, Weißer Rum, Scotch Whisky, Bourbon Whiskey, Gin, Brauner Rum, Sambuca, Irish Whisky, Calvados und Raki nachgefragt.

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

Die 50- bis 64-jährigen Spirituosensortenkonsumenten tranken überwiegend die traditionellen Spirituosensorten 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 Panel Services Deutschland – im Jahr 2011. Dieser Analyse zufolge war die an Spirituosen interessierteste Käufergruppe (1) mit 65 Jahren und älter (74,5 %) sowie (2) zwischen 50 bis 64 (71,2 %) und (3) zwischen 40 bis 49 Jahren (65,6 %) zu finden. Junge Konsumenten bis 29 Jahre fragten Spirituosen dabei auch mit leicht steigender Tendenz nach.

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 2011 in Deutschland bei rund 68 %.

Tabelle 11 a

**Die bevorzugten Spirituosenarten in den einzelnen Altersgruppen 2002/2003/2004**

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

<b>1. Männer</b>				
<b>1.1. Männer/18 – 29 Jahre</b>				
<b>Spirituosenverwender mindestens 1 x im Monat</b>	<b>Gesamt- bevölkerung 18 – 64 Jahre</b>	<b>Männer</b>	<b>Männer 18 – 29 Jahre</b>	<b>Index (alle Männer = 100)</b>
<b>Mio.</b>	50,33	25,1	6,5	
	%	%	%	
<b>Spirituosen-Fertigmixgetr.</b>	13,1	14,5	31,7	219
<b>Tequila</b>	7,0	9,7	17,9	185
<b>Weißer Rum</b>	6,6	8,7	13,5	155
<b>Sonstige Spirituosen</b>	11,3	12,3	18,1	147
<b>Wodka</b>	12,5	17,7	25,8	146
<b>Sambuca</b>	3,7	4,6	6,7	146
<b>Gin</b>	4,5	6,1	8,6	141
<b>Bourbon Whiskey</b>	6,2	10,1	11,5	114
<b>Irish Whiskey</b>	3,8	5,9	6,5	110
<b>Scotch Whisky</b>	8,0	13,1	14,2	108
<b>Brauner Rum</b>	5,1	6,7	7,2	107
<b>Raki</b>	3,3	4,6	4,9	107
<b>Calvados</b>	3,5	4,7	5,0	106
<b>1.2. Männer/30 – 49 Jahre</b>				
<b>Spirituosenverwender mindestens 1 x im Monat</b>	<b>Gesamt- bevölkerung 18 – 64 Jahre</b>	<b>Männer</b>	<b>Männer 30 – 49 Jahre</b>	<b>Index (alle Männer = 100)</b>
<b>Mio.</b>	50,33	25,1	11,43	
	%	%	%	
<b>Griechischer Weinbrand</b>	5,2	7,2	9,3	129
<b>Grappa</b>	7,9	10,4	12,4	119
<b>Malt Whisky</b>	3,9	6,3	7,5	119
<b>Spanischer Brandy</b>	3,3	4,8	5,6	117
<b>Ouzo</b>	9,0	11,0	12,4	113

Tabelle 11 b

**Die typischen Spirituosenverwender –  
Segmente 2002/2003/2004**

<b>1.3. Männer/50 – 64 Jahre</b>					
<b>Spirituosenverwender mindestens 1 x im Monat</b>	<b>Gesamt- bevölkerung 18 – 64 Jahre</b>	<b>Männer</b>	<b>Männer 50 – 64 Jahre</b>	<b>Index (alle Männer = 100)</b>	
<b>Mio.</b>	50,33	25,1	7,18		
	%	%	%		
<b>Obstbrand</b>	9,8	14,9	21,6	145	
<b>Magenbitter</b>	15,5	21,9	30,8	141	
<b>Korn</b>	12,4	20,0	26,2	131	
<b>Deutscher Weinbrand</b>	15,9	23,7	30,4	128	
<b>Kräuterlikör</b>	17,1	20,9	26,3	126	
<b>Cognac</b>	11,3	16,6	20,6	124	
<b>Aquavit</b>	6,0	8,5	10,1	119	
<b>2. Frauen</b>					
<b>Spirituosenverwender mindestens 1 x im Monat</b>	<b>Gesamt- bevöl. 18 – 64 Jahre</b>	<b>Frauen gesamt</b>	<b>Frauen 18 – 29 Jahre</b>	<b>Frauen 30 – 49 Jahre</b>	<b>Frauen 50 – 64 Jahre</b>
<b>Mio.</b>	50,33	25,23	6,22	11,39	7,62
	%	%	%	%	
<b>Fruchtige Softspirituosen</b>	12,8	13,5	24,0	11,9	7,3
<b>Apéritif</b>	13,6	13,7	9,0	15,4	15,2
<b>Fruchtlikör</b>	12,5	15,8	13,5	15,9	17,4
<b>Anderer Likör</b>	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

