

1.4 Weinkonsum in Österreich

1.4.1 Entwicklung Wein- und Sektkonsum

Vertriebskanäle für Wein

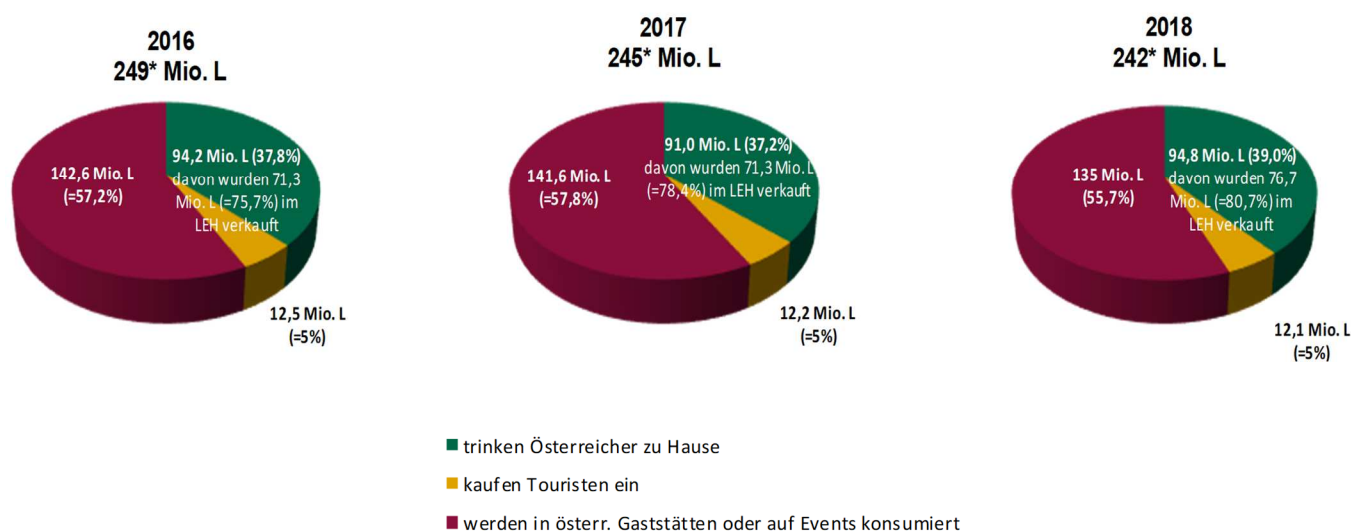


Abbildung 22: Weinkonsum in Österreich 2016 – 2018 nach Distributionskanälen (Gesamtmenge in- und ausländischer Wein inkl. Schaumwein)⁴⁵

2018 wurden in Österreich durchschnittlich 242* Mio. Liter Wein konsumiert. Von dieser Menge wurde der Großteil (135,0 Mio. Liter oder 55,7%) in der Gastronomie oder auf Events konsumiert. Weitere 94,8 Mio. Liter (39,0%) wurden in österreichischen Haushalten konsumiert. Der Großteil der konsumierten Haushaltsmenge kann Einkäufen im LEH zugeordnet werden (76,7 Mio. L; 80,7%)⁴⁶. Ca. 12,1 Mio. Liter (5%) wurden von Touristen eingekauft.

1.4.1.1 Weinkonsum in Österreich

Im Bilanzjahr 2017/2018 betrug der Weinkonsum in Österreich 2,3 Mio. hl⁴⁷. Das entspricht einem leichten Rückgang von -0,29% gegenüber dem Konsum 2016/2017.

Umgerechnet auf den Pro-Kopf-Verbrauch bedeuten das 26,7 Liter pro Person (-0,75% zu 2017). Der Pro-Kopf-Verbrauch von Bier liegt im Vergleich dazu bei 104,4 Liter (vgl. Abb. 25). Der generell eher niedrige Pro-Kopf-Verbrauch von Wein ist für Beobachter wenig überraschend, da sie subjektiv bereits seit Jahren einen Rückgang wahrnehmen. Andererseits sind die starken Schwankungen um bis zu 40 Millionen Liter in den Jahreskonsumzahlen im letzten Jahrzehnt laut Statistik Austria sicher nicht realistisch. Insgesamt geht der Pro-Kopf-Verbrauch von Wein aber aufgrund verschiedener Faktoren zurück: höheres Gesundheitsbewusstsein, geändertes Konsumverhalten (das traditionelle Gläschen Wein zum Essen ist am Aussterben), eine älter werdende Gesellschaft (ältere Menschen trinken weniger), oder die Zuwanderung von Menschen aus Ländern ohne Wein-Tradition.

⁴⁵ Quelle: GfK, Gesamtkonsum 2018; Stand Juni 2019. *) Gesamtkonsum errechnet aus Durchschnitt der letzten 5 Jahre lt. Versorgungsbilanz Statistik Austria; Stand Mai 2019.

⁴⁶ Um den gesamten Weinkonsum in Österreich widerzuspiegeln, wurden die Absätze im LEH auf 100% Abdeckung hochgerechnet.

⁴⁷ Quelle: Versorgungsbilanz Statistik Austria; Stand April 2019

Im Durchschnitt wurden in Österreich in den letzten 15 Jahren rund 2,4 Mio. hl Wein pro Jahr konsumiert.⁴⁸

Jahr	Konsum in hl	Jahr	Konsum in hl	Jahr	Konsum in hl
1980/81	2.617.906	1997/98	2.460.764	2014/15	2.322.028
1981/82	2.594.786	1998/99	2.478.349	2015/16	2.417.103
1982/83	2.626.493	1999/00	2.505.291	2016/17	2.359.462
1983/84	2.622.735	2000/01	2.476.616	2017/18	2.352.596
1984/85	2.596.756	2001/02	2.290.740		
1985/86	2.524.356	2002/03	2.402.987		
1986/87	2.584.623	2003/04	2.262.683		
1987/88	2.612.580	2004/05	2.442.753		
1988/89	2.621.115	2005/06	2.643.468		
1989/90	2.669.761	2006/07	2.679.684		
1990/91	2.654.359	2007/08	2.410.223		
1991/92	2.645.399	2008/09	2.437.965		
1992/93	2.642.435	2009/10	2.664.024		
1993/94	2.542.447	2010/11	2.545.749		
1994/95	2.536.706	2011/12	2.578.020		
1995/96	2.496.582	2012/13	2.476.808		
1996/97	2.425.859	2013/14	2.665.893		

Abbildung 23: Weinkonsum von 1980/81 bis 2017/18 (in hl)⁴⁹

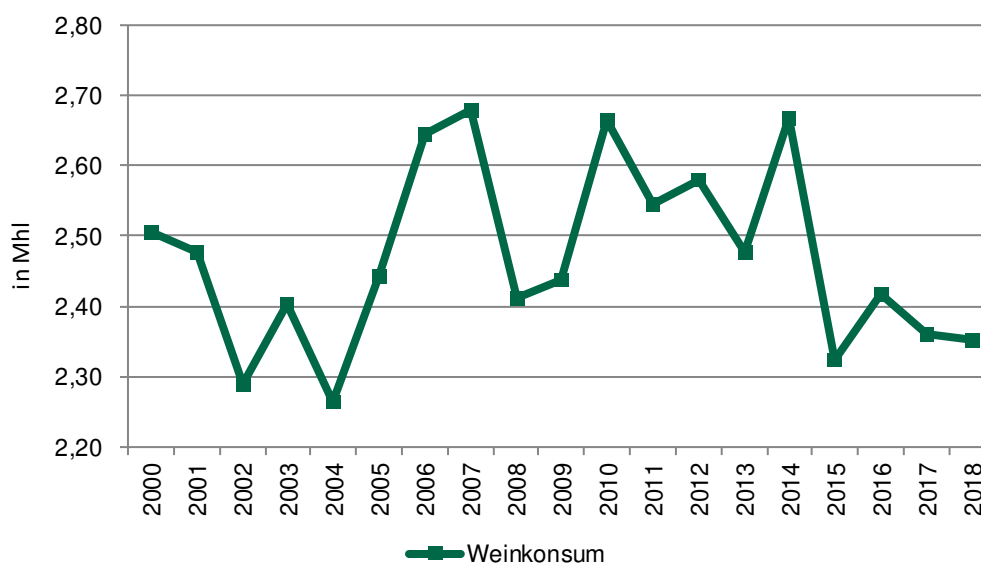


Abbildung 24: Weinkonsum in Österreich 2000 - 2018⁵⁰

⁴⁸ Quelle: Statistik Austria, Versorgungsbilanz für Wein 2017/2018

⁴⁹ Quelle: Darstellung ÖWM nach Statistik Austria, Versorgungsbilanz für Wein 1980/81 – 2017/18

⁵⁰ Quelle: Statistik Austria, Versorgungsbilanz für Wein 2017/2018

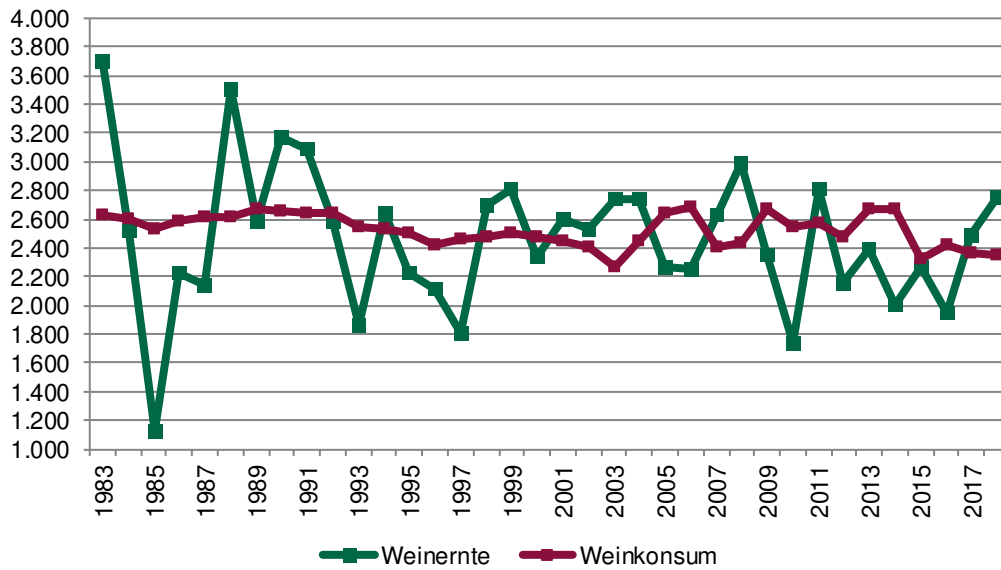


Abbildung 25: Weinernte und Weinkonsum 1983 - 2018 in Österreich⁵¹

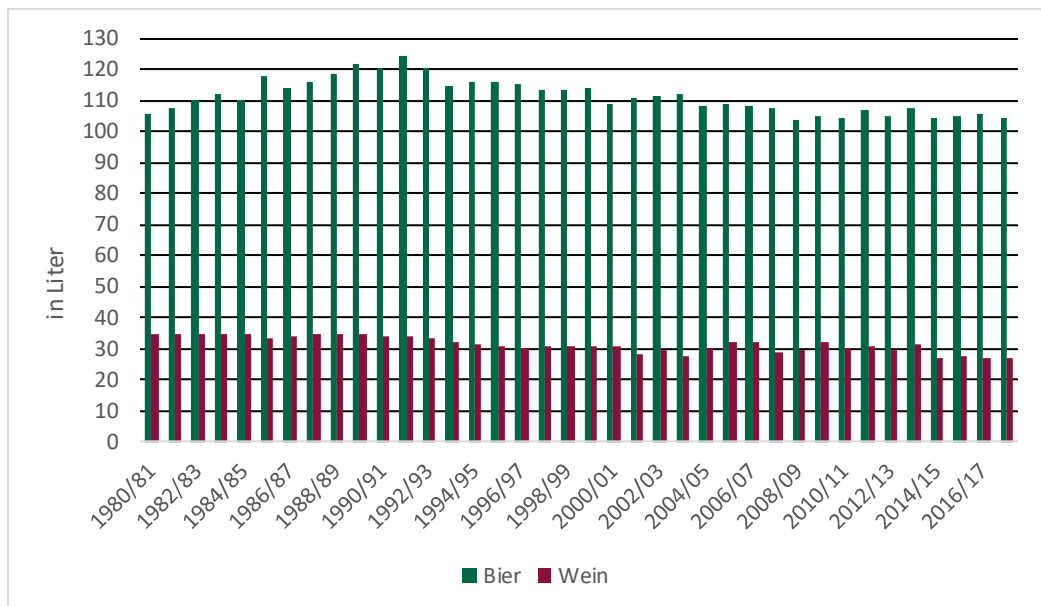


Abbildung 26: Bier- und Weinkonsum in Österreich seit 1980 pro Kopf in Liter⁵²

⁵¹ Darstellung ÖWM nach Statistik Austria, Erntebericht und Versorgungsbilanz 2019

⁵² Darstellung ÖWM nach Statistik Austria; Versorgungsbilanz für Wein und Bier 1980/81-2017/18

1.4.1.2 Sektkonsum in Österreich

Jahr	Verbrauch in Liter	Verbrauch 0,75 l Flaschen
1990	14.045.834	18.727.778
1991	18.629.170	24.838.890
1992	11.041.669	14.722.223
1993	13.674.998	18.233.333
1994	11.186.111	14.914.816
1995	14.405.556	19.207.406
1996	16.100.000	21.466.666
1997	16.525.000	22.033.333
1998	15.280.000	20.373.334
1999	18.545.000	24.726.667
2000	14.625.000	19.500.000
2001	14.920.563	19.894.084
2002	14.305.556	19.074.074
2003	13.055.554	17.407.405
2004	13.402.770	17.870.360
2005	16.093.324	21.457.765
2007	14.850.000	19.800.000
2008	15.150.000	20.200.000
2009	15.604.500	20.806.000
2010	16.650.000	22.200.000
2011	17.812.500	23.750.000
2012	18.000.000	24.000.000
2013	18.750.000	25.000.000
2011	17.812.500	23.750.000
2012	18.000.000	24.000.000
2013	18.750.000	25.000.000

Abbildung 27: Inlandskonsum Sekt von 1990 - 2013⁵³

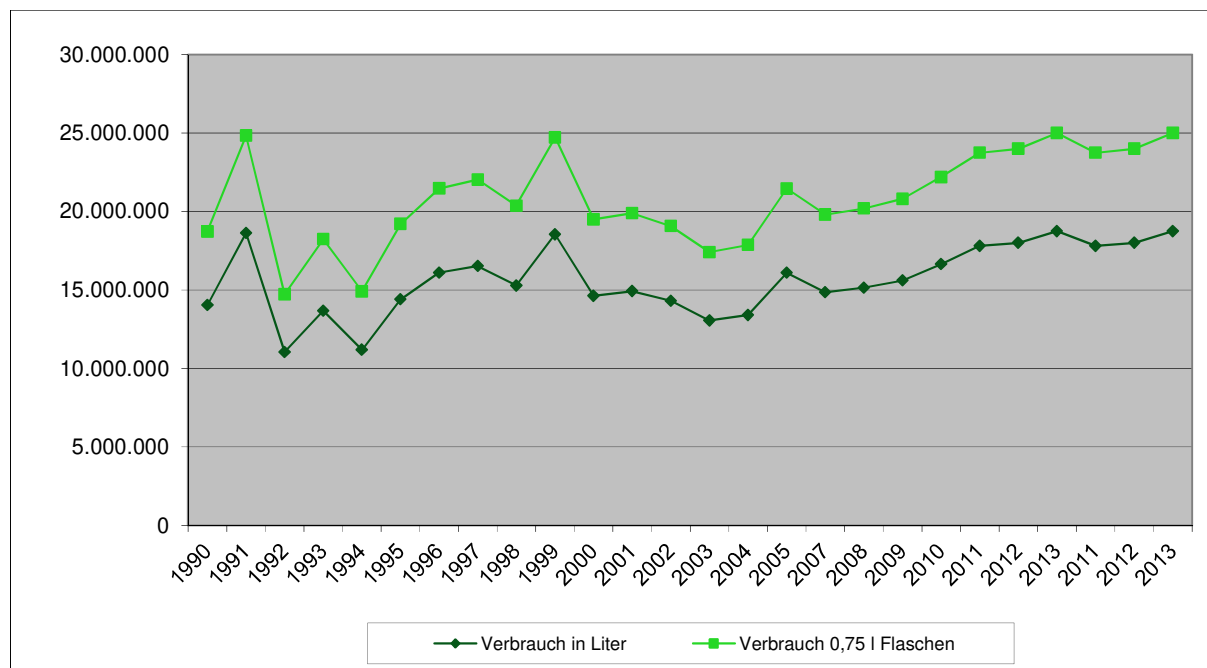


Abbildung 28: Inlandskonsum Sekt von 1990-2013

⁵³ Quelle Österreichisches Sektkomitee: Hochrechnungen aus AC Nielsen und IWSR Daten

1.4.2 Gastronomie und Heimkonsum

1.4.2.1 Gastronomie und C+C/Zustellgroßhandel

Die Gastronomie spielt im Weingeschäft als Absatzmittler und Imagebildner eine bedeutende Rolle. Immerhin wurden laut GfK im Jahr 2018 insgesamt rund 135 Mio. Liter in der Gastronomie konsumiert. Der durchschnittliche Jahreskonsum in Österreich beträgt 242 Mio. Liter⁵⁴, d.h. mehr als die Hälfte des konsumierten Weins in Österreich wird in der Gastronomie und bei Events (Festen) verkauft. Es wird geschätzt, dass der Gastronomieabsatz in den ländlichen Gebieten der weinbautreibenden Bundesländer zurückgeht, in den Tourismusgebieten Westösterreichs und im Städte- und Kulturtourismus jedoch noch weiter steigen wird.

Die Nachfrage nach Wein aus Österreich ist in der Gastronomie ungebrochen hoch. Noch immer werden die heimischen Sortimente ausgebaut und ausländische Positionen gestrichen. 2018 liegt der Marktanteil bei 90% (2003: 84%). Eine Ausnahme ist der Schankwein, wo vor allem bei den billigsten Qualitäten und beim G'spritzten immer stärker auf Import-Billigweine umgestellt wird, die auch vom LEH und Discount in 2 Liter PET-Flaschen um 1,99 € angeboten werden. Dieser Produkttyp hat als einziger Importwein derzeit starke Zuwachsraten. Die österreichische Weinwirtschaft muss daher aus strategischen Gründen noch viel stärker mit den wichtigen Argumenten des Herkunftsmarketings in der Gastronomie Fuß fassen und dies auch auf den Schankwein/Hauswein ausdehnen (generischer Qualitätswein, Landwein, Rebsortenwein).

