



ProWein 2013: Fachartikel Sekt- und Schaumwein – Oktober 2012

Der internationale Sekt- und Schaumweinmarkt unter der Lupe: Gute Wachstumsprognosen, hohe Rohstoffpreise

Im Vorfeld der ProWein 2013 sehen sich Experten des globalen Schaumweinmarktes großen Herausforderungen ausgesetzt. Vor allem die gestiegenen Rohstoffpreise machen der Branche zu schaffen. Erfreulicherweise zeichnet sich jedoch beim Verbraucher eine zunehmende Nachfrage nach höherwertigen Produkten ab. Und: Die Kunden haben den Spaß am Sektkonsum nicht verloren, weltweit werden dem Getränk sehr gute Wachstumschancen prognostiziert.

Schaumweinhersteller dürfen sich freuen: Sowohl die wachsende Ausgabefreudigkeit von Sektkonsumenten als auch die Entwicklung in neuen Märkten werden ihre Absatzchancen künftig steigern, ohne dass sie mit anderen alkoholischen Getränken in Konkurrenz treten müssen. Dies ist ein Ergebnis einer weltweiten Umfrage zum internationalen Sektmarkt in 17 Märkten, deren Kennzahlen das Londoner Marktforschungsinstitut TNS im August 2012 veröffentlichte. Hätten alle Champagner- und Schaumweinfans die Möglichkeit zum Konsum, würde der Anteil des Sektkonsums am Alkoholmarkt danach von 5,1 Prozent auf 7,8 Prozent steigen. Das größte Wachstum, nämlich eine Vervierfachung des Sektanteils, könnten Indien und China erwarten. Aber auch in reiferen Märkten wie etwa in Großbritannien oder den USA wäre unter diesen Gesichtspunkten noch fast eine Verdoppelung auf 9,1 beziehungsweise 6,5 Prozent möglich.

Cava-Produzenten setzen auf Export

Jan Hofmeyr, Chief Researcher, Behaviour Change bei TNS: "Weltweit wächst der Wunsch nach dem Genuss von Schaumwein und Champagner, viele Menschen werden aber noch durch die Preise davon abgehalten. Auch gilt das Getränk als Luxus, der einen ganz besonderen

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany
24. - 26.3.2013
www.prowein.com



Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany

Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01
InfoTel +49 (0) 2 11/45 60-9 00
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de

Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Joachim Schäfer
Bernhard Stempfle
Hans Werner Reinhard (Stv. GF)
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Dirk Elbers

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung



Anlass benötigt. Die gute Nachricht für die Schaumwein-Produzenten ist, dass die Verbraucher der Meinung sind, Schaumwein schmecke besser und bereite mehr Freude als andere alkoholische Getränke. Die Studie sagt deshalb nicht aus, dass die Verbraucher ihren Alkoholkonsum insgesamt steigern werden, sondern dass sie lieber öfter Sekt tränken.“ Einzig für Spanien, dessen Schaumweinanteil bei 8,7 Prozent liegt, prognostiziert die Studie einen Rückgang von 0,4 Prozent. Doch dieser kleine Einbruch, so die Experten, dürfte dem exportorientierten Cava Markt angesichts des weltweiten Wachstums kaum schaden. Nicht zuletzt deshalb präsentiert auch Dr. Hans-Joachim Momm, Geschäftsführer der Freixenet GmbH, die Cavas und Weine des spanischen Unternehmens auf der Messe ProWein 2013 in Düsseldorf: „Die zunehmende Internationalisierung der ProWein bietet eine attraktive Plattform, die Freixenet Unternehmensgruppe in ihrer Stärke und Vielseitigkeit einem breiten internationalen Publikum zu präsentieren“, erklärt er.

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany
24. - 26.3.2013
www.prowein.com

Dass es die Deutschen prickelnd mögen, ist kein Geheimnis. Ihr Pro-Kopf-Verbrauch lag 2011 bei 4,1 Litern bzw. fünfeinhalb Sektflaschen pro Jahr, wie das Deutsche Weininstitut (DWI) auf Basis der Daten des Statistischen Bundesamtes mitteilte. Bei einem geschätzten globalen Schaumweinmarkt von gut zwei Milliarden Flaschen pro Jahr werde rund jede fünfte weltweit konsumierte Flasche Sekt (22 Prozent) in Deutschland entkorkt. Damit dürften die Deutschen international betrachtet an der Spitze liegen. TNS errechnete einen Sektanteil der Deutschen unter den genossenen alkoholischen Getränken von 9,9 Prozent, die Wachstumsprognose für das Land lautet: +1,9 Prozent.