**Table 12** Wer kauft Spirituosen? – Reichweiten im Haushaltsbereich 2010/2011 in Gesamtdeutschland  
Spirituosen gesamt – Käuferreichweite in %

Spirituosen gesamt	- 29 Jahre	- 39 Jahre	- 49 Jahre	- 64 Jahre	65 Jahre und älter
67,9	59,1	59,2	65,6	71,2	74,5
+1	+4	+3	-2	0	0
67,3	57,0	57,6	66,9	71,2	74,2
100,0	4,8	8,4	18,6	33,3	34,7
100,0	9,0	16,3	21,3	25,7	27,8

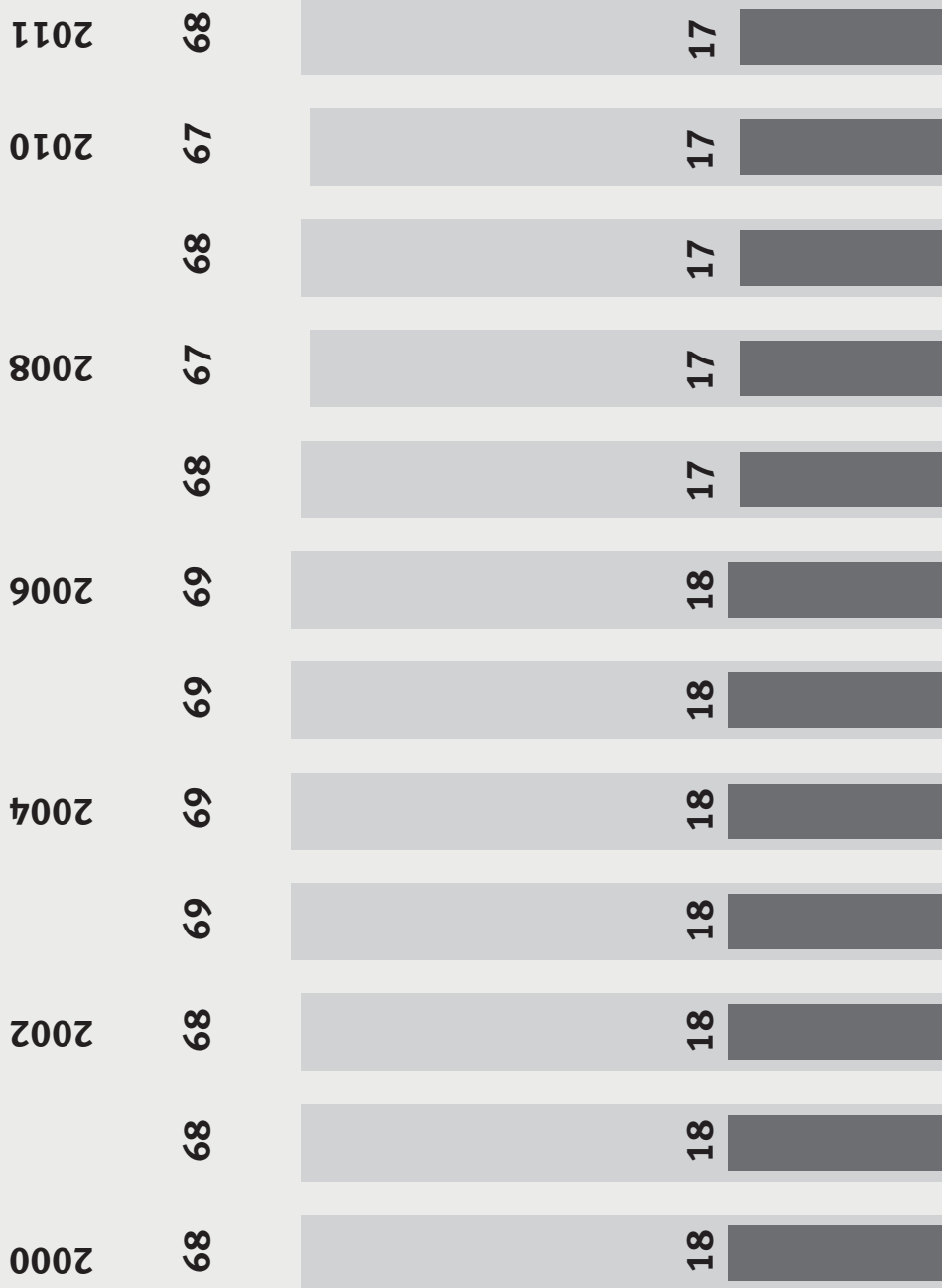
  

	2010	2011
Menge in %	57,0	59,1
2011	4,8	8,4
Universum in %	9,0	16,3

Quelle: GfK Consumer Tracking



Käuferpotenzial – Spirituosen 2000 bis 2011 in Gesamtdeutschland



Käuferreichweite  
 (kaufende HH in %)

Ø-Menge  
 (Einkaufsintensität  
 in 0,7 l Flaschen)