1.4.2.1.1 Scanning-Zahlen aus dem C+C/Zustellgroßhandel⁵⁵

Im Unterschied zum Lebensmitteleinzelhandel sind valide Zahlen aus dem Gastronomiebereich ohne umfassende Marktforschung nur schwer erhältlich. Einen interessanten Überblick über den Teilbereich des Gastrogroßhandels/C+C liefert das Institut Gastro-Data, das diese Zahlen analog zu AC Nielsen über Scanning-Zahlen des Großhandels erhebt und im „GastroPanel“ zusammenfasst. Diese Daten sind in diesem Kapitel dargestellt. Die Partner dieser Erhebung sind AGM, Kastner, Kiennast, Metro, Transgourmet und C+C Wedl, die in Summe 90% aller C+C Märkte und Gastronomie-Abholumsätze, 65% aller Zustell-Umsätze und einen geschätzten Marktanteil von 75-80% am gesamten Gastronomie-Großhandelsumsatz (Abholung und Zustellung) repräsentieren.

Der Gesamt-Gastronomie-Umsatz wird lt. Gastro-Data zu 90-93% direkt (Ab-Hof) und im Getränke-Fachhandel, zu 2% über Vertriebspartner (z.B. Brau-Union) oder im LEH und zu ca. 5-8% über C+C/Zustellgroßhandel bezogen. Da das Einkaufsverhalten bei allen Bezugsquellen (egal ob direkt, im Fachhandel oder C+C) ähnlich eingestuft wird und alle Bezugsquellen uneingeschränkter Zugang zu allen Lieferanten (Winzern) haben ist davon auszugehen, dass die Zahlen von Gastro-Data - obwohl sie nur einen kleinen Teil des Gesamtmarktes erheben - die Marktsituation gut darstellen.

⁵⁴ errechnet aus 5-Jahres-Durchschnitt lt. Versorgungsbilanz Statistik Austria; Stand Juni 2018.

⁵⁵ Quelle: Gastro Data GmbH I-XII 2018

1.4.2.1.2 Marktanteile Inland/Ausland C+C/Zustellgroßhandel

Mit 90% Marktanteil bei Menge und 88% bei Wert ist österreichischer Wein im C+C-Zustellgroßhandel die klare Nummer Eins. 2018 war der Gesamtabsatz von Wein leicht rückläufig, Wein aus Österreich ist aber trotzdem unangefochtener Marktdominator. Ausländischer Wein hatte 2018 einen Marktanteil von 9,7% bei Menge und 11,7% bei Wert.

Menge in L	ÖSTERREICH			AUSLAND			GESAMT		
	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %
2010	3.012.494		84,7 %	543.878		15,3 %	3.556.372		100,0 %
2011	3.532.925	17,3%	87,1 %	521.467	-4,1%	12,9 %	4.054.392	14,0%	100,0 %
2012	4.038.637	14,3%	88,2 %	540.735	3,7%	11,8 %	4.579.372	12,9%	100,0 %
2013	4.145.943	2,7%	88,6 %	533.105	-1,4%	11,4 %	4.679.048	2,2%	100,0 %
2014	3.837.977	-7,4%	88,4 %	502.041	-5,8%	11,6 %	4.340.018	-7,2%	100,0 %
2015	3.890.190	1,4%	89,1 %	478.098	-4,8%	10,9 %	4.368.288	0,7%	100,0 %
2016	4.049.278	4,1%	90,4 %	429.944	-10,1%	9,6 %	4.479.222	2,5%	100,0 %
2017	4.232.858	4,5%	91,1 %	415.857	-3,3%	8,9 %	4.648.715	3,8%	100,0 %
2018	4.117.601	-2,7%	90,3 %	442.573	6,4%	9,7 %	4.560.174	-1,9%	100,0 %

Abbildung 29: Marktanteile Inland/Ausland nach Menge

Wert in €	ÖSTERREICH			AUSLAND			GESAMT		
	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %
2010	13.063.177		84,9 %	2.324.835		15,1 %	15.388.012		100,0 %
2011	14.574.860	11,6%	86,1 %	2.355.052	1,3%	13,9 %	16.929.912	10,0%	100,0 %
2012	17.292.311	18,6%	86,3 %	2.746.550	16,6%	13,7 %	20.038.861	18,4%	100,0 %
2013	19.134.702	10,7%	86,9 %	2.893.046	5,3%	13,1 %	22.027.748	9,9%	100,0 %
2014	19.070.438	-0,3%	87,0 %	2.856.059	-1,3%	13,0 %	21.926.497	-0,5%	100,0 %
2015	19.558.473	2,6%	87,2 %	2.880.963	0,9%	12,8 %	22.439.436	2,3%	100,0 %
2016	20.811.062	6,4%	88,0 %	2.825.885	-1,9%	12,0 %	23.636.946	5,3%	100,0 %
2017	21.794.339	4,7%	87,8 %	3.039.137	7,5%	12,2 %	24.833.476	5,1%	100,0 %
2018	21.479.029	-1,4%	88,3 %	2.835.989	-6,7%	11,7 %	24.315.018	-2,1%	100,0 %

Abbildung 30: Marktanteile Inland/Ausland nach Wert ⁵⁶

⁵⁶ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

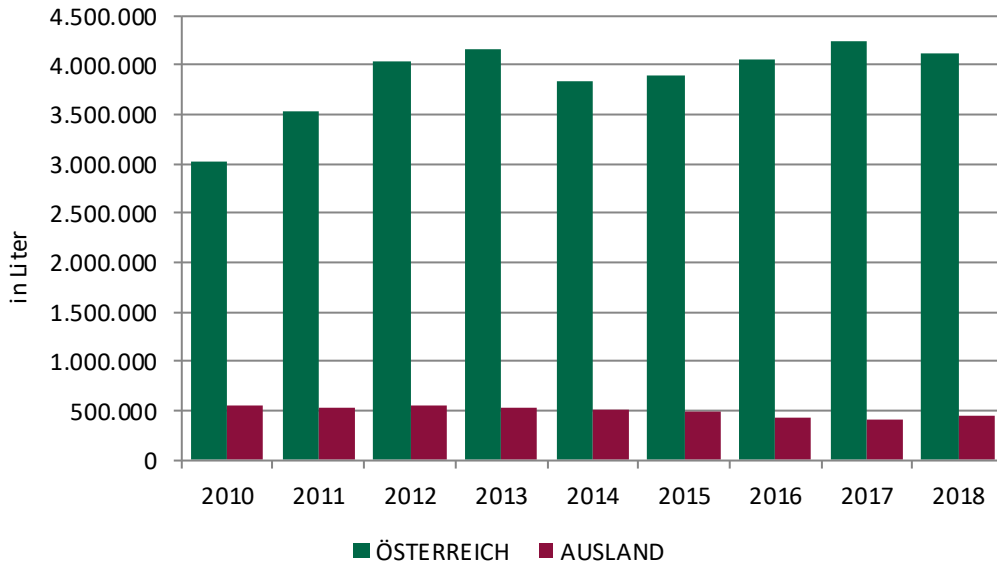


Abbildung 31: Marktanteile Inland/Ausland Menge⁵⁷



Abbildung 32: Marktanteile Inland/Ausland Wert⁵⁸

⁵⁷ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

⁵⁸ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

Die Analyse der Auslandsanteile zeigt, dass Italien das mit Abstand beliebteste Herkunftsland für ausländischen Wein in der Gastronomie ist. 85,1% aller ausländischen Weißweine und 76,7% aller ausländischen Rotweine stammen aus Italien. Je nach Menge oder Wert bzw. Rot- oder Weißwein liegen Frankreich, Spanien, Übersee und das restliche Europa auf den Plätzen zwei bis vier.

Menge in L	2012				2014				2016				2018			
	absolut	% Diff.	VJ	MA in %	absolut	% Diff.	VJMA	in %	absolut	% Diff.	VJ	MA in %	absolut	% Diff.	VJ	MA in %
Italien	130.314	-0,1%	83,7	%	132.862	-7,2%	84,1	%	138.758	0,6%	84,7	%	140.801	1,2%	85,1	%
Frankreich	3.984	20,8%	2,6	%	4.042	-15,9%	2,6	%	5.044	2,7%	3,1	%	5.727	30,5%	3,5	%
Spanien	3.860	-5,1%	2,5	%	4.234	17,4%	2,7	%	1.565	-65,5%	1,0	%	2.729	124,0%	1,6	%
Restl. Europa	10.828	-10,4%	7,0	%	12.404	43,4%	7,9	%	13.904	9,3%	8,5	%	11.227	-14,2%	6,8	%
Übersee	6.630	-1,6%	4,3	%	4.412	-18,0%	2,8	%	4.528	-16,4%	2,8	%	4.898	2,4%	3,0	%

Abbildung 33: Weißweine Ausland nach Menge

Wert in €	2012				2014				2016				2018			
	absolut	% Diff.	VJ	MA in %	absolut	% Diff.	VJMA	in %	absolut	% Diff.	VJ	MA in %	absolut	% Diff.	VJ	MA in %
Italien	484.802	16,0%	77,0	%	562.061	-3,2%	78,4	%	640.425	4,5%	79,1	%	628.358	-4,7%	80,2	%
Frankreich	39.381	35,1%	6,3	%	40.378	-19,7%	5,6	%	50.563	7,5%	6,2	%	50.494	5,5%	6,4	%
Spanien	22.409	-1,9%	3,6	%	25.370	21,6%	3,5	%	11.006	-59,8%	1,4	%	16.589	94,3%	2,1	%
Restl. Europa	44.576	5,7%	7,1	%	60.699	52,1%	8,5	%	73.385	18,2%	9,1	%	55.066	-25,8%	7,0	%
Übersee	38.727	2,2%	6,1	%	27.987	-24,8%	3,9	%	34.272	-0,8%	4,2	%	33.324	-2,0%	4,3	%

Abbildung 34: Weißweine Ausland nach Wert⁵⁹

⁵⁹ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

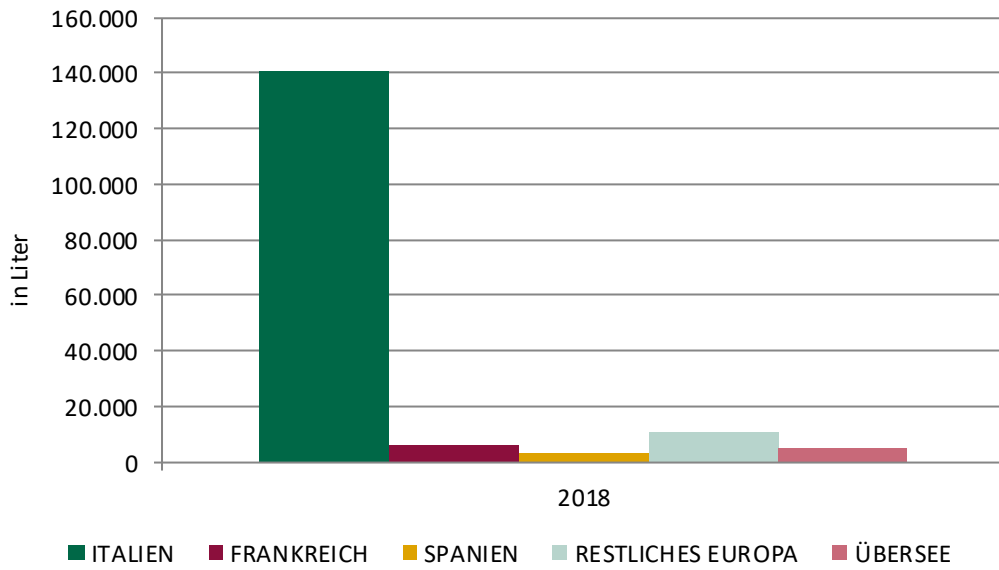


Abbildung 35: Weißweine Ausland Menge⁶⁰

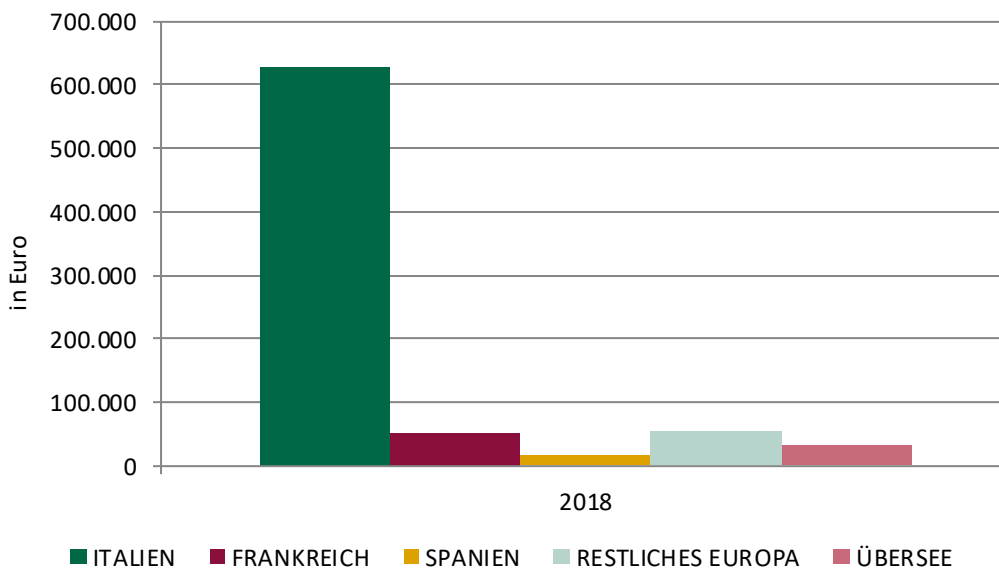


Abbildung 36: Weißweine Ausland Wert⁶¹

⁶⁰ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

⁶¹ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

Menge in L	2012			2014			2016			2018		
	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %
Italien	297.812	6,0%	78,1 %	262.683	-9,1%	77,5 %	201.410	-14,9%	78,5 %	212.888	11,0%	79,1 %
Frankreich	14.935	-1,8%	3,9 %	12.576	-5,7%	3,7 %	17.396	-25,8%	6,8 %	20.464	34,9%	7,6 %
Spanien	35.363	19,6%	9,3 %	24.948	-15,4%	7,4 %	10.550	-9,5%	4,1 %	10.543	5,1%	3,9 %
Restl. Europa	7.783	-13,9%	2,0 %	17.175	155,7%	5,1 %	10.616	-26,0%	4,1 %	8.458	-23,4%	3,1 %
Übersee	25.670	-0,3%	6,7 %	21.391	-10,6%	6,3 %	16.453	-19,8%	6,4 %	16.789	22,3%	6,2 %

Abbildung 37: Rotweine Ausland nach Menge⁶²

Wert in €	2012			2014			2016			2018		
	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %
Italien	1.395.284	18,1%	66,6 %	1.433.728	-1,8%	68,1 %	1.329.608	-4,6%	68,7 %	1.365.803	-3,7%	68,8 %
Frankreich	167.019	23,5%	8,0 %	173.731	20,2%	8,2 %	186.995	-15,3%	9,7 %	213.367	22,0%	10,7 %
Spanien	272.617	18,3%	13,0 %	226.742	-14,4%	10,8 %	169.163	-1,1%	8,7 %	168.306	-44,4%	8,5 %
Restl. Europa	42.702	7,5%	2,0 %	60.388	29,1%	2,9 %	56.964	10,1%	2,9 %	49.835	-19,6%	2,5 %
Übersee	218.093	11,3%	10,4 %	211.341	-2,8%	10,0 %	192.381	-11,7%	9,9 %	188.474	19,5%	9,5 %

Abbildung 38: Rotweine Ausland nach Wert⁶³⁶² Quelle: GastroPanel I-XII 2018⁶³ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

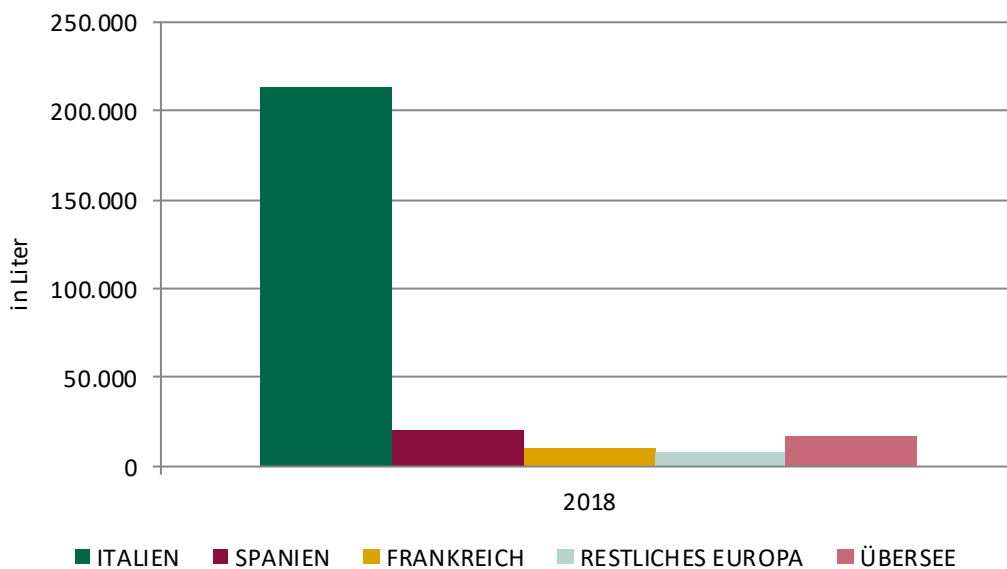


Abbildung 39: Rotweine Ausland Menge⁶⁴

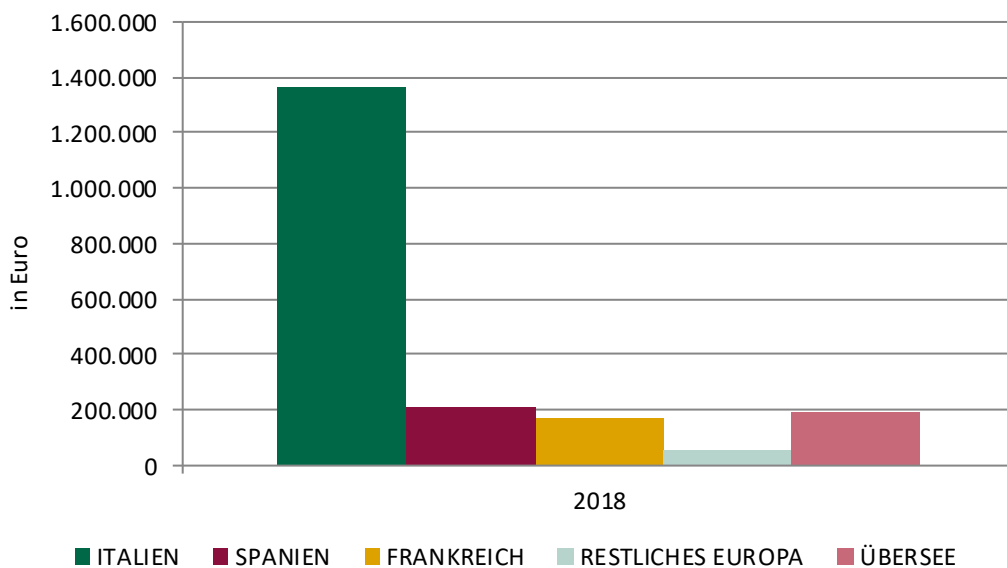


Abbildung 40: Rotweine Ausland Wert⁶⁵

⁶⁴ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

⁶⁵ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

1.4.2.1.3 Analyse Inlandsanteil

Bei der Verteilung der Marktanteile von Rot-, Weiß- und Roséweinen im Inland zeigt sich, dass Weißweine den Markt in der Gastronomie noch immer klar dominieren. Derzeit machen Weißweine 61% der Menge und 60% des Wertes aus; dahinter folgt Rotwein mit 38% bei Menge und 38% bei Wert. Der Marktanteil von Roséweinen liegt seit 2011 sowohl bei Menge als auch Wert im 1%-Bereich.

