



Der Sommer mag

Österreichischer Wein hat im Lebensmittelhandel im Vorjahr zwar leicht an Menge verloren, konnte bei den Umsätzen aber erneut zulegen. Deutlich positiver gestaltete sich sowohl die wert- als auch die mengenmäßige Entwicklung im Gastronomie-Großhandel. Dieses Jahr hoffen die Winzer auf eine frühe und möglichst große Ernte.

Autor: CHRISTIAN PLESCHBERGER

War schon die Traubenernte 2009 nicht berauschend, so setzte der Wettergott im Vorjahr sogar noch eins drauf. Das ließ die Traubenernte 2010 so gering ausfallen wie schon lange nicht mehr. Laut Statistik Austria wurden im Vorjahr in Summe lediglich 1.737.500 Hektoliter eingebracht. Der

Produktionsschnitt der vergangenen fünf Jahre wurde somit um 30 Prozent unterschritten. Selbst die sehr schwache Ernte des Jahres 1997 wurde noch unterboten. Die Auswirkungen sind bereits spürbar. Österreichischer Wein hat im LEH im Vorjahr leicht an Menge verloren (s. Tabelle).

WEIN IM GROSS- UND EINZELHANDEL

% - Anteile	Gastro-Großhandel				LEH (inkl. Diskonter)			
	2009		2010		2009		2010	
	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert
Österreich	83,8	83,7	84,9	85,1	65,2	65,4	63,5	65,3
Ausland	16,2	16,3	15,1	14,9	34,8	34,6	36,5	34,7

Quelle: Gastro-Data, Österreich Wein

SORTIMENTS KORREKTUREN UND AKTIONSRREDUKTIONEN

Davon betroffen waren laut Winzer Krems Geschäftsführer Franz Ehrenleitner jedoch in erster Linie Produkte im Preiseinstiegsbereich, die dem Druck ausländischer Billigweine nachgeben mussten. Der Weinumsatz dagegen stieg in der von Nielsen betrachteten Handelslandschaft (exkl. Hofer/Lidl) im selben Zeitraum um drei Prozent auf knapp 176 Millionen Euro. „Mit einem Umsatzplus von 5,7 Prozent schnitt inländischer Wein dabei sogar überproportional erfolgreich ab“, erklärt Lenz Moser Marketingleiter Friedrich Wimmer.

Als Grund für diese Entwicklung nennt Domäne Wachau Geschäftsführer Roman Horvath Preiserhöhungen einerseits sowie andererseits Sortimentskorrekturen und Aktionsreduktionen bei den qualitativ höherwertigeren Produkten. „In Summe haben wir dadurch zwar eine etwas geringere Menge gemacht, der Durchschnittspreis ist aber gestiegen“, bemerkt er positiv. Von den Mengeneinbußen war allerdings nicht die gesamte Produktpalette der Wachauer Genossenschaft betroffen. Kernprodukte wie Grüner Veltliner Steinfeder bzw. Federspiel Grüner Veltliner und Riesling legten durchaus auch mengenmäßig zu, „und zwar um rund zehn Prozent, obwohl der Preis für das Federspiel von 5,99 auf 6,99 Euro angehoben wurde“, berichtet Horvath. Er hofft nach drei ertragsschwachen Jahren heuer auf eine frühe und möglichst große Ernte, und steht damit in der Branche wohl nicht allein.

kommen

WEIN IM C&C-GROSSHANDEL SEHR POSITIV

Besser als im LEH erging es dem heimischen Rebensaft im Vorjahr im Gastronomie-Großhandel, vielleicht auch, weil 2009 für die Gastronomie ein ungleich schwierigeres Jahr war als für den Lebensmitteleinzelhandel und ergo 2010 daher die wirtschaftliche Erholung im Gastromarkt stärker durchschlug. „Mit einem Plus von 6,1 Prozent bei der Menge und einem wertmäßigen Plus von 6,7 Prozent war die Entwicklung im Gastronomie-Großhandel gegenüber 2009 sehr positiv“, zieht Gastro-Data Geschäftsführer Helmut Obergantschnig Bilanz. Seinen Ausführungen zufolge konnte Wein aus Österreich seinen Marktanteil im Vorjahr sowohl wert- als auch mengenmäßig noch einmal um einen Prozentpunkt auf rund 85 Prozent (Weiß: 93,7 %, Rot: 76,3 %) steigern.

Interessant auch das Verhältnis von Abholung zu Zustellung: Mengenmäßig wurden laut Obergantschnig 2010 über 61 Prozent der Weine in den C&C-Märkten abgeholt (2009 noch knapp 64 %), wertmäßig erreichte der Abhol-

FÊTE ROSÉ

Österreichs charmanter Rosé
aus dem Hause Lenz Moser



NEU!

