



Bisher manövriert die italienische Weinwirtschaft stabil durch die stürmische See. Impulse durch die Vinality sind aber willkommen.

Starke Position

Italiens Weinwirtschaft hält dem Druck stand. Gute Zahlen generierte 2022 vor allem der Außer-Haus-Konsum, entsprechend sanken die Verkäufe im LEH.

Die Dauerkrise hat Italiens Weinverkäufe erst in den letzten Monaten deutlich überschattet. Die Abkühlung der Märkte konzentrierte sich gegen Jahresende und zog sich über die ersten Monate von 2023 hinweg.

Pünktlich zu Redaktionsschluss wurde die Exportstatistik veröffentlicht, die den optimistischen Prognosen nicht ganz gerecht wurde. Statt der erwarteten

Wertsteigerung von 12 Prozent auf über 8 Mrd. Euro, konnte immerhin noch 9,8 Prozent Zuwachs und ein neuer Rekordwert von knapp 7,9 Mrd. Euro erzielt werden. Er ist vor allem auf den guten Dollarkurs und die Teuerungen zurückzuführen.

Erstmals gab jedoch der Absatz nach, insgesamt um 0,6 Prozent auf 22 Mill. Hektoliter, aber nur dank der positiven Ergebnisse im ersten Quartal. Der gemeinsame Wirtschaftsmonitor von Uni-

one Italiana Vini (UIV), dem Dienstleistungsinstitut des Agrarmarktes Ismea und Vinality analysierte die Exportdaten des Statistikamtes Istat. Er errechnete ab Juni 2022 einen durchschnittlichen Mengenrückgang um 3 Prozent.

Der Wert war hingegen Ende März um 19 Prozent gestiegen, hielt 11-prozentiges Wachstum bis Juni, ging in den Sommermonaten sogar nochmal auf 12 Prozent hoch, und sackte im letzten Quartal auf Plus 4,8 Prozent ab.

Laut dem Wirtschaftsmonitor haben die Preiserhöhungen von im Schnitt 11 Prozent die Kostenexplosion nicht abdecken können. Die Margen der Lieferkette erodierte logischerweise vor allem im Bereich der Alltagsweine bis zu 6 Euro pro Liter. Die Märkte haben sich unterschiedlich gut gehalten.

Gegenläufige Entwicklung. Auf den drei Hauptmärkten erwirtschaftete Italiens Wein durchweg eine Wertsteigerung bei sinkenden Mengen. Die Vereinigten Staaten führten 6 Prozent weniger Vino ein, Großbritannien gab um 4 Prozent nach und Deutschland um 2 Prozent.

Das Portal Winenews hat die neuen Istat-Exportzahlen ebenfalls analysiert und liefert ausführlichere Daten zur Wertperformance einzelner Märkte. Bei den USA sind sich die beiden Quellen uneins, ob die Wertsteigerung 10 Prozent (UIV) oder 8,3 Prozent betrug (Winenews), jedenfalls gibt das Portal den US-Gesamtwert mit 1,86 Mrd. Euro an,



Mehr als 4.000 Aussteller setzen auf die Vinality als Vermarktungsinstrument

während in der Veröffentlichung des Wirtschaftsmonitors allein der deutsche Gesamtwert genannt wird.

Bei dem sind sich beide Quellen einig. Die Umsätze verbesserten sich um 4,9 Prozent auf 1,18 Mrd. Euro. Das ist

umso bemerkenswerter, weil Deutschland schon 2021 mit einer Wertsteigerung von 5,8 Prozent aufgewartet hatte, bei einem winzigen Mengenverlust von 0,6 Prozent gegenüber 2020.

Großbritannien kommt fast wieder an seinen Rekordwert von 2017 heran und schloss das Jahr mit einer Aufwärtsentwicklung von 9,4 Prozent auf 811,5 Mill. Euro ab. Hinzu kommt eine nicht quantifizierbare Weinmenge aus Belgien, weil einige britische Supermarktketten ihre Logistikzentren mit dem Brexit nach Ostende verlagert haben und von dort aus importieren. Auch deshalb weist die Bilanz der Belgier einen beachtlichen Zuwachs von 8,9 Prozent (238 Mill. €) aus.