Menge in L	ROSE			ROT			WEISS			GESAMT		
	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %
2011	25.558		0,7 %	1.336.141		37,8 %	2.171.226		61,5 %	3.532.925		100,0 %
2012	33.589	31,4%	0,8 %	1.481.863	10,9%	36,7 %	2.523.186	16,2%	62,5 %	4.038.638	14,3%	100,0 %
2013	34.827	3,7%	0,8 %	1.502.924	1,4%	36,3 %	2.608.192	3,4%	62,9 %	4.145.943	2,7%	100,0 %
2014	37.143	6,7%	1,0 %	1.489.806	-0,9%	38,8 %	2.311.028	-11,4%	60,2 %	3.837.977	-7,4%	100,0 %
2015	41.147	10,8%	1,1 %	1.482.758	-0,5%	38,1 %	2.366.286	2,4%	60,8 %	3.890.191	1,4%	100,0 %
2016	40.757	-0,9%	1,0 %	1.543.263	4,1%	38,1 %	2.465.258	4,2%	60,9 %	4.049.278	4,1%	100,0 %
2017	45.321	11,2%	1,1 %	1.603.212	3,9%	37,9 %	2.584.325	4,8%	61,1 %	4.232.858	4,5%	100,0 %
2018	46.614	2,9%	1,1 %	1.547.891	-3,5%	37,6 %	2.523.096	-2,4%	61,3 %	4.117.601	-2,7%	100,0 %

Abbildung 41: Inlands- Marktanteile Rosé/Rot/Weiß nach Menge⁶⁶

Wert in €	ROSE			ROT			WEISS			GESAMT		
	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %
2011	127.279		0,9 %	6.058.663		41,6 %	8.388.921		57,6 %	14.574.863		100,0 %
2012	159.908	25,6%	0,9 %	7.082.755	16,9%	41,0 %	10.049.648	19,8%	58,1 %	17.292.311	18,6%	100,0 %
2013	186.550	16,7%	1,0 %	7.568.489	6,9%	39,6 %	11.379.663	13,2%	59,5 %	19.134.702	10,7%	100,0 %
2014	209.195	12,1%	1,1 %	7.653.492	1,1%	40,1 %	11.207.751	-1,5%	58,8 %	19.070.438	-0,3%	100,0 %
2015	240.363	14,9%	1,2 %	7.656.684	0,0%	39,1 %	11.661.426	4,0%	59,6 %	19.558.473	2,6%	100,0 %
2016	247.928	3,1%	1,2 %	8.040.264	5,0%	38,6 %	12.522.870	7,4%	60,2 %	20.811.062	6,4%	100,0 %
2017	285.706	15,2%	1,3 %	8.298.392	3,2%	38,1 %	13.210.241	5,5%	60,6 %	21.794.339	4,7%	100,0 %
2018	299.248	4,7%	1,4 %	8.214.450	-1,0%	38,2 %	12.965.332	-1,9%	60,4 %	21.479.029	-1,4%	100,0 %

Abbildung 42: Inlands-Marktanteile Rosé/Rot/Weiß nach Wert⁶⁷

⁶⁶ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

⁶⁷ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

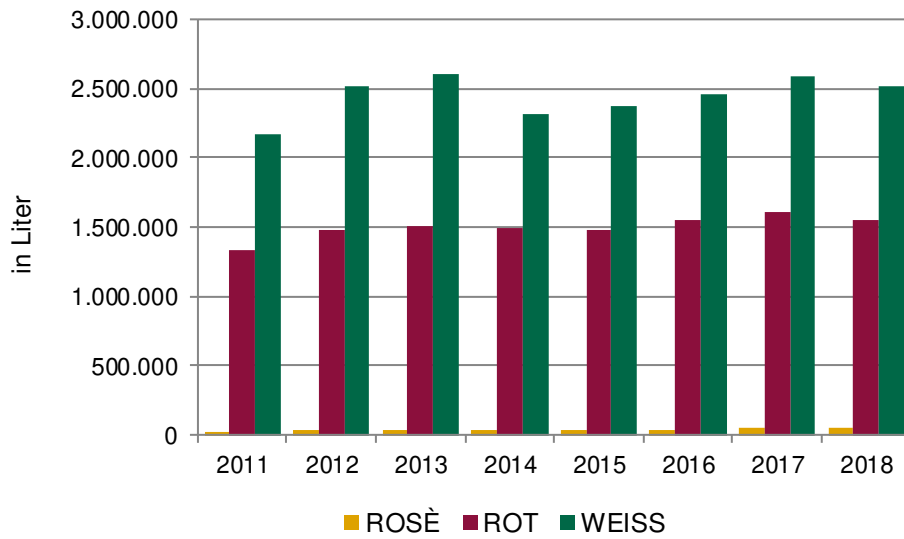


Abbildung 43: Inlands-Marktanteile Rosé/Rot/Weiß nach Menge⁶⁸

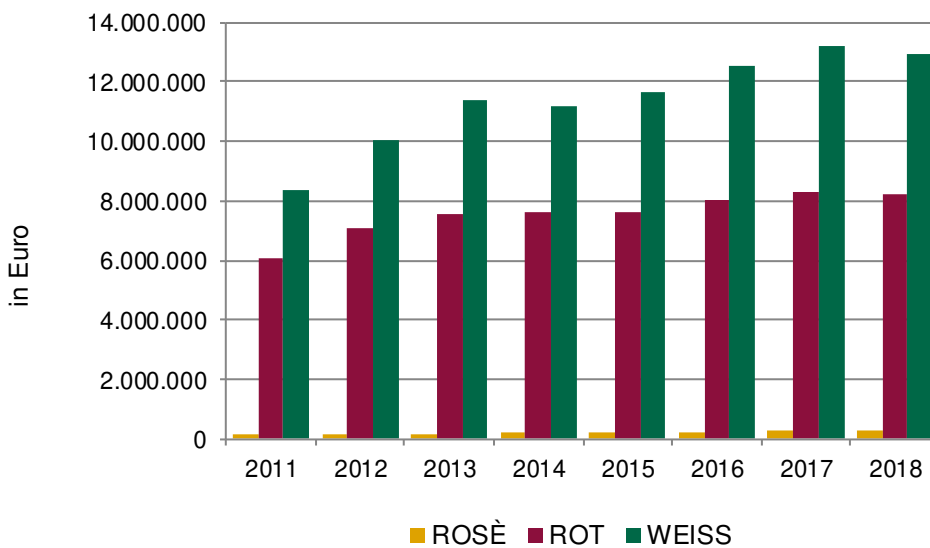


Abbildung 44: Inlands-Marktanteile Rosé/Rot/Weiß nach Wert⁶⁹

⁶⁸ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

⁶⁹ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

Mengenmäßig werden 90% der Weine im Großhandel in den Preisklassen bis 9,99 € verkauft. Den stärksten Umsatz bringen Weine in der Preisklasse von 6,00-9,99 € (42,5%). Auf den Plätzen zwei bis sechs folgen umsatzmäßig die Preisklassen 10,00-14,99 € (17,7%), bis 2,99 € (14,5%), 3,00-5,99 € (13,0%), 15-24,99 € (7,3%) und über 25 € (4,9%).

Menge in L	2012			2014			2016			2018		
	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %
bis 2,99	2.022.313		50,4 %	1.694.557	-16,6%	43,9 %	1.624.261	2,9%	41,2 %	1.833.006	-0,3%	44,3 %
3,00 - 5,99	650.036		16,2 %	638.262	-3,9%	16,5 %	722.454	-3,0%	18,3 %	702.612	-4,0%	17,0 %
6,00 - 9,99	1.032.849		25,7 %	1.077.767	-3,3%	27,9 %	1.137.751	1,9%	28,9 %	1.164.450	-1,8%	28,2 %
10,00 - 14,99	220.710		5,5 %	281.414	14,8%	7,3 %	327.052	4,6%	8,3 %	323.322	-1,7%	7,8 %
15,00 - 24,99	70.335		1,8 %	72.334	-6,9%	1,9 %	99.754	29,6%	2,5 %	83.536	-15,7%	2,0 %
größer 25	19.413		0,5 %	25.664	31,3%	0,7 %	28.441	11,3%	0,7 %	27.487	-2,3%	0,7 %

Abbildung 45: Inlands-Verteilung Absatz nach Preisklassen⁷⁰

Wert in €	2012			2014			2016			2018		
	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %
bis 2,99	2.981.413		17,3 %	2.853.268	-16,4%	14,8 %	2.506.224	3,8%	12,4 %	3.129.908	7,7%	14,5 %
3,00 - 5,99	2.448.171		14,2 %	2.540.884	-3,8%	13,2 %	2.762.638	1,7%	13,6 %	2.804.254	-4,8%	13,0 %
6,00 - 9,99	7.464.618		43,4 %	8.161.328	-1,7%	42,4 %	8.709.247	3,2%	43,0 %	9.157.864	-1,1%	42,5 %
10,00 - 14,99	2.458.691		14,3 %	3.128.644	11,1%	16,3 %	3.679.360	7,4%	18,2 %	3.818.394	-0,3%	17,7 %
15,00 - 24,99	1.225.552		7,1 %	1.313.126	-5,2%	6,8 %	1.651.957	19,9%	8,1 %	1.566.807	-8,4%	7,3 %
größer 25	623.364		3,6 %	840.972	29,1%	4,4 %	960.216	14,3%	4,7 %	1.052.759	8,9%	4,9 %

Abbildung 46: Inlands-Verteilung Umsatz nach Preisklassen⁷¹⁷⁰ Quelle: GastroPanel I-XII 2018⁷¹ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

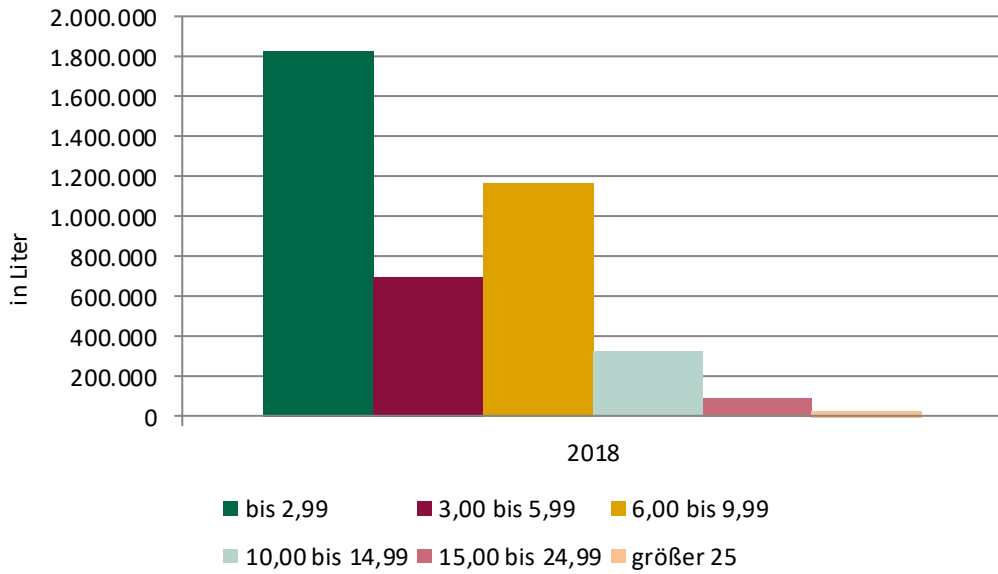


Abbildung 47: Abbildung 48: Inlands-Verteilung Absatz nach Preisklassen⁷²

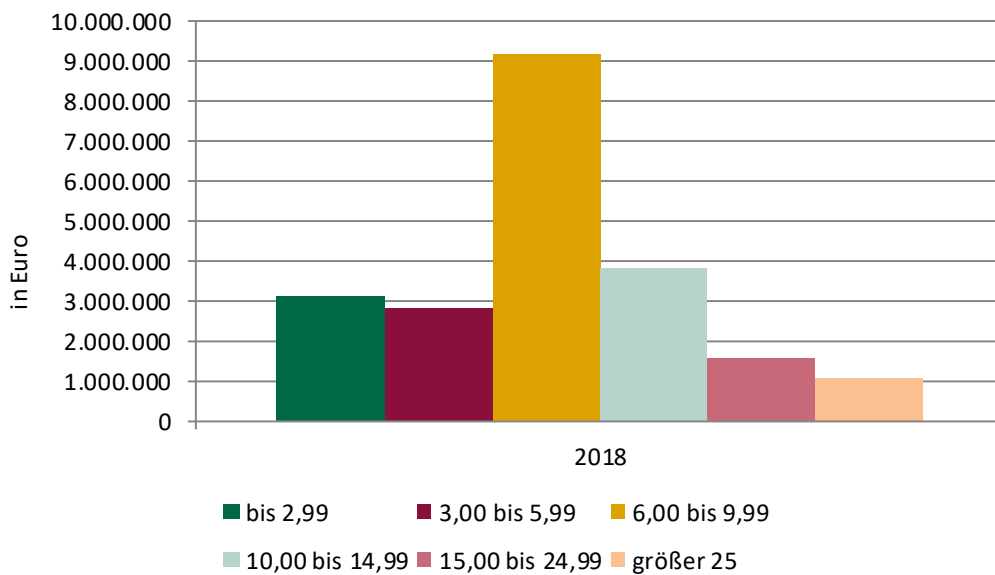


Abbildung 49: Inlands-Verteilung Umsatz nach Preisklassen⁷³

⁷² Quelle: GastroPanel I-XII 2018

⁷³ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

Die Durchschnittspreise im Großhandel konnten in den letzten Jahren konstant angehoben werden. 2018 lag der Durchschnittspreis bei 5,21 € pro Flasche.

DS-Preise	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
bis 2,99	1,47	1,68	1,68	1,53	1,54	1,58	1,71
3,00 - 5,99	3,77	3,98	3,98	3,65	3,82	4,02	3,99
6,00 - 9,99	7,23	7,45	7,57	7,56	7,65	7,81	7,86
10,00 - 14,99	11,14	11,49	11,12	10,95	11,25	11,65	11,81
15,00 - 24,99	17,42	17,82	18,15	17,90	16,56	17,25	18,76
größer 25	32,11	33,33	32,77	32,85	33,76	34,34	38,30
Gesamt	4,28	4,62	4,98	5,02	5,13	5,14	5,21

Abbildung 50: Durchschnittspreise 2012-2018 nach Preisklassen

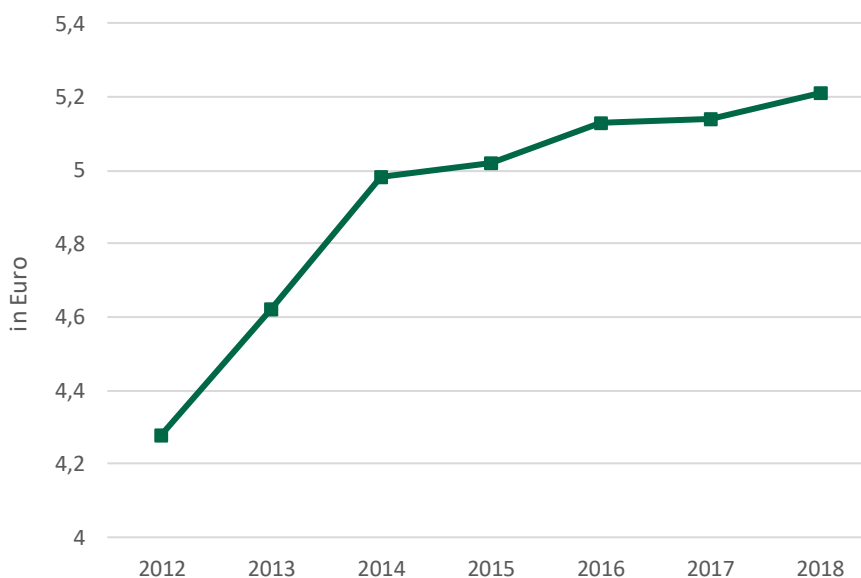


Abbildung 51: Entwicklung Durchschnittspreise 2012-2018

Mit über einem Fünftel des Gesamtab- und -umsatzes ist der Grüne Veltliner die mit Abstand wichtigste heimische Rebsorte im Großhandel. Der Marktanteil lag 2018 bei rund 24% sowohl bei Menge als auch Wert. An zweiter Stelle folgen umsatzmäßig der Blaue Zweigelt, gefolgt von Weißburgunder/Chardonnay und Welschriesling. Die Top 10 der wichtigsten Rebsorten machen 49,3% der Menge und 59,5% des Umsatzes aus. Diese Zahlen verdeutlichen den hohen Stellenwert, den diese 10 Rebsorten in der heimischen Weinwirtschaft einnehmen.

