

ProWine China 2015 weiter auf Erfolgskurs

GESTIEGENE ANZAHL AN FACHBESUCHERN WACHSENDE VIELFALT AUF AUSSTELLERSEITE

Am 13. November ist die ProWine China, eine regionale Satellitenveranstaltung der ProWein, internationale Leitmesse für Wein und Spirituosen, in Shanghai erfolgreich zu Ende gegangen. Drei Tage lang präsentierten rund 600 Wein- und Spirituosenhersteller aus 33 Ländern ihre Spitzenprodukte. Auf keiner anderen Weinfachmesse in China gibt es ein solch umfangreiches Angebot. Die Messe präsentierte 16 Länderpavillons und drei regionale Pavillons. Die meisten Aussteller kamen aus Frankreich, gefolgt von Italien, Spanien und Argentinien, unter ihnen viele grosse Weinproduzenten. Aufstrebende

Weinnationen wie z.B. Australien oder Chile waren zum ersten Mal mit einem offiziellen, nationalen Gemeinschaftsstand vertreten.

Für dieses umfassende Angebot interessierten sich 10300 Fachbesucher. Das ist ein Anstieg von 25 Prozent gegenüber dem Vorjahr (8250 in 2014). Bemerkenswert war hier vor allem die hohe Qualifikation der Fachbesucher – in der Hauptsache Importeure, Distributeure, Händler und Food & Beverage Manager. Vor allem die Zahl der chinesischen Fachbesucher, die von ausserhalb nach Shanghai reisten, konnte noch einmal gesteigert werden. Allein diese Tatsache untermauert noch einmal die Bedeutung der ProWine China als führende Weinmesse auf dem chinesischen Festland.



gert werden. Allein diese Tatsache untermauert noch einmal die Bedeutung der ProWine China als führende Weinmesse auf dem chinesischen Festland.



Der Online-Weinmarkt

POSITIVE GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Der Anteil des Online-Absatzes für Wein ist kontinuierlich gestiegen. Wein gehört zusammen mit Büchern zu den ersten Artikeln, die über das Internet angeboten wurden. Bereits in der Dotcom-Ära um das Jahr 2000 war Wein mit dabei. Auch die ProWein, die internationale Leitmesse für Wein und Spirituosen in Düsseldorf, registriert immer mehr Fachbesucher, die in diesem Bereich tätig sind.

Online-Weinmarkt in Deutschland

Wie im gesamten Online-Handel fällt eine exakte Erfassung des Marktvolumens aufgrund unterschiedlicher Messansätze und der Vielzahl der Online-Anbieter schwer. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) nahm in ihre Studien auf Veranlassung des Deutschen Weininstitutes (DWI) Online erstmals für das Jahr 2013/14 als eigenen Absatzkanal auf. Nach den Erhebungen der GfK wurden in Deutschland im Jahr 2014 fünf Prozent des gesamten Umsatzes mit Wein über das Internet generiert. In absoluten Zahlen entspricht dies etwa 45 Mio. Litern Wein im Wert von rund 300 Mio. Euro. Der Durchschnittspreis für einen Liter Wein im Internet liegt mit 6,68 Euro auf dem Niveau des Fachhandels und damit deutlich

über dem des Lebensmittelhandels von 2,89 Euro pro Liter, stellt das DWI dazu fest. Der relativ hohe Preis erstaunt nicht, denn der Online-Markt wurde bisher im Wesentlichen von Firmen bedient, deren Angebot im gehobenen Segment «5 Euro plus pro Flasche» angesiedelt ist. Das Gesamt-Volumen für Weine über 5 Euro im stationären und Online-Handel beläuft sich nach Berechnungen der Universität Geisenheim auf etwa 1 Mrd. Euro. Die Online-Umsätze in diesem Segment werden von Beteiligten auf etwa 150 Mio. Euro geschätzt.

Online als Schaufenster für Winzer, Weingüter und Genossenschaften

Immer mehr Winzer, Weingüter und Genossenschaften betreiben neben einer Website auch einen Online-Shop. Da es dazu keine Erhebungen gibt, lässt sich zu Volumen und Wert keine Aussage machen. Die Shops werden eher als Instrument der Kundenbindung gesehen: Weingutkunden können so bequem ihren Wein nachordern.

Weil sie Kosten für einen eigenen Shop vermeiden und gleichzeitig die Werbekraft bestehender Plattformen nutzen möchten, arbeiten viele Winzer und Weingüter mit

VICAMPO oder WIR WINZER. Auf der anderen Seite verzichten Winzer bewusst auf den Verkauf über eine eigene Internetseite, um ihren Fachhandelskunden keine Konkurrenz zu machen.