Quelle: GfK Consumer Tracking

Tabelle 13 b

**Käuferpotenzial – Spirituosengattungen  
2010/2011 in Gesamtdeutschland**

	Basis: Käuferreichweite in %	Δ in % Pkt.
Eierlikör	20,5	-0,7
Halbbitterlikör	20,5	-1,2
Deutscher Rum	15,0	-0,9
Aperitif	14,0	2,2
Softspirituosen	12,1	0
Creamlikör	11,5	-0,7
Fruchtlikör	11,3	0,2
Wodka	10,6	0,5
Obstbrand	10,1	0,2
Deutscher Weinbrand	8,1	-0,5
Bitter	6,1	-1,4
Amaretto	5,6	-0,1
Import-Rum	5,6	0,5
Scotch/Malt	5,3	0,2
Ouzo	5,3	-0,4
Korn	5,0	-0,1
Doppelkorn	5,0	-0,1
Bourbon/American	4,1	0,1
Brandy	3,6	-0,2
Verschnitt	3,5	-0,6
Grappa	3,1	-0,1
Aquavit	2,2	-0,3
Gin	1,9	0,2
Cognac	1,3	-0,1
Tequila	0,7	-0,2

Quelle: GfK Consumer Tracking

## VI. Alkohol nach Getränkearten in Europa und weltweit 2010

Gemäß den Analysen der International Wine & Spirits Record (The IWSR and The IWSR Drinks Record), London/Großbritannien, über den Pro-Kopf-Konsum von Alkohol in Europa und weltweit im Kalenderjahr 2010 waren folgende Länder im Pro-Kopf-Konsum der verschiedenen alkoholhaltigen Getränke führend:

- Neben den Inseln St. Martin und St. Maarten mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von Bier weltweit mit rund 334,0 Litern Fertigware hatte den größten Pro-Kopf-Verbrauch die Tschechische Republik mit rund 154,2 Litern Fertigware, was rund 7,4 Litern r. A. (bei Annahme von 4,8 % vol im Durchschnitt) pro Kopf entspricht und ist damit das „Biertrinkerland“ Nr. 1 in Europa und in der Europäischen Union.
- Führend beim Pro-Kopf-Verbrauch von Wein weltweit und in Europa war im Jahr 2010 – neben den Inseln St. Martin und St. Maarten mit rund 64,1 Litern Fertigware – Kroatien mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von rund 57,9 Litern Fertigware, was rund 6,4 Litern r. A. (bei Annahme von 11 % vol im Durchschnitt) pro Kopf entspricht und in der Europäischen Union Italien mit rund 48,1 Litern Fertigware, was rund 5,3 Litern r. A. pro Kopf entspricht.
- Spitzenreiter beim Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen war im Jahr 2010 weltweit – neben den Inseln St. Martin und St. Maarten mit 69,1 Litern Fertigware – Südkorea mit rund 24,7 Litern Fertigware, was rund 8,2 Litern r. A. (bei Annahme von 33 % vol im Durchschnitt) pro Kopf entspricht und in Europa die Russische Föderation mit rund

17,7 Litern Fertigware, was rund 5,8 Litern r. A. pro Kopf entspricht und in der Europäischen Union Estland mit rund 12,6 Litern Fertigware, was rund 4,2 Litern r. A. pro Kopf entspricht.

Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen in Deutschland mit 5,4 Litern im Jahr 2010 – gemäß der Analyse der International Wine & Spirits Record – lag

- innerhalb Europas auf Platz 17 und
- weltweit auf Platz 47.

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

Tabelle 14

**Spirituosenkonsum in Europa 2010****(Angaben in Liter Fertigware pro Kopf der Bevölkerung)**

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

<sup>1)</sup> Die Zahl des ifo Instituts – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München für den Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen betrug im Jahr 2010 5,4 Liter Fertigware.

<sup>2)</sup> Einschließlich Grenzverkehr

<sup>\*)</sup> Länder der Europäischen Union

Quelle: *The IWSR and The IWSR Drinks Record (The International Wine & Spirits Record)*