Menge in L	2012		2014		2016		2018	
	Liter	%	Liter	%	Liter	%	Liter	%
Grüner Veltliner	852.772	21,6%	922.986	23,9%	969.717	23,9%	999.424	23,6%
Blauer Zweigelt	434.877	12,4%	444.693	11,5%	433.923	10,7%	397.347	9,4%
Weißburgunder/Chardonnay	406.348	7,6%	135.279	3,5%	155.380	3,8%	142.199	3,4%
Welschriesling	195.878	5,7%	169.526	4,4%	189.077	4,7%	220.137	5,2%
Blaufränkisch	132.145	6,2%	132.015	3,4%	124.227	3,1%	118.094	2,8%
Sauvignon Blanc	86.139	4,5%	86.230	2,2%	99.749	2,5%	98.585	2,3%
Riesling	84.966	4,0%	73.837	1,9%	82.055	2,0%	76.926	1,8%
Blauer Portugieser	32.955	0,4%	16.169	0,4%	14.706	0,4%	10.699	0,3%
St.Laurent	22.271	1,2%	20.779	0,5%	20.326	0,5%	17.969	0,4%
Pinot Noir	9.326	0,6%	8.648	0,2%	9.008	0,2%	8.100	0,2%
Summe Top 10	2.257.677	64,1%	2.010.162	52,0%	2.098.168	51,7%	2.089.479	49,3%
Gesamt Inland	4.065.040	100%	3.864.360	100%	4.059.551	100%	4.237.863	100%

Abbildung 52: Top 10 wichtigste Rebsorten Inland nach Menge⁷⁴

Wert in €	2012		2014		2016		2018	
	Euro	%	Euro	%	Euro	%	Euro	%
Grüner Veltliner	3.774.398	21,6%	4.450.025	115,2%	4.779.846	22,9%	5.155.608	23,6%
Blauer Zweigelt	2.161.289	12,4%	2.289.028	59,2%	2.330.550	11,2%	2.171.731	9,9%
Weißburgunder/Chardonnay	1.326.347	7,6%	1.150.887	29,8%	1.380.846	6,6%	1.323.922	6,1%
Welschriesling	988.230	5,7%	1.060.731	27,4%	1.140.841	5,5%	1.123.175	5,1%
Blaufränkisch	1.076.157	6,2%	1.078.127	27,9%	1.027.294	4,9%	968.571	4,4%
Sauvignon Blanc	787.481	4,5%	936.404	24,2%	1.136.155	5,4%	1.142.868	5,2%
Riesling	693.708	4,0%	743.486	19,2%	811.894	3,9%	791.526	3,6%
Blauer Portugieser	77.272	0,4%	63.954	1,7%	59.964	0,3%	49.586	0,2%
St.Laurent	201.757	1,2%	191.967	5,0%	189.545	0,9%	168.930	0,8%
Pinot Noir	109.286	0,6%	106.320	2,8%	111.577	0,5%	101.880	0,5%
Summe Top 10	11.195.924	64,2%	12.070.929	62,7%	12.968.511	62,0%	12.997.798	59,5%
Gesamt Inland	17.468.433	100%	19.247.925	100%	20.900.568	100%	21.848.233	100%

Abbildung 53: Abbildung 54: Top 10 wichtigste Rebsorten Inland nach Wert⁷⁵⁷⁴ Quelle: GastroPanel I-XII 2018⁷⁵ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

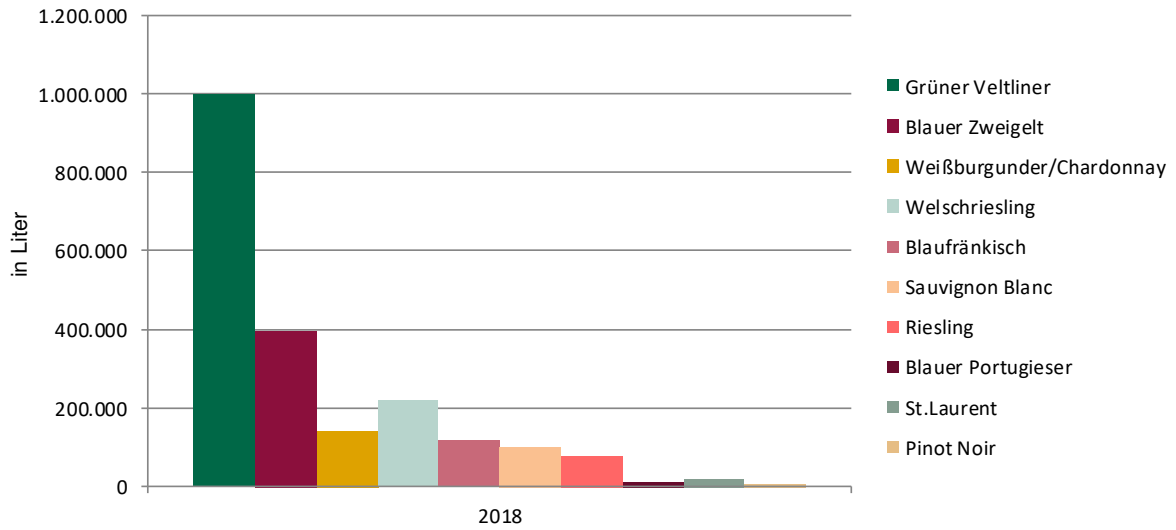


Abbildung 55: Top 10 wichtigste Rebsorten Inland Menge⁷⁶

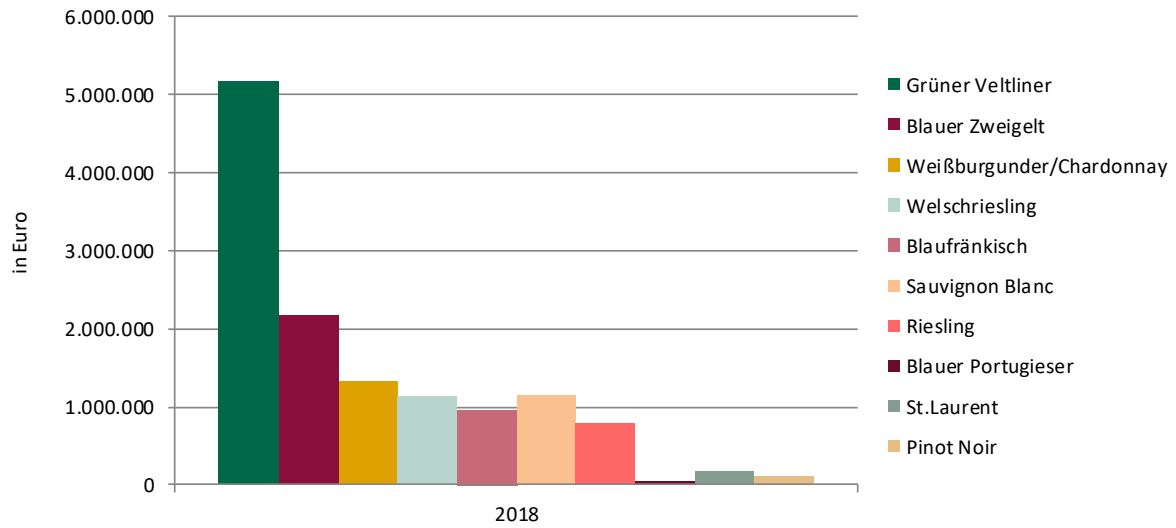


Abbildung 56: Top 10 wichtigste Rebsorten Inland Wert⁷⁷

⁷⁶ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

⁷⁷ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

Die klassische 0,75 L-Flasche ist weiterhin die beliebteste Gebindegröße in Österreich. Rund 43% werden in 0,75 L-Flaschen verkauft. Wertmäßig werden fast drei Viertel aller Umsätze mit dieser Flasche gemacht.

Menge in L	2012			2014			2016			2018		
	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %
0,375 Liter	8.685	94,7%	0,2 %	9.274	-13,2%	0,2 %	8.481	-8,9%	0,2 %	9.735	14,1%	0,2 %
0,75 Liter	2.077.112	16,9%	51,1 %	1.782.220	-16,0%	46,1 %	1.854.439	3,5%	45,5 %	1.785.161	-3,2%	43,1 %
1,0 Liter	816.484	20,0%	20,1 %	831.594	-4,0%	21,5 %	878.922	2,2%	21,6 %	908.584	-5,0%	21,9 %
1,5 Liter	7.496	70,2%	0,2 %	7.539	-3,7%	0,2 %	11.616	20,1%	0,3 %	11.696	-2,1%	0,3 %
über 1,5 Liter	1.041.201	7,7%	25,6 %	1.110.879	6,1%	28,7 %	1.199.344	7,3%	29,4 %	1.291.796	-0,8%	31,2 %
Andere	114.063	13,2%	2,8 %	122.855	2,4%	3,2 %	121.606	-4,4%	3,0 %	132.997	0,9%	3,2 %

Abbildung 57: Verteilung Absatz nach Gebindegrößen Inland⁷⁸

Wert in €	2012			2014			2016			2018		
	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %	absolut	% Diff. VJ	MA in %
0,375 Liter	129.074	69,7%	0,7 %	151.924	-8,9%	0,8 %	141.509	-8,8%	0,7 %	143.081	-0,9%	0,7 %
0,75 Liter	13.390.981	19,2%	76,7 %	14.708.690	0,2%	76,4 %	16.204.908	7,2%	77,2 %	16.149.548	-2,6%	74,6 %
1,0 Liter	2.130.612	24,7%	12,2 %	2.246.933	-3,7%	11,7 %	2.379.493	4,1%	11,3 %	2.635.874	-3,5%	12,2 %
1,5 Liter	138.698	63,3%	0,8 %	161.745	11,9%	0,8 %	235.394	15,3%	1,1 %	260.850	4,9%	1,2 %
über 1,5 Liter	1.227.110	14,6%	7,0 %	1.502.123	-1,5%	7,8 %	1.528.742	5,0%	7,3 %	1.905.370	11,3%	8,8 %
Andere	451.958	13,0%	2,6 %	476.510	1,0%	2,5 %	495.427	-2,1%	2,4 %	545.410	-0,5%	2,5 %

Abbildung 58: Verteilung Umsatz nach Gebindegrößen Inland⁷⁹⁷⁸ Quelle: GastroPanel I-XII 2018⁷⁹ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

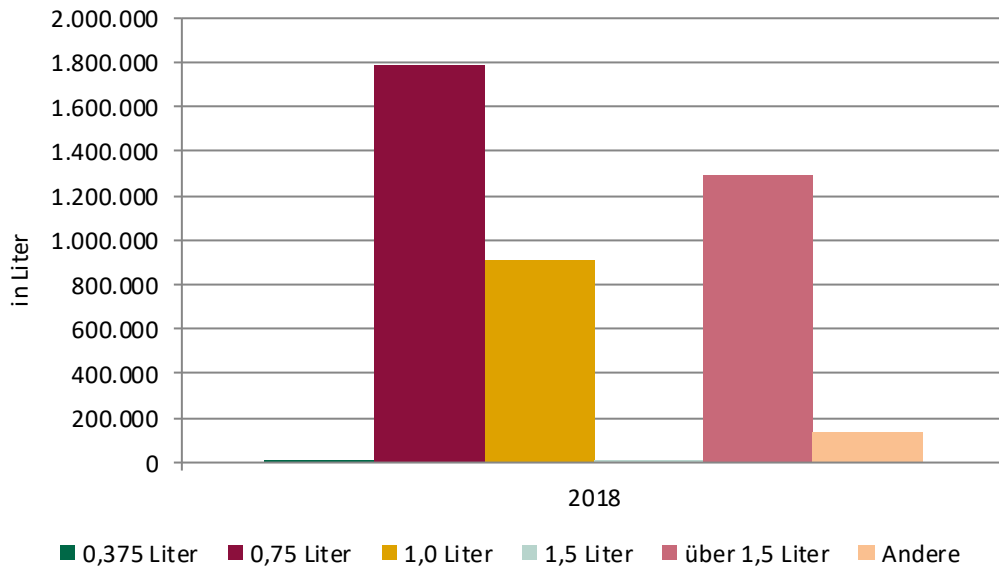


Abbildung 59: Verteilung Absatz nach Gebindegrößen Inland⁸⁰

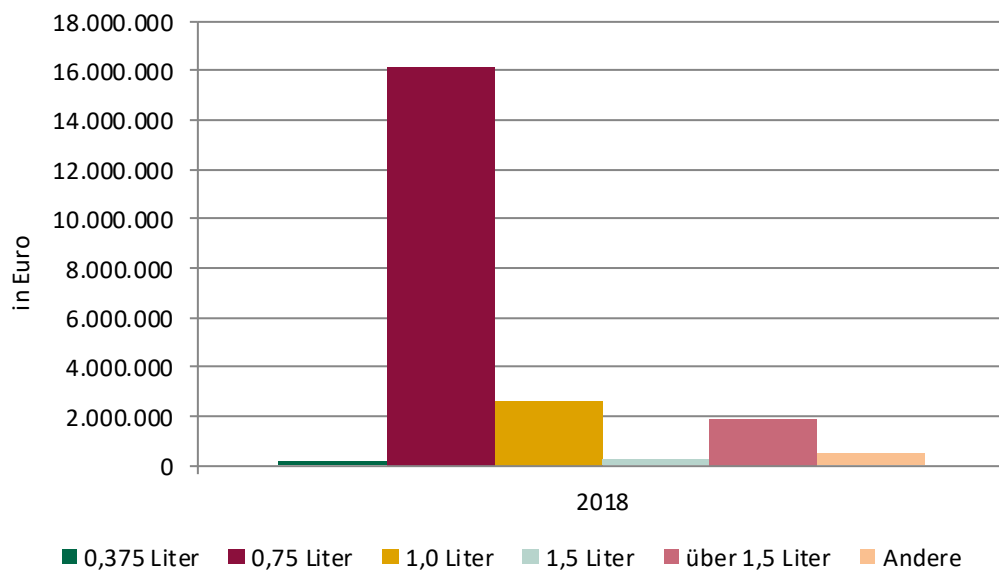


Abbildung 60: Verteilung Umsatz nach Gebindegrößen Inland⁸¹

⁸⁰ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

⁸¹ Quelle: GastroPanel I-XII 2018

1.4.2.2 Heimkonsum⁸²

Beim Heimkonsum (= Haushaltmarkt) handelt es sich um alle Weineinkäufe, die Ab Hof, im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) oder in sonstigen Einkaufsstätten (z.B. Fachhandel) eingekauft und in österreichischen Haushalten konsumiert werden.

Der Weinkonsum im österreichischen Haushaltmarkt ist seit 2008 rückläufig. Der Absatz von österreichischem Wein kam ab der schwachen Ernte 2010 unter Druck, wodurch die Importe mengenmäßig stiegen. Dank höherer Verkaufspreise konnten die Umsatzerlöse im gleichen Zeitraum aber relativ stabil gehalten werden. 2018 wurden im Heimkonsum 53,2 Mio. Liter österreichischer Wein konsumiert (+3,91% zu 2017); die Umsatzerlöse dafür betragen 271,3 Mio. € (+5,16% zu 2017).

