

Nr. 11/2011
25. November 2011

– Pressemitteilung –

BSI übernimmt auch im Jahr 2011 das Patronat über die InterWhisky

Bonn/Frankfurt am Main (BSI) – Anlässlich der 13. InterWhisky 2011 in Frankfurt am Main wird der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI) erneut die Schirmherrschaft übernehmen. Denn diese wichtige Fachausstellung (vom 25. bis 27. November 2011) ist eine Kontaktbörse, ein Informationsforum und ein Netzwerk für Whisk(e)y-Liebhaber, Whisk(e)y-Spezialisten und Whisk(e)y-Kenner. Die Messe bietet daneben ein umfassendes Rahmenprogramm für den Handel, für die Gastronomie, für die Konsumenten und für die Medien „rund um die Welt der Whisk(e)y“. An der Veranstaltung nehmen eine Vielzahl von bekannten Ausstellern und Whisk(e)y-Destillieren aus aller Welt teil.

Die in Deutschland Whisk(e)y vertreibenden BSI-Mitglieder sind alle auf der InterWhisky vertreten. Überwiegend gehören sie dem deutschen Zirkel zum Wohle des Whisk(e)y „The Keepers of the Quaich“, den bekennenden und bekannten Liebhabern von Scotch Whisky an.

Auch im Jahr 2011 erfreut sich Whisk(e)y einer erfolgreichen Nachfrage. Whisk(e)y wird von rund 6 Millionen Deutschen regelmäßig nachgefragt und genossen. Der Anteil des Whisk(e)yangebots auf dem deutschen Markt betrug im Jahr 2010 – nach Schätzung in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Bundesamt – mit rund 9 Prozent rund 64 Millionen Flaschen à 0,7 Liter. Über den deutschen Lebensmittel-Einzelhandel wurden – nach Angaben des Marktforschungsinstituts SymphonyIRI Group GmbH – rund 43 Prozent des Gesamtmarktolumens – etwa 27,6 Millionen Flaschen à 0,7 Liter – verkauft, unter anderem circa

- 12,3 Millionen Flaschen Bourbon/American Whiskey,
- 11,2 Millionen Flaschen Scotch Whisky und
- 2,5 Millionen Flaschen „Sonstiger Whisky“ sowie
- 1,7 Millionen Flaschen Malt Whisky.

Der aktuelle Whisk(e)y-Absatz im Jahr 2011 (Ergebnisse liegen für die ersten acht Monate vor) ist relativ stabil, wobei derzeit Scotch, Bourbon und American Whisk(e)y leicht positive Ergebnisse zeigen.

Weitere wichtige Absatzkanäle sind insbesondere die Gastronomie und der Barbereich.

Whisk(e)ys – wie auch alle anderen Spirituosengattungen – bieten eine vielfältige Auswahl und stehen für Genuss, Qualität, Kultur und Tradition. Sie sind und bleiben ein wichtiger Umsatzträger für den Handel insbesondere auch in der bevorstehenden Advents- und Weihnachtszeit.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten

(Die Presserklärung Nr. 11/2011 finden Sie auch im Internet unter www.spirituosen-verband.de unter dem Button „Presse“)

Zeichen: 2.364

Fragen beantworten Ihnen gerne:

