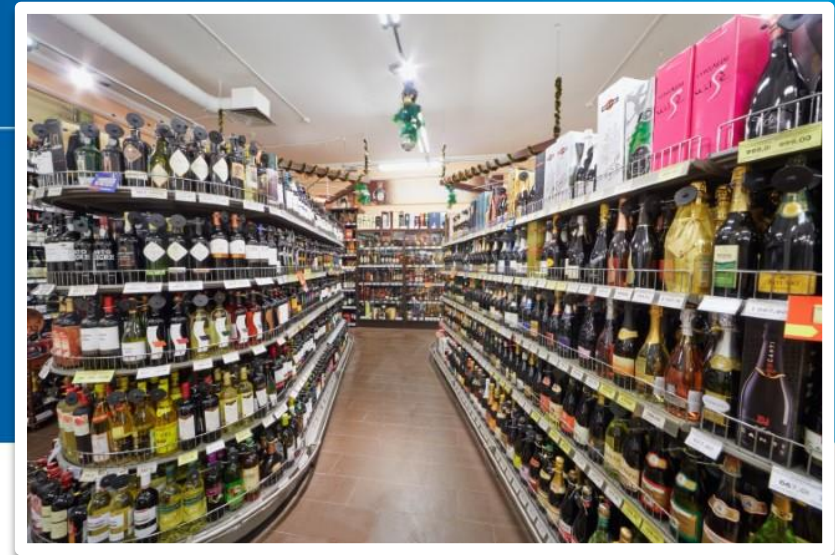


ROUND TABLE SPIRITUOSEN

PREMIUM QUALITÄT VIELFALT

CHRISTOPH KNOKE
MANAGING DIRECTOR

SEPTEMBER 2019



RUNDSCHAU
FÜR DEN LEBENSMITTELHANDEL

Spirituosen entwickeln sich im Absatz etwas schlechter als andere AHG ohne Bier

AHG-Warengruppen

Basis: LEH Total inklusive Aldi/Lidl/Norma - Jan bis Jun 2019 vs. 2018

	Absatz 1.000 Menge (in L)			VÄ in 1.000 x L	Umsatz in 1.000 Euro			VÄ in 1.000 Euro
	YTD 2018	YTD 2019	VÄ in %		YTD 2018	YTD 2019	VÄ in %	
AHG Gesamt	796.697	809.733	1,6	13.036	4.355.478	4.493.251	3,2	137.772
Spirituosen	177.074	178.979	1,1	1.905	2.010.207	2.076.387	3,3	66.180
Alk. Mischgetränke * bestehend aus Spirituosen und Weinbasis	16.946	18.158	7,2	1.212	76.052	84.886	11,6	8.834
Spirituosenbasis	13.947	15.990	14,6	2.043	69.584	80.189	15,2	10.605
Weinbasis	2.999	2.168	-27,7	-831	6.468	4.697	-27,4	-1.771
Wermut/Vermouth	3.761	3.545	-5,7	-216	21.041	20.678	-1,7	-362
Sekt/Champagner	100.506	105.991	5,5	5.484	529.143	559.753	5,8	30.611
Sonstiger Schaumwein	60.288	57.707	-4,3	-2.581	186.879	181.713	-2,8	-5.166
Wein	435.815	442.820	1,6	7.006	1.514.452	1.549.818	2,3	35.366
Sherry/Portwein	2.307	2.533	9,8	226	17.704	20.015	13,1	2.311

Positive Absatzimpulse kommen über die Harddiscounter – in allen Kanälen steigendes Preisniveau

