

# Mafo-News 2/2025

Einkäufe privater Haushalte  
in Deutschland



Willkommen  
in besten Lagen.  
[deutscheweine.de](http://deutscheweine.de)

# Mafo-News 2/2025

Einkäufe privater Haushalte  
in Deutschland

## Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

heute erhalten Sie den zweiten Mafo-Newsletter dieses Jahres. In dieser Ausgabe finden Sie Daten zur Entwicklung des Weinmarktes im ersten Quartal 2025. Die Daten stammen aus dem Haushaltspanel von NielsenIQ, das die Einkäufe privater Haushalte erfasst. Nicht enthalten ist – wie üblich - der Außer-Haus Konsum, zu dem es leider keine Erhebungen gibt.

Mit freundlichen Grüßen



Monika Reule

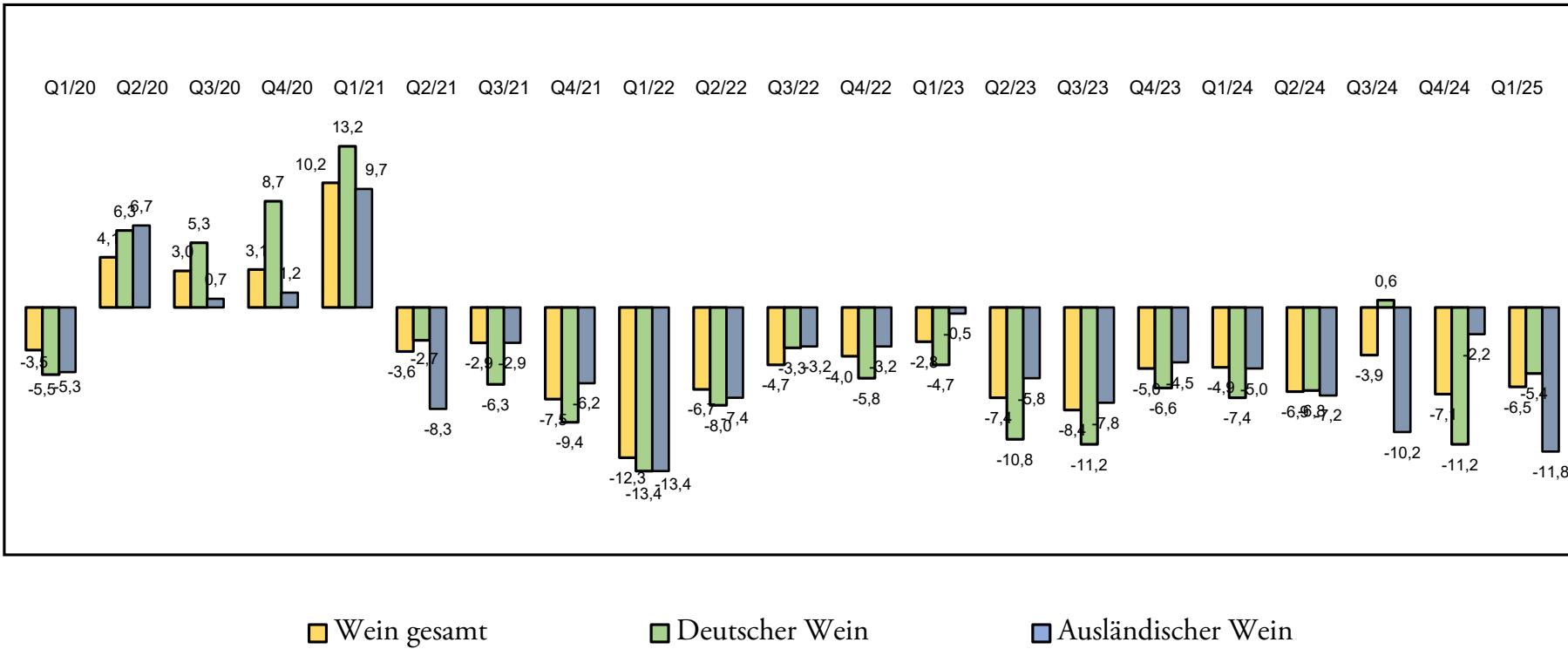


Eberhard Abele



# Käuferreichweite

Veränderung jeweils gegenüber den Vorjahresquartalen (in %)