Kanada steigerte seine Ausgaben auf 427,4 Mill. Euro (+11,4%), überholte damit die Schweiz und liegt nun auf dem vierten Platz der Exportmärkte. Über die Schweiz kann man sich in Italien allerdings nicht beklagen, wurde dort doch ein Durchschnittspreis von 5,80 Euro pro Liter gezahlt, sodass bei einem um 6 Prozent gesunkenen Volumen der Wert um 2,7 Prozent anstieg (426,3 Mill. €). Österreich ragt dank eines kräftigen Zuwachses von 17,8 Prozent heraus und gab 135,6 Mill. Euro für italienische Weine aus.

Frankreich und Russland unerwartet.

Die größte Überraschung der EU-Länder bescherte das sorgengeplagte Frankreich, was auch eine kleine Genugtuung für die Italiener ist. Der ewige Konkurrent mit den beneideten Durchschnittspreisen und Exportwerten zahlte 25,1 Prozent mehr Geld für Italiens Weine, kaufte dabei nur 16 Prozent mehr ein und gab insgesamt 289,5 Mill. Euro aus, allein 107 Mill. für Prosecco.

Wie es Russland geschafft hat im Direktimport, also netto und nicht über andere Länder, seinen Exportwert im Kriegsjahr um 15,8 Prozent zu erhöhen, gibt zunächst Rätsel auf. 172 Mill. Euro hat das Land 2022 in italienischen Wein investiert.

Aber der Wein war schließlich von den Sanktionen befreit, die diverse Produkte Made in Italy betreffen. Nur Weine, die über 300 Euro pro Flasche kos-

Status quo

Wie entwickeln sich die Kosten, wie wird 2023?

Im Vergleich zu den Spitzenwerten im Sommer 2022 verzeichnen wir einen Rückgang der Energiepreise, der auch mit niedrigeren Gaspreisen auf den internationalen Märkten zusammenhängt. Bei den Rohstoffpreisen ist noch kein Nachgeben zu spüren: Der Schock des letzten Jahres wird wohl noch etwas Zeit brauchen, um verarbeitet zu werden.

Es ist absehbar, dass das Jahr 2023 durch einen moderaten Rückgang des Volumens geprägt sein wird, da die Inflationsdynamik mittlerweile offensichtlich ist. Wir versuchen, den Nachfragerückgang durch eine umsichtige Preispolitik zu begrenzen. Von den aktiven Märkten erwarten wir eine allgemeine Konsolidierung der bisher erzielten Ergebnisse, wenn auch mit unterschiedlichen Tendenzen je nach Kontext. Vieles wird davon abhängen, wie sich die internationale Lage und der Energiemarkt entwickeln, aber auch vom Verhalten der Zentralbanken. Die USA, Deutschland und Großbritannien werden unsere wichtigsten Märkte bleiben, aber wir arbeiten daran, in Südostasien zu wachsen – eine Region, in der sich die Konsumgewohnheiten schnell ändern. China bleibt jedoch auf absehbare Zeit eine Unbekannte.

Das Jahr 2023 begann gemäß den Erwartungen. Bereits im Jahr 2022 hatten die meisten Analysten auf einen Rückgang im ersten Teil des Jahres 2023 hingewiesen. Wir für unseren Teil bleiben jedoch zuversichtlich, was den weiteren Verlauf des Jahres angeht, auch dank einer guten Auftragsentwicklung.

Massimo Romani, Geschäftsführer Argea



ten, durften nicht nach Russland ausgeführt werden. Über die Staaten Estland, Lettland und Litauen importiert Russland seit langem ebenfalls Wein. Die drei haben letztes Jahr sowohl im Wert als auch im Volumen enormes Wachstum verzeichnet.

