

Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs von Spirituosen 2014 in Deutschland und in der EU – vorläufige Ergebnisse –

(Stand: Juni 2015)

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

Inhaltsverzeichnis

- I. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen und Getränken 2014
 1. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2014
 2. Pro-Kopf-Verbrauch von Getränken
in Deutschland 2014
- II. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2014 –
gegliedert nach Spirituosenarten
- III. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2014 –
gegliedert nach Bundesländern
- IV. Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke
im Lebensmittel-Einzelhandel (LEH) 2014

- V. Bevorzugte Spirituosengattungen
in den einzelnen Altersgruppen
- VI. Alkohol nach Getränkearten in Europa und weltweit
2013
- 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 2014

1. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2014

Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen betrug im Jahr 2014 – nach vorläufigen Angaben des ifo Instituts – 5,4 Liter in der **Bundesrepublik Deutschland**. Er lag damit um 0,1 Liter bzw. um 1,8 % unter dem 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 2014 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 2014

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 ^{*)}	5,5
2012	5,5
2013	5,5
2014	5,4

*) Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011 ab dem Jahr 2011

2. Pro-Kopf-Verbrauch von Getränken in Deutschland 2014

Der **Pro-Kopf-Konsum von Getränken** in Deutschland sank – nach vorläufigen Angaben des ifo Instituts – im Jahr 2014 um 7,7 Liter pro Kopf bzw. um 1,0 % auf insgesamt 761,1 Liter. Damit ist die physische Aufnahmefähigkeit an Getränken, die pro Person im Durchschnitt 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 2014 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 18,0 %. Der Verbrauch der alkoholhaltigen Getränke verringerte sich dabei 2014 im entsprechenden Vorjahresvergleich um 0,3 Liter bzw. um 0,2 %.
- Der Konsum pro Kopf der alkoholfreien Getränke (Wasser, Erfrischungsgetränke und Fruchtsäfte) lag 2014 bei 299,6 Liter und verringerte sich im Vorjahresvergleich um 4,1 Liter bzw. um 1,4 %. Dieses entspricht einem Anteil in Höhe von 39,4 % – bezogen auf den gesamten Getränkemarkt.
- Der Pro-Kopf-Verbrauch der Heiß- und Hausgetränke (z. B. Bohnenkaffee, Schwarzer Tee, Kräuter-/Früchtetee und Milch) erzielte 2014 einen Anteil – bezogen auf den gesamten Getränkemarkt – in Höhe von 42,6 % – bei einem Absolutwert von 324,6 Litern. Dies entspricht einer Abnahme um 3,3 Litern pro Kopf bzw. um 1,0 % im entsprechenden Vorjahresvergleich.

Innerhalb der Gruppe der alkoholhaltigen Getränke

- hatte Bier mit einem Pro-Kopf-Konsum von 106,9 Litern im Jahr 2014 erneut den höchsten Anteil – nämlich 78,2 % – bezogen auf alle alkoholhaltigen Getränke. Dabei stieg der Bierkonsum im Jahr 2014 im entsprechenden Vorjahresvergleich um 0,3 Litern pro Kopf bzw. um 0,3 %,

Tabelle 1 Pro-Kopf-Verbrauch von allen Getränken 2013/2014¹⁾

Getränkart	2013	2014 ²⁾
Alkoholgetränke	137,2	136,9
Bier	106,6	106,9
Wein ³⁾	21,1	20,7
Schaumwein	4,0	3,9
Spirituosen ⁴⁾	5,5	5,4
Alkoholfreie Getränke	303,7	299,6
Wässer ⁵⁾	145,2	148,3
Erfischungsgetränke ⁶⁾	125,5	119,3
Fruchtsäfte ⁷⁾	33,0	32,0
Heiß- u. Hausgetränke	327,9	324,6
Bohnenkaffee ⁸⁾	165,0	162,0
Schwarzer Tee ⁹⁾¹⁰⁾	26,7	26,3
Kräuter-/Früchtetee ⁹⁾	53,6	52,3
Milch ¹¹⁾	82,6	84,0
Insgesamt	768,8	761,1

1) Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011

2) Vorläufige Angaben

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

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

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

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

7) Einschließlich Fruchtnektare und Gemüsesäfte

8) 35 Gramm Röstkaffee pro Liter; ab 2012 neue Datenbasis und Stärkezahl (37 g/l)

9) 9 Gramm Tee pro Liter

10) Einschließlich Grüntee

11) 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 2014 in Höhe von 20,7 Litern, das sind 0,4 Liter bzw. 1,9 % 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 Abnahme um 0,1 Liter bzw. um 1,8 % im Vorjahresvergleich bei einem Anteil – bezogen auf den Gesamtmarkt der alkoholhaltigen Getränke – in Höhe von 3,9 % und
- verringerte sich der Pro-Kopf-Konsum von Schaumwein um 0,1 Liter bzw. um 2,5 % auf 3,9 Litern im Jahr 2014 mit einem Anteil am Gesamtmarkt der alkoholhaltigen Getränke in Höhe von 2,8 %.

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 2007 bis 2014

	Verbrauch pro Kopf (in Liter Fertigware)	Verbrauch pro Kopf (in Liter Alkohol ¹⁾)	Verbraucherausgaben (in Mrd. €)
Bier			
2007	111,8	5,4	–
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 ³⁾	106,9	5,1	–
Spirituosen			
2007	5,6	1,8	–
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 ³⁾	5,4	1,8	–
Wein			
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
2011 ²⁾	20,6	2,3	6,30
2012	20,8	2,3	6,60 ⁴⁾
2013	21,1	2,3	6,80 ⁴⁾
2014 ³⁾	20,7	2,3	7,00 ⁴⁾
Schaumwein			
2007	3,8	0,4	–
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⁾	3,9	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

