

erstellt: 03.03.2016

## **Bilanz der Winzer: wirtschaftliche stabile Lage**

**O-Ton:** Monika Reule, Geschäftsführerin, Deutsches Weininstitut GmbH, 55116 Mainz

**Länge:** 2:07 (divers kürzbar)

**Autor:** Harald Schönfelder

**Info:** Den Winzern in Deutschland geht es nach dem abgelaufenen Jahr ganz gut. Zwar haben sie leicht weniger Wein verkauft als zuvor, doch während die Menge zurückgegangen ist, sieht es bei den Umsätzen je nach Markt anders aus. Extrembeispiel sind die USA. Von der Menge her haben sie 5,5% weniger verkauft und trotzdem ein Umsatzplus von 5% hinbekommen. Im Beitrag geht es um den Verkauf im Export und im Inland.

**Anmoderation:** Die Qualität des deutschen Weinjahrgangs 2015 soll herausragend sein, damit rechnet das Deutsche Weininstitut. Auf den Verkauf hatte das im vergangenen Jahr noch keinen Einfluss. Aber auch so war das Jahr wirtschaftlich für die Branche ganz zufriedenstellend. Auf der Pressekonferenz zur demnächst (13.03.2016) beginnenden Fachmesse ProWein in Düsseldorf haben wir nachgefragt.

-----

**Beitragstext:** Deutschland ist ein kleines Land, was die Weinproduktion angeht. Gerade einmal 2% der gesamten Produktion auf der Welt kommt von hier. Daran ändert die Ernte 2015 auch nichts. Sie lag mit 9 Millionen Hektolitern im Durchschnitt der vergangenen Jahre, sagt Monika Reule, Geschäftsführerin des Deutschen Weininstituts.

O-Ton

Klasse statt Masse ist deshalb das Hauptthema der deutschen Winzer. Im Ausland haben sie 12 % weniger Wein abgesetzt als im Vorjahr, dafür ist der Umsatz im Export nur um 5 % zurückgegangen. Seit 2010 ist der Preis des exportierten deutschen Weins um gut 40 % gestiegen. Nicht jeder Auslandsmarkt verkraftet das.

O-Ton

Und die Hauptmärkte sind vor allem die USA, die Kunden dort haben zwar 5,5 % weniger Wein gekauft, haben gleichzeitig aber den Winzern ein Umsatzplus von 5 % beschert. Auch die Niederlande, Großbritannien und Norwegen sind weitere wichtige Länder. Auf der anderen Seite steht Russland, der Markt ist schon seit Jahren, also schon vor Beginn der politischen Probleme, am Schrumpfen. Im Inlandsmarkt gibt es dagegen ein anderes Problem, sagt Monika Reule.

O-Ton

Der Vorteil für die Importware: Die deutsche Produktion kann den Bedarf nicht abdecken. Der Nachteil: Die deutschen Weintrinker sind treue Kunden, knapp die Hälfte des hier verkauften Weins kommt aus dem Inland. Hier ist der Umsatz mit 1,3 % leicht gesunken. Und das liegt vor allem am Mittelfeld. Teure Weine laufen gut und das Einstiegssegment mit Preisen bis 1,50 Euro für den Liter läuft auch.

Harald Schönfelder, Redaktion ... Düsseldorf

zum Beitrag gehörende mp3-Dateien:

vertont: ProWein\_16\_Wirtschaftsjahr\_der\_Winzer\_BTR.mp3

nur O-Töne: ProWein\_16\_Wirtschaftsjahr\_der\_Winzer\_BTR\_unvertont.mp3