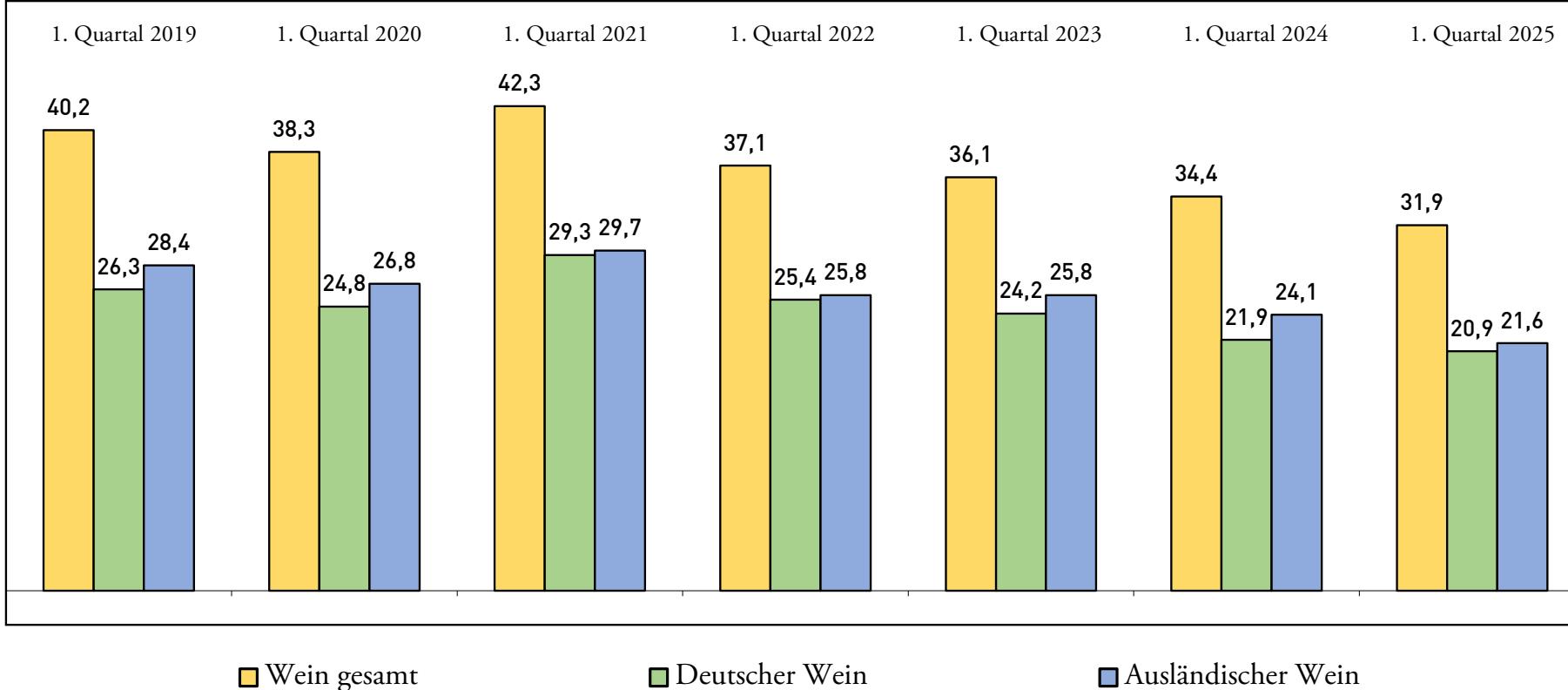


Die Käuferreichweite ging im ersten Quartal 2025 weiter zurück. Im Gegensatz zum Quartal zuvor waren ausländische Weine stärker vom Rückgang betroffen als deutsche Weine. Die sinkende Käuferreichweite ist die Hauptursache für weitere Mengenverluste (Seite 5).