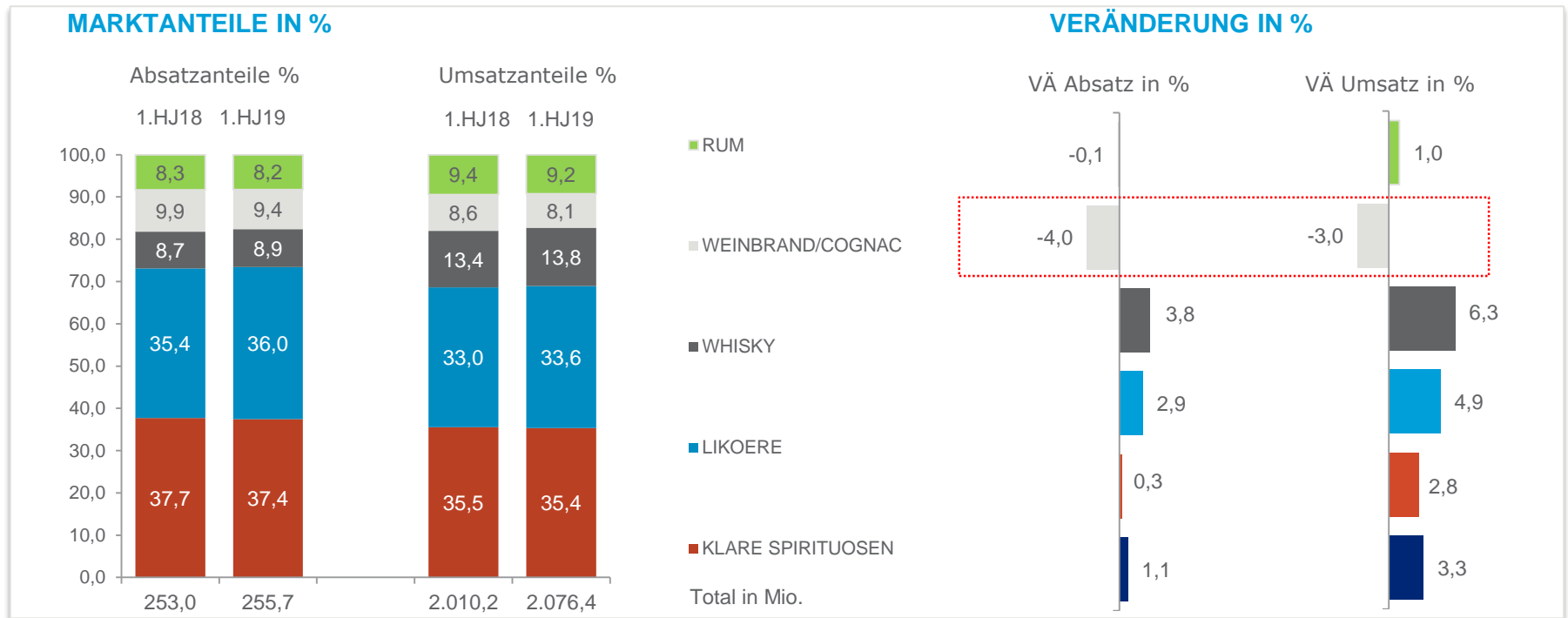
Spirituosen Gesamt - Entwicklung nach Geschäftstypen

Basis: LEH Total - Jan bis Jun 2019 vs. 2018

	Absatz in 1.000 x 0,7l			VÄ in 1.000 x 0,7l	Umsatz in 1.000 Euro			VÄ in 1.000 Euro
	YTD 2018	YTD 2019	VÄ in %		YTD 2018	YTD 2019	VÄ in %	
LEH Total	252.963	255.685	1,1	2.722	2.010.207	2.076.387	3,3	66.180
Trad. LEH 200 - 799 qm	15.024	15.705	4,5	681	128.128	135.486	5,7	7.358
VM 800-1499 qm	40.845	40.803	-0,1	-42	357.167	363.439	1,8	6.271
VM 1500-2499 qm	25.078	25.857	3,1	779	225.086	236.187	4,9	11.102
VM 2500-4999 qm	26.336	26.491	0,6	155	249.112	255.131	2,4	6.019
VM >= 5000 qm	32.224	31.472	-2,3	-752	314.006	316.649	0,8	2.643
Markendiscounter	44.293	44.134	-0,4	-159	289.303	294.591	1,8	5.287
Aldi/Lidl/Norma	69.170	71.231	3,0	2.061	447.584	475.131	6,2	27.547

Wachstum im Spirituosen-Markt ist stärke Umsatzgetrieben und von Whiskey, Likören und Klaren geprägt – einzig Weinbrand/Cognac verliert