Die Rosé-Vorliebe ist grenzübergreifend

Einen noch umfassenderen Eindruck über den internationalen Sektmarkt als die Studie liefert der Besuch der ProWein 2013. „Die ProWein in Düsseldorf ist die bedeutendste Messe für Wein, Sekt und Spirituosen. Als Wein- und Sektkellerei mit einer 170jährigen Tradition nutzen wir die ProWein, um das Sortiment und die Neuheiten des Hauses einem interessierten Fachpublikum zu präsentieren“, sagt Benedikt Zacherl, Pressesprecher der österreichischen Schlumberger Wein- und



Sektkellerei. Insgesamt präsentieren sich auf der ProWein rund 330 Aussteller mit dem Angebotsschwerpunkt Sekt/Schaumwein aus 26 Ländern, darunter auch „Exoten“ wie Neuseeland oder Chile. „Unser Schwerpunkt liegt zwar auf Stillweinen,“ erklärt der für die Sektproduktion zuständige Manager Mauricio Garrido vom chilenischen Weingut Vina San Pedro Tarapaca, „aber wir möchten hier auch zeigen, dass wir im Schaumweinsegment in einem vernünftigen Preis-Leistungs-Bereich mithalten können.“

Die seit Jahren wachsende Vorliebe für Rosé-Sekte eint dabei die Kunden in aller Welt. „Den Trend zum Rosé beobachten wir auch auf dem internationalen Markt“, betont Jan Rock, Pressesprecher der exportstarken Wiesbadener Sektkellerei Henkell & Co. Und zwar sowohl beim Sekt als auch beim Champagner. Garrido kann diesen Trend für Chile bestätigen.

Der deutsche Sektmarkt wird mit einem Marktanteil (Umsatz) von 77,6 Prozent zwar nach wie vor von weißen Schaumweinen dominiert. Die aktuellen IRI Handelsdaten vom August 2012 weisen für Rosé jedoch eine Umsatzsteigerung von 7,5 Prozent und für rote Sekte von 8,0 Prozent aus. Der umsatzmäßige Marktanteil für den Rosésekt im Gesamtmarkt liegt bei 11,5 Prozent, bei den Rotsekten bei 3,0 Prozent.

Mild und alkoholfrei holen auf

Weltweit zeichnet sich beim Schaumwein darüber hinaus auch ein Trend zu milderer Geschmacksrichtungen ab. „Nach aktuellen GfK-Erhebungen lassen sich mit milden Sekten mehr Verbraucher, insbesondere Zielgruppen zwischen 19 und 25 Jahren erreichen. Das Segment ‚milde Schaumweine‘ steht in Deutschland bereits für 9,1 Prozent des gesamten Schaumweinkonsums“, erklärt Momm von Freixenet. Blicke man über die Grenzen in die USA, so entwickle sich dort sogar eine gesteigerte Nachfrage nach Moscato.

Auch die deutschen Hersteller bringen zunehmend mildere Geschmacksrichtungen auf den Markt. „Die Geschmacksrichtungen halbtrocken und mild werden in Deutschland noch stärker“, glaubt auch

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen

International Trade Fair
Wines and Spirits

Fiera Internazionale
Vini e Liquori

Salon International
Vins et Spiritueux

Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany

24. - 26.3.2013

www.prowein.com





Barbara Hoffmann, Pressesprecherin der Sektkellerei Schloss Wachenheim (SSW). Außerdem haben einige Produzenten mit Erfolg die Erschließung neuer Zielgruppen mit aromatisierten Sekten bzw. Ready-to-drink Varianten von Mischgetränken mit Sekt begonnen oder sie werben mit neuen Serviermethoden für ihre Produkte. Schlumberger beispielsweise propagiert für seine ‚jungen‘ Secco-Marken den Sektgenuss auf Eis in Longdrinkgläsern. Bei Henkell, dem Erfinder des ‚Piccolo‘, zeichnet sich international u.a. ein Trend für 0,2 Liter Kleinflaschen ab.