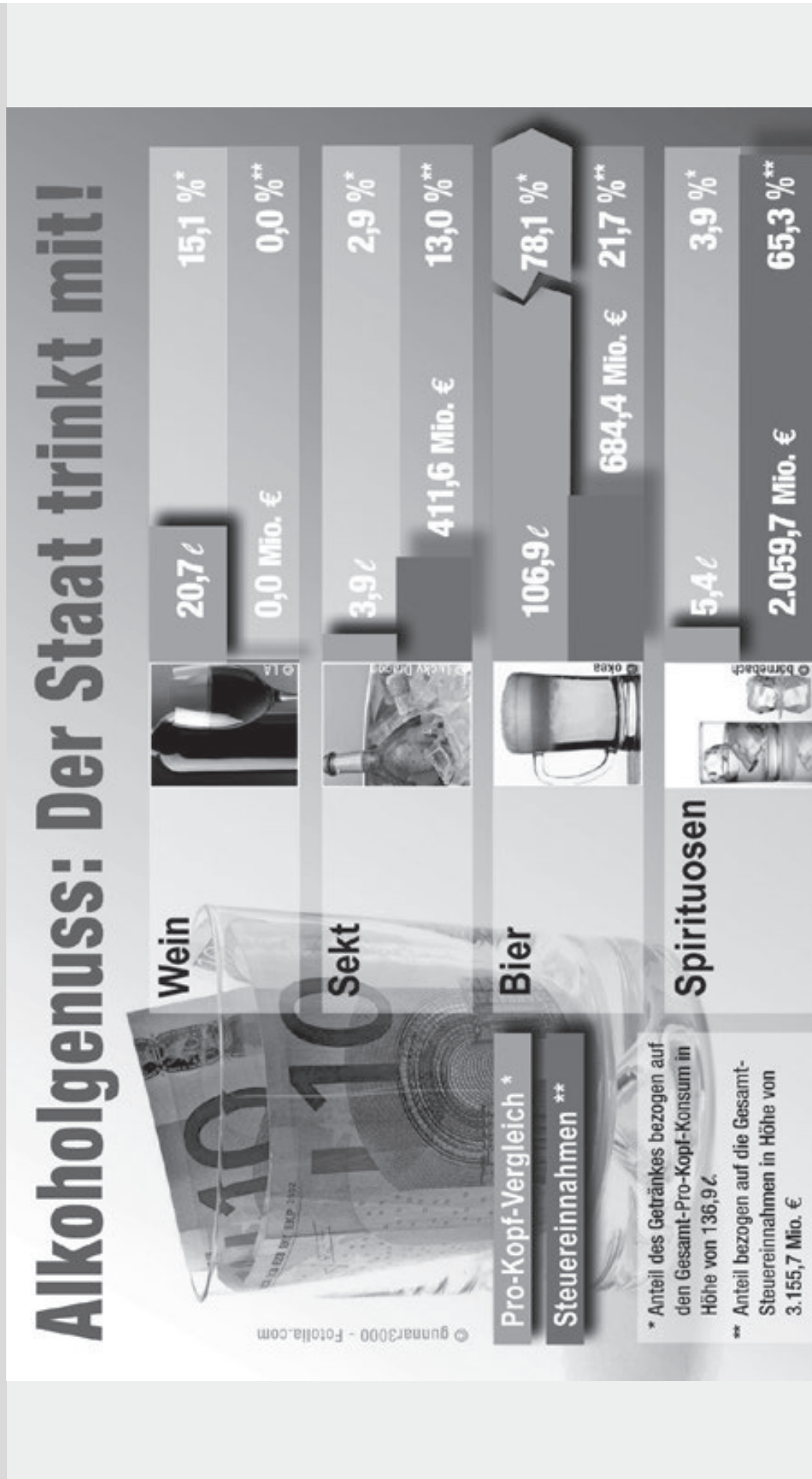
²⁾ Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011 ab dem Jahr 2011

³⁾ Vorläufige Angaben

⁴⁾ Gesamtabsatz im Inland (Inhome-Konsum, ohne Außer-Haus-Verbrauch) 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

Tabelle 3 Pro-Kopf-Verbrauch und Einnahmen aus den Verbrauchsteuern für alkoholhaltige Getränke 2014



Quellen: Statistisches Bundesamt/ifo Institut (2015)

Grafik: djd/RatGeberZentrale, Foto: fotolia.com

- Die Einnahmen des Bundes aus Abgaben an alkoholhaltigen Getränken betragen im Jahr 2014 in der Summe 3.155,7 Mio. € (ohne Alkopopsteuer):
 - Der Anteil der Spirituosen hieran betrug 65,3 %.
 - Der Anteil der Schaumweinsteuer machte hieran 13,0 % aus.
 - Der Anteil der Weinsteuer (Nullsteuersatz) lag bei 0,0 %.
 - Der Anteil der Biersteuer betrug 21,7 %.
- Der Pro-Kopf-Verbrauch von alkoholhaltigen Getränken betrug im Jahr 2014 in der Summe 136,9 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 3,9 % – bezogen auf den Pro-Kopf-Konsum aller alkoholhaltigen Getränke.
 - Der Anteil des Schaumwein-Pro-Kopf-Konsums lag bei 2,8 % – bezogen auf den Gesamtmarkt des Pro-Kopf-Konsums aller alkoholhaltigen Getränke.

Die nachfolgende Analyse verdeutlicht diese Relationen:

Getränkeart	Steuereinnahmen 2014 (in Mio. €)	Pro-Kopf-Verbrauch 2014 (in Liter)
Bier	684,4	106,9
Wein	0,0	20,7
Schaumwein	411,6	3,9
Spirituosen	2 059,7	5,4
Summe	3 155,7	136,9

Tabelle 4

**Verbrauch von Spirituosen und alkoholhaltigen
Getränken 2014 (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 ²⁾	5,4	5,4	5,6

2014 ²⁾	Fertigware	Anteile in %	reiner Alkohol	Anteil in %
Spirituosen	5,4	3,9	1,8	18,8
Bier	106,9	78,2	5,1	53,1
Wein	20,7	15,1	2,3	23,9
Schaumwein	3,9	2,8	0,4	4,2
Summe aller alkoholhaltiger Getränke	136,9	100,0	9,6	100,0

¹⁾ Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011 ab dem Jahr 2011

²⁾ Vorläufige Angaben

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 2014 – 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 Spirituosen-gattungen – aus. Dabei errechnet sich die Marktversorgung aus der Spirituosenproduktion zuzüglich der Spirituosen-einfuhren 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.