# Käuferreichweite

in den ersten Quartalen 2019 bis 2025 (in %)

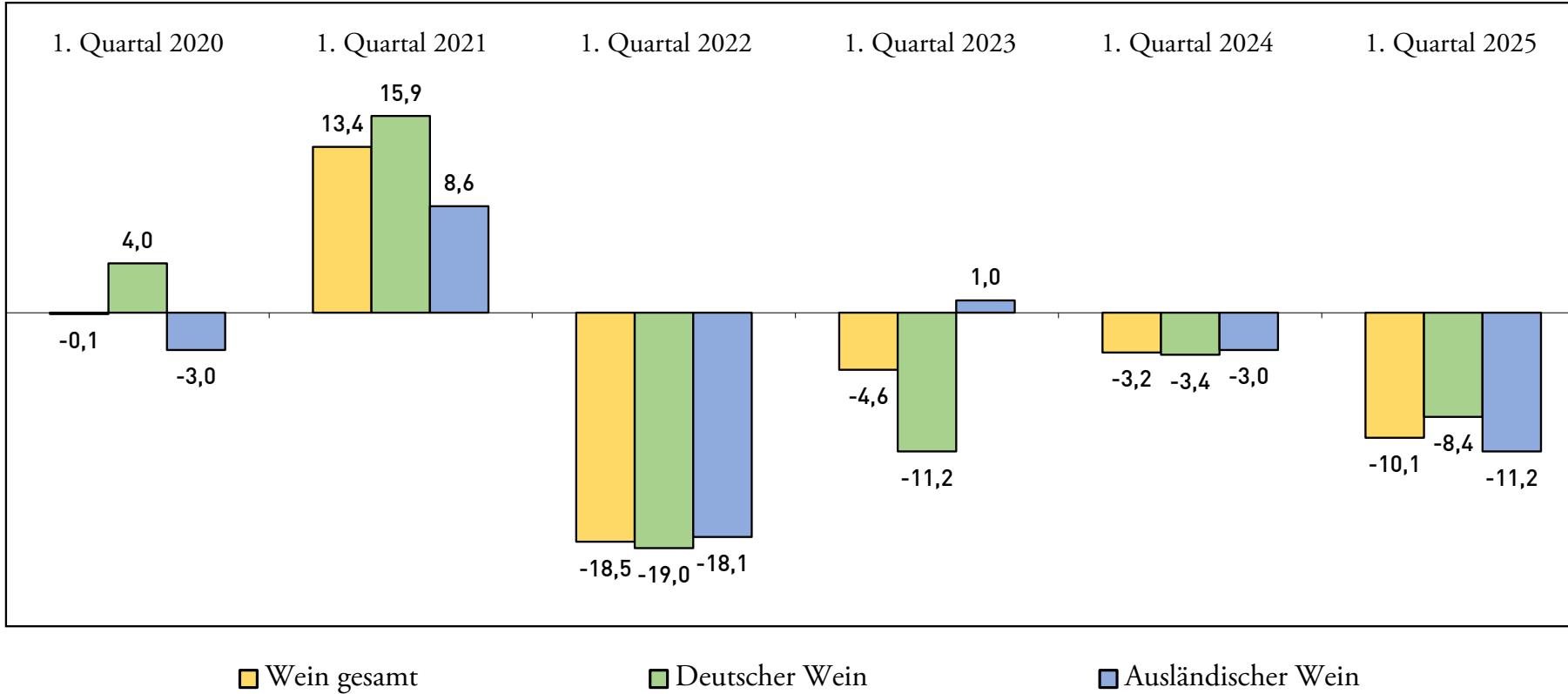


Nur noch rund 32 Prozent der Haushalte haben im ersten Quartal 2025 Wein gekauft, gegenüber dem 1. Quartal 2019 bedeutet das einen Verlust von rund acht Prozentpunkten. In den letzten sechs Jahren ging die Käuferreichweite – mit Ausnahme des Coronaeffekts 2021 – jährlich um ein bis zwei Prozentpunkte zurück.



