

SPANISCHE / CHILENISCHE
WEINE



BARBARA WEHOWSKY
AGENTUR & BERATUNG

BARBARA WEHOWSKY GMBH & CO. KG
GARTENSTRASSE 42
D - 40479 DÜSSELDORF
T - +49(0)211-4983084
WWW.BARBARA-WEHOWSKY.DE

IHR PARTNER FÜR DIREKTIMPORTE

WEIN | DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR HANDEL UND ERZEUGER

MARKT

faxline

Das Original

www.wein-und-markt.de



TORREVENTO
UNA LUNGA STORIA RACCONTATA IN UN VINO
Eine lange Geschichte, erzählt in einem einzigen Wein

2017
Tre Biochieri

CASTEL DEL MONTE
NERO DI TROIA
RISERVA
DOCG

GES Sorrentino GmbH & Co. KG
Annenheider Allee 97 | 27751 Delmenhorst | Tel. 04221 916450
info@ges-sorrentino.de | www.ges-sorrentino.de

Nummer 06/2017

+++ Killinger wechselt von Freixenet zu Ferrero: Dominic Killinger ist nach knapp drei Jahren als Senior Brand Manager bei der Freixenet GmbH (Wiesbaden/Mainz) von Bord gegangen und in die Süßwarenbranche gewechselt. Seit Anfang Februar arbeitet der 38-jährige Diplom-Kaufmann als Senior Product Manager bei Ferrero in Frankfurt/Main. Die Freixenet GmbH sucht deshalb jetzt eine(n) Brand & Trade Marketing Manager(in) für ihre Weinsparte. -wer-

+++ Millésime Bio meldet Zuwachs: Die Millésime Bio in Marseille hat gestiegene Besucherzahlen zu verzeichnen. 4.850 Fachbesucher gegenüber 4.500 Ticketkäufern im Vorjahr (Trend: +7,8%) waren laut dem Ausrichter (der Winzervereinigung SudvinBio) bei der jüngsten Ausgabe der Messe (vom 30.01. bis 01.02.2017) dem Ruf ans Mittelmeer gefolgt. 72% davon kamen aus Frankreich, 28% aus dem Ausland. Die Messe war dabei nach Einschätzung der Veranstalter vor allem von einer Zunahme der internationalen Besucher (+20% gegenüber Vorjahr) aus Europa, Nordamerika und Asien geprägt. Auf der Millésime Bio wurde ferner beschlossen, die Zahl der Aussteller fürs nächste Jahr auf 902 zu begrenzen, um weiterhin ein gutes Besucher/Aussteller-Verhältnis gewährleisten zu können. -ja-

+++ Delle (noch) nicht komplett ausgebügelt: Nach zwei Jahren mit leichten Einbußen ist der deutsche Weinmarkt im Weinwirtschaftsjahr 2015/16 (1. August 2015 bis 31. Juli 2016) wieder gewachsen. Wie aus den aktuellen Daten der Trinkweibilanz des Deutschen Weinbauverbandes hervorgeht, wurden 2015/16 hierzulande insgesamt 19,79 Mio. hl Still- und Schaumwein verkauft. Das

waren 1,2% mehr als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Dabei ging der Schaumweinabsatz erneut zurück – diesmal um 2,6% auf ca. 2,86 Mio. hl. Der Stillweinabsatz erhöhte sich dagegen um 1,8% auf rund 16,94 Mio. hl. Von dem Aufwärtstrend im Stillweinsegment konnten allerdings (wie schon im vorherigen Weinwirtschaftsjahr) nur die ausländischen Weine profitieren. Deren Verkaufsvolumen stieg 2015/16 um 3,3% auf knapp 9,96 Mio. hl. Deutsche Weine mussten dagegen einen leichten Verlust von 0,2% auf 6,98 Mio. hl hinnehmen. Die einheimischen Gewächse kommen demnach im Stillweinebereich auf einen Marktanteil von 41,2%. Der größere Batzen geht mit 58,8% auf das Konto der Importweine. Zu berücksichtigen ist, dass sich die Einwohnerzahl in Deutschland im Weinwirtschaftsjahr 2015/16 um 0,8 Mio. auf 82,2 Mio. erhöhte. Obwohl das Weinmarktvolumen um 1,2% wuchs, blieb dadurch der theoretische Pro-Kopf-Jahresverbrauch mit insgesamt 24,1 l konstant. Davon entfielen 12,1 l (Vorjahr: 11,9 l) auf ausländische Stillweine, 8,5 l (Vorjahr: 8,6 l) auf einheimische Stillweine und 3,5 l (Vorjahr 3,6 l) auf Schaumweine. Trotz des um erhöhten Gesamtmarktvolumens im Weinwirtschaftsjahr 2015/16 besteht allerdings kein Grund für überzogene Euphorie. Denn trotz des Wachstums wurde das Niveau aus dem Weinwirtschaftsjahr 2012/13 von knapp 20,2 Mio. hl (noch) nicht wieder erreicht. Langfristig betrachtet hat sich der deutsche Weinmarkt als weitgehend gesättigt und stabil erwiesen. Es gab weder außergewöhnlich große Zuwächse noch dramatische Einbußen. In den vergangenen zehn Jahren schwankte das Gesamtmarktvolumen zwischen 19,5 und 20,2 Mio. hl, der theoretische Pro-Kopf-Jahresverbrauch zwischen 23,8 und 25,1 l. -wer-