Einen Überblick über die Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs der einzelnen Spirituosengattungen 2014 (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 1,75 Litern pro Kopf,
- Wodka mit 1,05 Litern pro Kopf und
- Korn und anderer Branntwein (inkl. Steinhäger) mit 0,87 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:

- Obstbrände mit 0,36 Litern pro Kopf und
- sonstige Spirituosen mit 0,12 Litern pro Kopf sowie
- Gin, Genever und Wacholder mit 0,05 Litern pro Kopf.

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

- Whisk(e)y mit 0,60 Litern pro Kopf und
- Branntwein aus Wein sowie Cognac und Armagnac mit 0,45 Litern pro Kopf.

Bezüglich der Berechnung des Pro-Kopf-Verbrauchs für das Kalenderjahr 2014 kommt der BSI – aufgrund der vorgenannten Methode – auf einen durchschnittlichen Pro-Kopf-Konsum in Höhe von 6,07 Litern pro Kopf. Dies ist – in Abweichung von den Ergebnissen des ifo Instituts, die für das Jahr 2014 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 Spirituosenkategorien 2014

Spirituosen- gattungen	Produktion Außenhandel Marktversorgung Anteile a. d. Marktversorgung Pro-Kopf-Verbrauch im gesamten Bundesgebiet 2014	Produktion ¹⁾		+ Importe ²⁾		- Exporte		= Marktversorgung in der Bundesrepublik Deutschland		Anteile an der Marktversorgung in der Bundesrepublik Deutschland		Pro-Kopf-Verbrauch ³⁾ in der Bundesrepublik Deutschland	
		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) Gin, Genever und Wacholder Obstbrände Liköre Rum, Arrak, Taffia Whisk(e)y Wodka Sonstige Spirituosen		28,8	17,4	9,3	36,9	7,4 %	0,45						
		47,6	31,6	8,3	70,9	14,3 %	0,87						
		6,9	9,1	12,1	3,9	0,8 %	0,05						
		21,1	11,3	3,2	29,2	5,9 %	0,36						
		149,5	59,9	66,0	143,4	28,9 %	1,75						
		19,8	76,4	29,2	67,0	13,5 %	0,82						
		6,4	76,7	34,0	49,1	9,9 %	0,60						
		63,0	41,0	18,2	85,8	17,3 %	1,05						
		11,2	15,1	16,1	10,2	2,1 %	0,12						
Insgesamt		354,3⁴⁾	338,5	196,4	496,4	100,0 %	6,07						
Anteil Produktion an der Marktversorgung		71,4 %											
Anteil Import an der Marktversorgung		68,2 %											
Anteil Export an der Marktversorgung				39,6 %									

¹⁾ Vorläufige Ergebnisse für Unternehmen mit 10 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 2014 bei rund 5,4 Liter (umfassende Berechnung unter Einbezug der kleineren Spirituosenunternehmen).

⁴⁾ 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]ly, Rum) auftreten, sind nicht eliminiert worden.
- Die Zahl der Einwohner in der Bundesrepublik Deutschland betrug im Jahr 2014 81,8 Mio. Einwohner – gem. vorliegenden Ergebnissen des Zensus 2011 (Stand: 30. September 2014)

Quelle: Statistisches Bundesamt

III. Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2014 – gegliedert nach Bundesländern

Die Marktforschung Information Resources GmbH, Düsseldorf, hat auch für das Jahr 2014 eine Analyse des Spirituosenverbrauchs pro Kopf in den verschiedenen Bundesländern Deutschlands erstellt (Daten für 2015 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor). Sie legen dabei die Verkaufszahlen für Spirituosen im Lebensmittel-Einzelhandel in den einzelnen Bundesländern 2014 zugrunde.

Gemäß dieser Analyse war der Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2014 –

- 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 7,0 Litern sowie auch in Thüringen/Sachsen mit 6,8 Litern – jeweils pro Kopf,
- weiterhin relativ gering in Nordrhein-Westfalen mit 4,5 Litern, in Baden-Württemberg mit 4,2 Litern, in Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland mit 4,1 Litern sowie auch in Bayern mit 3,9 Litern – jeweils pro Kopf,
- im Mittelfeld des bundesdeutschen Pro-Kopf-Konsums von Spirituosen in Berlin mit 5,7 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 2014

(Anteile des Spirituosenkonsums pro Kopf/Region in Klammern)

Bundesdurchschnitt 5,4 l = 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 – Info Scan/Info Scan Promotion

IV. Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke im Lebensmittel-Einzelhandel (LEH) 2014

Nach Analysen der Marktforschung Information Resources GmbH zeigten sich die Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke im LEH 2014 wie in Tabelle 7 dargestellt.

Tabellen 8 a und 8 b geben einen Überblick über die Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2014 nach Gebieten (Quellenbasis: Information Resources).