Tabelle 15

**Spirituosenkonsum weltweit 2010****(Angaben in Liter Fertigware pro Kopf der Bevölkerung)**

Land	Spirituosen	Land	Spirituosen
1. St. Martin und St. Maarten	69,1	36. Moldawien	6,9
2. US Jungferninseln	27,9	37. China	6,7
3. Südkorea	24,7	38. Serbien	6,6
4. Britische Jungferninseln	20,6	39. Tschechische Republik	6,6
5. Russische Föderation	17,7	40. Curaçao	6,3
6. Nördliche Emiraten	17,4	41. Kanarische Inseln	6,2
7. Grenada	14,2	42. Trinidad und Tobago	6,2
8. St. Lucia	13,3	43. Ungarn	5,9
9. Kaimaninseln	13,1	44. Suriname	5,7
10. Estland	12,6	45. Finnland	5,6
11. Bermuda	12,5	46. Philippinen	5,5
12. Aruba	11,2	<b>47. BR Deutschland<sup>1)</sup></b>	<b>5,4</b>
13. Bahamas	11,2	48. Frankreich	5,4
14. Belarus	10,4	49. Haiti	5,1
15. Bulgarien	10,3	50. Albanien	5,0
16. Guyana	9,5	51. Kuba	5,0
17. Kirgisistan	9,4	52. Montenegro	5,0
18. Martinique	9,4	53. Spanien	5,0
19. Ukraine	9,3	54. USA	5,0
20. Rumänien	9,1	55. Brasilien	4,9
21. Japan	9,0	56. Zypern	4,9
22. Litauen	8,9	57. Dominikanische Rep.	4,8
23. Guadeloupe	8,7	58. Chile	4,6
24. Thailand	8,6	59. Malta	4,6
25. Polen	8,5	60. Kanada	4,5
26. St. Vincent	8,5	61. Vereinigtes Königreich	4,5
27. Barbados	8,3	62. Griechenland	4,4
28. Kasachstan	8,3	63. Irland	4,2
29. St. Kitts	8,1	64. Usbekistan	4,2
30. Französisch-Guayana	8,0	65. Niederlande	4,0
31. Lettland	7,8	66. Österreich	3,7
32. Slowakische Republik	7,6	67. Belgien/Luxemburg <sup>2)</sup>	3,6
33. Sri Lanka	7,2	68. Kroatien	3,6
34. Antigua und Barbuda	6,9	69. Georgien	3,5
35. Armenien	6,9	70. Panama	3,5
		71. Bahrain	3,3
		72. Katar	3,3

Tabelle 15

**Spirituosenkonsum weltweit 2010****(Angaben in Liter Fertigware pro Kopf der Bevölkerung)**

<b>Land</b>	<b>Spirituosen</b>	<b>Land</b>	<b>Spirituosen</b>
73. Nicaragua	3,3	104. Aserbajdschan	1,8
74. Schweiz	3,3	105. Hong Kong	1,8
75. Belize	3,2	106. Indien	1,8
76. Jamaika	3,2	107. Argentinien	1,6
77. Venezuela	3,2	108. Bosnien u. Herzegowina	1,3
78. Dänemark	3,1	109. Bolivien	1,2
79. Norwegen	3,1	110. Abu Dhabi	1,1
80. Costa Rica	3,0	111. Syrien	1,0
81. Paraguay	3,0	112. Türkei	0,9
82. Australien	2,9	113. Taiwan	0,8
83. Slowenien	2,8	114. Jordanien	0,7
84. Uruguay	2,8	115. Kambodscha	0,7
85. Kolumbien	2,7	116. Irak	0,6
86. Honduras	2,6	117. Singapur	0,6
87. Puerto Rico	2,6	118. Oman	0,5
88. Italien	2,5	119. Peru	0,5
89. Mazedonien	2,5	120. Kuwait	0,2
90. Portugal	2,5	121. Malaysia	0,2
91. Schweden	2,5	122. Marokko	0,2
92. Dubai	2,4	123. Saudi Arabien	0,2
93. El Salvador	2,4	124. Tadschikistan	0,2
94. Israel	2,4	125. Ägypten	0,1
95. Kosovo	2,4	126. Iran	0,1
96. Turkmenistan	2,4	127. Laos	0,1
97. Südafrika	2,3	128. Tunesien	0,1
98. Ecuador	2,2	129. Vietnam	0,1
99. Island	2,1	130. Afghanistan	0,0
100. Mexiko	2,1	131. Indonesien	0,0
101. Libanon	2,0	132. Myanmar	0,0
102. Neuseeland	2,0	133. Pakistan	0,0
103. Guatemala	1,9		

<sup>1)</sup> Die Zahl des ifo Instituts – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München für den Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen betrug im Jahr 2010 5,4 Liter Fertigware.

<sup>2)</sup> Einschließlich Grenzverkehr

*Quelle: The IWSR and The IWSR Drinks Record (The International Wine & Spirits Record)*