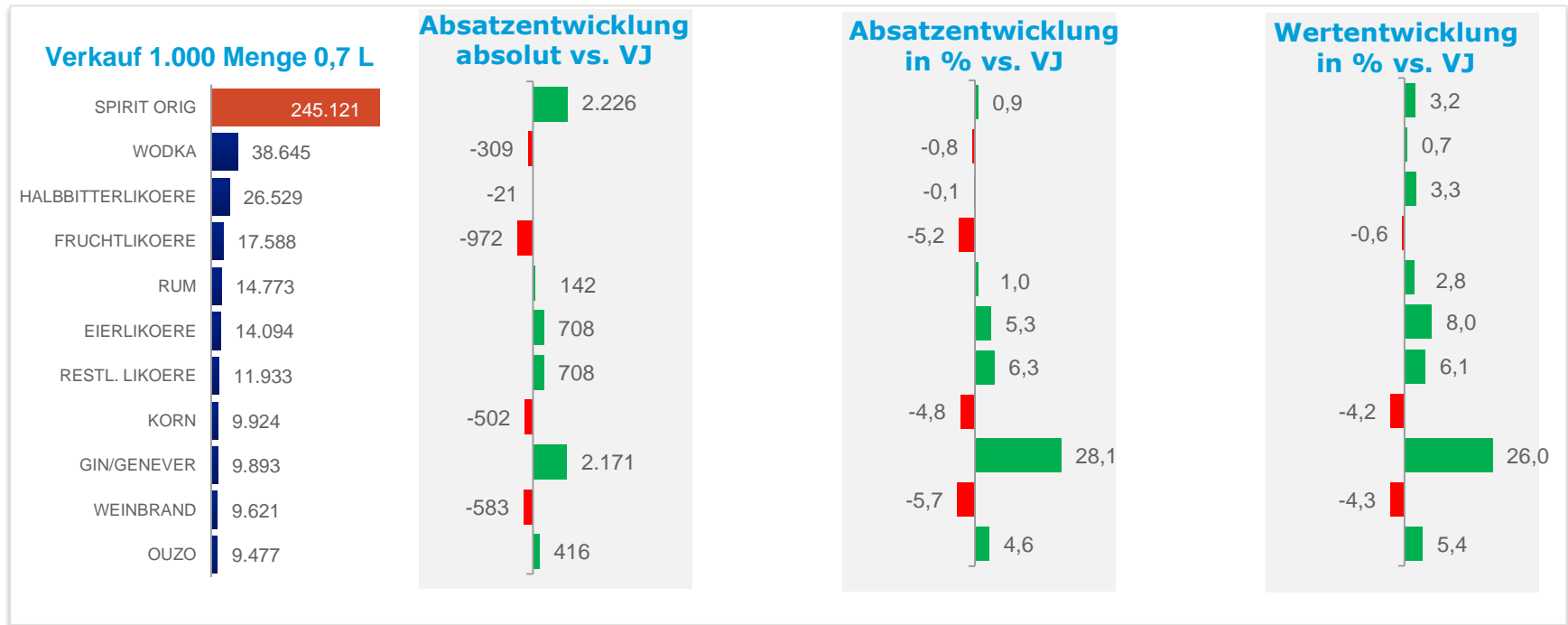
LEH >= 200 qm; 1.HJ 19/18



Source : IRI InfoScan Drink

Bei den Top 10 Original Spirituosen ist Gin weiter DER Wachstumstreiber – Eierliköre und Restliche wachsen, während Fruchtliköre verlieren

