



ProWein 2012 – Fachartikelserie – November 2011

Spirituosentrends: Der Weg zur Individualität

Die ProWein, internationale Leitmesse für Weine und Spirituosen, ist alljährlich im März Meeting Point und Business Plattform für die internationale Wein- und Spirituosenbranche. Anbieter aus allen international relevanten Weinbaunationen präsentieren sich in Düsseldorf dem Fachpublikum aus aller Welt. Auch der Spirituosenbereich der ProWein ist in den letzten Jahren gewachsen und für 2012 sind die Aussichten erneut bestens: Mehr als 300 Anbieter präsentieren ihr breitgefächertes Portfolio, darunter sowohl internationale Marktführer, als auch kleinere Produzenten und Importeure, die ausgefallene Neuheiten und landestypische Kostbarkeiten zeigen. Darüber hinaus werden auch an vielen Weinständen Spirituosenschätze aus aller Welt zu finden sein. Des Weiteren greift die FIZZZ-Lounge aktuelle Trends der Spirituosenszene auf.

Spirituosenkonsum im internationalen Vergleich

Nach ifo, dem Institut für Wirtschaftsforschung e.V., lag der offizielle Spirituosenverbrauch in Deutschland im Jahre 2010 bei 5,4 Liter Fertigware pro Kopf und blieb damit auf Vorjahresniveau. Anfang 1991 lag der Pro-Kopf-Verbrauch an Spirituosen in Deutschland allerdings noch bei 7,5 Liter. Rein statistisch gesehen haben Spirituosen nicht nur in Deutschland, sondern auch in den meisten anderen westlichen Ländern einen kontinuierlichen Rückgang zu verzeichnen. Im internationalen Vergleich liegt Deutschland mit seinem Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen, nach Untersuchungen der International Wine & Spirit Record (IWSR), im Mittelfeld der Konsumenten. Mit 5,4 Litern rangiert die Republik im Vergleich zu anderen europäischen Ländern im Jahr 2009 auf dem 18. Platz. Im weltweiten Vergleich liegt Deutschland auf dem 41. Platz, weit hinter Spitzenreiter Südkorea, das mit 24,8

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
04. - 06.3.2012
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



Litern das Feld anführt. Überhaupt sind die derzeit stark wachsenden Märkte für Alkohol im asiatischen Raum zu finden. Wobei natürlich aufkeimende, bevölkerungsstarke Nationen wie China und Indien das Interesse der Spirituosenproduzenten immer mehr auf sich ziehen.

Mixspirituosen auf dem Vormarsch Das GfK Consumer Tracking, ein internationales Institut für Marktforschung, kann Zahlen vorlegen, welche die Reichweite unterschiedlicher Spirituosenkategorien im Jahr 2010 betreffen. Alle mixrelevanten Spirituosen haben einen Anstieg zu verzeichnen. Insbesondere Rum-Varianten erreichten deutlich mehr Personen als in den Vorjahren. Aber auch Gin, Tequila, Vodka und Bourbon finden bei immer mehr Konsumenten Anklang. Rückläufig sind Spirituosen die pur getrunken werden. Alles Tendenzen, die für westliche Länder vom IWSR aber auch von Internet-Plattformen wie Drinks International (drinksint.com) und Just Drinks (just-drinks.com) unterstrichen werden können. Der asiatische Markt wiederum beginnt gerade, qualitative Premiumprodukte für sich zu entdecken. Es ist also sicherlich nicht vermessen, sich bei einem Blick nach Vorne, auf Mixspirituosen zu konzentrieren.

Internationale Experten sehen kleine, authentische Produzenten vorn Einer der weitgereisten Spirituosen- und Cocktailexperten von heute, Gary Regan, muss, angesprochen auf aktuelle Trends, nicht lange überlegen: „Rum, Rum und Rum“, sieht der in den USA lebende Engländer international in allen Ebenen auf dem Vormarsch. Dies kann Simon Webster, der Direktor des englischen Onlinemagazins BarLifeUK unterstreichen: „In den letzten Jahren war der Aufstieg und die Popularität von Rum im Vergleich zu anderen Destillaten absolut konkurrenzlos.“ Er geht davon aus, dass Cachaca, „aufgrund der Ähnlichkeit zu Rum, als nächstes einen Schub erleben könnte“. Besonders, wenn „Importeure einige kleine, handwerklich gut gemachte und authentische Marken erwecken können.“ Webster, der selbst lange Jahre in Australien gelebt hat, sieht nicht nur die unabhängigen Rum-Marken gestärkt und geht davon aus, dass unabhängige Cachaca-

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
04. - 06.3.2012
www.prowein.com





Marken eine gute Chance hätten, sondern er kann eine ähnliche Entwicklung auch im Gin-Segment feststellen: „Es sind in den letzten Jahren viele kleine, unabhängige Gin-Varianten auf den Markt gekommen. Eine Genese die nicht nur in England zu beobachten ist.“

Ein Trend zu Micro-Destillieren?