## 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 Ausschankeneinheiten).

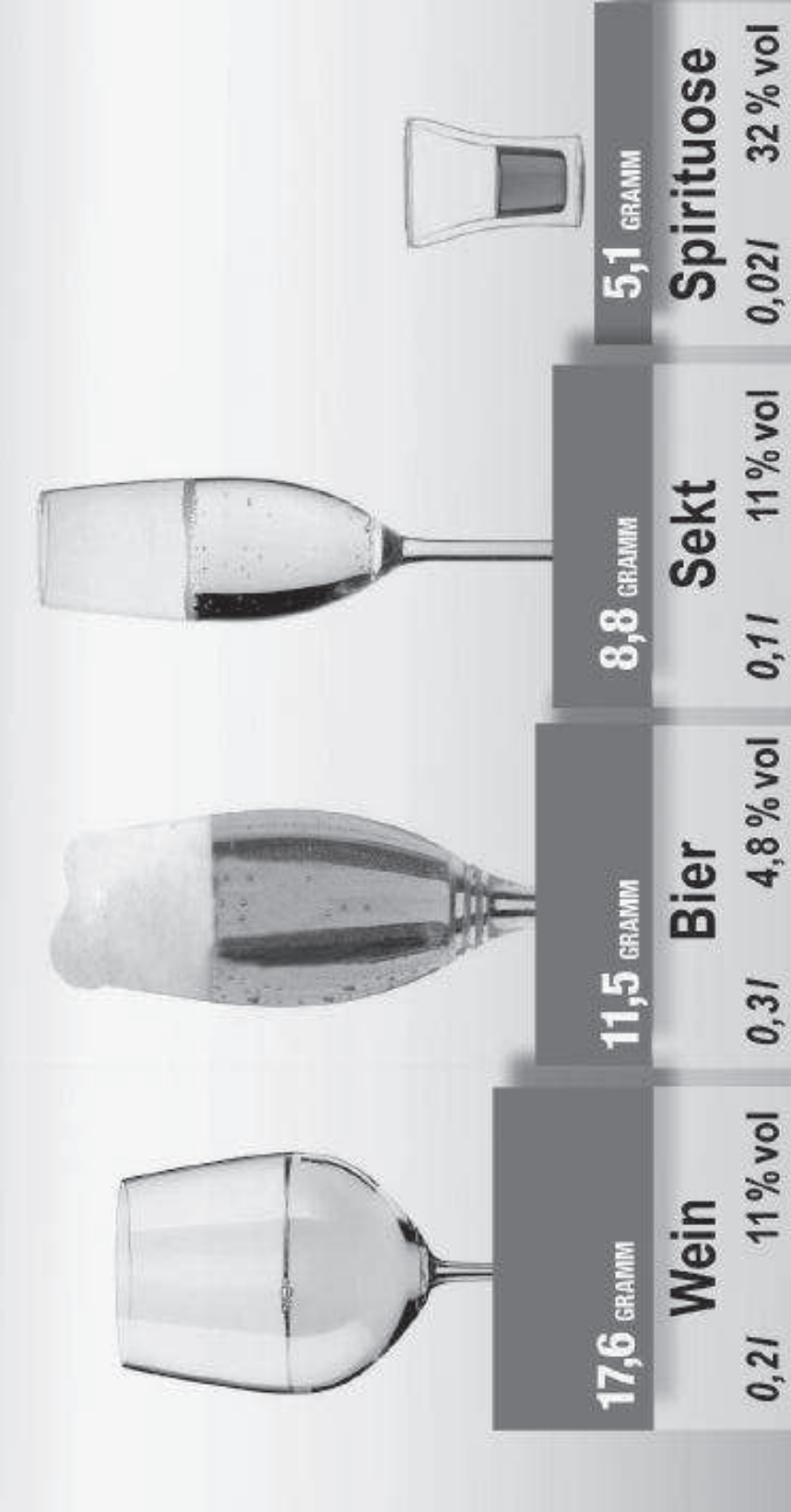
Dieser Analyse zufolge:

- 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) 32 % vol Alkohol – 5,1 Gramm Alkohol.



Tabelle 16

## Wie viel Gramm Alkohol enthält Ihr Lieblingsgetränk?



\* Alkoholgehalt in Gramm in gängigen Verkaufs-/Ausschankheiten (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 107,2 Litern hatte Bier im Jahr 2011 (Anteil 78,3 %) ein Steueraufkommen in Höhe von 702,2 Mio. €;
- der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen hatte mit 5,4 Litern im Jahr 2011 einen Anteil von 3,9 % – bezogen auf den Gesamtmarkt der alkoholhaltigen Getränken – und dabei ein Steueraufkommen in Höhe von 2.149,4 Mio. €;
- die Nachfrage nach Schaumwein pro Kopf betrug im Jahr 2011 4,1 Liter (Anteil 3,0 %) und umfasste ein Steueraufkommen in Höhe von 454,3 Mio. €;
- der Pro-Kopf-Konsum von Wein machte im Jahr 2011 20,2 Liter aus (14,8 % 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 –  
Alkohohaltige Getränke: Spirituosen füllen den Steuersäckel

*Der Pro-Kopf-Verbrauch von alkoholhaltigen Getränken ist im Jahr 2011 in Deutschland weiter gesunken: 2011 konsumierten die Bundesbürger durchschnittlich 136,9 Liter Bier, Wein, Sekt und Spirituosen – und damit pro Kopf 0,3 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 2011 bei 5,4 Litern pro Kopf lag und damit auf Vorjahresniveau stagnierte. Der Anteil des Pro-Kopf-Verbrauchs von Spirituosen – bezogen auf den Konsum aller alkoholhaltigen Getränke – betrug rund 3,9 %. Im krassen Gegensatz dazu stehen die Steuereinnahmen, über die sich der deutsche Fiskus freuen durfte: 2,149 Mrd. Euro nahm der Staat mit der Branntweinsteuer ein, das waren 2011 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 Steuer-*

*aufkommen gravierende Unterschiede auf. Während Wein von jeder Steuer befreit ist, konnte sich der Staat beispielsweise von den Biertrinkern immerhin auch noch 702 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 2011 mit 5,4 Litern auf Vorjahresniveau. Der Pro-Kopf-Verbrauch in den alten und den neuen Bundesländern hat sich dabei in den letzten Jahren überwiegend konsolidiert.

