

Weniger italienische Weinmomente

ITALIEN bleibt wichtigstes Herkunftsland bei Weinimporten in Deutschland. Biologisches und Veganes liegt im Trend.

N ein, das Geschäftsjahr 2018 hatten sich die italienischen Winzer dann doch ein wenig positiver erhofft. Ursache hierfür war die eher moderate Weinernte 2017, die aufgrund schlechter Witterungsverhältnisse unterdurchschnittlich ausfiel und zu Preiserhöhungen führte. Hinzu kam dann wiederum ein viel zu heißer Sommer 2018, der den Konsum von Wein insgesamt um minus 3,3 Prozent schwinden ließ, wie das Düsseldorfer Marktforschungsinstitut IRI verlauten ließ. Italienischer Wein ging mit minus 7,2 Prozent regelrecht das Temperament aus.

Doch wo Schatten ist, gibt es bekanntlich Licht, wie auch Markus Hotze, Geschäftsführer von Eggers & Franke, weiß: „Da auch die Handelsmarken außerhalb des Discounts mengenmäßig nachgelassen haben, ist unsere Analyse, dass, bedingt durch schwache Ernteergebnisse, in erster Linie der Preiseinstieg im Jahr 2018 preislich unter Druck geraten ist.“ Für höherpreisige italienische Weine hingegen sei das Geschäft aktuell

ziemlich stabil, sagt Hotze. „Insgesamt sind wir mit der Entwicklung unseres Italiensortiments sehr zufrieden“, triumphiert der Eggers & Franke-Chef. „Unsere Italiener haben 2018 konsolidiert plus 17 Prozent im Umsatz zugelegt.“ Italien sei somit die umsatzstärkste Herkunft im Weinsortiment der Bremer. Von den insgesamt neun italienischen Weinmarken läuft vor allem „Doppio Passo“ wie geschnitten Brot. Diese Marke sei laut Hotze die am stärksten wachsende der letzten auf dem gesamtdeutschen Weinmarkt und rangiere nach einem Umsatzplus von 46,5 Prozent im Jahr 2018 bereits unter den Top 3 Weinmarken in Deutschland. Weil die Marke gerade einen guten Lauf hat, möchte Eggers & Franke noch einen draufsetzen: „Ab Frühjahr vertreiben wir unter der Dachmarke erstmals einen Weißwein mit der Hauptrebsorte Grillo.“ Und auch für die Zukunft hat die Rotkäppchen-Mumm-Tochter mit „Doppio Passo“ noch einiges vor, wie Hotze selbstbewusst ankündigt: „Wir wollen weiter zweistellig wachsen und mittelfristig die führende



Italienische Weine sind vor allem beim Preiseinstieg 2018 unter Druck geraten. Höherpreisige Weine hingegen bleiben stabil.

Weinmarke im gesamten deutschen Handel werden.“

Auch der baden-württembergische Wein- und Spirituosspezialist Mack & Schühle zeigt sich mit der Entwicklung seiner gut 20 italienischen Weinmarken zufrieden. „Unsere Marken sind stabil positioniert, zusätzlich bringen neue Marken gute Wachstumszahlen“, offenbart Kommunikations-

leiterin Johanna Neumeister. Nach dem anhaltenden Grundrauschen sehe man vor allem Chancen bei Lambrusco, wo man mit der „Riunite“ eine „hervorragende“ Marke im Sortiment habe, die dieses Jahr auch mit einer neuen Ausstattung startete, so Neumeister. Aber auch mit „Novantaceppi“ habe man eine noch recht junge Marke im Portfolio, die mit sehr guten Wachstumszahlen gestartet sei. „Hier möchten wir das Potenzial voll ausschöpfen und präsentieren für den kommenden Sommer zwei Neuheiten: „Primitivo Rosé“ und „Pinot Grigio“. Für dieses Jahr „setzen wir mit unserem 40-köpfigen Außendienstteam weiterhin auf einen breiten und nachhaltigen Distributionsaufbau über eine starke Arbeit direkt am PoS, um weiterhin Wachstum für unsere italienischen Marken und Weine zu generieren“, erklärt Neumeister.

Gut aufgestellt sieht sich auch das Weinunternehmen Langguth mit seinem italienischen Wein „Sontino BioVegan“. So habe die Marke im vergangenen Jahr beim Absatz um 17,2 Prozent zugelegt. „Das Bio-Wein-Segment im LEH wächst seit Jahren. Neben Bio sind die Themen Nachhaltigkeit und Regionalität die wichtigsten Treiber“, deutet Langguth-Pressesprecher Hans Kohl die Marktpotenziale. Um das Momentum zu nutzen, schießen die Traben-Trabacher nun mit „Sontino BioVegan Frizzante“ noch eine Prosecco Variante hinterher.

Auf der Bio-Welle reitet seit Längerem auch die Weinkellerei Peter Mertes. Dazu Geschäftsführer Matthias Willkomm: „Unsere „Biorebe“ mit diversen italienischen Rebsorten ist aktuell die absatzstärkste Bio-Vegan-Marke im deutschen LEH.“

Pierre Pfeiffer

CANTATA®

Der vollmundige Primitivo Passito aus dem Süden Italiens



CANTATA®

Der vollmundige Primitivo Passito aus dem Süden Italiens

Art-Nr. 640432
Flasche GTIN 4 006921 404916
Karton GTIN 4 006921 404923



Für den intensiven und vollmundigen Geschmack unseres tiefdunklen Primitivo Passito, trocknen die Trauben am Rebstock leicht ein, bevor sie geerntet werden. Das Resultat ist ein weicher, fülliger und außergewöhnlich aromatischer Wein mit beeindruckender Geschmacksdichte.