Estland erhöhte den Einkauf um 29 Prozent (+31% Wert), Lettland um 64,5 Prozent (+72,4% Wert) und Litauen um 41 Prozent (+36,8% Wert). Zusammenhänge mit dem russischen Markt sind nicht belegbar, aber wahrscheinlich. Wer in Russland italienischen Wein trinken wollte und es sich leisten konnte, hat ihn jedenfalls kaufen können, auch

über die Türkei, wie italienische Produzenten berichten.

Rote Zahlen. In anderen Top-Ten-Märkten ist die Kaufzurückhaltung spürbar. Der einst große Hoffnungsmarkt China enttäuscht wieder und gibt um weitere 11,8 Prozent nach (111 Mill. €). Das reiche Hongkong gab nur 27,2 Mill. für Vino aus (-7,5%). In Europa schließt Dänemark mit einem Minus von 5,4 Prozent auf 157,8 Mill. Euro ab. Auch in Norwegen lässt Italien Federn (-6%) und nimmt 110,3 Mill. Euro ein.

Aber auch in den USA, Deutschland und Großbritannien ist die Lage durch-

Strukturelle Anpassungen

Geht der Nachfragemangel oder das Überangebot vorüber?

In den letzten zehn Jahren war das Wort Destillation eigentlich in Vergessenheit geraten, aber leider haben zunächst die Covid-19-Pandemie und jetzt der Krieg in Europa sowie die galoppierende Inflation dieses Wort wieder aufgebracht. Denn während die Weinproduktion – sowohl in Italien als auch in anderen EU-Ländern – ziemlich stabil geblieben ist, hat der inländische und internationale Verbrauch einen deutlichen Rückgang erlitten.

Vorher war kein Rückgang, sondern nur eine Verlagerung des Weinkonsums beobachtet worden, ein Nachgeben der Rotweine zugunsten der Weiß- und Roséweine. Auch dies ist ein Wandel, der in einigen Gebieten eine umfangreiche Umstellung der Produktion erfordert. Leider sind in unseren Weinkellern inzwischen erhebliche Lagerbestände zu verzeichnen, die den Markt belasten und die Preise stagnieren lassen. Mehrere Unternehmen sind heute der Meinung, dass ein Markteingriff wie die Aktivierung der Dringlichkeitsdestillation zumindest zu ihrer Lösung beitragen könnte. Grundsätzlich bin ich nicht gegen die Destillation, vor allem wenn sie mit fairen Liquidationspreisen durchgeführt wird.

Angesichts eines vorübergehenden Überangebots, sagen wir besser vorübergehenden Nachfragemangels, könnte die Destillation die schnellste und wirksamste Lösung für das Problem der Überschüsse sein, die jedoch unmittelbar von strukturellen Maßnahmen flankiert werden sollte. Die Region Abruzzen hat beispielsweise die Reduzierung des Höchstsertrags für generische Weine ohne Ausnahme in allen Gemeinden akzeptiert. Das Konsortium für die IGT- und DOC-Weine Abruzzen hat maßgebliche Verbesserungen der Produktionsregeln eingeführt und in diesem Jahr erstmals 20 Prozent der Erntemenge an Montepulciano d'Abruzzo DOC blockiert. Innerhalb weniger Jahre wird dies zu einer Neudefinition des regionalen Angebots führen, die Qualität der angebotenen Produkte wird insgesamt steigen und damit auch ihre Positionierung auf dem internationalen Markt, der bereits jetzt und meines Erachtens auch in Zukunft eher Premium- und Superpremiumweine als Einstiegsprodukte belohnt.