Neben dem bestehenden – jedoch abflachenden – sogenannten **West-Ost-Gefälle** bezüglich des Spirituosenkonsums besteht nach den Analysen der Marktforschung SymphonyIRI Group GmbH auch ein deutliches Nord-Süd-Gefälle, welches sich 2011 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 2011 eine weiterhin hohe – wenn 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 64 Jahren werden zum Teil unterschiedliche Spirituosengattungen favorisiert. Jüngere Konsumenten (bis 29 Jahre) fragen weniger 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 17 in **Europa** und auf Platz 47 weltweit – im Jahr 2010 – gemäß der aktuellen Untersuchung der International Wine & Spirits Record (The IWSR and The IWSR Drinks Record), London/Großbritannien.

Führend bezüglich des **weltweiten** Pro-Kopf-Konsums von Spirituosen war 2010 Südkorea mit einem Gesamt-Pro-Kopf-Verbrauch von 24,7 Litern Fertigware, was rund 8,2 Litern r. A. entspricht.

Gemäß der Analyse der Marktforschung SymphonyIRI Group GmbH zur Entwicklung der alkoholhaltigen Getränke im **Lebensmittel-Einzelhandel** (LEH) 2011 im entsprechenden Vorjahresvergleich ist die Nachfrage nach Spirituosen im LEH um 0,8 % mengenmäßig gesunken und um 1,2 % wertmäßig gestiegen. Der Markt der sogenannten Spirituosen-Mixgetränke stieg mengenmäßig um 48,9 % (vgl. auch Tabellen 17 bis 19).

Tabelle 17

### Entwicklung alkoholhaltiger Getränke im LEH 2010/2011

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi = 35 200 Geschäfte (Stand 1. Januar 2011); Angaben in 1 000 Stück, in 1 000 € und in Prozent)

<b>Absatz in 1 000 Flaschen zu 0,7 Liter</b>			
	<b>Jan. 10 – Dez. 10</b>	<b>Jan. 11 – Dez. 11</b>	<b>VÄ in %</b>
Spirituosen	446 814	443 439 <sup>**)</sup>	– 0,8
Spirituosen- Mixgetränke (RTD)	9 117	13 578	+ 48,9
Schaumwein	321 089	332 742	+ 3,6
Wein gesamt	953 912	948 967	– 0,5
Weinh. Getränke	286 270	291 458	+ 1,8
Sherry u. Portwein	8 049	7 125	– 11,5
Bier <sup>*)</sup>	4 767 363	4 918 374	+ 3,2
Bier-Mixgetränke <sup>*)</sup>	369 540	387 128	+ 4,8

<b>Umsatz in 1 000 €</b>			
	<b>Jan. 10 – Dez. 10</b>	<b>Jan. 11 – Dez. 11</b>	<b>VÄ in %</b>
Spirituosen	3 240 404	3 279 385 <sup>***)</sup>	+ 1,2
Spirituosen- Mixgetränke (RTD)	27 500	47 957	+ 74,4
Schaumwein	1 115 167	1 158 029	+ 3,8
Wein gesamt	1 971 815	2 058 712	+ 4,4
Weinh. Getränke	446 878	515 135	+ 15,3
Sherry u. Portwein	38 067	34 693	– 8,9
Bier <sup>*)</sup>	3 586 632	3 723 183	+ 3,8
Bier-Mixgetränke <sup>*)</sup>	344 664	372 348	+ 8,0

<sup>\*)</sup> Bier und Bier-Mixgetränke beziehen sich auf den LEH  $\geq$  200 qm exklusive Aldi

<sup>\*\*)</sup> Absatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte: 539 Mio. Flaschen; – 2,6 %

<sup>\*\*\*)</sup> Umsatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte: 3 845 Mio. €; – 0,6 %

#### Anmerkungen

- Zahlen von The Nielsen Company (Germany) für Absatz von Spirituosen im LEH 2011 inkl. RTD: 550 Mio. Flaschen; + 2,4 %
- Zahlen von The Nielsen Company (Germany) für Umsatz von Spirituosen im LEH 2011 inkl. RTD: 3 887 Mio. €; + 3,9 %

Quellen: SymphonyIRI Group, The Nielsen Company (Germany)

**Tabelle 18 Spirituosen-Hitparade im LEH 2010/2011  
in Gesamtdeutschland (Flaschen)**

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi;  
Angaben nach Absatz in 1 000 Stück = Flaschen à 0,7 l)