Die Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2014 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 2014

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi = 32 900 Geschäfte [Stand: 1. Januar 2014]; 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-West⁵⁾	18	17	21	16	17	
Nord-Ost²⁾⁶⁾	9	17	16	8	12	
Nordrhein-Westfalen	20	18	18	18	17	
Mitte⁷⁾	14	11	10	14	12	
Thüringen/Sachsen	8	13	10	8	12	
Baden-Württemberg	13	11	10	18	14	
Bayern	14	13	11	14	12	
Bundesgebiet gesamt	100	100	100	100	100	

¹⁾ Bevölkerung im Jahresdurchschnitt in der Bundesrepublik Deutschland 2014 rd. 81 Mio. Einwohner (vorläufige Angabe des Statistischen Bundesamtes)

²⁾ Bier – Nord-Ost inklusive Berlin

³⁾ LEH > 200 qm exklusive Aldi

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 2014 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	Klare	Whisk(e)y	Sonstige Spiri- tuosen	Spiri- tuosen- arten inges.
Berlin	12	10	26	39	9	4	100
Nord-West¹⁾	9	6	30	42	9	4	100
Nord-Ost²⁾	10	6	32	38	10	4	100
Nordrhein- Westfalen	9	8	32	37	10	4	100
Mitte³⁾	8	8	36	38	7	3	100
Thüringen/ Sachsen	16	5	40	31	5	3	100
Baden- Württemberg	16	6	44	27	4	3	100
Bayern	16	7	30	35	9	3	100
Bundesgebiet insgesamt	12	7	33	36	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 2014 nach Gebieten**

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi; Basis: Jede aufgeführte Spirituosenart über alle Gebiete = 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	28	16	22	23	22
Nord-Ost²⁾	20	11	18	12	9	13
Nordrhein- Westfalen	14	16	17	22	21	18
Mitte³⁾	9	9	10	11	13	12
Thüringen/ Sachsen	13	8	13	7	5	10
Baden- Württemberg	8	11	10	10	13	11
Bayern	8	13	12	12	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 2014 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

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

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

^{*)} Inklusive Discounter

Quelle: Information Resources

Tabelle 9 b Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2014 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen

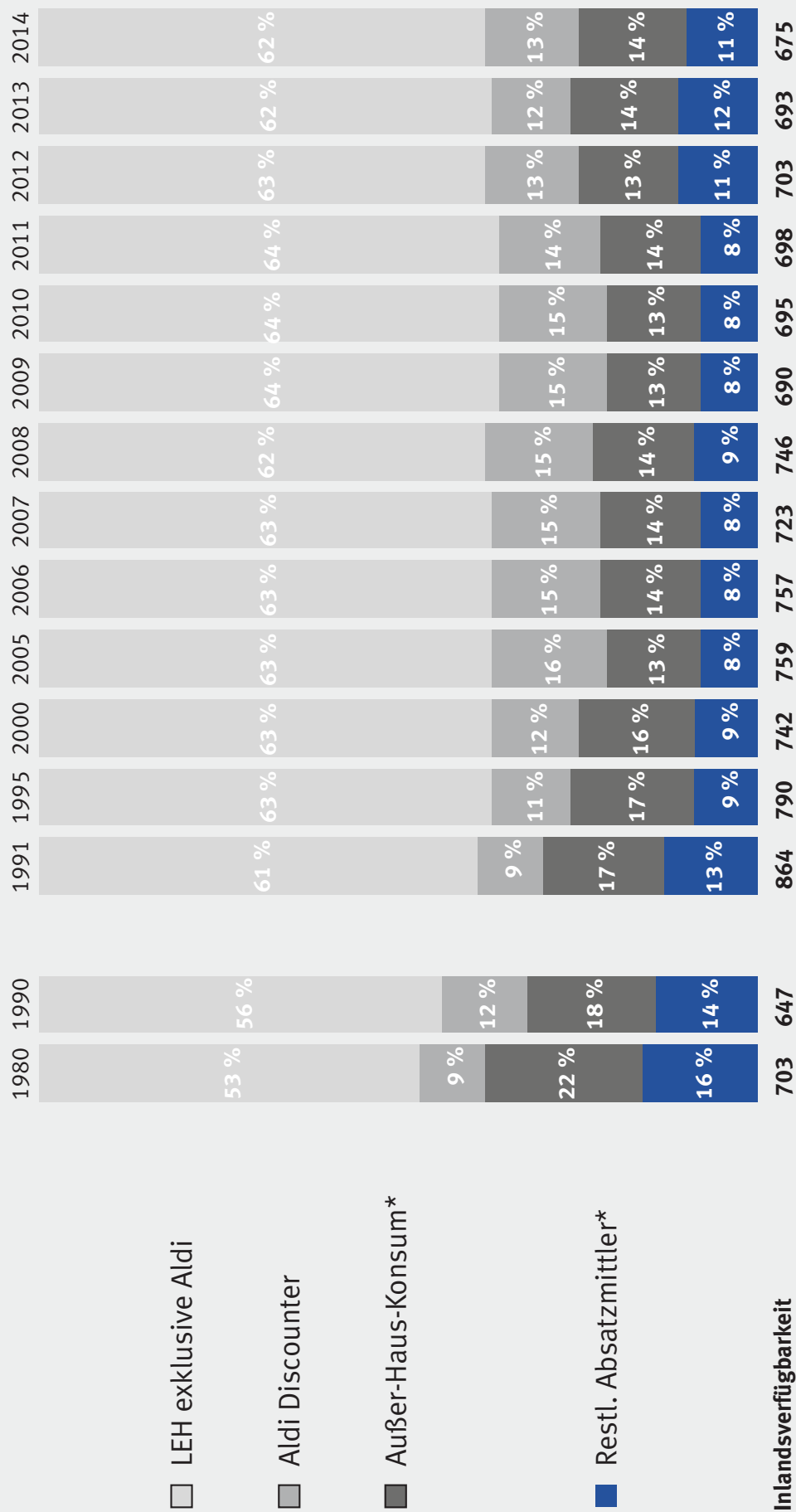
(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi; Basis: Jede aufgeführte Spirituosenart über insgesamt je ¹⁾²⁾³⁾ = 100 %; Angaben in Prozent des Gesamtabsatzes je Spirituosenart)

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

^{*)} Inklusive Discounter

Quelle: Information Resources

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



* Experten-Meinung teilweise geschätzt

Quellen: Statistisches Bundesamt, BSI, VDS, DWV, IRI Scanner Panel

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, Fruchttige 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 Spirituosensgattungen bevorzugt: Ouzo, Grappa, Griechischer Weinbrand und Malt Whisky.