Alessandro Nicodemi, Weinproduzent und Präsident des Konsortiums Vini d'Abruzzo

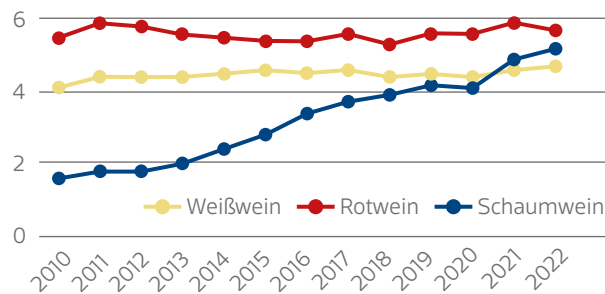


VILLA DEGLI OLMI

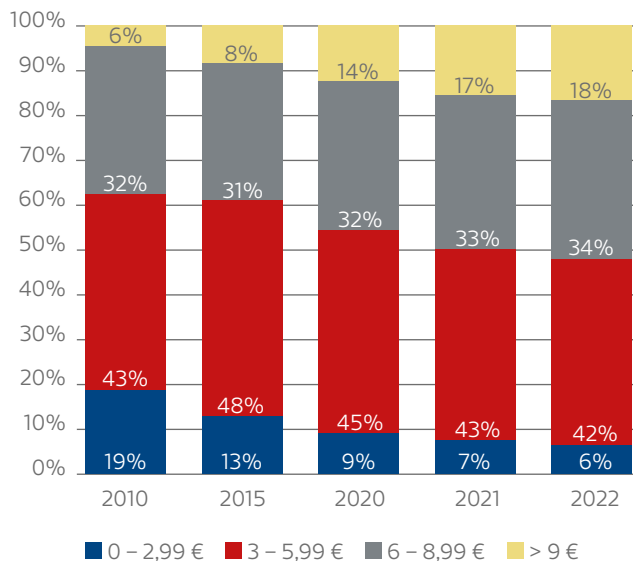
Find us at Vinitaly
Halle 4 G4-G5

Export nach Weinarten

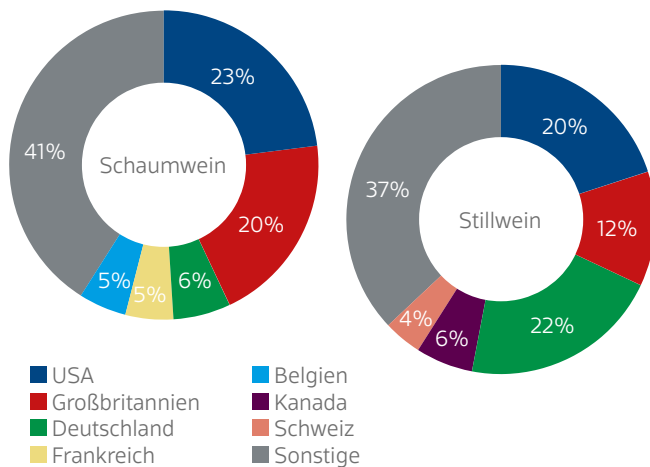
In Mill. hl



Mengenanteile von Preisklassen am Export



Anteil an der Exportmenge



Quelle: Osservatorio del Vino UIV-Vinitaly, Ismea

wachsen. Besorgnis erregen hier die Retail-Verkäufe, auf die allein rund 50 Prozent der italienischen Ausfuhren entfallen. Zum 31. Dezember 2022 sanken sie laut UIV/Nielsen-IQ auf 4,9 Mill. Hektoliter (-9%) und 4,7 Mrd. Euro (-5%). Konkret handelt es sich um einen Verlust von 63 Mill. Flaschen und 253 Mill. Euro. Der italienische LEH schreibt ebenfalls nur rote Zahlen bei Teuerungen von 3,5 Prozent und ist auf das Niveau von 2019 zurückgefallen.

Dafür hat sich der Horeca-Kanal erwartungsgemäß gut entwickelt. Die vollständige Öffnung und der Touristenboom haben ein Umsatzplus von 12 Prozent in die Kassen gespült, der Absatz stieg um 6 Prozent. Auch der Direktverkauf in den Kellereien hat sich gemauert (+7% Wert/+5% Volumen).

Die stärksten Regionen. Der Wirtschaftsmonitor befasste sich ebenfalls mit der Exportleistung der einzelnen Regionen. Die drei Exportriesen sind seit jeher das Veneto, Piemont und die Toskana. Die drei vereinigten im letzten Jahr 68,2 Prozent des gesamten Exportwertes auf sich, 2021 waren es noch 67 Prozent.