ÜBER 50 MILLIONEN ZIELGRUPPENKONTAKTE im MAI und JULI 2011

- 16/1-Bogen Plakate
- Poster Lights
- City Lights
- Hörfunkspots
- Printinserate
- POS-Displays



www.lenzmoser.at

**ÖSTERREICHWEITE
KAMPAGNE!**

Lenz Moser
ist Österreichs
Wein



Franz Ehrenleitner, Winzer Krems: „Wir haben das Jahr 2010 mit einem leichten Umsatzplus abgeschlossen, die Zuwächse im Handel lagen sogar über dem Gesamt-Umsatzzuwachs.“



Friedrich Wimmer, Lenz Moser: „Die Weinern-ten der letzten beiden Jahre brachten in Österreich kleine Ernten. Das hatte zur Folge, dass sich die Traubenpreise des Jahrgangs 2010 mehr als verdoppelten.“



Roman Horvath, Domäne Wachau: „Unsere Umsätze im LEH sind um zirka 20 Prozent zurückgegangen. Positiv ist der gestiegene Durchschnittspreis.“

anteil 2010 rund 70 Prozent und verringerte sich damit gegenüber 2009 um 1,2 Prozentpunkte.

SEKT TREIBT DEN SCHAUMWEINMARKT AN

Ähnlich wie Wein legte auch Schaumwein im vergangenen Jahr in der von Nielsen betrachteten Handelslandschaft wertmäßig um gut drei Prozent zu. Sekt, der rund zwei Drittel des Schaumweinmarktes repräsentiert, lag dabei mit plus 5,5 Wert-Prozenten deutlich über dem Categorieschnitt. Eine Entwicklung, an der die Döblinger Wein- und Sektkellerei Schlumberger nicht ganz unbeteiligt ist. Das Unternehmen meldet für seine Marken – Schlumberger, Goldeck und Hochriegl – zum Teil satte Zugewinne. In Summe hat Schlumberger damit bereits zu Marktführer Henkell aufgeschlossen. Beide Unternehmen halten in der Kategorie Sekt im LEH derzeit bei jeweils rund 30 Prozent Marktanteil Wert. Aber auch die weiteren Anbieter sind mit der Gesamtsituation nicht unzufrieden. Kattus etwa verzeichnete eigenen Angaben zufolge im Vorjahr ein Umsatzplus im zweistelligen Prozentbereich, und das Golser Sekthaus Szigeti hat im 20. Jahr seines Bestehens erstmals die Schallmauer von einer Million produzierter Flaschen durchbrochen. Mit einem Umsatz von rund drei Millionen Euro im Vorjahr zählt die burgenländische Kellerei, die seit dem Vorjahr mit ausgewählten Produkten auch im Lebensmittelhandel präsent ist, inzwischen zu den Top 4 unter den österreichischen Sektherstellern. Die eindeutige Domäne von Szigeti bleibt wohl aber auch bis auf Weiteres die Gastronomie.

GROSSHANDEL: CHAMPAGNER HAT DEUTLICH VERLOREN

Auch dort verbuchte die Produktgruppe der Schaumweine 2010 eine positive Entwicklung (s. Tabelle Schaumweine im Großhandel), und erneut



Helmut Obergantschnig, Gastro-Data: „Champagner hat auch 2010 wieder deutlich an Marktanteilen verloren. Auch Prosecco konnte das hohe Niveau aus 2009 nicht halten und wurde 2010 anteilmäßig wieder von Sekt überholt.“

ist das Wachstum dem Sekt geschuldet. „Die Kategorie erreichte 2010 sowohl bei der Menge als auch beim Wert den höchsten Prozentanteil“, fasst Helmut Obergantschnig zusammen, „Champagner hingegen hat im Vorjahr wieder deutlich an Marktanteilen verloren. Doch auch Prosecco konnte das Niveau des Jahres 2009 nicht halten und wurde 2010 anteilmäßig wieder von Sekt überholt.“

Der Abholanteil von mengenmäßig 66,8 Prozent im Jahr 2009 bei den Schaumweinen fiel im Vorjahr auf 64,5 Prozent, wertmäßig wurden 2010 sogar weniger als 60 Prozent des Umsatzes abgeholt. „Diese Entwicklung entspricht dem generellen Trend des wachsenden Zustellanteils beim Vollsortimentsgroßhandel im Gastronomiemarkt“, schließt Gastro-Data Geschäftsführer Helmut Obergantschnig seine Expertise.

SCHAUMWEIN IM GASTRO-GROSSHANDEL

Kategorie (Anteile in %)	2009		2010	
	Menge	Wert	Menge	Wert
Champagner	8,42	36,09	6,07	35,56
Frizzante	3,74	2,69	5,19	3,64
Prosecco	44,64	26,46	43,48	25,02
Sekt	43,20	34,76	45,26	35,78

Quelle: Gastro-Data