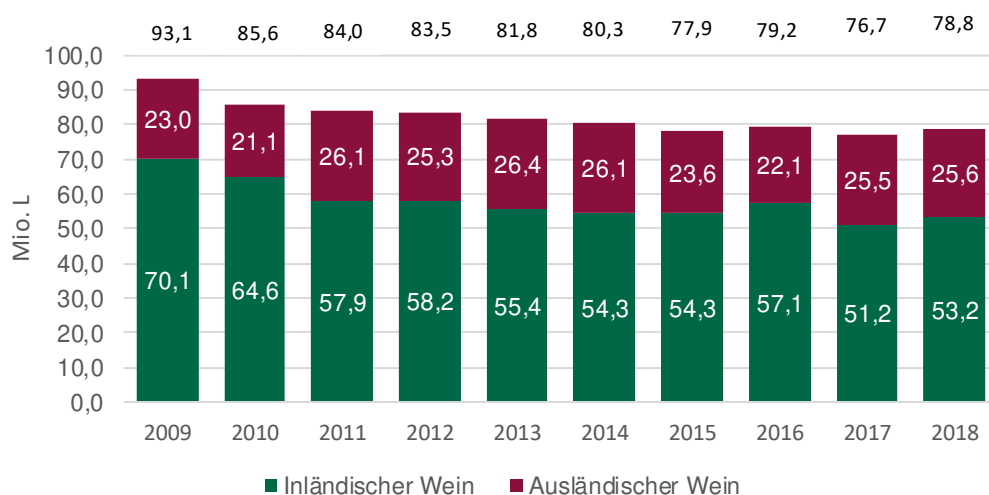


Abbildung 61: Einkaufsmenge Haushaltmarkt in Mio. Liter

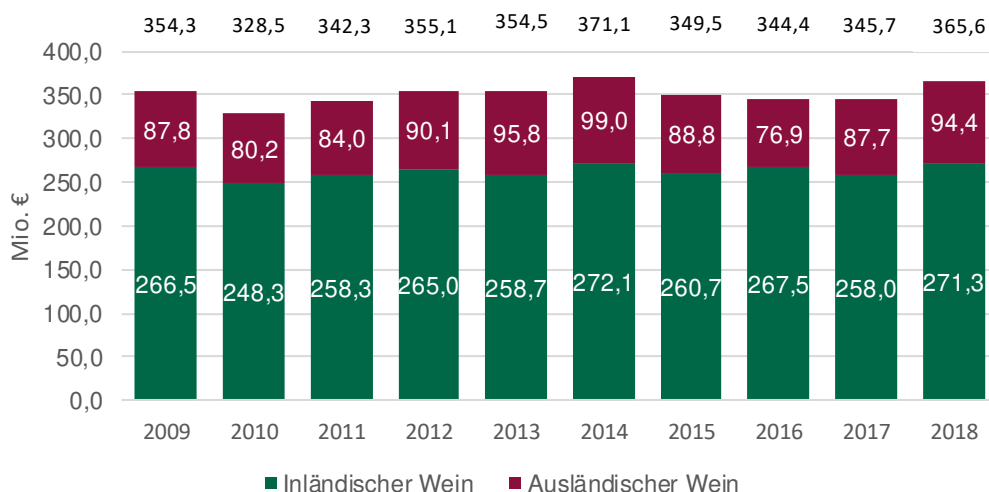


Abbildung 62: Einkaufsmenge Haushaltmarkt in Mio. Euro

⁸² Quelle: GfK Käufertrends 2018

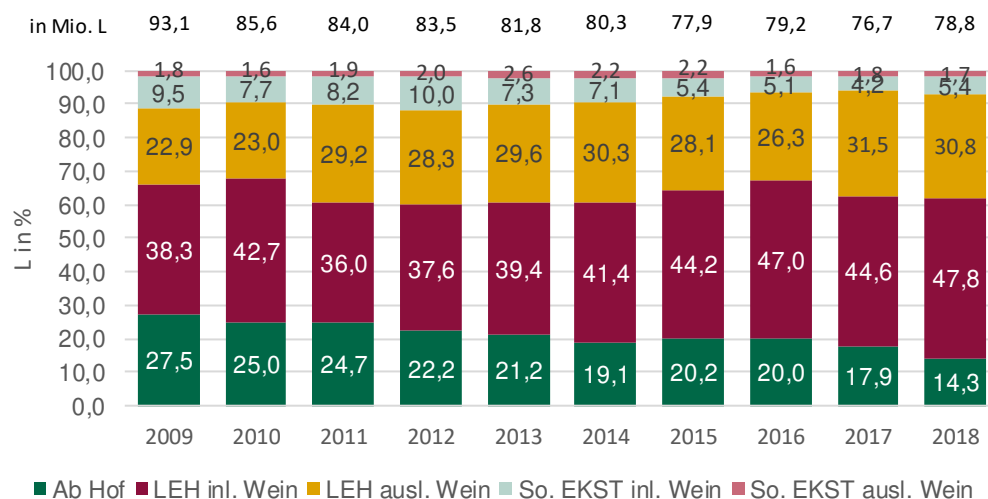


Abbildung 63: Mengenanteile der Absatzmittler⁸³

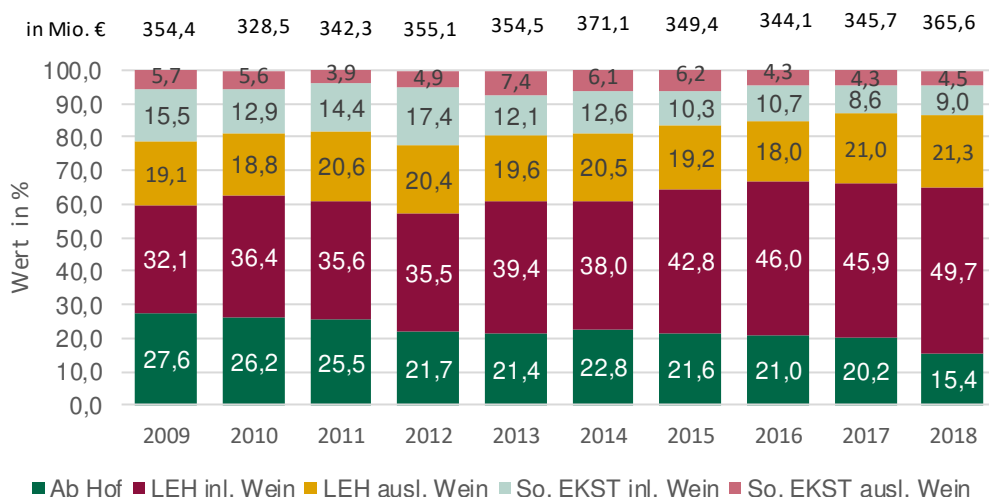


Abbildung 64: Wertanteile der Absatzmittler⁸⁴

Österreichischer Wein hat im Haushaltsmarkt einen Marktanteil von 67,5% bei der Menge und 74,1% beim Wert. Der Fachhandelsumsatz wurde bis vor wenigen Jahren von GfK stark überschätzt (2012: 27%!). Durch eine genauere Erhebungsmethode wurde diese Annahme aber korrigiert. Der Fachhandel ist nach neuer „Response Weighting“-Methode für 13,5% aller Weinumsätze beim Heimkonsum verantwortlich, wobei 9,0% der gesamten Heimmarkt-Umsätze mit österreichischem Wein gemacht werden.

⁸³ Quelle: GfK Käufertrends 2018

⁸⁴ Quelle: GfK Käufertrends 2018

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ab Hof	4,0	4,2	4,2	4,4	5,5	4,8	4,6	5,1	5,0
LEH inländischer Wein	3,3	4,0	4,0	4,3	4,3	4,4	4,3	4,6	4,8
LEH ausländischer Wein	3,1	2,9	3,1	2,9	3,1	3,1	3,0	3,0	3,2
Sonst. inländischer Wein	6,5	7,1	7,4	7,3	8,2	8,5	9,1	9,2	7,8
Sonst. ausländischer Wein	13,7	8,5	10,6	12,3	13,0	12,9	11,7	10,9	12,1
Total	3,8	4,1	4,3	4,3	4,6	4,5	4,4	4,5	4,6

Abbildung 65: Durchschnittspreis pro Liter 2000 – 2018 Gesamt⁸⁵⁸⁵ Quelle: GfK Käufertrends 2018

1.4.2.2.1 Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

Der Lebensmitteleinzelhandel hat sich in den vergangenen 20 Jahren zum bedeutendsten Absatzmittler im Heimkonsum entwickelt (zulasten des Ab Hof Verkaufs). Die Sortimente in Supermärkten wurden stark ausgeweitet und vor allem das Angebot in höherpreisigen Segmenten (ab 5 €/Flasche) ausgebaut. Wurde vor 20 Jahren noch von vielen Weinkunden der Wein bei einigen wenigen Winzern ab Hof gekauft, so wird Wein nun vorwiegend anlass- und bedarfsbezogen im Supermarkt eingekauft. Somit stellt der Lebensmittelhandel einen wichtigen und starken Absatzpartner der heimischen Weinbranche dar.

LEH in Tsd. €	2012	2015	2016	MAT 2017	MAT 2018	+ / -
Inland	166.584	203.656	228.886	241.566	253.707	5,03%
Inland Rot	65.876	77.977	85.658	91.931	90.541	-1,51%
Inland Weiß	95.348	118.041	134.620	141.240	153.679	8,81%
Inland Rosé	5.360	7.638	8.608	8.394	9.487	13,02%
Ausland	98.567	96.447	102.298	113.594	106.261	-6,45%
Ausland Rot	63.884	59.164	62.595	64.769	61.308	-5,34%
Ausland Weiß	33.220	35.357	37.611	45.894	41.657	-9,23%
Ausland Rosé	1.463	1.926	2.093	2.931	3.296	12,47%
Wein Total	265.151	300.103	331.184	355.160	359.969	1,35%

Abbildung 66: Weinumsatz im LEH (in Tsd. Euro)⁸⁶

LEH in Tsd. L	2012	2015	2016	MAT 2017	MAT 2018	+ / -
Inland	34.074	39.280	43.642	41.862	44.733	6,86%
Inland Rot	12.927	14.302	15.417	14.797	14.627	-1,15%
Inland Weiß	19.862	23.211	26.340	25.496	28.334	11,13%
Inland Rosé	1.284	1.768	1.884	1.569	1.772	12,95%
Ausland	35.533	32.360	34.445	35.710	31.970	-10,47%
Ausland Rot	17.816	14.713	15.629	15.659	13.911	-11,17%
Ausland Weiß	17.329	17.231	18.352	19.383	17.335	-10,57%
Ausland Rosé	387	416	464	668	724	8,40%
Wein Total	69.606	71.640	78.087	77.572	76.703	-1,12%

Abbildung 67: Weinabsatz im LEH (in Tsd. Liter)⁸⁷

Der Absatz im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) zeigte sich in den letzten fünf Jahren relativ stabil, umsatzmäßig konnten jedoch deutliche Gewinne erzielt werden. 2018 war der Weinabsatz minimal rückgängig (-1,12%). Der Weinumsatz stieg leicht um 1,35%.

Österreicher kaufen im LEH bevorzugt inländischen Wein. 2018 lag der Marktanteil im Absatz bei 58,3 % und 70,5 % beim Umsatz. 2018 stieg der Absatz von österreichischem Wein um 6,9 % und der Umsatz um 5,0 %. Nach Farben aufgeschlüsselt: Weißwein: +11,1% Menge, +8,8 % Wert; Rotwein: -1,2 % Menge, -1,5 % Wert; Roséwein: +12,9 % Menge, +2,6 % Wert.

⁸⁶ Quelle: AC Nielsen, LEH Basisbericht. Rollierendes Jahr (MAT) von KW 01 bis KW 52 2018.

⁸⁷ Quelle: AC Nielsen, LEH Basisbericht. Rollierendes Jahr (MAT) von KW 01 bis KW 52 2018.

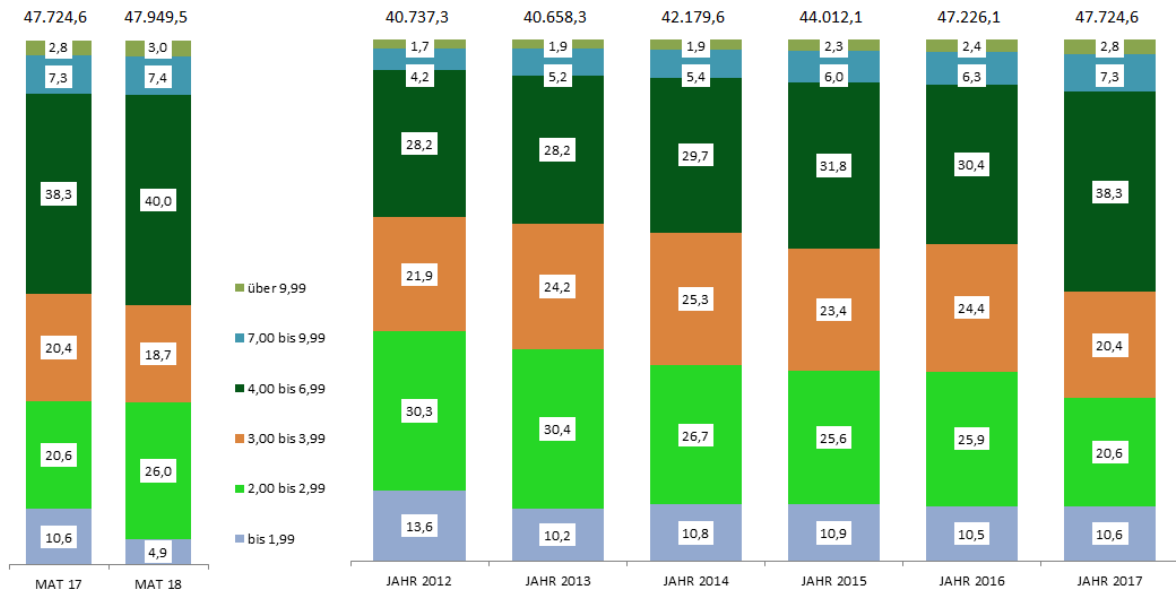


Abbildung 68: Preisklassenanalyse Wein Total 0,7/0,75 L in Prozent⁸⁸

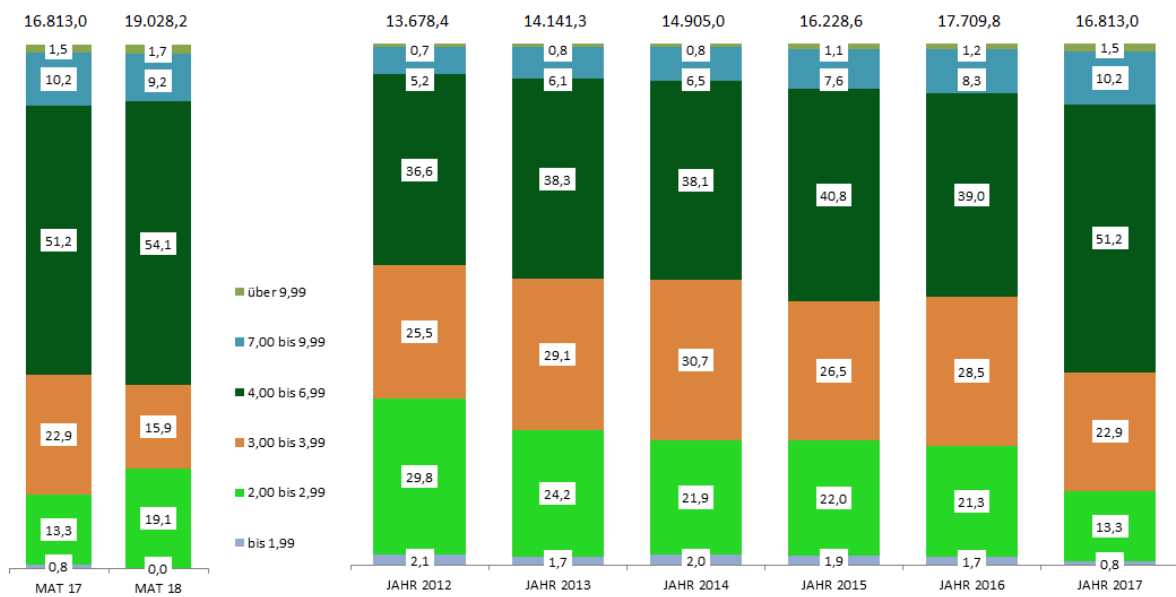


Abbildung 69: Preisklassenanalyse Weißwein Inland 0,7/0,75 L in Prozent

⁸⁸ Quelle für sämtliche Preisklassenanalysen: AC Nielsen, Preisklassenanalyse 2018. Rollierendes Jahr (MAT) von KW 01 bis KW 52 2018.