Das Veneto verstärkte seine vorherrschende Rolle und generierte allein 2,8 Mrd. Euro (+13,4%). Auf der zweiten Position liegt das Piemont (+4,6%, 1,28 Mrd. €), dem die Toskana aufgrund eines 10,4 Prozent hohen Wachstums auf 1,25 Mrd. Euro dicht auf den Fersen folgt. Außergewöhnliche Wertzuwächse erzielten die Regionen Friaul, (+39,7%), Marken (+25,9%) und auch Sizilien (+21%).

Premium schlägt Basic. Einen Paukenschlag beschert das Ergebnis der jüngsten Studie der UIV über die Marktentwicklung der Ausfuhr von Stillweinen. 2022 übertrafen die Premium- und Super-Premium-Weine (ab 6 €) erstmals in der Geschichte die Alltagsweine. Die teureren Flaschen kamen auf einen Marktanteil von 52 Prozent (2,5 Mrd. €), während sich die Weine bis zu 5,99 Euro

von 50 Prozent Anteil auf 48 Prozent zurückentwickelten.

Die Entwicklung vollzog sich langsam, aber stetig innerhalb der letzten zwölf Jahre und beschleunigte sich seit Covid. Die Topweine belegten 2010 noch eine Nische von 6 Prozent im Export, 2022 kamen sie auf 18 Prozent und 863 Mill. Euro. Das Entry Level bis 2,99 Euro schrumpfte im gleichen Zeitraum von 19 auf 6 Prozent.

»Wir erleben eine positive Entwicklung bei der Positionierung unseres Produkts. Sie entspricht dem, was in anderen Bereichen des Made in Italy geschieht. Das luxuriöse Italien wird weltweit immer beliebter, zum Beispiel im Bereich der Mode, der Autos wie Ferrari, Design und auch bei Nahrungsmitteln. Und nicht zuletzt hat die Welt des Weins ihre internationale Anziehungskraft über die traditionell bekannten Gebiete hinaus weiterentwickelt, denn heute ist es mehr die Italianità als die Tradition, die sich auf den Märkten durchsetzt«, kommentiert der Präsident der UIV Lamberto Frescobaldi die Entwicklung. Bei den Schaumweinen, so die Studie, lasse die Dominanz von Prosecco im populären Segment wenig Raum für die Premium-Range.

Aktuelle Sorgen. Die Zwickmühle zwischen Preiserhöhungen aufgrund Kostensteigerung und Konsumeinbruch wegen schwindender Kaufkraft kostet die italienischen Erzeuger und ihren Vertrieb ein weiteres Stück Marge – obwohl die Preislisten in diesem Jahr rund 10 Prozent nach oben gegangen sind. Allerdings sind auch die Glaspreise 2023 schon wieder gestiegen.

Neben der Unsicherheit der Märkte bereiten den Italiener die neuen EU-Richtlinien Kopfzerbrechen: Irlands Vorstoß für das Healthwarning und die Bedrohung des ess- und trinkbaren Made in Italy durch den Nutriscore. Unablässig dröhnt es aus den Medien, dass bewusster Alkoholkonsum nicht mit Alkoholmissbrauch gleichgesetzt werden darf.

»Das luxuriöse Italien wird weltweit immer beliebter«

Lamberto Frescobaldi, UIV

Francesco Lollobrigida, der neue Minister für Landwirtschaft und Ernährungssouveränität, will nun Bacchus-Gemälde der berühmten Meister Caravaggio und Guido Reni auf der Vinitaly anbringen lassen, um zu verdeutlichen, wie eng Italiens Kultur mit dem Wein verbunden ist.

Das Thema Überproduktion wird immer mal wieder angefasst, aber die Situation ist wohl noch nicht schlimm genug, um drastische Maßnahmen durchzusetzen. Langfristig soll die Reduzierung des Höchstetrags für generische Weine von 40 auf 30 Tonnen Segen bringen. Allerdings wollen ausgerechnet die mengenstärksten Regionen wie Venetien, Apulien und die Emilia-Romagna für zahllose Gemeinden Sondergenehmigungen erteilen und dort doch wieder 40 Tonnen erlauben.