BSI-Geschäftsstelle

Angelika Wiesgen-Pick – Geschäftsführerin

Urstadtstraße 2, 53129 Bonn

Telefon: 0228 53994-0

Telefax: 0228 53994-20

E-Mail: info@bsi-bonn.de

Internet: www.spirituosen-verband.de

Medienbotschaft Verlag & Events GmbH

Christian Rosenberg – Geschäftsführender Gesellschafter

Villa Rheinblick, Oberstraße 2, 8274 Tägerwilen/Bodensee, Schweiz

Tel.: +41 71 6693670

Fax: +41 71 6693674

E-Mail: info@medienbotschaft.com

Internet: www.whiskybotschafter.com

www.drinks-magazin.com

**Entwicklung des Whisk(e)y-Segments in Relation zur Entwicklung
des gesamten Spirituosenmarktes 2002 bis 2010**

Jahr	Gesamtangebot ^{*1)}			Whisky-Angebot ^{*1)}			Einzelhandelsabsatz ²⁾			
	in Mio. 0,7 l FI	in Mio. l	Verbr. in l / Kopf	in Mio. 0,7 l FI	Anteil am Gesamtangebot in %	Verbr. in l / Kopf	Spirituosen Gesamt in Mio. 0,7 l FI ³⁾	LEH-Anteil** in %	Whisky in Mio. 0,7 l FI	LEH-Anteil in %
2002	814	569,8	5,9	46,4	5,7	0,3	415,7	51,1	21,8	47,0
2003	812	568,4	5,9	47,1	5,8	0,3	410,6	50,6	22,0	46,7
2004	801	560,7	5,8	52,9	6,6	0,4	420,0	52,4	22,3	42,2
2005	759	531,3	5,7	50,9	6,7	0,4	421,8	55,6	22,3	43,8
2006	757	529,9	5,7	50,0	6,6	0,4	423,5	55,9	23,1	46,2
2007	723	506,1	5,6	51,3	7,1	0,4	430,6	59,6	22,9	44,6
2008	746	522,2	5,5	51,5	6,9	0,4	429,4	57,6	23,3	45,2
2009	690	483,0	5,4	52,4	7,6	0,4	439,4	63,7	24,7	47,1
2010	691	483,7	5,4	63,6	9,2	0,5	445,8	64,5	27,6	43,4

* Produktion plus Einfuhr abzüglich Ausfuhr = Gesamtangebot am Markt

** LEH-Anteil am jeweiligen Gesamtangebot

¹⁾ Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

²⁾ Quelle: SymphonyIRI Group GmbH, Düsseldorf

³⁾ ohne Spirituosen-Mixgetränke (RTD)

Die Entwicklung des Whisk(e)y-Absatzes im LEH¹⁾ nach Gattungen in 1.000 Flaschen à 0,7 l 2002 bis 2011

Jahr	Whisk(e)y gesamt	Scotch	Malt	Bourbon	American Blend	Sonstiger Whisk(e)y
Bundesgebiet Gesamt:						
Jahr 2002	21.784	10.503	1.517	6.424	1.783	1.557
Jahr 2003	21.963	10.374	1.722	6.771	1.653	1.448
Jahr 2004	22.288	10.055	1.840	7.225	1.775	1.394
Jahr 2005	22.315	9.661	2.077	7.397	1.918	1.262
Jahr 2006	23.074	10.366	2.489	6.772	2.058	1.388
Jahr 2007	22.898	10.607	2.134	6.477	2.094	1.585
Jahr 2008	23.294	9.325	1.840	7.078	2.311	2.740
Jahr 2009	24.688	9.234	1.660	7.899	2.671	3.224
Jahr 2010	27.624	11.163	1.684	9.250	3.022	2.505
Januar - August 2011	17.765	7.005	991	6.232	1.936	1.600

Westdeutschland:						
Jahr 2002	17.207	8.494	1.245	4.611	1.619	1.238
Jahr 2003	17.698	8.595	1.409	5.016	1.511	1.168
Jahr 2004	17.556	8.214	1.448	5.154	1.652	1.089
Jahr 2005	17.571	7.824	1.539	5.443	1.800	966
Jahr 2006	17.859	8.188	1.825	4.908	1.928	1.009
Jahr 2007	17.759	8.262	1.588	4.792	1.946	1.171
Jahr 2008	18.318	7.602	1.385	5.258	2.045	2.028
Jahr 2009	19.514	7.478	1.224	6.061	2.377	2.373
Jahr 2010	21.774	9.076	1.263	6.963	2.725	1.748
Januar - August 2011	14.231	5.603	756	4.811	1.756	1.304

Ostdeutschland:						
Jahr 2002	4.578	2.009	272	1.812	164	321
Jahr 2003	4.298	1.779	314	1.755	142	279
Jahr 2004	4.732	1.841	392	2.070	123	305
Jahr 2005	4.745	1.837	538	1.955	118	297
Jahr 2006	5.215	2.178	664	1.865	130	379
Jahr 2007	5.139	2.345	546	1.685	148	415
Jahr 2008	4.976	1.723	455	1.820	266	712
Jahr 2009	5.174	1.756	435	1.838	294	850
Jahr 2010	5.850	2.087	421	2.287	297	757
Januar - August 2011	3.534	1.402	235	1.421	180	296