LEH >= 200 qm; Original Spirituosen* nach Top 10 - Teilmärkten; 1.HJ 19/18

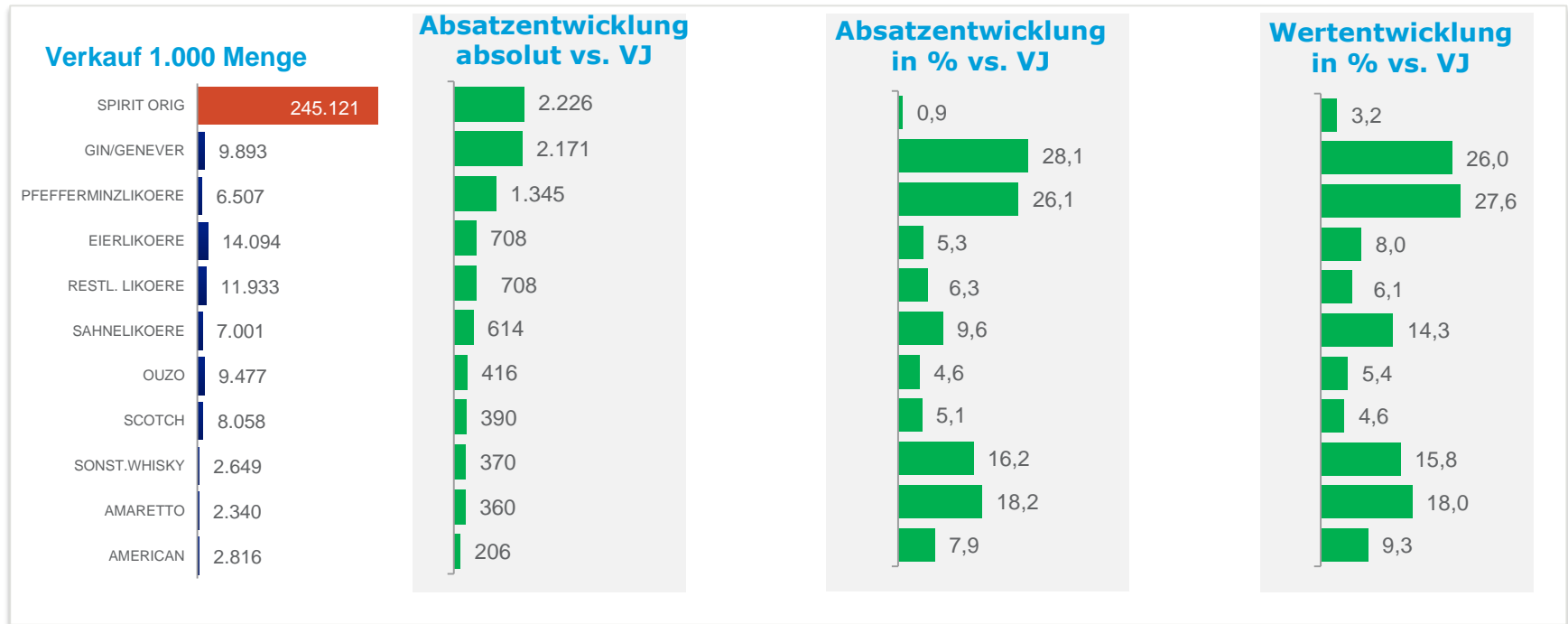


Source : IRI InfoScan Drink

*ex. ex. Mixspirituosen, Weinh. Getränke und Sonstige Spirituosen (Flavored)

Wachstumstreiber sind weiter Gin/Genever, Pfefferminzliköre, Restl. Liköre und auch Sahneliköre