	2010	2011*)	VÄ in %	VÄ absolut TSD Stück	
Rum	29 273	31 189	6,5	1 917	
Restl. Liköre	10 067	11 200	11,3	1 133	
Bourbon Whiskey	9 250	10 197	10,2	947	
Pfefferminzliköre	3 819	4 523	18,4	704	
Scotch Whisky	11 165	11 767	5,4	602	
Wodka	62 578	63 087	0,8	509	
Gin/Genever	5 098	5 573	9,3	475	
American Whiskey	3 022	3 400	12,5	378	
Halbbitterliköre	56 159	56 498	0,6	338	
Malt Whisky	1 685	1 944	15,4	259	
Sonst. klare Spirituosen	1 469	1 707	16,2	238	
Sonst. Whisky	2 505	2 712	8,3	207	
Sahn. Softspirituosen	1 615	1 792	11,0	177	
Sonst. Softspirituosen	968	1 063	9,8	95	
Fruchtliköre	8 468	8 527	0,7	59	
Blutwurz	317	365	15,1	48	
Cocosliköre	1 782	1 825	2,4	43	
Kümmel	1 050	1 089	3,7	39	
Restl. Weinbrand	613	639	4,3	26	
Doppelkümmel	298	315	5,7	17	
Calvados	481	497	3,4	16	
Klarer	10 646	10 660	0,1	14	
Cognac	1 401	1 414	1,0	13	
Bärwurz	114	114	- 0,1	-	0
Tresterbrand	65	58	- 10,8	-	7
Wacholder	491	467	- 5,0	-	24
Steinhäger	190	157	- 17,5	-	33
Doppelwacholder	410	366	- 10,8	-	44
Tequila	1 650	1 579	- 4,3	-	71
Armagnac	142	33	- 77,1	-	110
Sambuca	1 538	1 427	- 7,2	-	111
Eierliköre	13 885	13 736	- 1,1	-	149
Jagertee	751	581	- 22,6	-	170
Moccaliköre	941	766	- 18,6	-	175
Grappa	3 051	2 873	- 5,9	-	179
Enzian	311	106	- 65,8	-	204
Cachaça	1 667	1 441	- 13,6	-	226
Rum-Verschnitt	2 337	2 053	- 12,2	-	284
Ouzo	15 069	14 754	- 2,1	-	315
Aquavit	3 172	2 848	- 10,2	-	323
Obstbrand	16 794	16 450	- 2,1	-	344
Bitterliköre	6 972	6 571	- 5,8	-	401
Amaretto	5 002	4 453	- 11,0	-	550
Doppelkorn	14 784	14 187	- 4,0	-	597
Sahneliköre	10 967	10 346	- 5,7	-	621
Brandy	6 772	6 116	- 9,7	-	656
Weinbrand	28 368	27 571	- 2,8	-	797
Frucht. Softspirituosen	28 248	26 629	- 5,7	-	1 618
Branntwein-Verschnitt	26 994	25 222	- 6,6	-	1 772
Korn	32 401	30 550	- 5,7	-	1 851
<b>Spirituosen gesamt</b>	<b>446 814</b>	<b>443 439</b>	<b>- 0,8</b>	<b>-</b>	<b>3 376</b>
<b>Spirituosen-Mixg. (RTD)</b>	<b>9 117</b>	<b>13 578</b>	<b>48,9</b>	<b>+ 4 461</b>	
<b>Summe Spirituosen + RTD</b>	<b>455 931</b>	<b>457 017</b>	<b>0,2</b>	<b>+ 1 085</b>	

\*) Absatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte 2011: 539 Mio. Flaschen  
(2010: 554 Mio. Flaschen)

Quelle: SymphonyIRI Group



**Tabelle 19 Spirituosen-Hitparade im LEH 2010/2011  
in Gesamtdeutschland (Umsatz)**

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi;  
Angaben nach Umsatz in 1 000 €)