¹⁾ Zahlen exklusive Aldi

Quelle: SymphonyIRI Group GmbH, Düsseldorf

Absatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2010 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	Soft- Spiri- tuosen	Klare	Whisky	Typen, Formen und Größen insges.
GESCHÄFTSTYPEN:¹⁾							
Verbraucher- märkte	13	8	26	8	38	7	100
Discounter	15	7	28	5	40	5	100
Restl. LEH	16	7	27	7	39	4	100
ORGANISATIONSFORMEN:²⁾							
Metro EH	14	8	25	7	36	10	100
REWE-Gruppe	13	7	25	7	41	7	100
EDEKA-Gruppe	16	7	29	8	35	5	100
MARKANT- Gruppe	14	8	27	8	36	7	100
Restl. LEH	14	8	28	4	41	5	100
VERKAUFSFLÄCHEN:³⁾							
bis 399 qm	16	7	27	6	40	4	100
400 – 799 qm^{*)}	15	7	28	5	40	5	100
800 – 1 499 qm	14	7	25	8	40	6	100
1 500 – 2 499 qm	13	8	25	9	39	6	100
2 500 – 4 999 qm	14	7	28	9	34	8	100
5 000 qm und mehr	13	8	28	7	35	9	100
LEH gesamt	14	7	27	7	39	6	100

^{*)} Inklusive Discounter

Quelle: SymphonyIRI Group

DATEN AUS DER ALKOHOLWIRTSCHAFT

**Gesamtabsatzanteile einzelner Spirituosenarten im LEH 2010
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	Soft- Spiri- tuosen	Klare	Whisky
GESCHÄFTSTYPEN:¹⁾						
Verbraucher- märkte	48	54	50	62	50	62
Discounter	39	35	38	26	38	30
Restl. LEH	13	11	12	12	12	8
ORGANISATIONSFORMEN:²⁾						
Metro EH	8	8	7	7	7	12
REWE-Gruppe	22	23	22	25	25	25
EDEKA-Gruppe	35	30	34	35	30	26
MARKANT- Gruppe	16	17	16	20	16	19
Restl. LEH	19	22	21	13	22	18
VERKAUFSFLÄCHEN:³⁾						
bis 399 qm	6	5	5	5	5	3
400 – 799 qm^{*)}	46	42	44	34	45	35
800 – 1 499 qm	15	16	14	18	16	15
1 500 – 2 499 qm	7	8	7	10	8	8
2 500 – 4 999 qm	13	13	14	17	12	16
5 000 qm und mehr	13	16	16	16	14	23
Gesamtsumme bei ¹⁾²⁾³⁾	100	100	100	100	100	100

^{*)} Inklusive Discounter

Quelle: SymphonyIRI Group

Anteile von Geschäftstypen im LEH 2010 an den vorhandenen Geschäften im LEH und am gesamten Spirituosenabsatz

(Anteil der Geschäfte im Lebensmittel-Einzelhandel [LEH]: 36 600; ohne Kaufhäuser, Fachhandel und Aldi; Gesamtspirituosenabsatz 445,5 Mio. Flaschen à 0,7 l^{*)}; Angaben in Prozent)

	Vorhandene Geschäfte	Spirituosenabsatz
GESCHÄFTSTYPEN:¹⁾		
Verbrauchermärkte	24	52
Discounter	32	37
Restl. LEH	44	11
ORGANISATIONSFORMEN:²⁾		
Metro EH	1	8
REWE-Gruppe	30	24
EDEKA-Gruppe	33	32
MARKANT-Gruppe	17	17
Restl. LEH	19	19
VERKAUFSFLÄCHEN:³⁾		
bis 399 qm	35	5
400 – 799 qm ^{**)}	41	43
800 – 1 499 qm	13	16
1 500 – 2 499 qm	6	8
2 500 – 4 999 qm	3	13
5 000 qm und mehr	2	15
Gesamtsumme bei ¹⁾²⁾³⁾	100	100

^{*)} Inklusive Discounter und Drogerie-Märkte: 549,9 Mio. Flaschen à 0,7 l

^{**)} Inklusive Discounter

Quelle: SymphonyIRI Group