Barbara Becker, Chefredakteurin des FIZZZ Magazins, stellt für sich folgende Entwicklung fest: „Das Neuheiten-Karussell dreht sich immer schneller, Nischenprodukte mit begrenzter Verfügbarkeit wecken vor allem die Begehrlichkeiten der Barprofis. Um die Suche nach Neuheiten zu befriedigen, ziehen auch große Marken nach und schicken Sondereditionen ins Rennen. Gleichzeitig werden die Produktlebenszyklen kürzer, denn wenn der erste Hype vorbei ist, schlägt die Stunde der Wahrheit: Hat das Produkt das Potenzial sich zu etablieren oder wird es vom nachfolgenden Newcomer vom Tresen gefegt?“ Auch kleinere Marken sieht sie in diesem Feld verankert: „Small Batch passt in dieses Szenario, denn es wird als Veredelungsstrategie eingesetzt, die Aufmerksamkeit weckt und Aufwertung signalisiert. Als Strategie der Differenzierung ergänzt es bisherige Qualitäts- und Differenzierungskriterien wie zum Beispiel unterschiedliche Lager- bzw. Reifezeiten.“

Der einhellige Tenor der Fachleute zeigt: Spezialisierte, authentische Produzenten sind für die Spirituosenbranche von besonderem Interesse. Hier ist die ProWein am Puls der Branche: Neben renommierten Branchengrößen mit limitierten Abfüllungen präsentieren sich erneut viele Anbieter von außergewöhnlichen Spezialitäten und ausgefallenen Neuvorstellungen aus aller Welt.

Bartender auf Individualität bedacht

Doch wie denken Produzenten über die aktuellen Trends? Auch Hubertus Vallendar von der Brennerei Vallendar sieht es ähnlich: „Innerhalb der letzten 25 Jahre hat sich einiges geändert. Trotz rückläufiger Konsumententwicklung sind Nischenprodukte international im

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

04. - 06.3.2012

www.prowein.com





Vormarsch.“ In seinen Augen „diversifiziert sich der europäische Markt auf diesem Wege, besonders da es dem Konsumenten immer wichtiger wird, sich mittels speziellerer, handwerklicherer Produkte von anderen abzuheben.“ Über Qualität möchte er in diesem Zusammenhang gar nicht mehr reden, denn „bei wem diese nicht stimmt, der muss gar nicht erst antreten“. Rob Cooper von Cooper International Spirits unterstreicht auch einen deutlichen Trend zu handwerklichen Produkten: „Der Weg zur Qualität wurde schon beschritten, nun wollen Bartender, Connaissseure und normale Konsumenten Geschichten zu authentischen Produkten von erreichbaren Personen hören. Besonders Bartender wollen sich mit ihren Produkten identifizieren und versuchen, dafür auch in den Kontakt zu den Produzenten zu treten.“ Unaufhaltsam ist seiner Meinung nach ein weiteres Fortschreiten der modernen Cocktailkultur, denn „in den USA ist sie schon sehr präsent und auch in Europa wird die mixologische Ebene noch weiter gestärkt werden.“ Die klare Folge für ihn: „In diesem Rahmen werden kleinere Produzenten bekannter werden.“ Und es ist zumindest feststellbar, dass derzeit besonders in den westlichen Ländern, aber auch schon im Osten Europas jedes Jahr weitere, auf hohe handwerkliche Fertigungskünste ausgelegte Micro-Destillieren entstehen. Was Vallendar diversifizieren nennt, bezeichnet Dr. Stephan Susen, Geschäftsführer des deutschen Spirituosenproduzenten Kreuzritter GmbH, als „fragmentieren“ und erklärt: „Die Märkte brechen immer weiter auf, selbst größere Produzenten versuchten sich mit speziellen, handwerklich außergewöhnlichen Produkten zu platzieren.“ „Die Experten sind“, seiner Meinung nach, „schon mit gut produzierten Produkten ausgestattet, kennen die Geschichten dahinter und wissen damit umzugehen“. So muss „das Wissen nun noch an die breite Masse kommuniziert werden, damit die Verbraucher auch auf den Geschmack kommen“.

Im Ganzen eine Bewegung, die auch direkt von den Bars mitgetragen wird. Denn wer sich das Handwerkliche angeeignet hat, schreckt nicht mehr davor zurück Sirups, Bitters, Liköre und Infusionen selbst

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
04. - 06.3.2012
www.prowein.com

tm[®]
Messe
Düsseldorf



herzustellen oder gar eigene Eisdiamanten zu schnitzen. Feinsinniges Handwerk, um einem gastronomischen Angebot die Individualität zu verleihen, die von den Bartendern und Barbesitzern, aber auch immer mehr von Konsumenten von den Spirituosenproduzenten verlangt wird. Und auch diesen Trend der handwerklichen Begeisterung zeigt die ProWein 2012: Unter dem Motto „Das Do-it-yourself-Labor – Infusions, Bitters & Co.“ lüften die „Alchemisten der Gastronomieszene“ in der FIZZZ-Lounge in Halle 7a ihre Geheimrezepte.

Der Autor Bastian Heuser arbeitete als Bartender und Bar Manager in Köln, Frankfurt, London und Berlin. Heute ist er Managing Director der Beverage Consulting und Kommunikationsagentur Barworkz und schreibt als freier Autor für Fachpublikationen.

Pressefotos zur ProWein finden Sie in unserer Fotodatenbank im Bereich „Presse Service“ auf www.prowein.de.

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
04. - 06.3.2012
www.prowein.com