	2010	2011*)	VÄ in %	VÄ absolut TSD €	
Rum	250 542	275 867	10,1	25 325	
Wodka	415 655	430 705	3,6	15 050	
Bourbon Whiskey	84 419	94 053	11,4	9 633	
Restl. Liköre	98 522	107 485	9,1	8 963	
American Whiskey	50 420	58 899	16,8	8 480	
Malt Whisky	38 138	44 309	16,2	6 171	
Scotch Whisky	115 731	120 833	4,4	5 102	
Gin/Genever	34 323	38 520	12,2	4 197	
Sonst. Whisky	28 047	31 662	12,9	3 615	
Sonst. klare Spirituosen	16 953	19 797	16,8	2 844	
Pfefferminzliköre	15 728	18 398	17,0	2 670	
Sahn. Softspirituosen	9 310	11 198	20,3	1 888	
Halbbitterliköre	457 875	459 569	0,4	1 695	
Fruchtliköre	65 627	67 261	2,5	1 634	
Cognac	27 260	28 145	3,2	885	
Blutwurz	4 662	5 277	13,2	615	
Obstbrand	153 496	154 059	0,4	562	
Cocosliköre	16 858	17 417	3,3	560	
Sonst. Softspirituosen	8 464	8 819	4,2	356	
Kümmel	8 151	8 457	3,8	306	
Doppelkümmel	2 368	2 503	5,7	135	
Calvados	5 606	5 730	2,2	124	
Restl. Weinbrand	4 035	4 128	2,3	93	
Bärwurz	1 396	1 358	- 2,7	- 38	
Tresterbrand	692	645	- 6,9	- 48	
Ouzo	95 043	94 968	- 0,1	- 75	
Wacholder	3 239	3 104	- 4,2	- 135	
Tequila	18 246	18 068	- 1,0	- 179	
Steinhäger	1 398	1 205	- 13,8	- 193	
Klarer	47 712	47 462	- 0,5	- 250	
Sahneliköre	81 682	81 412	- 0,3	- 270	
Doppelwacholder	2 955	2 658	- 10,1	- 298	
Sambuca	13 988	13 564	- 3,0	- 424	
Armagnac	1 410	453	- 67,9	- 957	
Jagertee	6 562	5 386	- 17,9	- 1 176	
Moccaliköre	7 725	6 528	- 15,5	- 1 197	
Enzian	2 785	1 243	- 55,3	- 1 541	
Cachaça	15 674	14 033	- 10,5	- 1 640	
Grappa	29 534	27 867	- 5,6	- 1 667	
Eierliköre	67 816	66 148	- 2,5	- 1 668	
Rum-Verschnitt	14 184	12 470	- 12,1	- 1 714	
Amaretto	24 415	21 692	- 11,1	- 2 722	
Doppelkorn	86 853	83 323	- 4,1	- 3 530	
Aquavit	32 574	28 707	- 11,9	- 3 866	
Brandy	62 423	58 293	- 6,6	- 4 130	
Weinbrand	196 109	190 774	- 2,7	- 5 335	
Bitterliköre	83 160	77 590	- 6,7	- 5 570	
Korn	164 078	157 546	- 4,0	- 6 532	
Frucht. Softspirituosen	142 227	134 444	- 5,5	- 7 784	
Branntwein-Verschnitt	124 332	115 352	- 7,2	- 8 979	
<b>Spirituosen gesamt</b>	<b>3 240 404</b>	<b>3 279 385</b>	<b>1,2</b>	<b>+ 38 981</b>	
<b>Spirituosen-Mixg. (RTD)</b>	<b>27 500</b>	<b>47 957</b>	<b>74,4</b>	<b>+ 20 457</b>	
<b>Summe Spirituosen + RTD</b>	<b>3 267 904</b>	<b>3 327 342</b>	<b>1,8</b>	<b>+ 59 438</b>	

\*) Umsatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte 2011: 3 845 Mio. €  
(2010: 3 867 Mio. €)

Quelle: SymphonyIRI Group

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Pro-Kopf-Verbrauch von allen Getränken 2010/2011
Tabelle 2	Pro-Kopf-Verbrauch von verschiedenen alkoholhaltigen Getränken und Verbraucherausgaben 2004 bis 2011
Tabelle 3	Alkoholgenuss: Der Staat trinkt mit!
Tabelle 4	Verbrauch von Spirituosen und alkoholhaltigen Getränken 2011
Tabelle 5	Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs der einzelnen Spirituosengattungen 2011
Tabelle 6	Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2011
Tabelle 7	Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke im LEH 2011
Tabelle 8 a	Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2011 nach Gebieten
Tabelle 8 b	Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2011 nach Gebieten
Tabelle 9a	Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2011 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen
Tabelle 9 b	Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2011 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

Tabelle 10	Spirituosen 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 2010/2011 in Gesamtdeutschland Spirituosen gesamt – Käuferreichweite in %
Tabelle 13 a	Käuferpotenzial – Spirituosen 2000 bis 2011 in Gesamtdeutschland
Tabelle 13 b	Käuferpotenzial – Spirituosengattungen 2010/2011 in Gesamtdeutschland
Tabelle 14	Spirituosenkonsum in Europa 2010
Tabelle 15	Spirituosenkonsum weltweit 2010
Tabelle 16	Wie viel Gramm Alkohol enthält Ihr Lieblingsgetränk?
Tabelle 17	Entwicklung alkoholhaltiger Getränke im LEH 2010/2011
Tabelle 18	Spirituosen-Hitparade im LEH 2010/2011 in Gesamtdeutschland (Flaschen)
Tabelle 19	Spirituosen-Hitparade im LEH 2010/2011 in Gesamtdeutschland (Umsatz)

## Literaturverzeichnis

- **Daten aus der Alkoholwirtschaft 1980 bis 2012**  
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 2011/2012  
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 2012, u. a. herausgegeben in den **Sonderdrucken des BSI**, Bonn, der vorgenannten Jahre