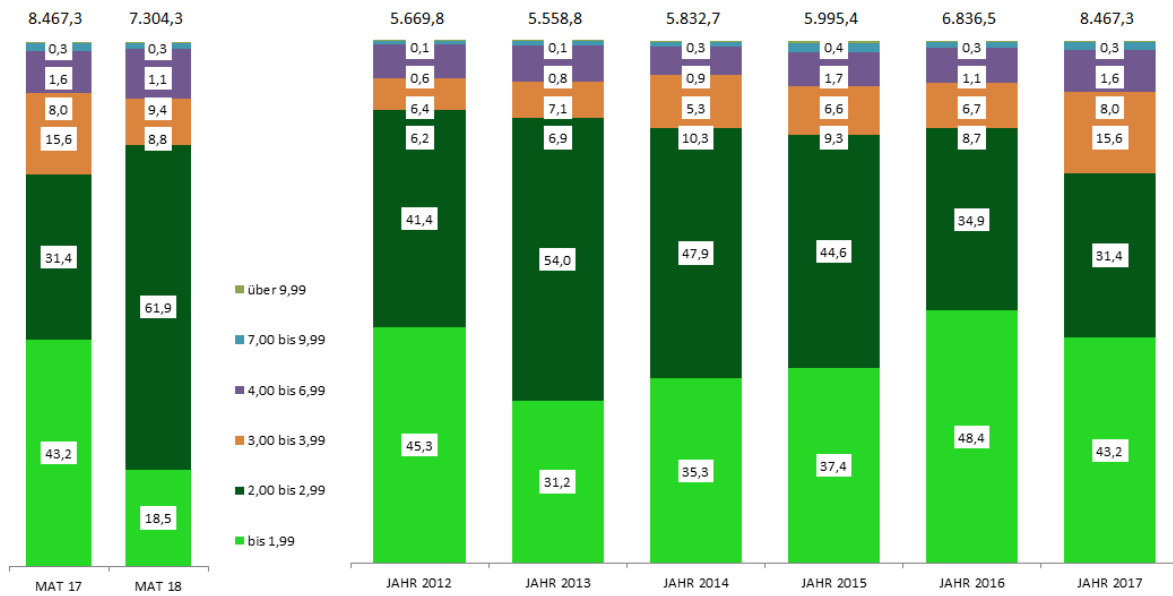


Abbildung 70: Preisklassenanalyse Weißwein Ausland 0,7/0,75 L in Prozent

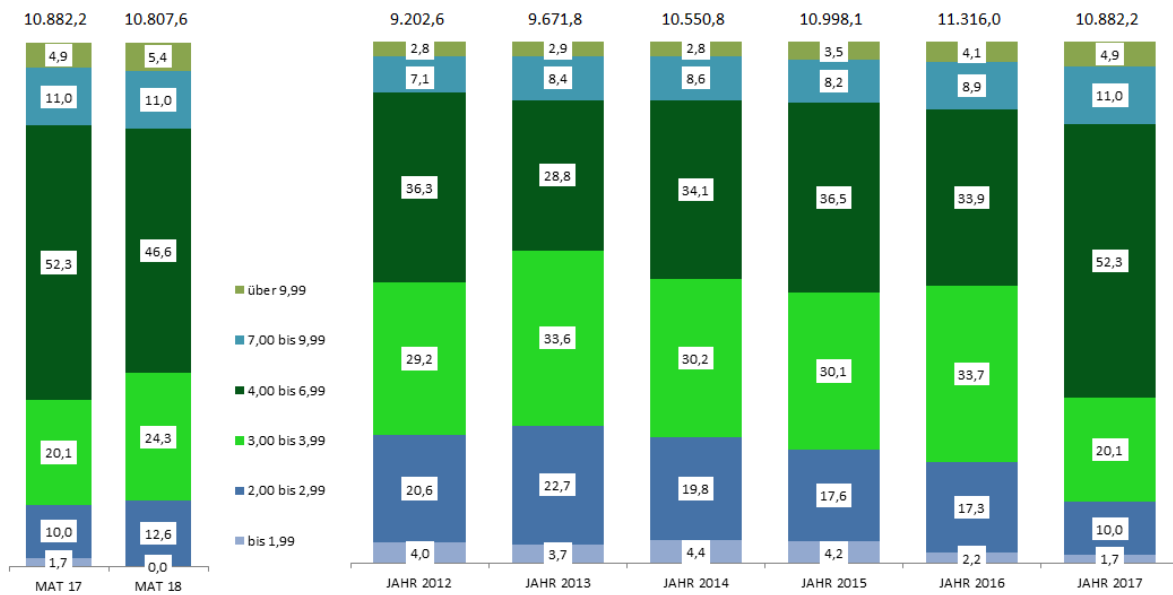


Abbildung 71: Preisklassenanalyse Rotwein Inland 0,7/0,75 L in Prozent

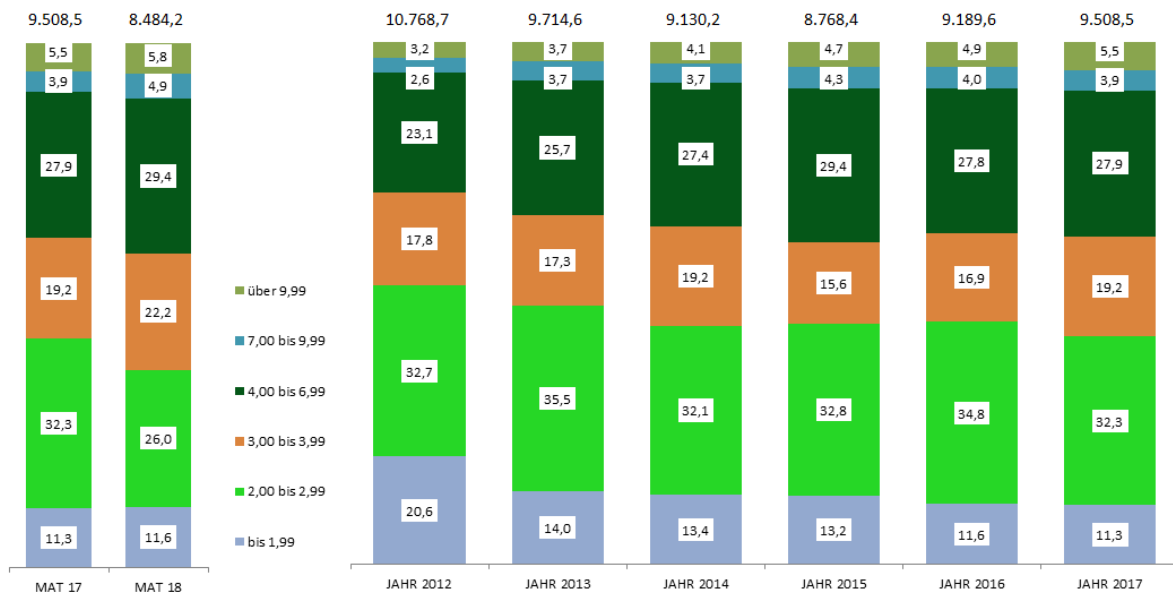


Abbildung 72: Preisklassenanalyse Rotwein Ausland 0,7/0,75 L in Prozent

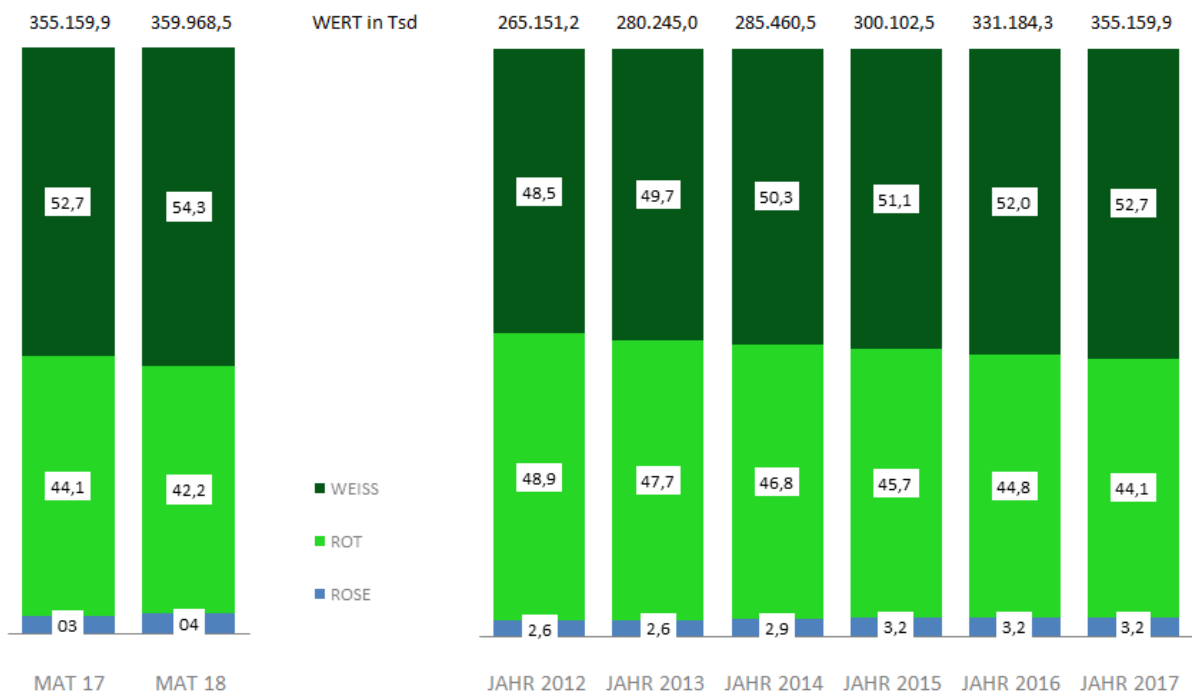


Abbildung 73: Wertanteil der Farben⁸⁹

⁸⁹ Quelle für sämtliche nachfolgende Auswertungen in diesem Kapitel: AC Nielsen, ÖWM Weinsorten Basis 2018. Rollierendes Jahr (MAT) von KW 01 bis KW 52 2018.