+++ Burgundische Kooperativen mit eigener Weinmarke: Die burgundischen Genossenschaften Caves de Bailly Lapiere, Vignerons de Buxy und Alliance des Vignerons Bourgogne Beaujolais, die seit dem letzten Jahr die Compagnie de Bourgogne als gemeinsame Vermarktungsorganisation betreiben, haben im Januar 2017 unter dem Namen La Bourgogne auch eine gemeinsame Dachmarke für Still- und Schaumweine lanciert, mit denen rund 30 Appellationen und die Burgund-typischen Rebsorten abgedeckt werden. In das Projekt werden nach Unternehmensangaben über fünf Jahre hinweg rund 500.000 Euro investiert. Der angepeilte Regalpreis soll bei 7 bis 20 Euro/Flasche liegen. Die Compagnie de Bourgogne will mit einer Produktion von 3 Mio. Flaschen La Bourgogne innerhalb von fünf Jahren einen Umsatz von 12 Mio. Euro erzielen, davon 60% im Export. Aktuell werden die Produkte der neuen Marke in die USA und nach Belgien exportiert. -gg-

BESUCHEN SIE UNS AUF
DER PROWEIN
Halle 16 - Stand G31



PELLEGRINI
HANDEL MIT INTERNATIONALEN WEINEN

+++ Weinmanufaktur Gengenbach-Offenburg mit „stabilem“ Ergebnis: Die Weinmanufaktur Gengenbach-Offenburg hat das Geschäftsjahr 2015/16 mit einem Umsatz von rund 5,7 Mio. Euro abgeschlossen und liegt damit „nur knapp“ unter dem Vorjahresergebnis. Dies berichtete Geschäftsführer Christian Gehring im Rahmen der Mitgliederversammlung in Zell-Weierbach. Die Auszahlung je kg Trauben habe allerdings gegenüber dem Vorjahr, als es eine mengenmäßig kleine Ernte gab, gesteigert werden können. Die Gesamtbilanzsumme beziffert das Unternehmen mit rund 6,5 Mio. Euro. „Mit dieser Vermögens- und Finanzlage sind wir top aufgestellt. Dies gilt es jetzt zu nutzen, um die strukturellen Reformen auf den Weg zu bringen und die Ertragslage auf ein stabiles Niveau zu bringen“, erklärte Gehring, der sich erfreut darüber zeigte, dass das Unternehmen auch Jungwinzer als Mitglieder hat, die bereit seien, sich mehr zu engagieren, indem sie Flächen von älteren Winzern übernehmen würden. Mit Benedikt Vollmer (Ortenberg) und Florian Braun (Bermersbach) wurden zwei Jungwinzer von der Versammlung in den Aufsichtsrat gewählt. Nun bestehe die große Herausforderung darin, dass sie ein Unternehmen vorfinden, mit dem sie sich auch langfristig identifizieren können. Wiedergewählt in den Aufsichtsrat wurde Edgar Feißt, neu ins Gremium berufen wurde Peter Buß. In der Kellereiwirtschaft ist die Genossenschaft von der Doppelspitze abgerückt und hat die Gesamtverantwortung an den önologischen Leiter Philipp Mielke übertragen. Gut angekommen seien die neue Firmierung als Weinmanufaktur und das neue Erscheinungsbild. Die neue einheitliche Flaschenausstattung mit dem Adler stoße beim

Verbraucher auf positive Resonanz. Mit der Produkt-Pyramide von Premium SL über Premium, Klassik und Literweine wurde das Sortiment gestrafft und modern aufgestellt. Hinzu kämen die Raritäten der Jungwinzerweine und die Sonderlinien, ergänzt durch Sekt und Secco. In der Sortenstruktur bleibe die Weinmanufaktur stabil bei 38% Spätburgunder, 25% Müller-Thurgau sowie Ruländer, Riesling, Weißburgunder und sonstige Sorten. Die Ertragsfläche ist leicht gesunken und beträgt jetzt 272 ha. -gg-

+++ Lanson verzeichnet Umsatzrückgang: Die Gruppe Lanson-BCC, Reims, hat das Geschäftsjahr 2016 mit einem Umsatzrückgang von 2,8% im Vergleich zum Vorjahr abgeschlossen. Als Grund dafür gibt das Unternehmen eine ungünstige Entwicklung im letzten Quartal 2016 an, in dem es ein Minus von 10,2% gegeben habe – bedingt durch die schlechte Konjunktur in Frankreich und die Schwäche des Britischen Pfunds. Insgesamt hat die Gruppe im letzten Jahr einen Umsatz von 259,15 Mio. Euro erzielt (2015: 266,5 Mio. Euro). Auf dem französischen Markt habe es ein Minus von 2,3% gegeben, in Großbritannien seien die Absätze zwar stabil geblieben, aber das gegenüber dem Euro stark schwächelnde Pfund habe dennoch zu einem Rückgang von 11,4% geführt, heißt es. Nach Einschätzungen einiger Mitglieder des Comité Champagne dürfte der globale Champagner-Markt 2016 um 1,9% zurückgegangen sein. -gg-

Weitere Meldungen und 36 aktuelle Stellenangebote auf www.wein-und-markt.de: +++ Bio wächst +++ Neuer Investor in Saint-Estèphe