Die 50- bis 64-jährigen Spirituosenskonsumenten tranken überwiegend die traditionellen Spirituosensgattungen 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 2014. Dieser Analyse zufolge war die an Spirituosen interessierteste Käufergruppe (1) mit 70 Jahren und älter (72,5 %) sowie (2) zwischen 60 bis 69 Jahren (72,0 %) und (3) zwischen 50 bis 59 Jahren (65,1 %) zu finden. Jüngere Konsumenten bis 29 Jahre fragten Spirituosen dabei auch mit steigender Tendenz nach (51,7 %).

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 2014 in Deutschland bei rund 64 %.

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

Spirituosen- verwender mindes- tens 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				
Spirituosenverwender 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				
Spirituosenverwender 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					
Spirituosenverwender 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					
Spirituosenverwender 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

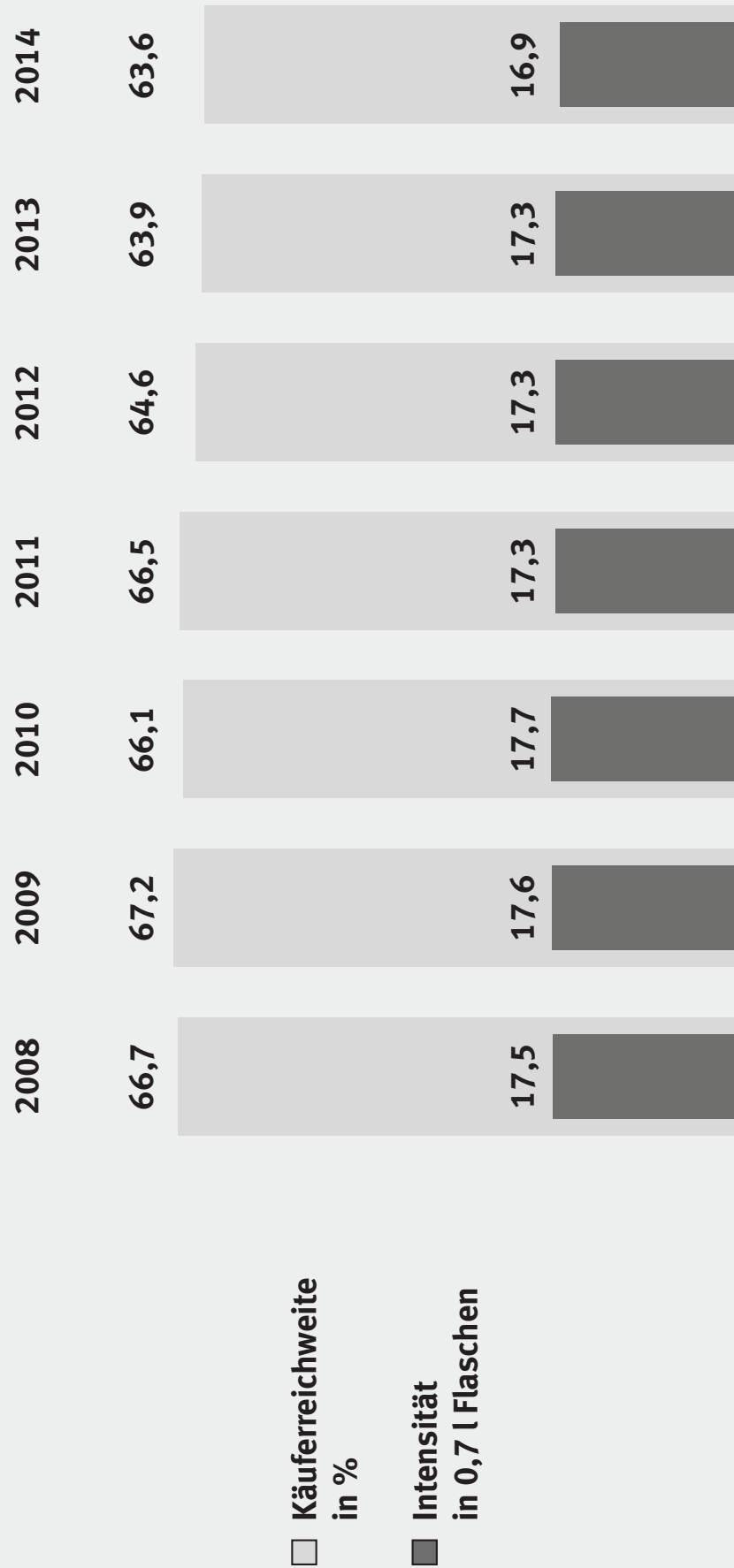
Quelle: 10. Ausgabe der Markt-Media-Studie Markenprofile,
Anzeigenverkaufsleitung Stern, Gruner + Jahr AG & Co. KG

Tabelle 12 **Wer kauft Spirituosen? – Reichweiten im Haushaltsbereich 2013/2014 in Gesamtdeutschland**
Spirituosen gesamt – Käuferreichweite in %

	18 bis 29 Jahre	– 39 Jahre	– 49 Jahre	– 59 Jahre	– 69 Jahre	70 Jahre und darüber
total						
	+ Whiskey + Vodka + Gin + Sparkling Mix – Imported Rum – Herbals – Aperitif – Ouzo	+ Whiskey + Vodka + Gin + Sparkling Mix – Liqueurs – Herbals – Aperitif	+ Vodka + Imported Rum + Sparkling Mix – Herbals – Ouzo	+ Imported Rum + Cream – Herbals – Aperitif – Brandy	+ Imported Rum + Sparkling Mix – Brandy – Ouzo	+ Imported Rum + Sparkling Mix – Herbals – Whiskey
63,6	51,7	53,5	60,6	65,1	72,0	72,5
-1	+4	-2	-1	-2	-3	+1
63,9	49,8	54,3	61,3	66,4	74,0	71,8
Menge in %						
100,0	4,6	8,9	16,8	22,7	23,5	23,5
100,0	10,6	15,3	20,1	18,5	16,3	19,3