JOSEF DRATHEN GmbH & Co. KG
Flieburgstraße 23 · D-56856 Zell (Mosel) · Telefon +49 (0) 65 42 - 70 00
info@josef-drathen.de · www.josef-drathen.de

KOMPAKT

Terlaner I – zum Sammeln oder Genießen

DIE CANTINA TERLAN ist weit über die Landesgrenzen hinaus für ihre Weißwein-Cuvée Terlaner bekannt. Zusammengesetzt aus 75 Prozent Weißburgunder, 22 Prozent Chardonnay und 3 Prozent Sauvignon Blanc ist die Cuvée in drei Qualitäten erhältlich. Neben dem Terlaner und dem Nova Domus Terlaner Riserva fährt sich in diesem Jahr zum fünften Mal die Lancierung der höchsten Qualitätsstufe der Terlaner I Grande Cuvée 2016. Gerade mal 3.485 Flaschen sind in exklusiven Restaurants sowie bei ausgewählten Händlern von New York über Deutschland bis Japan erhältlich, sagt Cantina Terlan. **pip**
www.cantina-terlano.com



Teruzzi mit neuem Markenauftritt

SEIT APRIL erstrahlt Teruzzi unter einem neuen Markenauftritt. Das deutlich reduzierte Logo zeigt den frühchristlichen Lebensbrunnen, der im Einklang mit Sonne und Mond das Verstreichen der Zeit sowie einen Aufbruch in die Zukunft symbolisiert. Auf den Etiketten finden sich fantasievolle Fabelwesen, die den mittelalterlichen Schriften und Ornamenten San Gimignano entstammen. Diese symbolisieren die großen menschlichen Emotionen, das Rationale und Irrationale sowie Wunder und Trug längst vergangener Zeiten. **pip**
www.egfra.de



Donnafugata – rote Cuvée aus Sizilien

DER JAHRGANG 2016 wird von einem eher ausgeglichenen Klimaverlauf mit einem milden Frühjahr und mit einem nicht zu heißen Sommer auf Südwests Sizilien gekennzeichnet. Die Lese der Trauben begann Mitte August mit Merlot und Syrah, gefolgt von Nero d'Avola Anfang September und wurde mit der Ernte des Cabernet Sauvignon in der zweiten Septemberwoche beendet. **pip**
www.donnafugata.it



Sontino BioVegan in der Frizzante-Version

IN SONTINO BioVegan Frizzante steckt die ganze Lebensfreude Südtaliens, verspricht Hersteller Langguth. Mit seiner prickelnden Eleganz soll Sontino BioVegan Frizzante das Highlight auf jeder Sommerparty werden. Ideal auch für Picknicks und lockere Mädelsabende. Der italienische Perlwein mit einem Alkoholvolumen von 10,5 Prozent soll am besten zwischen 8 und 10 Grad getrunken werden. **pip**
www.langguth.de

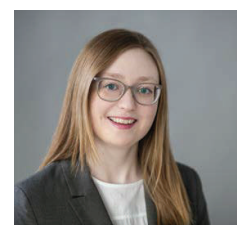


„Hart-Discount verliert stark“

VERBRAUCHERMÄRKTE sind die großen Gewinner.

IRI-Weinexpertin Ricarda Rank nennt Gründe, warum der italienische Wein 2018 schwächelte.

„Italienischer Wein hat einen Absatzmarktanteil von 15 Prozent am Weinmarkt. Er entwickelt sich von der Menge (-7,2 Prozent) stärker rückläufig als der gesamte Weinmarkt (-3,3 Prozent). Aufgrund eines steigenden Preisniveaus von 4,3 Prozent am Gesamtweinmarkt werden leichte Umsatzzuwächse (0,8 Prozent) verzeichnet. Beim italienischen Wein sind trotz eines steigenden Preisniveaus von 6,5 Prozent jedoch Umsatzrückgänge von -1,1 Prozent zu verzeichnen. Der größte Absatz von italienischem Wein zeigt sich beim Hart-Discount, sowohl Absätze als auch Umsätze sinken dort jedoch mit über 13 Prozent am stärksten. Auch die Markendiscouter verlieren deutlich mit -10 Prozent, hier steigen die durchschnittlichen Preise mit 11,2 Prozent am stärksten. Die Verbrauchermärkte, die bei Betrachtung des Umsatzes die wichtigsten Vertriebskanäle sind, können



hier absolut gesehen am stärksten zulegen.

81 Prozent aller italienischen Weine werden im Westen Deutschlands verkauft, jedoch mit sinkenden Absätzen von -7,8 Prozent. Hier verlieren bis auf Bayern alle Regionen, insbesondere Mitte (-15,6 Prozent) und Nord-West (-12,2 Prozent). Im Osten sinken die Absätze um -6 Prozent, wobei sich alle Regionen rückläufig entwickeln. In allen Regionen (West und Ost) steigen die Preise. Der stärkste Preiseinstieg zeigt sich in Nord-Ost mit +13,9 Prozent, wo ebenfalls ein Umsatzanstieg von +9,5 Prozent verzeichnet wird.“