LEH >= 200 qm; Original Spirituosen* nach Absatzgewinnen; 1.HJ 19/18

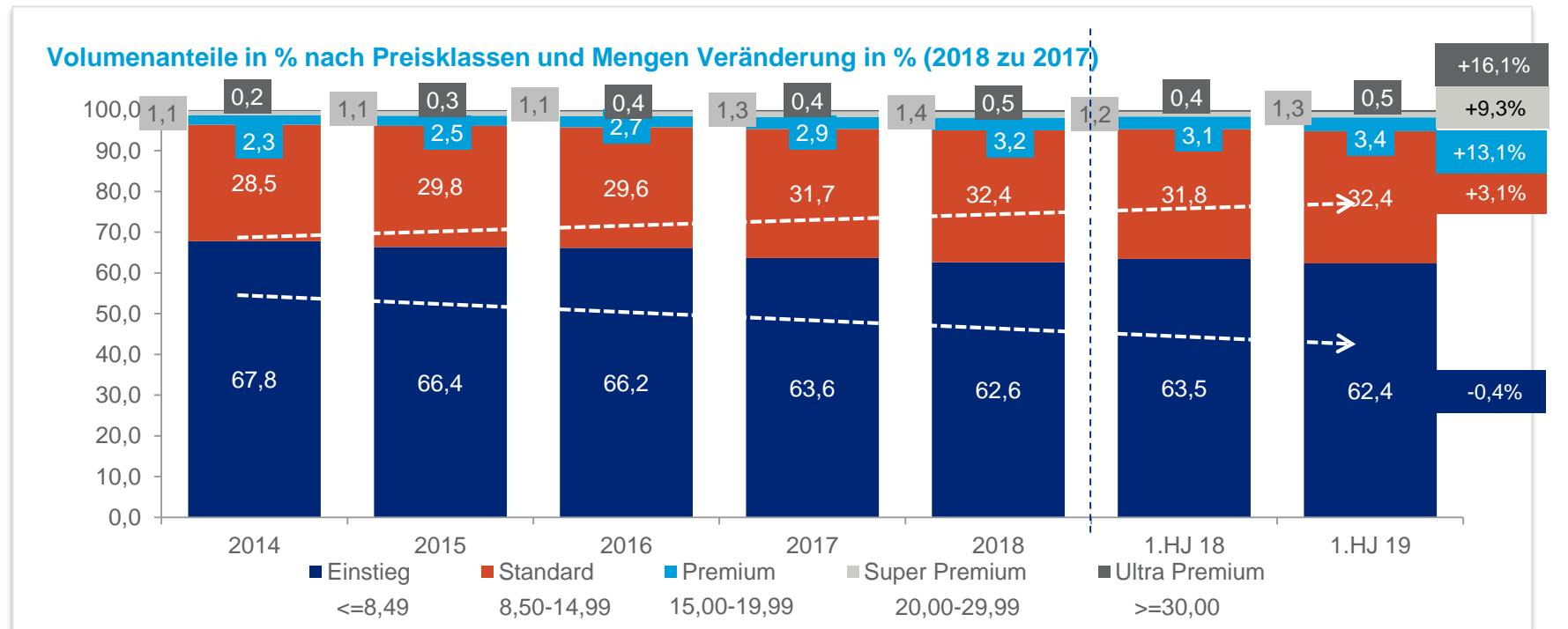


Source : IRI InfoScan Drink

*ex. ex. Mixspirituosen, Weinh. Getränke und Sonstige Spirituosen (Flavored)

Die Anteile hochwertiger Spirituosen wachsen, wie bereits in den letzten Jahren, weiter an

