

**PRESSEGESPRÄCH, 12.11.2007, Seite 1/2**

## **Wein im Distanzhandel**

### **Marktdaten und Produkte**

**Eltville-Hattenheim, 12.11.2007** Wein ist im deutschen Versandhandel ein interessantes Nischenprodukt. Es gibt eine Vielzahl von Versendern, die den Rebsaft anbieten. Ebenso ist bei den Deutschen eine steigende Tendenz zu erkennen, Lebensmittel und damit auch Wein bequem von der Couch oder dem Computerbildschirm aus zu kaufen. Die deutschen Versender haben den Kunden ein großes, überaus vielfältiges und hochwertiges Spektrum an Weinen anzubieten. Gleichzeitig stimmt der Service, und man muss die Flaschen nicht selbst nach Hause tragen.

### **Marktdaten ...**

Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvH) beobachtet den erfreulichen Trend, dass Versandhandel bei den Deutschen immer beliebter wird. So steigt der Gesamtumsatz der Branche im Jahr 2007 im Privatkundengeschäft auf 27,6 Mrd. Euro (+5,1 Prozent). Der Anteil am deutschen Einzelhandel erreicht damit erstmals den Rekordwert von 7 Prozent. Bekleidung, Textilien und Schuhe sind mit rund 12,4 Mrd. Euro Umsatz (+1,6 Prozent, Vorjahr: 12,1 Mrd. Euro) die mit Abstand größte Warengruppe. Diese Zahlen gehen aus der repräsentativen Verbraucherbefragung „Distanzhandel in Deutschland“ hervor, die das Bielefelder Forschungsinstitut TNS-Infratest in diesem Jahr zum zweiten Mal im Auftrag des bvH durchgeführt hat.

Für Lebensmittel, Delikatessen und Wein geben die Deutschen in diesem Jahr rund 723 Mio. Euro (Vorjahr: 627 Mio. Euro) im Versandhandel aus. Das sind rund 15 Prozent mehr als im Jahr 2006. Der Gesamtumsatz mit Wein, der in diesem Jahr im Versand erzielt wird, liegt bei rund 135 Mio. Euro. Rund ein Drittel (32 Prozent) dieser Summe entfallen dabei auf das Internet, das von Weinkäufern durchschnittlich nahezu ebenso stark genutzt wird, wie von anderen Versandhandelskunden. Insgesamt betrachtet sind rund 39,5 Prozent des deutschen Versandhandelsumsatzes (in Summe 10,9 Mrd. Euro) dem Internet zuzurechnen.

Wie die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag des Deutschen Weininstituts ermittelt hat, kauften die Deutschen im vergangenen Jahr für rund 4,18 Mrd. Euro Wein ein. Davon gaben sie den größten Teil direkt beim Winzer (Anteil 25,7 Prozent) aus. Danach folgten mit jeweils 15,5 Prozent die Verbrauchermärkte und der Discounter Aldi. Weinfachgeschäfte kamen auf den vierten Platz (15,3 Prozent) der beliebtesten Weineinkaufsstätten, dicht gefolgt

**PRESSEGESPRÄCH, 12.11.2007, Seite 2/2**

von den anderen Discountern (15 Prozent) und vor dem kleinen Lebensmitteleinzelhandel mit 7,4 Prozent Anteil. Die restlichen Einkaufsstätten, zu denen bei der GfK-Betrachtung auch der Versandhandel gezählt wird, kamen auf einen Anteil von 4,4 Prozent oder umgerechnet rund 180 Mio. Euro. Im ersten Halbjahr 2007 hatte der Versandhandel zusammen mit den sonstigen Einkaufsstätten einen wertmäßigen Anteil am deutschen Weinmarkt von 5,9 Prozent – ein leichtes Plus gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum.

Eine insgesamt positive Entwicklung, die der deutsche Weinversandhandel zu verzeichnen hat. Er schafft es, mit großem Angebot und guter Qualität zu überzeugen. Im Praxistest war Master Sommelier Hendrik Thoma sehr zufrieden.

**... und Produkte**

„Hervorragende Kataloge“ mit „hochwertigem Sortiment“ - Master Sommelier Hendrik Thoma hat sich mit rund 40 verschiedenen Katalogen ein umfassendes Bild vom Weinversandhandel in Deutschland gemacht und sein Fazit ist positiv: „Alle Anbauregionen, Rebsorten und namhaften Winzer sind zu finden. Schon hier kann der Versandhandel die Kunden mit großem Angebot überzeugen. Der Wein ist hier mehr als ein einfaches Mitnahmeprodukt.“

Auch die Beratungskomponente stimmt. Thoma sagt: „Ein Katalog muss auf den Punkt gebracht erklären, was das Besondere des jeweiligen Weines ausmacht – übersichtlich und gut strukturiert.“ Dieses Erfordernis sieht er sehr häufig verwirklicht und lobt auch die vorhandene telefonische Beratungskompetenz. Großes Plus ist der Lieferservice bis nach Hause: „Wer trägt schon gerne vier Weinkisten bis in die vierte Etage.“

---

*Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. mit Sitz in Frankfurt am Main vertritt seit 1947 die Interessen der Branche. Derzeit sind 250 Unternehmen im Verband organisiert, die ihre Waren per Katalog, Internet oder TV anbieten. Darunter sind Versender mit gemeinsamem Katalog- und Internetangebot, reine Internethändler, TV-Versender, Apothekenversender und Ebay-Powerseller. Die Versandhandelsbranche setzt im Privatkundengeschäft jährlich rund 27,6 Mrd. Euro um. Der Internetverkauf von Waren erreicht in diesem Jahr erstmals den Rekordwert von 10,9 Mrd. Euro.*

*Hendrik Thoma legte 1999 erfolgreich die Prüfung zum Master Sommelier ab. Weltweit dürfen nur etwa 100 Personen diesen Titel führen. Seit 1995 ist er im „Jacobs Restaurant“ des renommierten Hotel Louis C. Jacob an der Hamburger Elbchaussee als Chef-Sommelier tätig. Dort können die Gäste aus einer Weinkarte mit 1.200 Positionen wählen. Darüber hinaus vermittelt Hendrik Thoma sein Fachwissen in der „Welt am Sonntag“, in „Living at Home“ und als Autor der Bücher zur gleichnamigen Fernsehserie „Kochduell“. Thoma ist darüber hinaus Berater für Wein-Investmentfonds der Blue Capital GmbH, ein Unternehmen der HypoVereinsbank-Gruppe.*