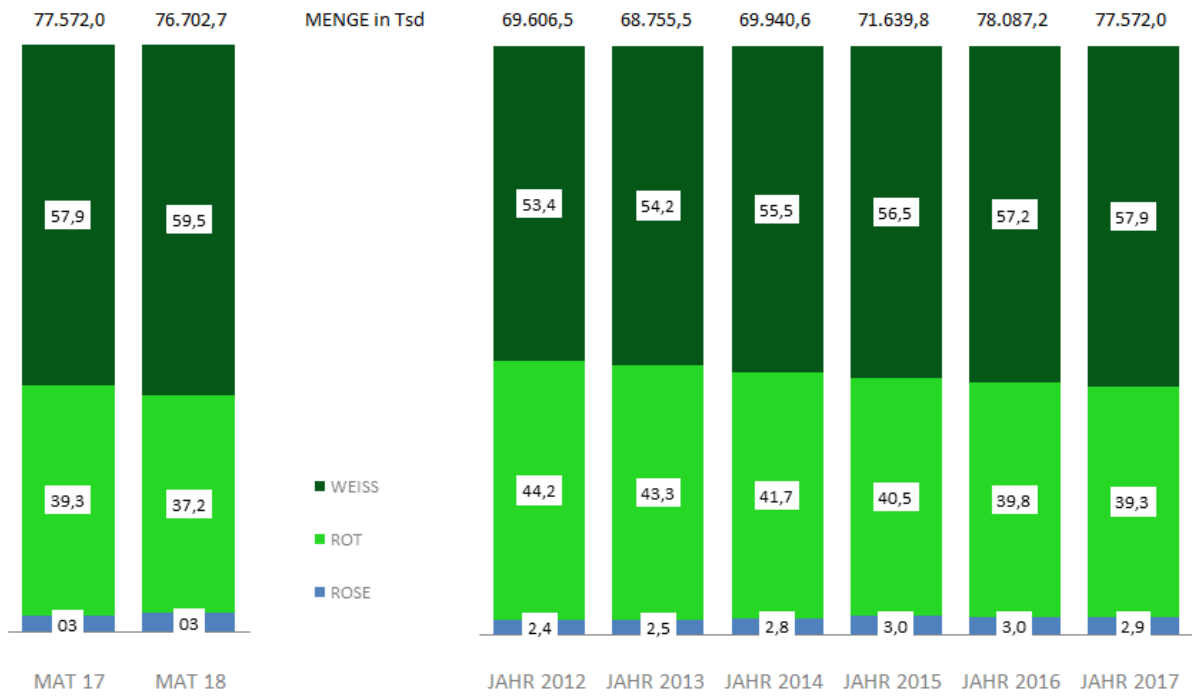


Abbildung 74: Mengenanteil der Farben

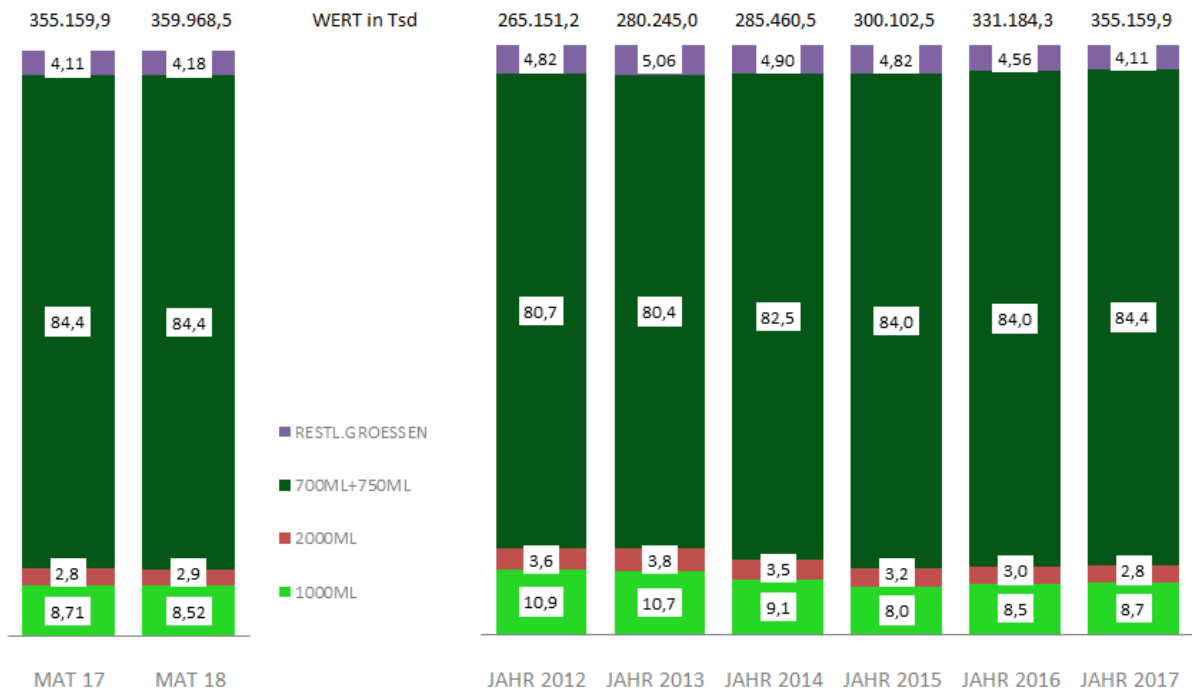


Abbildung 75: Wertanteil nach Gebindegrößen

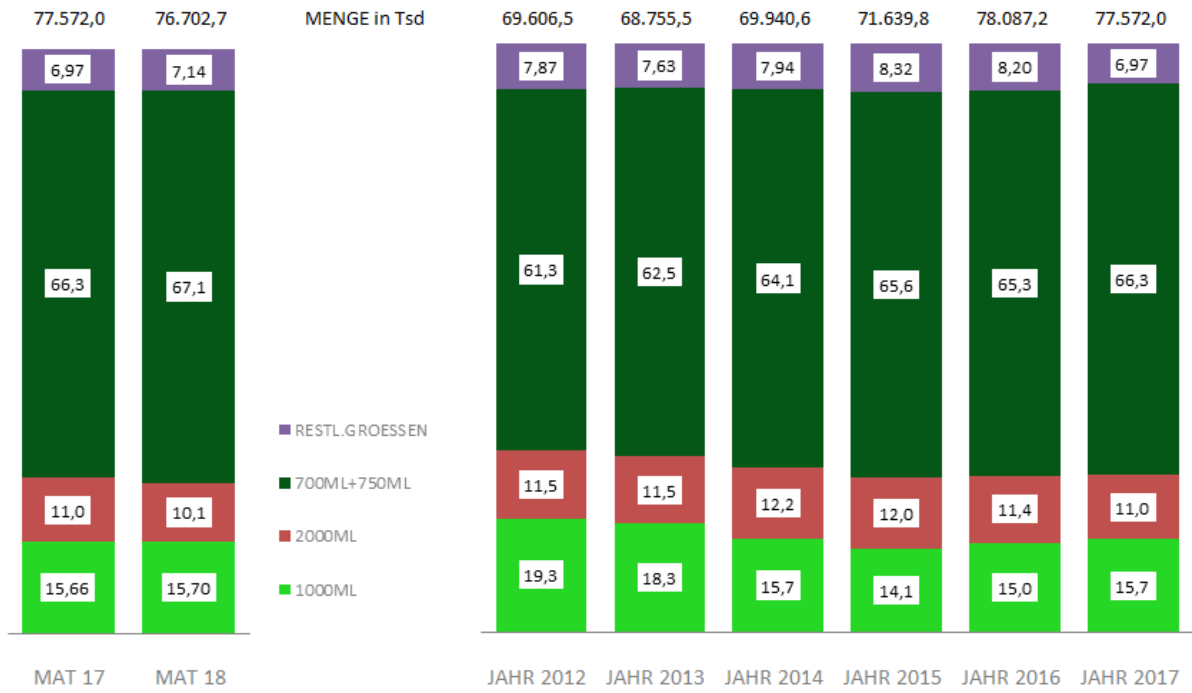


Abbildung 76: Mengenanteil nach Gebindegrößen

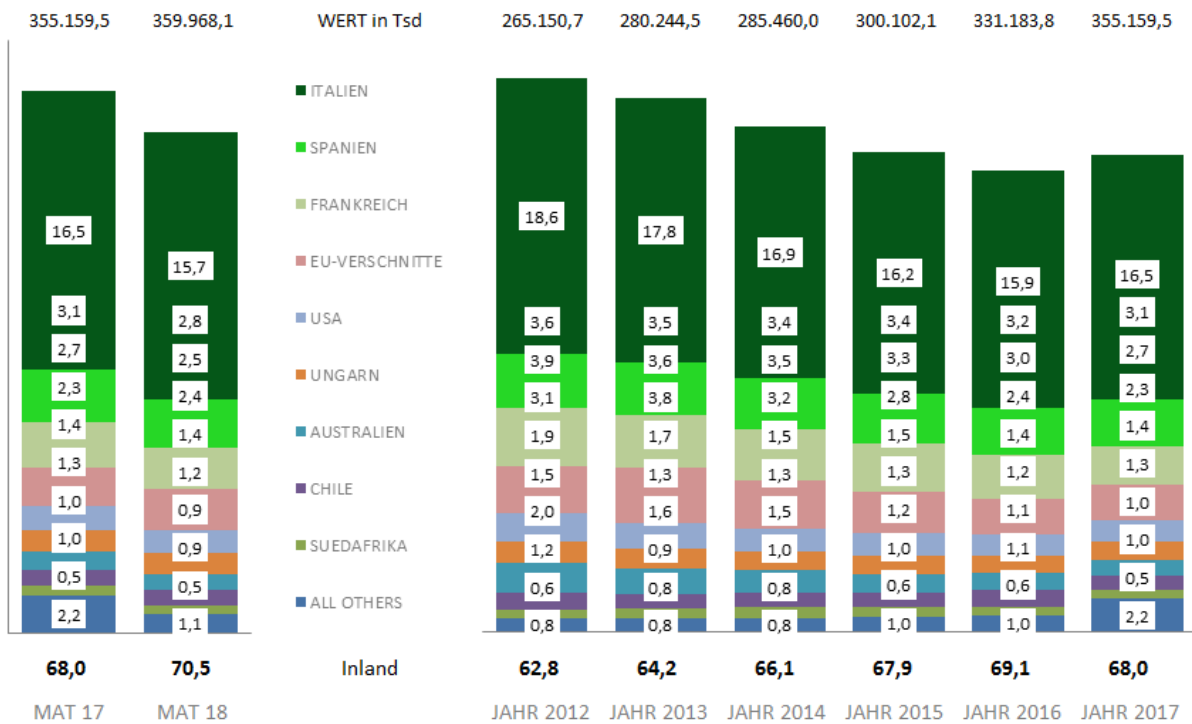


Abbildung 77: Wertanteil Wein Total nach Herkunftsland

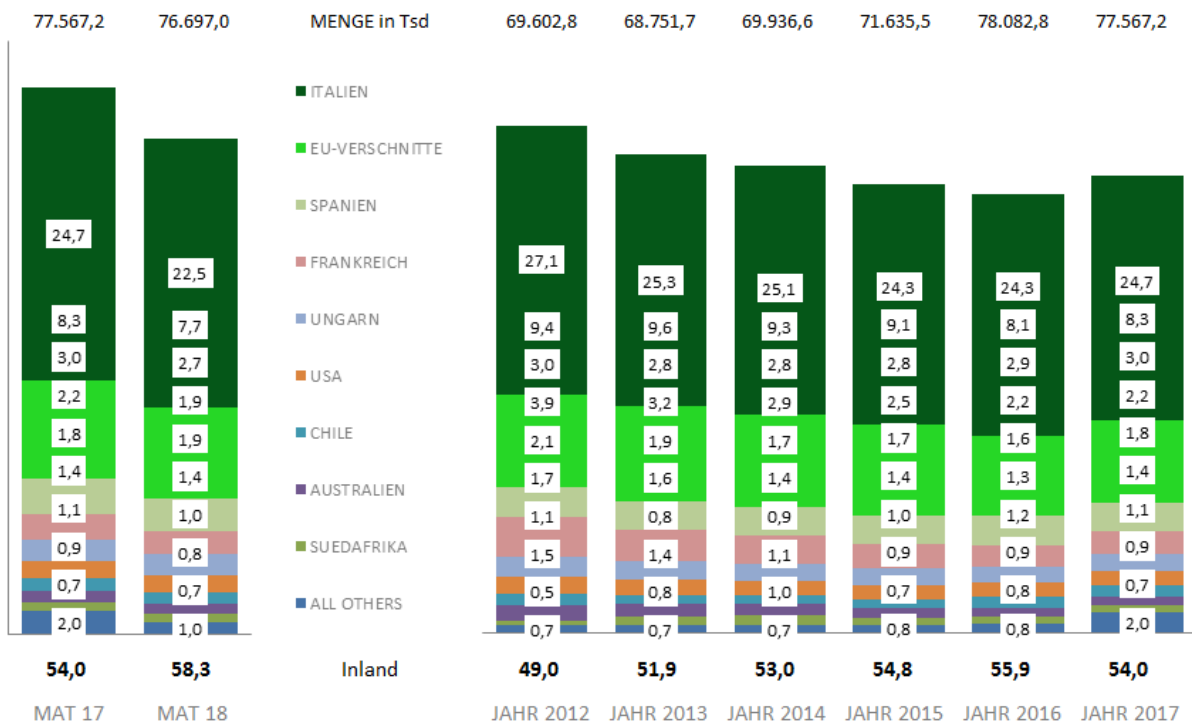


Abbildung 78: Mengenanteil Wein Total nach Herkunftsland

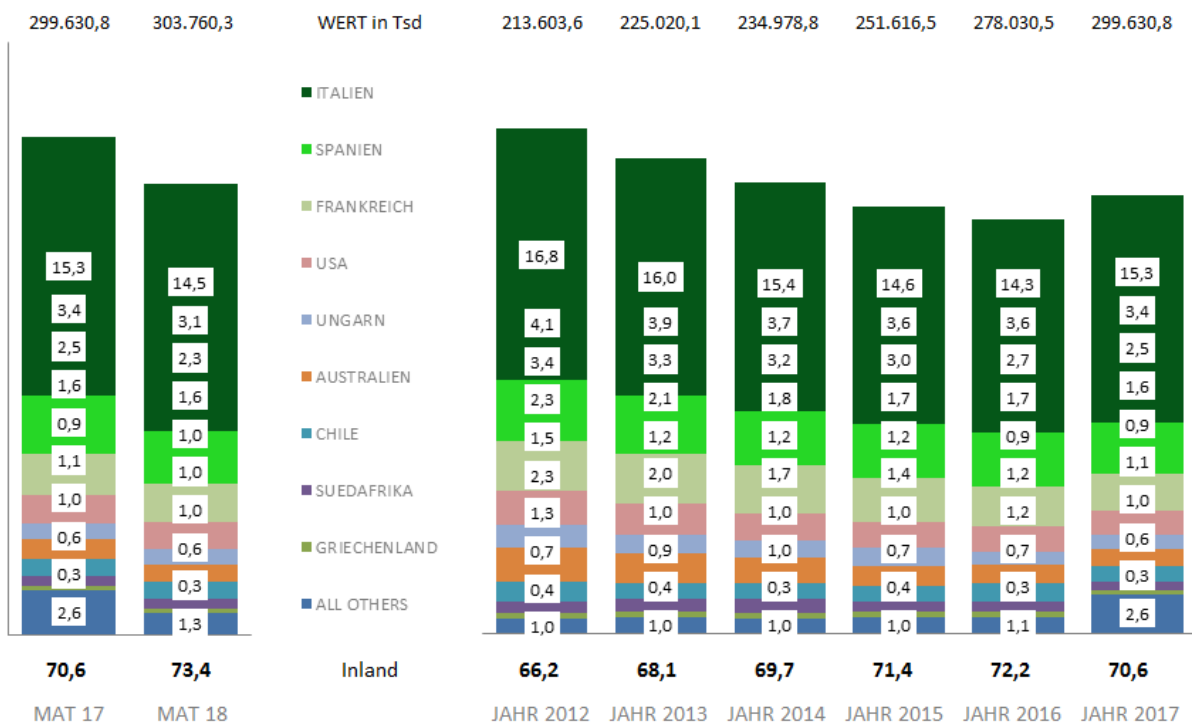


Abbildung 79: Wertanteil Wein 0,75 L nach Herkunftsland

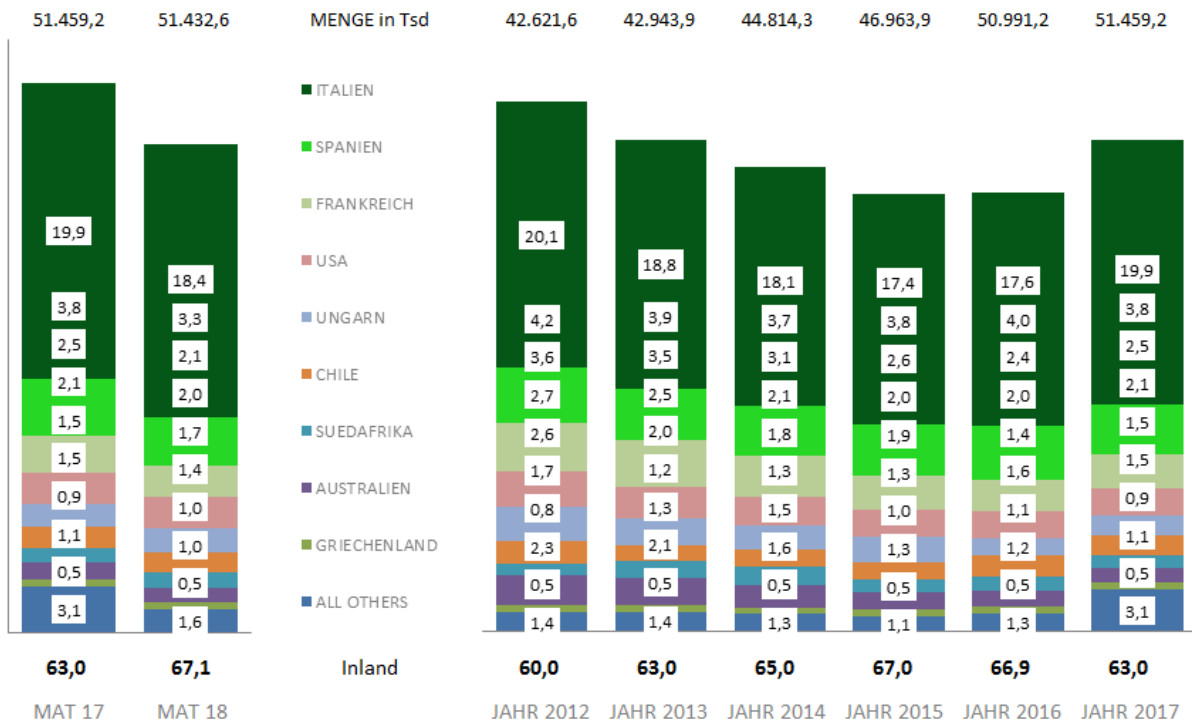


Abbildung 80: Mengenanteil Wein 0,75 L nach Herkunftsland

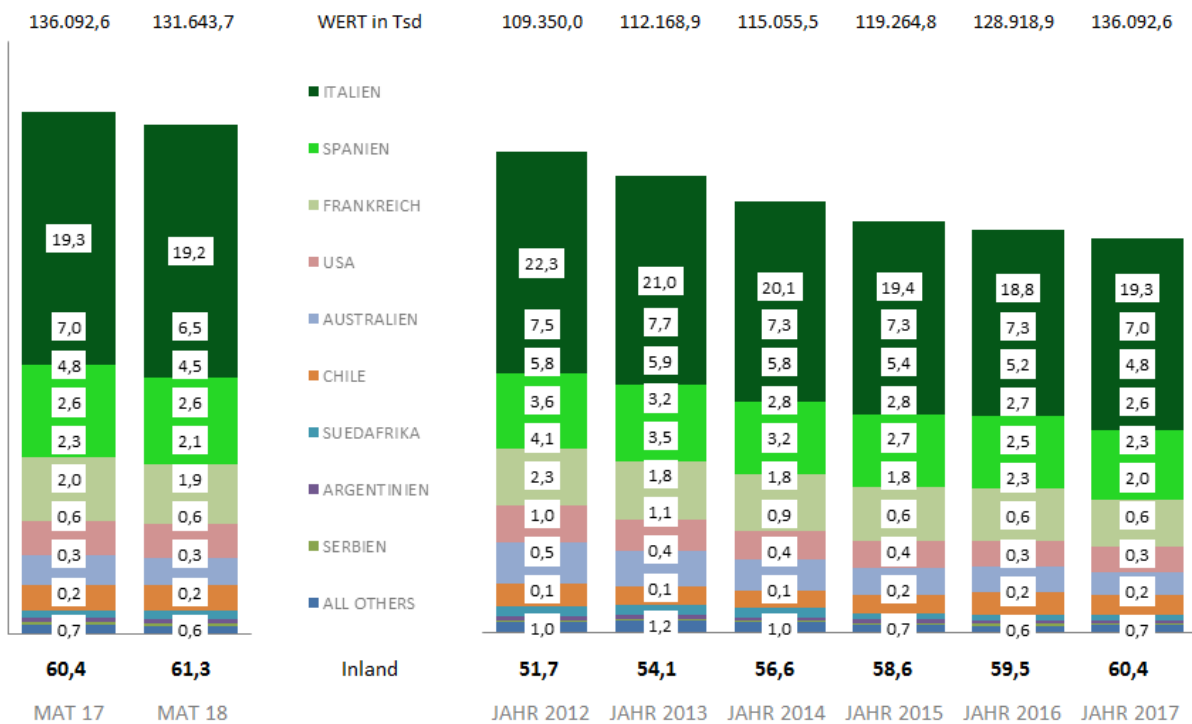


Abbildung 81: Wertanteil Rotwein 0,75 L nach Herkunftsland

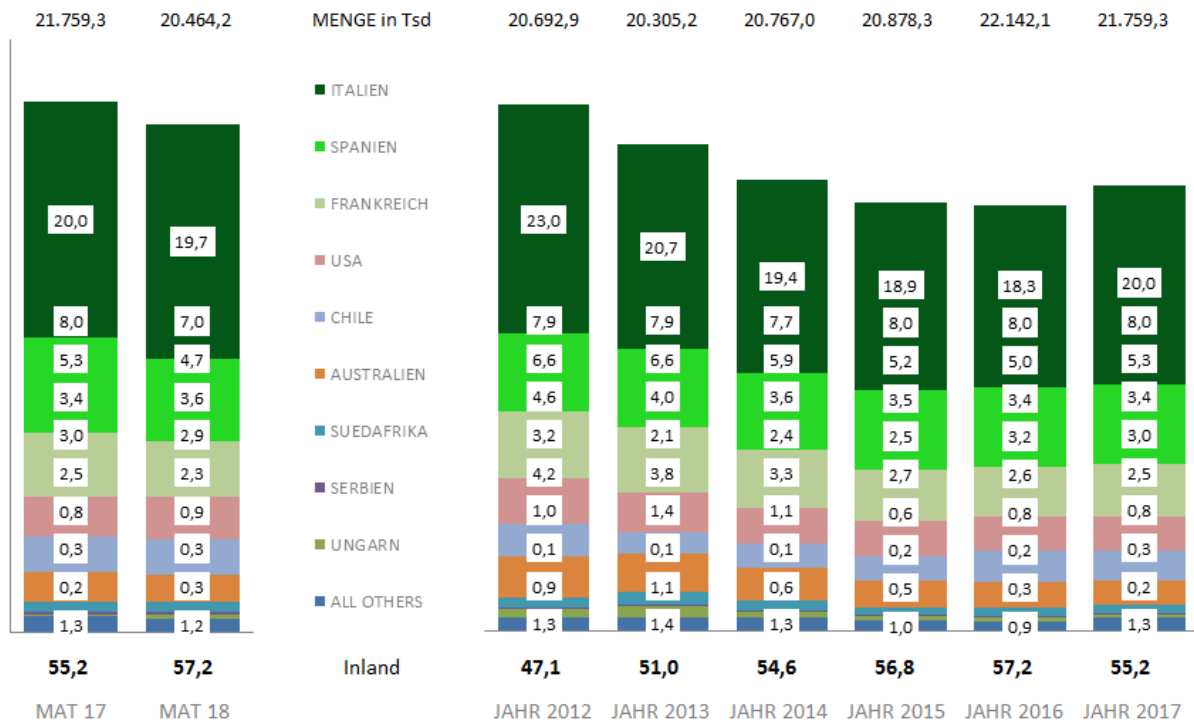


Abbildung 82: Mengenanteil Rotwein 0,75 L nach Herkunftsland

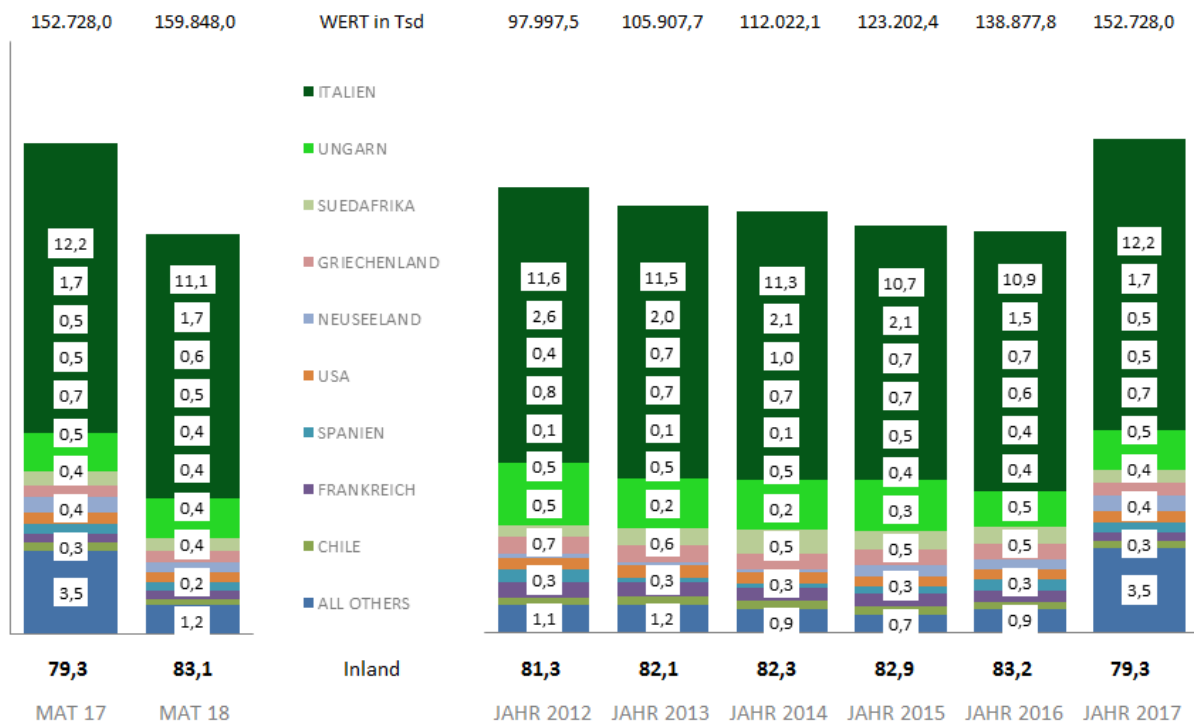