Quelle: GfK ConsumerScan

Tabelle 13 a Käuferpotenzial – Spirituosen 2008 bis 2014 in Gesamtdeutschland



Quelle: GfK ConsumerScan

Tabelle 13 b

**Käuferpotenzial – Spirituosengattungen
2013/2014 in Gesamtdeutschland**

	Basis: Käuferreichweite in %	Δ in % Pkt.
Eierlikör	20,1	-0,3
Halbbitterlikör	17,0	-2,1
Deutscher Rum	14,0	-0,3
Creamlikör	11,7	-0,2
Softspirituosen	11,4	0,2
Wodka	11,3	0,8
Aperitif	10,7	-1,4
Fruchtlikör	10,3	-0,3
Obstbrand	8,7	0,1
Import-Rum	7,8	0,4
Deutscher Weinbrand	6,8	-0,3
Scotch/Malt	5,4	-0,1
Bitter	5,1	-0,3
Bourbon/American	5,0	-0,2
Doppelkorn	4,8	0,1
Amaretto	4,8	-0,5
Ouzo	4,7	-0,3
Korn	4,4	-0,2
Grappa	2,9	0,0
Import-Weinbrand	2,4	0,1
Gin	2,3	0,2
Aquavit	1,5	-0,3
Cognac	0,9	0,1
Tequila	0,7	0,0

Quelle: GfK ConsumerScan

VI. Alkohol nach Getränkearten in Europa und weltweit 2013

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 2013 waren folgende Länder im Pro-Kopf-Konsum der verschiedenen alkoholhaltigen Getränke führend (Daten für 2014 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 152,7 Litern Fertigware, was rund 7,3 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 2013 **Italien** mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von rund 43,18 Litern Fertigware, was rund 4,7 Litern r. A. (bei Annahme von 11 % vol im Durchschnitt) pro Kopf entspricht, dicht gefolgt von **Frankreich** mit rund 43,16 Litern Fertigware, was rund 4,7 Litern r. A. 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 2013 weltweit – neben der Insel St. Martin/St. Maarten mit 27,9 Litern Fertigware pro Kopf – **Südkorea**

mit rund 24,5 Litern Fertigware, was rund 8,1 Litern r. A. (bei Annahme von 33 % vol im Durchschnitt) pro Kopf entspricht und in Europa die **Russische Föderation** mit rund 16,5 Litern Fertigware, was rund 5,4 Litern r. A. pro Kopf entspricht und in der Europäischen Union **Estland** mit rund 14,2 Litern Fertigware, was rund 4,7 Litern r. A. pro Kopf entspricht.

Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen in Deutschland mit 5,5 Litern im Jahr 2013 – gemäß der Analyse der „the IWSR and the IWSR Magazine (the Source for Wine & Spirits Analysis)“ – lag

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

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 2013**(Angaben in Liter Fertigware pro Kopf der Bevölkerung)**

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

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 2013 5,5 Liter Fertigware (Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011).

³⁾ Einschließlich Grenzverkehr

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

Tabelle 15

Spirituosenkonsum weltweit 2013**(Angaben in Liter Fertigware pro Kopf der Bevölkerung)**

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

Tabelle 15

Spirituosenkonsum weltweit 2013**(Angaben in Liter Fertigware pro Kopf der Bevölkerung)**

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

¹⁾ Die Zahl des ifo Instituts – Leibniz Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München für den Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen betrug im Jahr 2013 5,5 Liter Fertigware (Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011).

²⁾ Einschließlich Grenzverkehr

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

VII. Alkoholgehalte der verschiedenen alkoholhaltigen Getränke


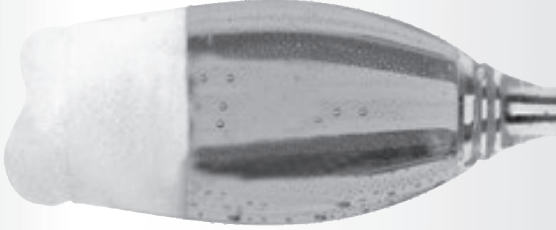


Die nachfolgende Grafik (Tabelle 16) verdeutlicht den Alkoholgehalt in Gramm der verschiedenen alkoholhaltigen Getränke in handelsüblichen Gläsern (gängige Verkaufs- und Ausschankeneinheiten).

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?

			
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: djid, 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 106,9 Litern hatte Bier im Jahr 2014 (Anteil 78,2 %) ein Steueraufkommen in Höhe von 684,4 Mio. €;
- der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen hatte mit 5,4 Litern im Jahr 2014 einen Anteil von 3,9 % – bezogen auf den Gesamtmarkt der alkoholhaltigen Getränken – und dabei ein Steueraufkommen in Höhe von 2.059,7 Mio. €;
- die Nachfrage nach Schaumwein pro Kopf betrug im Jahr 2014 3,9 Liter (Anteil 2,8 %) und umfasste ein Steueraufkommen in Höhe von 411,6 Mio. €;
- der Pro-Kopf-Konsum von Wein machte im Jahr 2014 20,7 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 –
Alkohohaltige Getränke: Spirituosen füllen den Steuersäckel

Der Pro-Kopf-Verbrauch von alkoholhaltigen Getränken ist im Jahr 2014 in Deutschland weiter gesunken: 2014 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 2014 bei 5,4 Litern pro Kopf lag; das ist ein leichtes Minus von 0,1 Litern gegenüber dem Vorjahreszeitraum. 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: 2,060 Mrd. Euro nahm der Staat mit der Branntweinsteuer ein, das waren 2014 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 684,4 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 war im Jahr 2014 – im Vergleich zum Vorjahr – mit 5,4 Litern leicht rückläufig – gemäß den vorläufigen Ergebnissen des ifo Instituts auf Grundlage des vom Statistischen Bundesamtes erhobenen Zensus 2011. 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 Information Resources GmbH ein deutliches Nord-Süd-Gefälle, welches sich 2014 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 2014 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 59 Jahren werden zum Teil unterschiedliche Spirituosengattungen favorisiert. Jüngere Konsumenten (18 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 17 in **Europa** und auf Platz 47 weltweit – im Jahr 2013 – 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 2013 Südkorea mit einem Gesamt-Pro-Kopf-Verbrauch von 24,5 Litern Fertigware, was rund 8,1 Litern r. A. entspricht.