Preisentwicklung Spirituosen* – LEH >= 200 qm; 2014-2018 ; 1.HJ 19 vs.YA



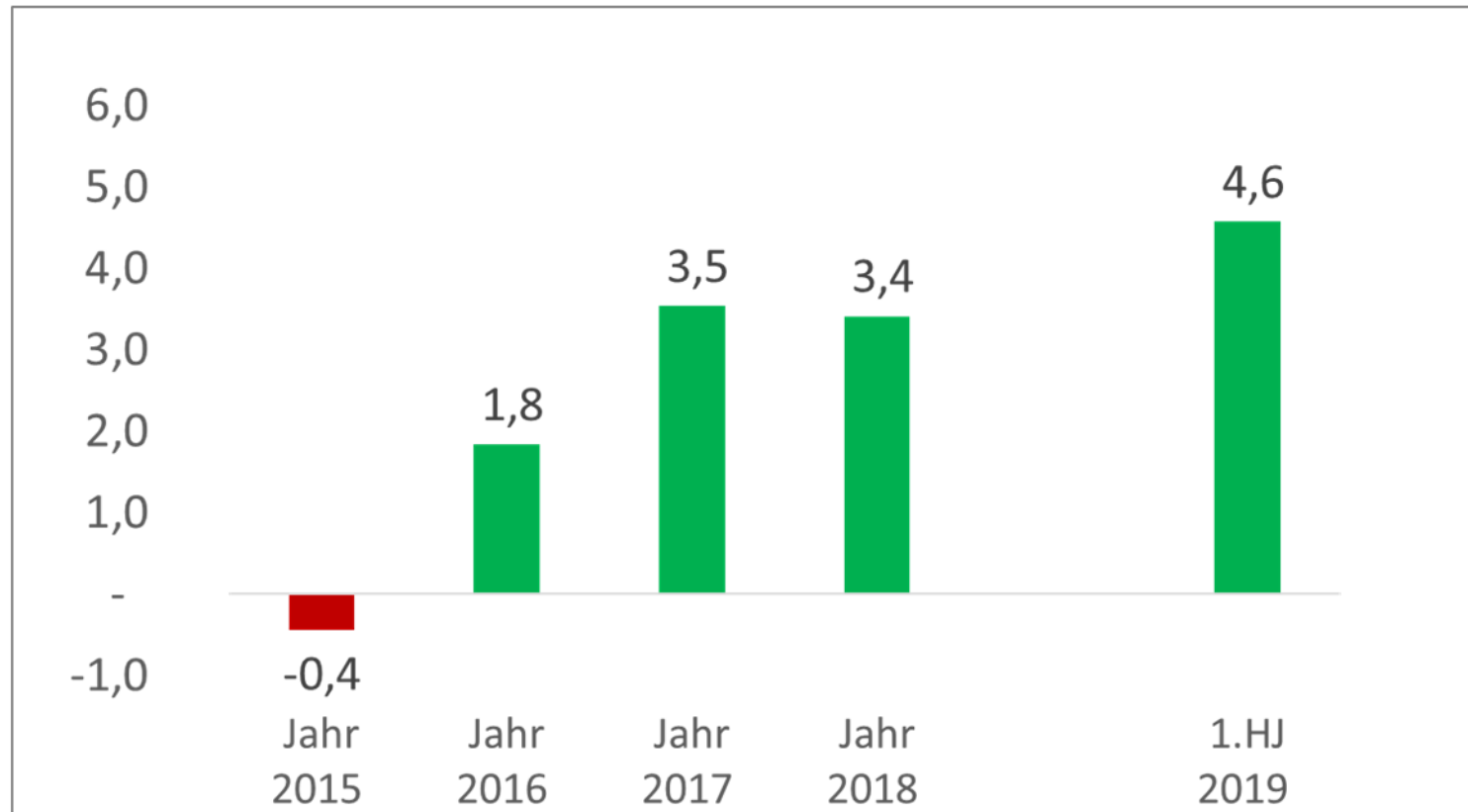
Source : IRI InfoScan Drink

*ex. Mixspirituosen und Weinh. Getränke

Der Wettbewerb bei Spirituosen verstärkt sich durch steigende Vielfalt

Spirituosen inkl. Mix-Spirituosen: LEH Total > 200qm + Discounter + DM; %-Veränderung Anzahl Produkte 2015 – 2018 + 1. HJ19

ANZAHL PRODUKTE SPIRITUOSEN INKL. MIX-SPIRITUOSEN - VERÄNDERUNG IN %



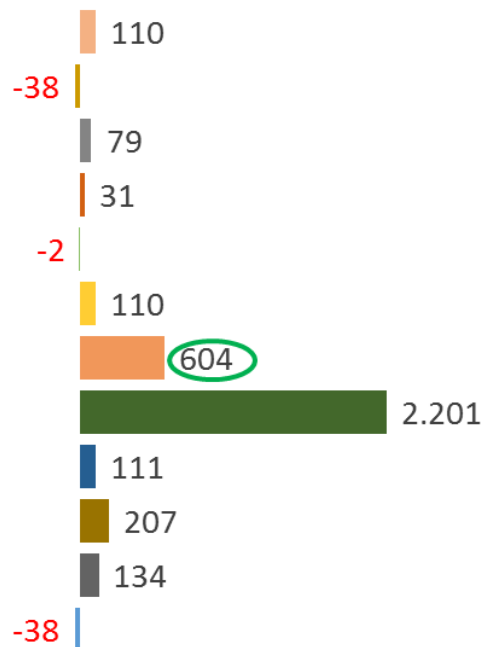
Source : IRI InfoScan Drink

Das Absatzwachstum erstreckt sich über nahezu alle Packungsgrößen - Wachstumstreiber ist neben der 0,7 L- besonders die 0,5 L-Flasche

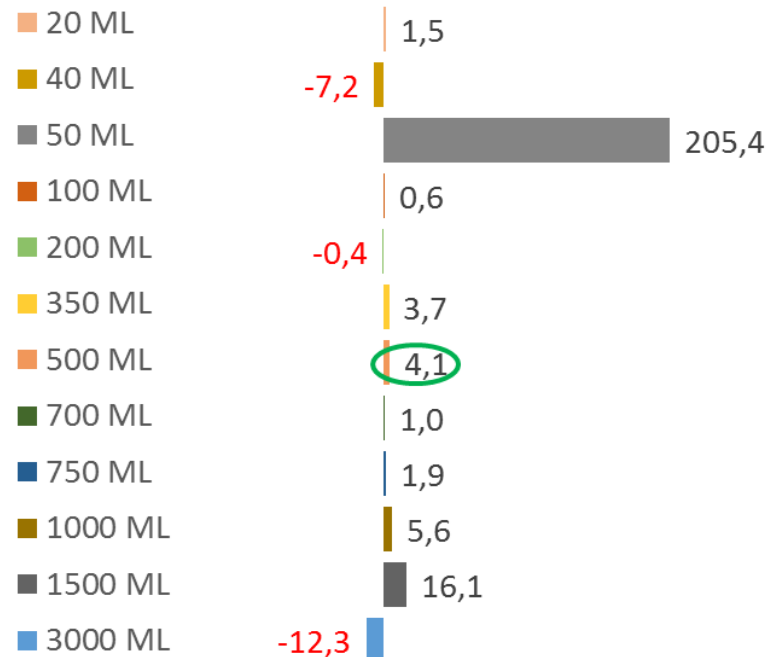
Spirituosen ohne Mix-Spirituosen : LEH Total > 200qm + Discounter + DM; TOP12 Inhaltsgrößen; VÄ Absatz in 1.000 Menge; 1.HJ19 vs. VJ