Abruzzen hat es sich hingegen anders überlegt und seine Gemeindeliste Ende Januar 2023 wieder zurückgezogen. Sizi-

liens Weinbau schafft diese Mengen ohnehin nicht, auch die Toskana, das Piemont und die kleineren Regionen ließen sich keine Ausnahmen einräumen.

Eigentlich geht es Italiens Weinwirtschaft um eine bessere Positionierung der Weine, aber nicht alle ziehen an einem Strang. Das liegt an der komplexen Ausgangssituation. Natürlich ist die Emilia-Romagna mit sehr niedrigen Preisen für Lambrusco, Trebbiano und Sangiovese auf Menge angewiesen und das Gros der Herstellung fällt auf Kooperativen. Aber anscheinend haben es sogar Hochburgen des Valpolicella, Gambellara sowie Orte im Soave-Gebiet nötig, anonyme Weinmassen anzuhäufen.

Fazit. Trotz ständiger und größter Befürchtungen seit Beginn der Pandemie hat Italien die Dauerkrise bisher gut überstanden. Das macht auch Mut für die zukünftigen Entwicklungen.

Veronika Crecelius

WEINWIRTSCHAFT



Eingelistet: WEINWIRTSCHAFT empfiehlt

Unsere Neuheiten-Verkostung geht in die nächste Runde!

Wieder sind wir auf der Suche nach spannenden neuen Produkten für den deutschen Markt, die die Sortimente von Fachhandel, Lebensmitteleinzelhandel und Gastronomie bereichern können.

In WEINWIRTSCHAFT 10/2023 (erscheint am 19. Mai 2023) stellen wir die Weine vor, die mit ihrem Gesamtkonzept – Produktqualität, Ausstattung, Preis u.a. – am meisten überzeugen konnten.

Zulassungsvoraussetzungen:

- Neues Produkt (keine neuen Jahrgänge oder neue Etiketten)
- Weine müssen für den deutschen Markt bestimmt sein
- Keine Fassproben
- 2 Flaschen pro angestelltem Wein

**Senden Sie Ihre Weine bis
12. April 2023 an:**

Meininger Verlag GmbH
Redaktion WEINWIRTSCHAFT
»12934 Neuheiten I«

Maximilianstraße 7-15
67433 Neustadt/Weinstraße

Anmeldung und Teilnahmebedingungen
finden Sie unter

www.wein-anmelden.de

Status quo

Wie entwickeln sich die Kosten, wie wird 2023?

Bekanntlich war das vergangene Jahr sowohl durch einen erheblichen Anstieg der sogenannten Trockenstoffe als auch durch Schwierigkeiten bei deren Beschaffung gekennzeichnet. Cavit hat, wie die meisten Unternehmen des Sektors, einen großen Teil dieser Erhöhungen des letzten Jahres aufgefangen, um die Auswirkungen auf den Verbrauch einzudämmen, was seine Gewinnspannen erheblich drückte. In den ersten Monaten dieses Jahres ist eine Verbesserung bei der Einhaltung der Materiallieferzeiten und ein leichter Rückgang einiger Kosten wie Kartons und Energie zu verzeichnen, aber ein weiterer Anstieg der Flaschenpreise, die ein wesentlicher Bestandteil der Gesamtkosten sind.

Das Ziel von Cavit für 2023 ist es, die sehr guten Ergebnisse des Zeitraums 2020–2021 umsatzmäßig zu konsolidieren und die unvermeidlichen Auswirkungen der Kostensteigerungen auf die Vergütung unserer Mitglieder zu begrenzen. Wie bereits erwähnt, haben wir die Erhöhung der Listenpreise begrenzt und versucht, den Inflationsdruck zu begrenzen, da wir uns der möglichen Auswirkungen auf den Verbrauch bewusst sind.

Nach einem anfänglichen Aufwärtstrend ist in den ersten Monaten des Jahres allgemein in den wichtigsten Referenzländern ein rückläufiger Konsum im Off-Premise-Kanal zu verzeichnen, während sich der Absatz im On-Premise-Kanal im Moment noch hält.

Enrico Zanonì, Generaldirektor Cavit