Gemäß der Analyse der Marktforschung Information Resources GmbH zur Entwicklung der alkoholhaltigen Getränke im **Lebensmittel-Einzelhandel (LEH) 2014** im entsprechenden Vorjahresvergleich ist die Nachfrage nach Spirituosen im LEH um 1,7 % mengenmäßig und um 0,2 % wertmäßig gesunken. Der Markt der so genannten Spirituosen-Mixgetränke sank mengenmäßig um 8,7 % und wertmäßig um 3,4 % (vgl. auch Tabellen 17 bis 19).

Tabelle 17 **Entwicklung alkoholhaltiger Getränke im LEH 2013/2014**

(Lebensmittel-Einzelhandel [LEH] ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi = 32 900 Geschäfte [Stand: 1. Januar 2014]; Angaben in 1 000 Stück, in 1 000 € und in Prozent)

Absatz in 1 000 Flaschen zu 0,7 Liter				
	Jan. 13 – Dez. 13	Jan. 14 – Dez. 14		VÄ in %
Spirituosen	436 129	428 769 ^{**)}	– 1,7	
Spirituosen- Mixgetränke (RTD)	23 939	21 855	– 8,7	
Schaumwein	427 357	429 339		+ 0,5
Wein gesamt	862 530	854 559	– 0,9	
Weinh. Getränke	167 319	154 089	– 7,9	
Sherry u. Portwein	6 078	6 156		+ 1,3
Bier ^{*)}	3 578 499	3 651 830		+ 2,0
Bier-Mixgetränke ^{*)}	272 398	269 078	– 1,2	
Umsatz in 1 000 €				
	Jan. 13 – Dez. 13	Jan. 14 – Dez. 14		VÄ in %
Spirituosen	3 388 823	3 383 546 ^{***)}	– 0,2	
Spirituosen- Mixgetränke (RTD)	90 561	87 486	– 3,4	
Schaumwein	1 455 876	1 465 298		+ 0,6
Wein gesamt	2 204 794	2 232 156		+ 1,2
Weinh. Getränke	260 288	245 641	– 5,6	
Sherry u. Portwein	32 335	33 948		+ 5,0
Bier ^{*)}	3 951 338	4 182 797		+ 5,9
Bier-Mixgetränke ^{*)}	388 104	403 472		+ 4,0

*) Bier und Bier-Mixgetränke beziehen sich auf den LEH >=200 qm exklusive Aldi

***) Absatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte: 517 Mio. Flaschen; – 0,7 %

****) Umsatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte: 3 912 Mio. €; + 0,5 %

Anmerkungen

- Zahlen von The Nielsen Company (Germany) für Absatz von Spirituosen im LEH 2014 inkl. RTD: 533 Mio. Flaschen; – 0,8 %
- Zahlen von The Nielsen Company (Germany) für Umsatz von Spirituosen im LEH 2014 inkl. RTD: 4 004 Mio. €; ± 0,0 %

Quellen: Information Resources, The Nielsen Company (Germany)

**Tabelle 18 Spirituosen-Hitparade im LEH 2013/2014
in Gesamtdeutschland (Flaschen)**

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

	2013	2014 ¹⁾	VÄ in %	VÄ absolut TSD Stück	
Sonst. Spirituosen ²⁾	13 671	15 082	10,3	1 410	
Wodka	63 637	64 729	1,7	1 092	
Eierliköre	13 660	14 282	4,6	622	
Pfefferminzliköre	4 642	5 175	11,5	532	
Sahneliköre	9 833	10 277	4,5	444	
Grappa	2 967	3 378	13,8	410	
Scotch Whisky	11 446	11 824	3,3	378	
Sonst. Whisky	3 123	3 455	10,6	332	
American Whiskey	3 778	4 080	8,0	302	
Gin/Genever	5 692	5 933	4,2	241	
Ouzo	13 382	13 587	1,5	204	
Cachaça	1 442	1 616	12,1	174	
Sonst. klare Spirituosen	821	974	18,6	153	
Malt Whisky	2 490	2 626	5,5	136	
Doppelkorn	13 255	13 379	0,9	125	
Bitterliköre	6 169	6 251	1,3	82	
Tequila	1 533	1 552	1,2	18	
Enzian	117	116	- 0,1	0	
Armagnac	32	30	- 3,7		1
Sambuca	1 379	1 377	- 0,1		2
Tresterbrand	42	38	- 9,9		4
Cognac	985	980	- 0,4		4
Calvados	321	310	- 3,6		12
Steinhäger	117	102	- 12,4		14
Doppelwacholder	307	287	- 6,7		21
Doppelkümmel	270	247	- 8,4		23
Cocosliköre	1 966	1 938	- 1,4		28
Kümmel	1 155	1 127	- 2,4		28
Jagertee	408	372	- 8,7		35
Wacholder	443	400	- 9,7		43
Moccaliköre	757	669	- 11,7		89
Rum-Verschnitt	1 604	1 487	- 7,3		117
Brandy	5 069	4 952	- 2,3		117
Raki	1 127	950	- 15,7		177
Obstbrand	13 704	13 503	- 1,5		201
Bärwurz	384	96	- 74,9		288
Amaretto	4 692	4 393	- 6,4		299
Aquavit	2 010	1 705	- 15,2		305
Bourbon Whiskey	11 511	11 063	- 3,9		449
Fruchtliköre	29 954	29 391	- 1,9		562
Restl. Liköre	18 046	17 444	- 3,3		602
Klarer	13 944	13 329	- 4,4		615
Rum	27 941	27 074	- 3,1		867
Branntwein-Verschnitt	24 262	23 090	- 4,8		1 172
Weinbrand	22 437	21 021	- 6,3		1 417
Korn	24 317	22 524	- 7,4		1 793
Halbbitterliköre	55 288	50 557	- 8,6		4 731
Spirituosen gesamt	436 129	428 769	- 1,7		- 7 360
Spirituosen-Mixg. (RTD)	23 939	21 855	- 8,7		- 2 084
Summe Spirituosen + RTD	460 068	450 624	- 2,1		- 9 444