TOP 12 INHALTSGRÖSSEN - SPIRITUOSEN OHNE MIX-SPIRITUOSEN

ABSATZ-VERÄNDERUNG IN 1.000 MENGE



ABSATZ-VERÄNDERUNG IN %



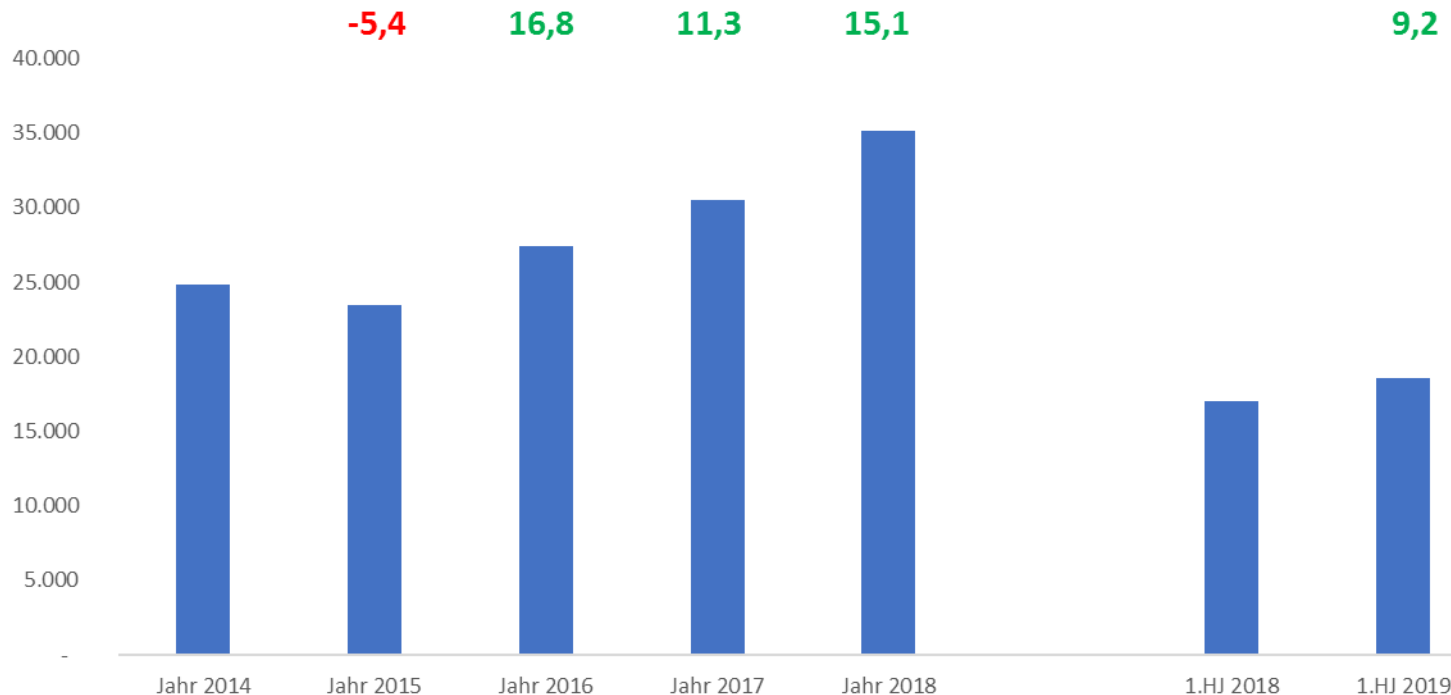
Source : IRI InfoScan Drink

Die Wachstumsdynamik von Mix-Spirituosen hat sich im ersten Halbjahr 2019 etwas verlangsamt, bleibt aber weiter überdurchschnittlich hoch