Österreich und Schweiz

Der Online-Anteil am Weinmarkt in Österreich und der Schweiz liegt bei Schätzungen aus der Branche bei 3 bis 5 Prozent. Hauptakteure am Markt sind die grossen Supermarkt-Ketten wie SPAR WEINWELT in Österreich oder COOP und DENNER in der Schweiz. Im Fachhandel versuchen sich zahlreiche unabhängige Händler am Online-Markt zu behaupten. Führend ist in Österreich die Firma WEIN&CO, die auch Marktführer im stationären Fachhandel ist. In der Schweiz vermittelt FLASCHENPOST.CH die Weine von über 70 grossen und kleinen Händlern.

www.prowein.com



Das neue Weinmagazin von Chandra Kurt

«WEINSELLER JOURNAL»

Ergänzend zum Weinseller erscheint diesen November das neue Weinmagazin von Chandra Kurt. Das «Weinseller Journal» ist eine Ergänzung zum Weinseller und wird vier Mal pro Jahr erscheinen. Es ist kein Weinmagazin im herkömmlichen Sinn, sondern eine lehrreiche Weinpublikation, die man sammeln und aufheben kann. Chandra Kurt erzählt darin aus ihrem Weinalltag, vermittelt einfach und verständlich alles, was man wissen muss, um noch mehr Freude am Weingenuss zu haben.

Das Journal ist erhältlich beim Werd Verlag, www.werdverlag.ch // Probenummer: CHF 14.00 Jahresabo (4 Ausgaben): CHF 48.00 statt CHF 56.00



Cheval des Andes 2011

KOMPLEXES BOUQUET

Raffiniert, lebendig, extravagant: diese einzigartige Assemblage vereint die Winzerkunst des Château Cheval Blanc, Premier Grand Cru Classé A aus Saint-Emilion mit der grossartigen Lage der Terrazas de los Andes. Ein ausserordentliches Weingut von 50 Hektar, wo die Malbec-Reben bis zu 80 Jahre alt sein können. Kürzlich vom «Robert Parker's Wine Advocate» mit 94 Punkten ausgezeichnet, ist der Cheval des Andes 2011 durch ein komplexes Bouquet gekennzeichnet und ist eine Cuvée aus drei verschiedenen Trauben: Malbec, Cabernet Sauvignon und Petit Verdot.



Moët Hennessy Suisse SA, Genf
www.moët-hennessy.ch

Siepi 2012

EINMALIG UND ORIGINELL



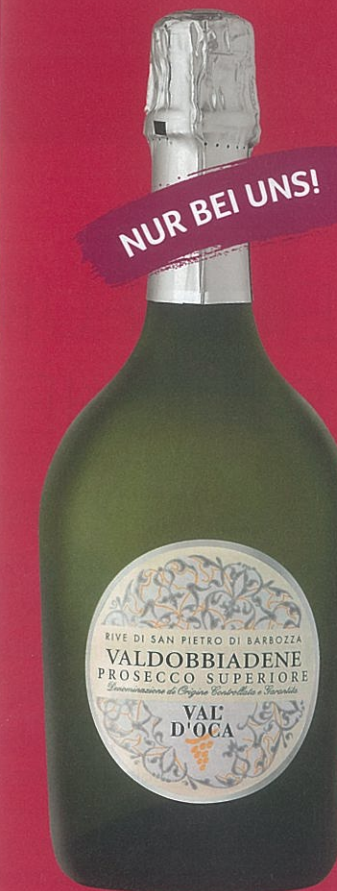
Ein Cru aus Sangiovese und Merlot, welche auf den 6 Hektaren des Siepi angebaut werden, eine der besten Lagen des Weinguts. Stärke und Konzentration machen aus ihm einen temperamentvollen Wein der einmalig und originell ist. Einer der 50 Weine, die Italien verändert haben (Gambero Rosso). Der Jahrgang 2012 feiert den 20. Geburtstag des Siepi mit einem speziellen Etikett (siehe Bild) und einer speziellen Verpackung. Ein auch von Fachexperten hochgelobter Wein!

Traubenmischung: 50% Sangiovese, 50% Merlot // **Alkohol:** 13,99% vol. // **Weinberglage:** Siepi: 260m ü. M., Süd-/Südwestlage // **Alter der Rebstöcke:** 14 – 27 Jahre // **Weinlese:** von Hand ab dem 10. September (Merlot), dem 1. Oktober (Sangiovese) // **Flaschenabfüllung:** Dezember 2014 // **Produktion:** 14 000 Flaschen // **Lagerfähigkeit:** über 20 Jahre // **Verkostungsnotizen:** Monumental, Anklänge von Zartbitterschokolade, komplexer und lang andauernder Nachgeschmack // **Speisenempfehlung:** Üppige, aufwendige Gerichte, Schmorfleisch, Blauschimmelkäse

www.vinidamato.ch

VAL D'OCA

italienische Lebensfreude



Im Nordosten Italiens wachsen die Trauben der Winzervereinigung Cantina Produttore di Valdobbiadene. Das milde Klima, im Sommer nicht schwül, im Winter nicht eisig, schafft die perfekten Voraussetzungen für den besonderen Prosecco, welcher in dieser Region seit 1952 mit viel Wissen vinifiziert wird. Die Conegliano Valdobbiadene wurde 2009 zur DOCG ernannt und stellt die Spitze in der Qualitätspyramide der Prosecco-Welt dar. Überschaumend frisch, samtweich und perlend verspielt. Das ist die venezianisch-italienische Art, das Leben zu geniessen!

**PRODEGA
GROWA
TRANSFOURMET**