¹⁾ Absatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte 2014: 517 Mio. Flaschen (2013: 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 2013/2014
in Gesamtdeutschland (Umsatz)**

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

	2013	2014 ¹⁾	VÄ in %	VÄ absolut TSD €	
Sonst. Spirituosen ²⁾	139 119	152 691	9,8	13 572	
Wodka	445 193	457 481	2,8	12 288	
Gin/Genever	43 928	50 116	14,1	6 188	
Malt Whisky	59 145	64 548	9,1	5 403	
American Whiskey	67 231	72 421	7,7	5 190	
Sonst. Whisky	37 704	42 492	12,7	4 788	
Grappa	30 614	34 671	13,3	4 057	
Scotch Whisky	124 239	127 887	2,9	3 648	
Sahneliköre	77 810	81 233	4,4	3 423	
Pfefferminzliköre	19 817	22 456	13,3	2 639	
Eierliköre	71 383	73 959	3,6	2 576	
Sonst. klare Spirituosen	10 097	12 536	24,2	2 439	
Cachaça	14 505	15 914	9,7	1 409	
Ouzo	89 822	91 162	1,5	1 340	
Fruchtliköre	185 073	186 181	0,6	1 108	
Bitterliköre	76 645	77 491	1,1	847	
Doppelkorn	78 369	79 173	1,0	804	
Cognac	24 991	25 179	0,8	188	
Armagnac	491	485	- 1,4	- 7	
Enzian	1 372	1 363	- 0,6	- 9	
Tresterbrand	690	669	- 3,0	- 21	
Kümmel	9 206	9 176	- 0,3	- 30	
Cocosliköre	20 636	20 593	- 0,2	- 43	
Calvados	4 155	4 070	- 2,0	- 84	
Steinhäger	936	846	- 9,6	- 90	
Sambuca	13 128	13 022	- 0,8	- 106	
Doppelkümmel	2 250	2 101	- 6,7	- 150	
Doppelwacholder	2 293	2 143	- 6,5	- 150	
Wacholder	3 065	2 839	- 7,4	- 226	
Brandy	51 901	51 525	- 0,7	- 376	
Jagertee	4 244	3 824	- 9,9	- 420	
Moccaliköre	6 551	6 124	- 6,5	- 427	
Tequila	17 361	16 805	- 3,2	- 556	
Rum-Verschnitt	10 122	9 509	- 6,1	- 612	
Obstbrand	135 119	133 967	- 0,9	- 1 152	
Amaretto	23 746	22 390	- 5,7	- 1 356	
Raki	13 401	11 895	- 11,2	- 1 507	
Aquavit	21 312	19 030	- 10,7	- 2 282	
Bourbon Whiskey	104 882	102 201	- 2,6	- 2 681	
Klarer	60 786	58 090	- 4,4	- 2 696	
Bärwurz	4 036	1 212	- 70,0	- 2 823	
Restl. Liköre	166 262	163 167	- 1,9	- 3 094	
Branntwein-Verschnitt	114 274	111 162	- 2,7	- 3 112	
Rum	243 881	240 358	- 1,4	- 3 523	
Korn	132 039	122 835	- 7,0	- 9 203	
Weinbrand	165 955	156 565	- 5,7	- 9 390	
Halbbitterliköre	459 046	427 989	- 6,8	- 31 057	
Spirituosen gesamt	3 388 823	3 383 546	- 0,2	- 5 277	
Spirituosen-Mixg. (RTD)	90 561	87 486	- 3,4	- 3 075	
Summe Spirituosen + RTD	3 479 385	3 471 033	- 0,2	- 8 352	

¹⁾ Umsatz von Spirituosen im LEH inkl. Discounter und Drogerie-Märkte 2014: 3 912 Mio. €
(2013: 3 892 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 2013/2014
Tabelle 2	Pro-Kopf-Verbrauch von verschiedenen alkoholhaltigen Getränken und Verbraucherausgaben 2007 bis 2014
Tabelle 3	Pro-Kopf-Verbrauch und Einnahmen aus den Verbrauchsteuern für alkoholhaltige Getränke 2014
Tabelle 4	Verbrauch von Spirituosen und alkoholhaltigen Getränken 2014
Tabelle 5	Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs der einzelnen Spirituosengattungen 2014
Tabelle 6	Pro-Kopf-Verbrauch von Spirituosen 2014
Tabelle 7	Absatzanteile alkoholhaltiger Getränke im LEH 2014
Tabelle 8 a	Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2014 nach Gebieten
Tabelle 8 b	Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2014 nach Gebieten
Tabelle 9 a	Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2014 nach Geschäftstypen, Organisationsformen und Verkaufsflächen
Tabelle 9 b	Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2014 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 2013/2014 in Gesamt- deutschland
Tabelle 13 a	Käuferpotenzial – Spirituosen 2008 bis 2014 in Gesamtdeutschland
Tabelle 13 b	Käuferpotenzial – Spirituosengattungen 2013/2014 in Gesamtdeutschland
Tabelle 14	Spirituosenkonsum in Europa 2013
Tabelle 15	Spirituosenkonsum weltweit 2013
Tabelle 16	Wie viel Gramm Alkohol enthält Ihr Lieblingsgetränk?
Tabelle 17	Entwicklung alkoholhaltiger Getränke im LEH 2013/2014
Tabelle 18	Spirituosen-Hitparade im LEH 2013/2014 in Gesamtdeutschland (Flaschen)
Tabelle 19	Spirituosen-Hitparade im LEH 2013/2014 in Gesamtdeutschland (Umsatz)

Literaturverzeichnis

- **Daten aus der Alkoholwirtschaft 1980 bis 2014**
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 2014/2015
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 2014, u. a. herausgegeben in den **Sonderdrucken des BSI**, Bonn, der vorgenannten Jahre