Mix-Spirituosen : LEH Total > 200qm + Discounter + DM; Absatz in 1.000 Menge + Veränderung in %; 2014 – 2018 und 1.HJ19 vs. VJ

MIX-SPIRITUOSEN

ABSATZ-ENTWICKLUNG IN 1.000 MENGE + VERÄNDERUNG IN %



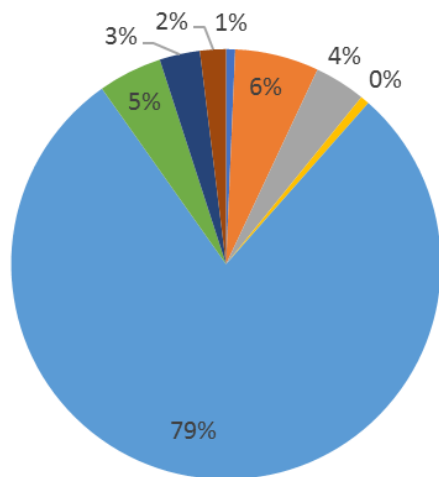
Source : IRI InfoScan Drink

Bei Mix-Spirituosen zeichnet sich eine Konzentration auf 0,33 L ab – besonders Großgebilde ab 0,7 L verlieren stark

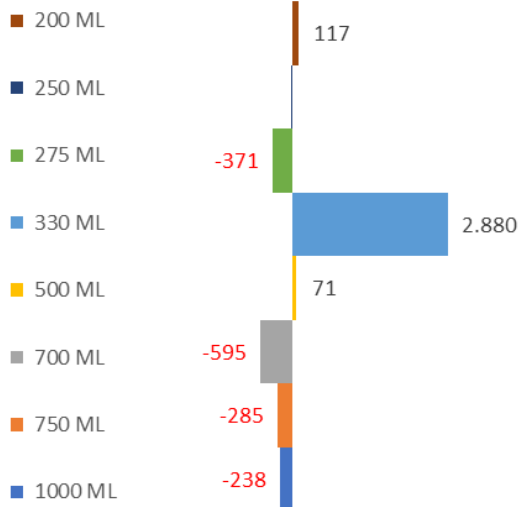
Mix-Spirituosen: LEH Total > 200qm + Discounter + DM; Absatz in 1.000 Menge + Veränderung in %; 2014 – 2018 und 1.HJ19 vs. VJ

MIX-SPIRITUOSEN GEBINDEGRÖSSEN

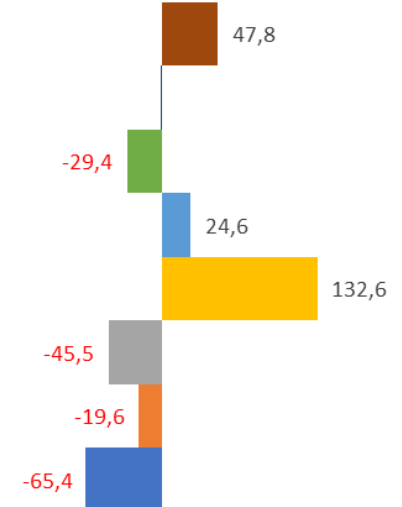
ABSATZ-VERTEILUNG



VERÄNDERUNG IN 1.000 MENGE



VERÄNDERUNG IN %



Source : IRI InfoScan Drink

Überblick Spirituosen



- **Wachstumstreiber** für Spirituosen sind weiter **Gin/Genever**, Pfefferminzliköre, Restl. Liköre und auch Sahneliköre
- Der Wettbewerb bei Spirituosen verstärkt sich durch **steigende Vielfalt**
- Die Anteile **hochwertiger Spirituosen wachsen** weiter
- Die Wachstumsdynamik von **Mix-Spirituosen** bleibt **überdurchschnittlich** hoch
- Bei Mix-Spirituosen zeichnet sich eine **Konzentration auf 0,33 L** ab – besonders **Großbinde ab 0,7 L verlieren stark**