Selbst wenn der Anteil alkoholfreier Schaumweine noch keine Marktgröße ist, wie die Anbieter betonen, setzen die großen europäischen Hersteller dennoch nahezu einstimmig auf diesen Wachstumsmarkt. Die Gründe dafür sind vielschichtig. So beobachtet man beispielsweise bei Schloss Wachenheim auch auf den Export-Märkten einen Trend zu alkoholreduzierten Weinen und Schaumweinen. „Die Gründe liegen sowohl bei der Steuerbelastung in den einzelnen Ländern als auch im Trend zu gesünderer Lebensweise“, sagt Hoffmann. Henkell berichtet von einer bislang zweistellig positiven Entwicklung beim Absatz für alkoholfreien Sekt in diesem Jahr.

Ob mit oder ohne Alkohol: Ihre neuen Produkte und Geschmacksrichtungen stellen Sekt- und Schaumweinproduzenten gerne auf der Düsseldorfer Fachmesse vor. „Die ProWein ist in unserer Branche eine Messe auf Welt-Niveau. Sie dient neben der Pflege und dem Ausbau bestehender Kontakte zu hochkarätigen Partnern aus Handel, Fachhandel und Gastronomie auch dem Aufbau von neuen nationalen und internationalen Geschäftskontakten. Darüber hinaus ist die ProWein eine fachlich hoch anerkannte Plattform zur Präsentation von Innovationen im Sekt-, Wein und Spirituosenbereich“, sagt Rock von Henkell.

Hohe Rohstoffpreise dämpfen die Stimmung

Trotz erfreulicher Absatzchancen blicken die Schaumweinhersteller nicht ganz unbelastet in die Zukunft. Alle eint die Sorge um gestiegene Rohstoffpreise auf der einen und den schärfer werdenden Wettbewerb auf

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany
24. - 26.3.2013
www.prowein.com





der anderen Seite. „Die aktuell angespannte Weinversorgungssituation könnte zu weiteren Preisanpassungen in 2013 führen“, meint Hoffmann von der SSW. Hinzu kommt in manchen Ländern ein wachsender Preisdruck.

Als besonders stark vom Preis getrieben gilt die Absatzmöglichkeit im deutschen Lebensmittelhandel, ein Thema, das auch die ausländischen Produzenten beschäftigt, die auf dem großen deutschen Sektmarkt ihre Position festigen oder ausbauen wollen.

Einen Ausweg aus der Preisspirale sehen Markensektproduzenten wie Henkell & Co. in der Bereitstellung von ausgezeichneter Qualität, Design, Markenkommunikation und innovativen Angeboten. „Eine Tendenz im Sekt- und Weinmarkt zeigt eine steigende Bedeutung von Herkunft und Qualität“, unterstreicht Zacherl von Schlumberger. „Nach wie vor besteht international eine klare Tendenz zu höherwertigen Sekten und dies selbst vor dem Hintergrund unserer unsicheren wirtschaftlichen Entwicklung“, erklärt auch Dr. Momm von Freixenet.

Autorin Susanne Stauß, Hotelkauffrau und Absolventin der Dualen Hochschule Baden-Württemberg im Fachbereich Tourismus, war u.a. mehrere Jahre lang Chefredakteurin verschiedener Hotelfachzeitschriften. Seit rund 10 Jahren ist sie als freie Fachjournalistin in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie und Sektproduktion tätig.

Pressekontakt:

Messe Düsseldorf GmbH, Pressereferat ProWein

Corinna Kuhn, Brigitte Küppers (Assistenz)

Tel.: 0211/4560 –598/–929

KuhnC@messe-duesseldorf.de,

KueppersB@messe-duesseldorf.de

www.prowein.com

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen

International Trade Fair
Wines and Spirits

Fiera Internazionale
Vini e Liquori

Salon International
Vins et Spiritueux

Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany

24. - 26.3.2013

www.prowein.com