Abbildung 83: Wertanteil Weißwein 0,75 L nach Herkunftsland

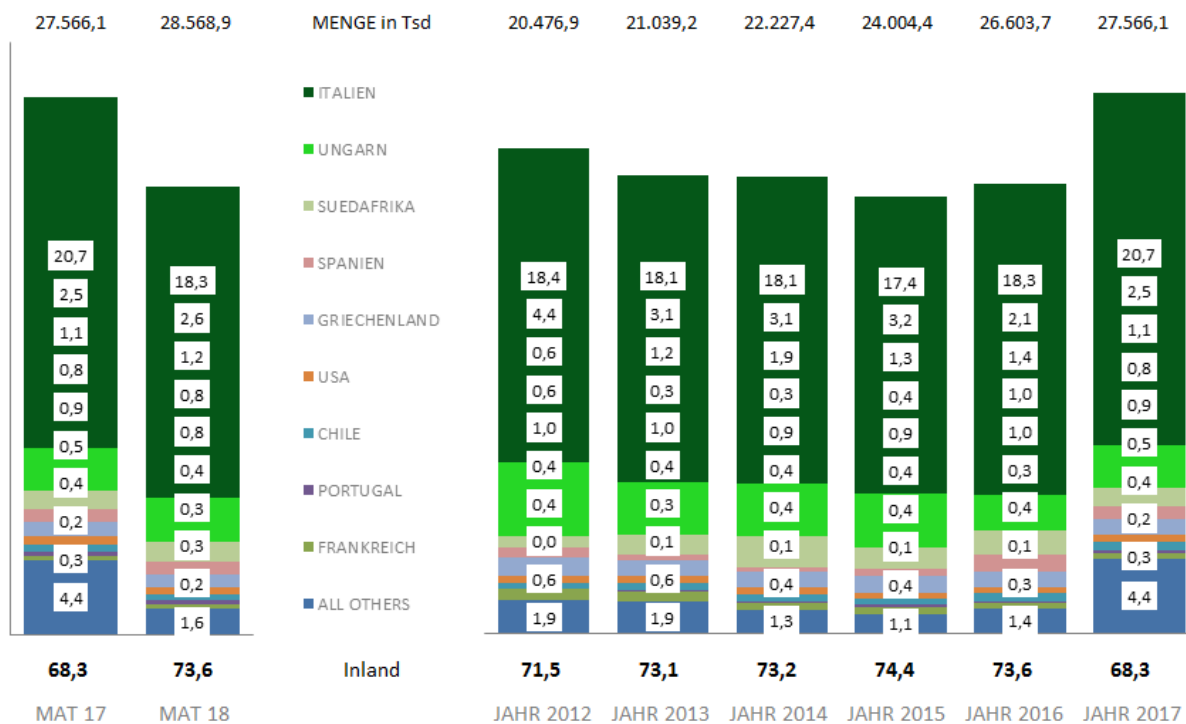


Abbildung 84: Mengenanteil Weißwein 0,75 L nach Herkunftsland

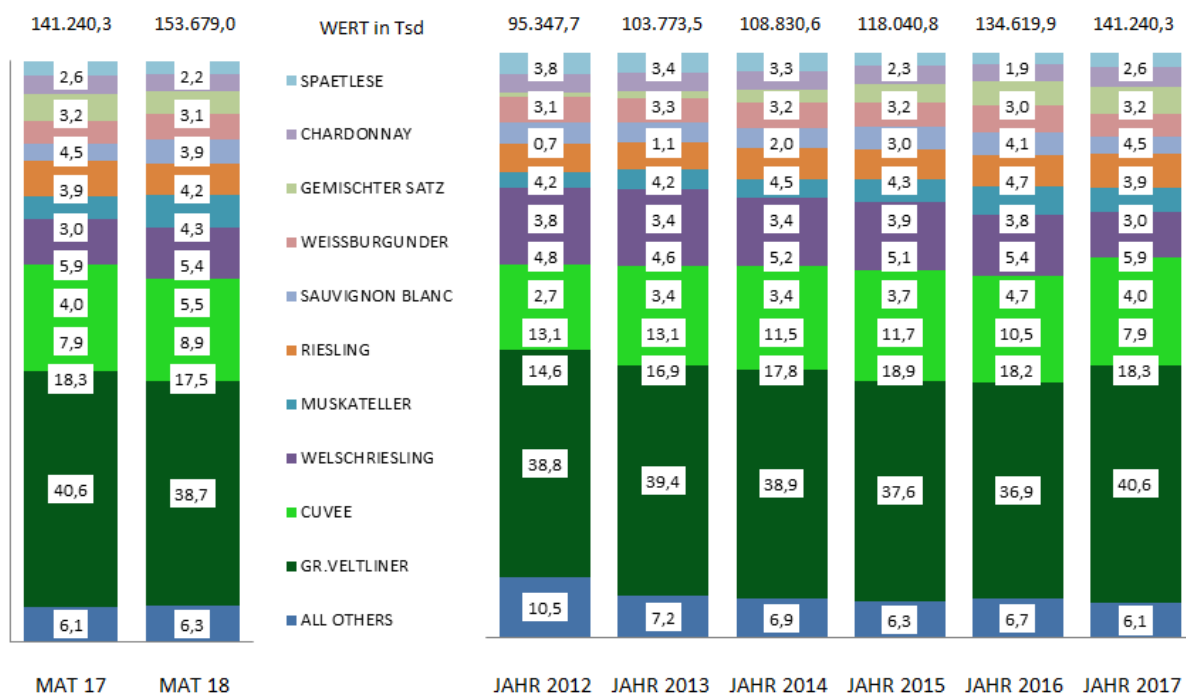


Abbildung 85: Rebsorten Wertanteil Top 10 Weißwein Inland

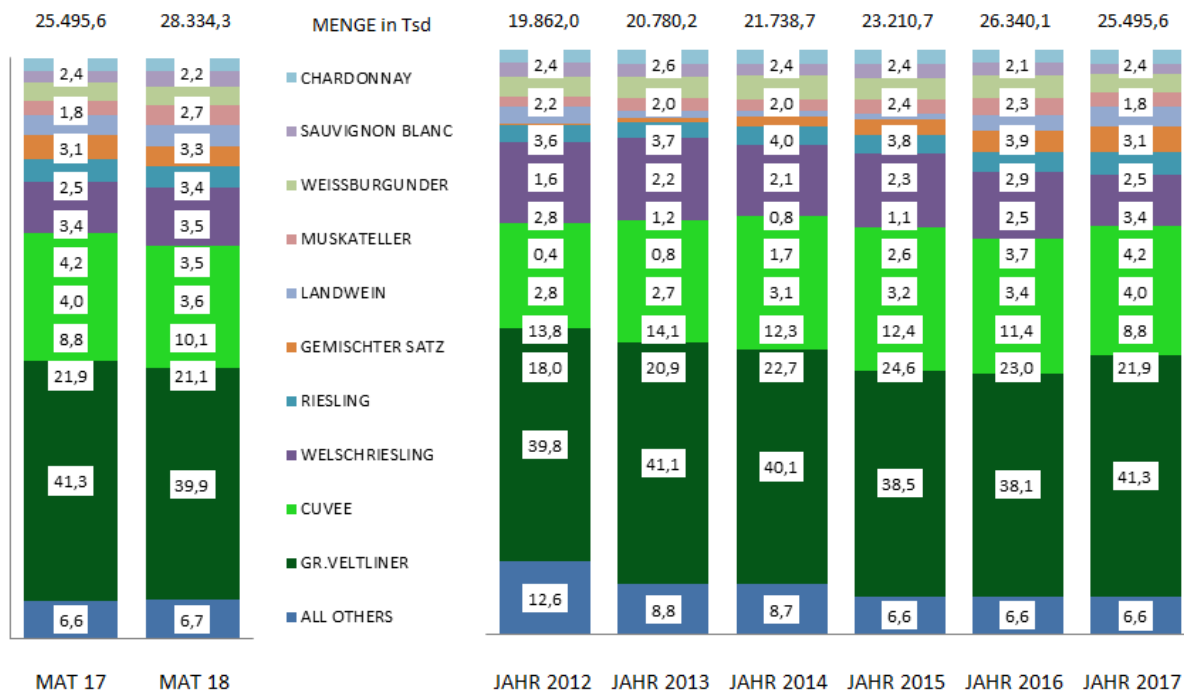


Abbildung 86: Mengenanteil Top 10 Weißwein Inland

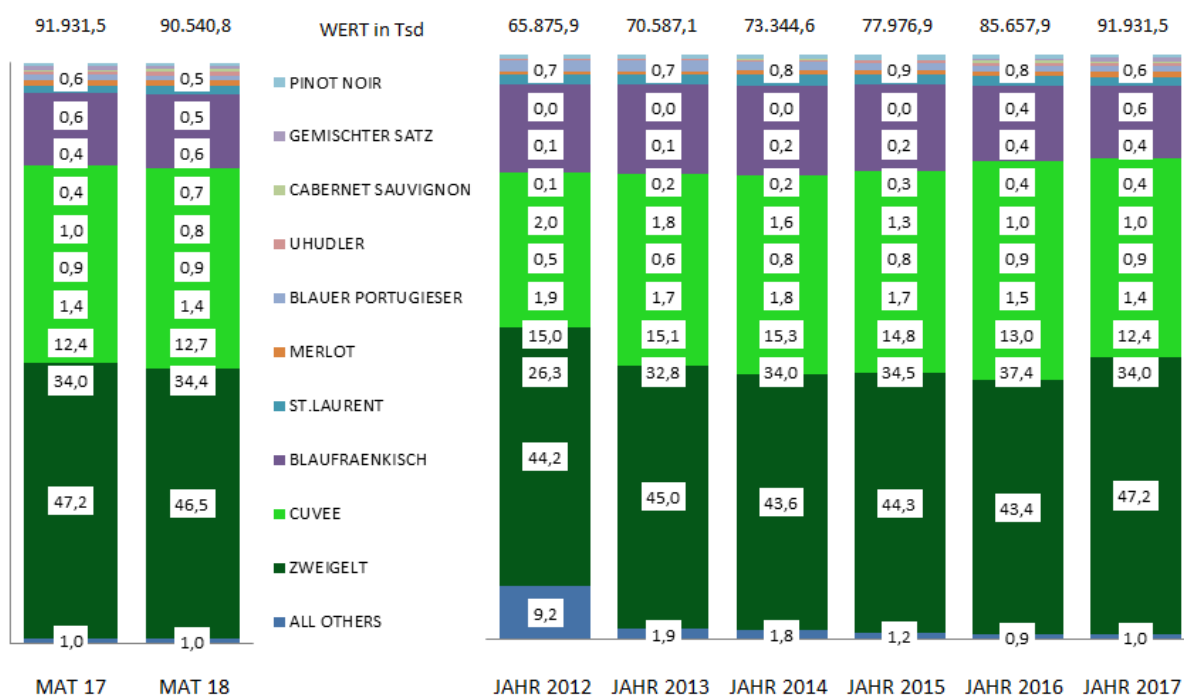


Abbildung 87: Wertanteil Top 10 Rotwein Inland

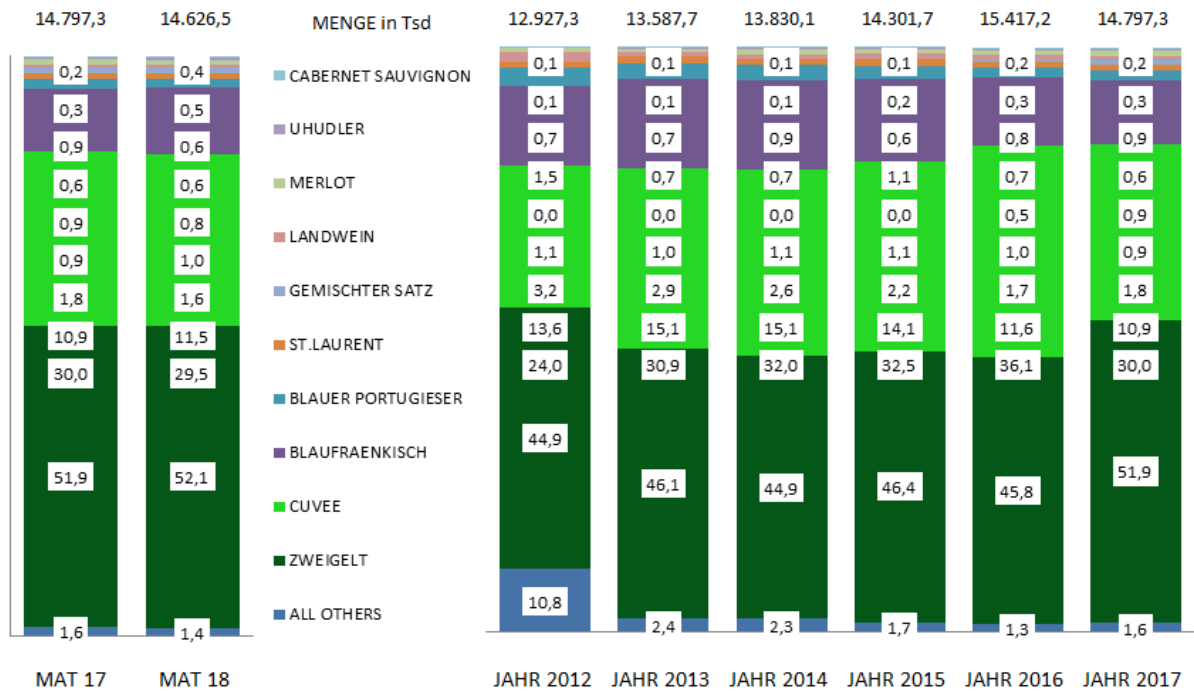


Abbildung 88: Mengenanteil Top 10 Rotwein Inland in Prozent

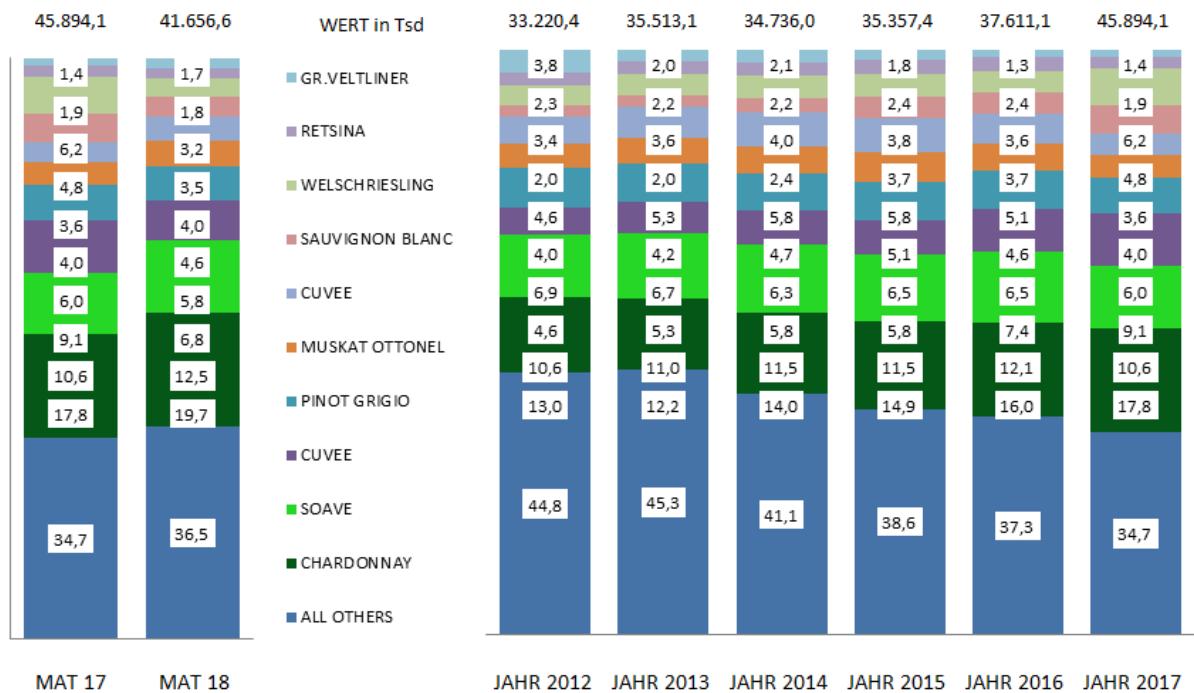


Abbildung 89: Wertanteil Top 10 Weißwein Ausland in Prozent

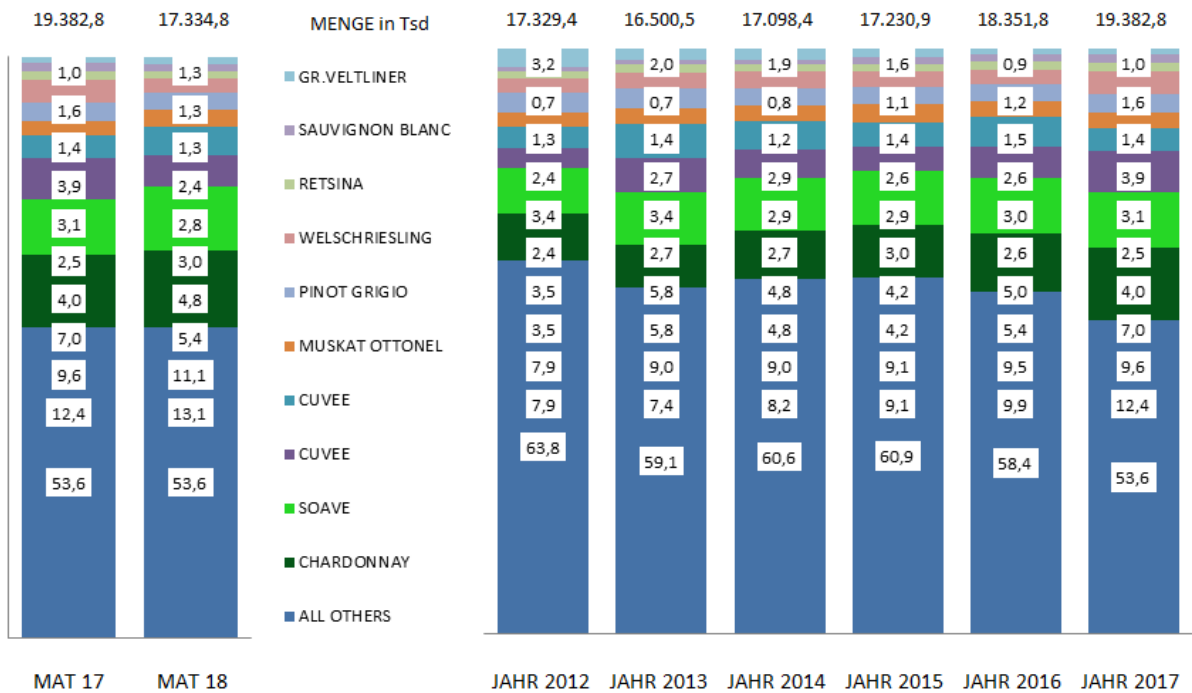


Abbildung 90: Mengenanteil Top 10 Weißwein Ausland

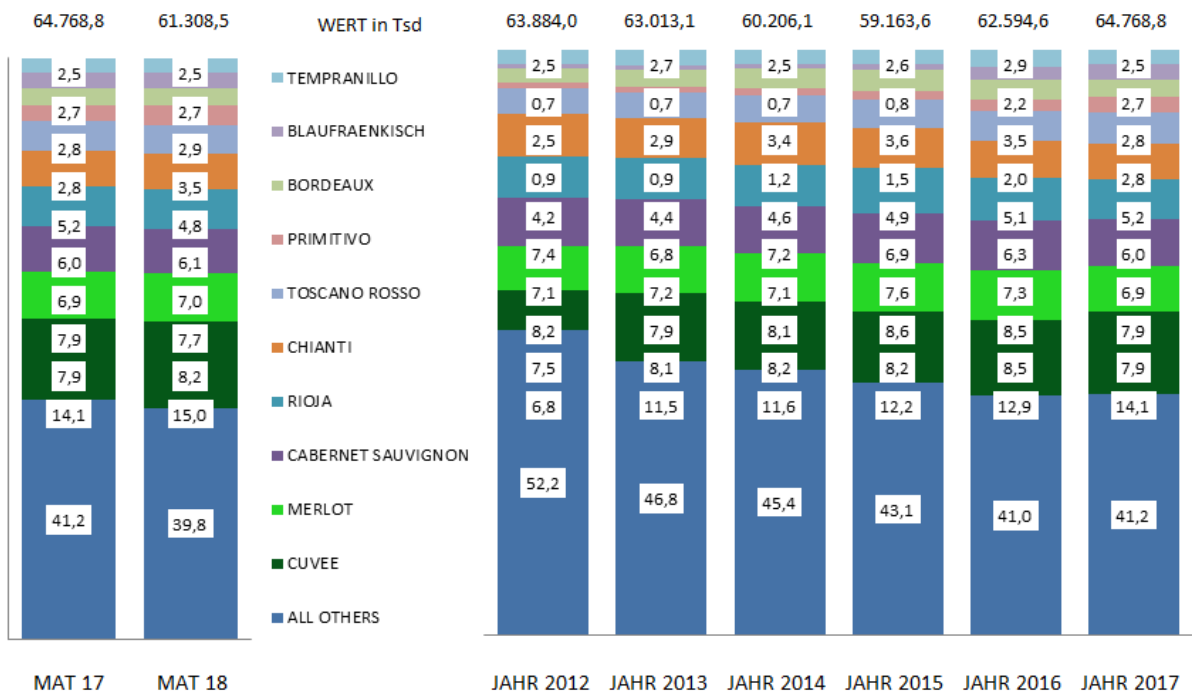


Abbildung 91: Wertanteil Top 10 Rotwein Ausland

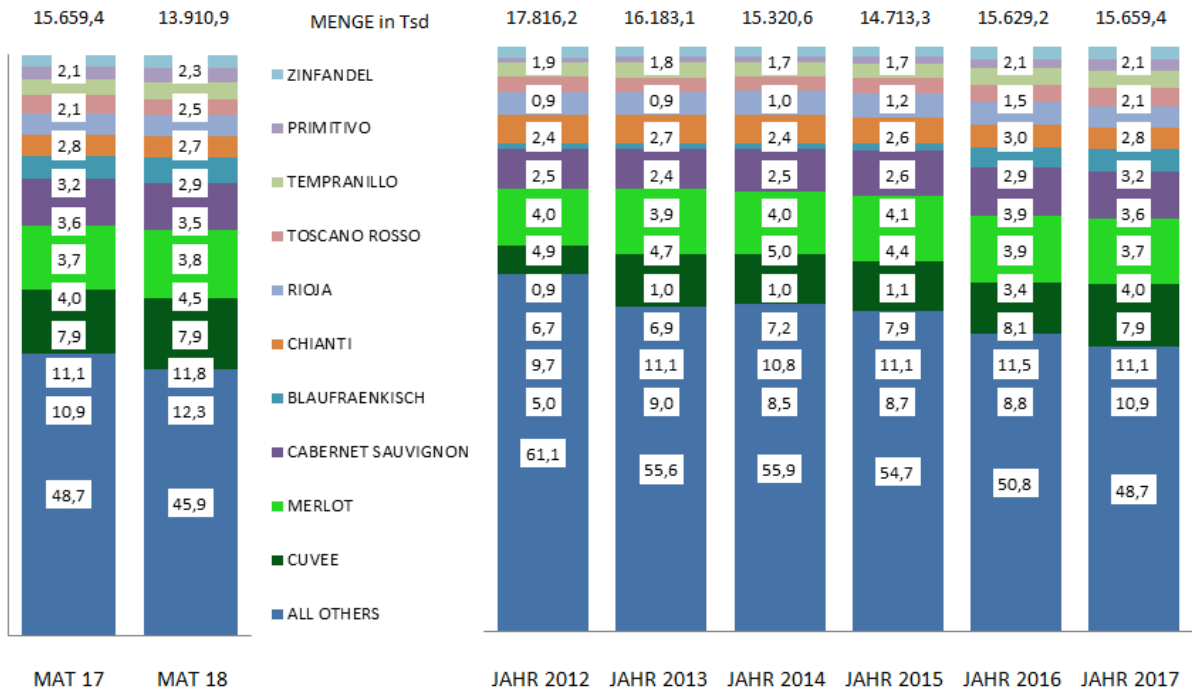


Abbildung 92: Mengenanteil Top 10 Rotwein Ausland