# Einkaufsmengen

Veränderungen in den ersten Quartalen 2020 bis 2025  
jeweils gegenüber dem Vorjahr (in %)



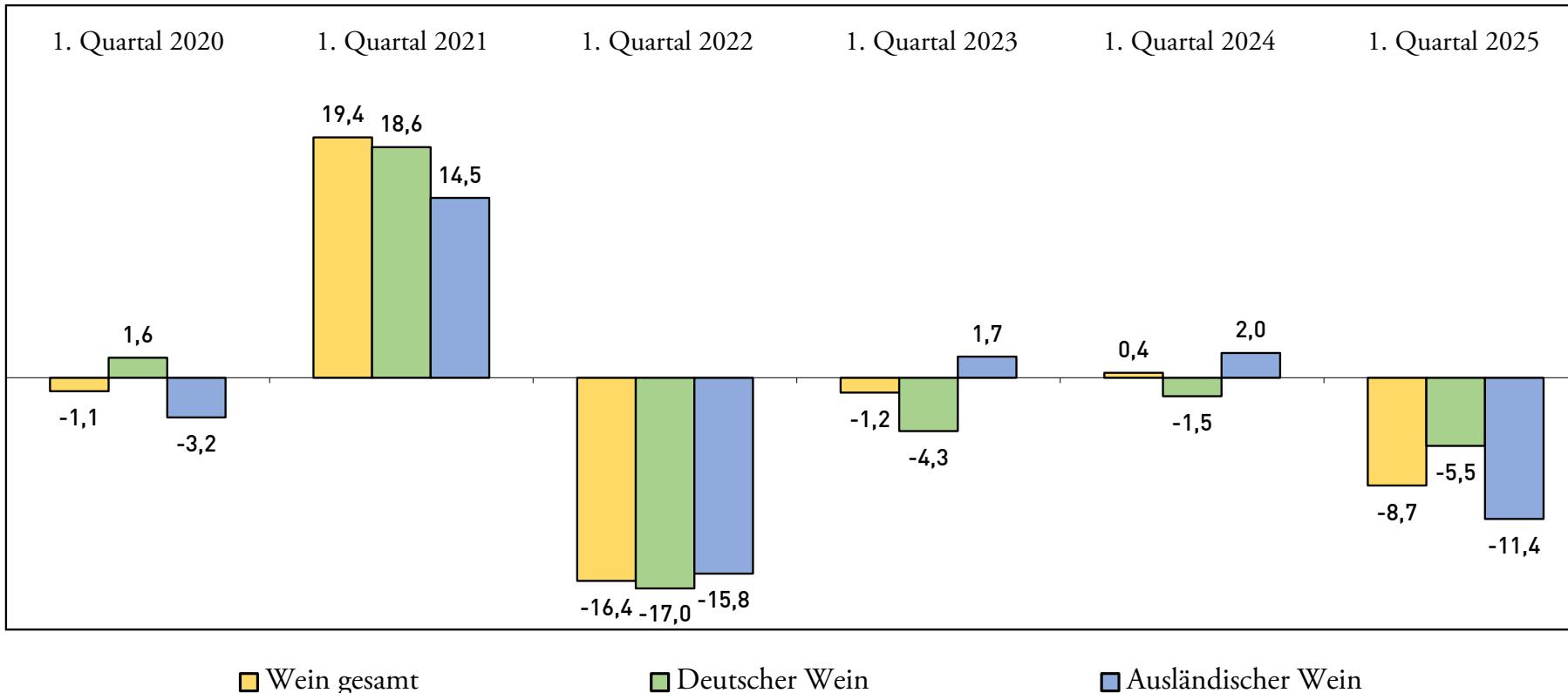
Entsprechend der Käuferreichweite entwickelten sich die eingekauften Mengen, die im Vergleich zum Vorjahresquartal um zehn Prozent zurück gingen. Insgesamt entwickelte sich der Alkoholmarkt rückläufig, mit minus vier Prozent ist der Rückgang aber weniger stark ausgeprägt als die Verluste bei Wein.



# Einkaufswerte / Ausgaben

## Veränderungen in den ersten Quartalen 2020 bis 2025 jeweils gegenüber dem Vorjahr (in %)

6

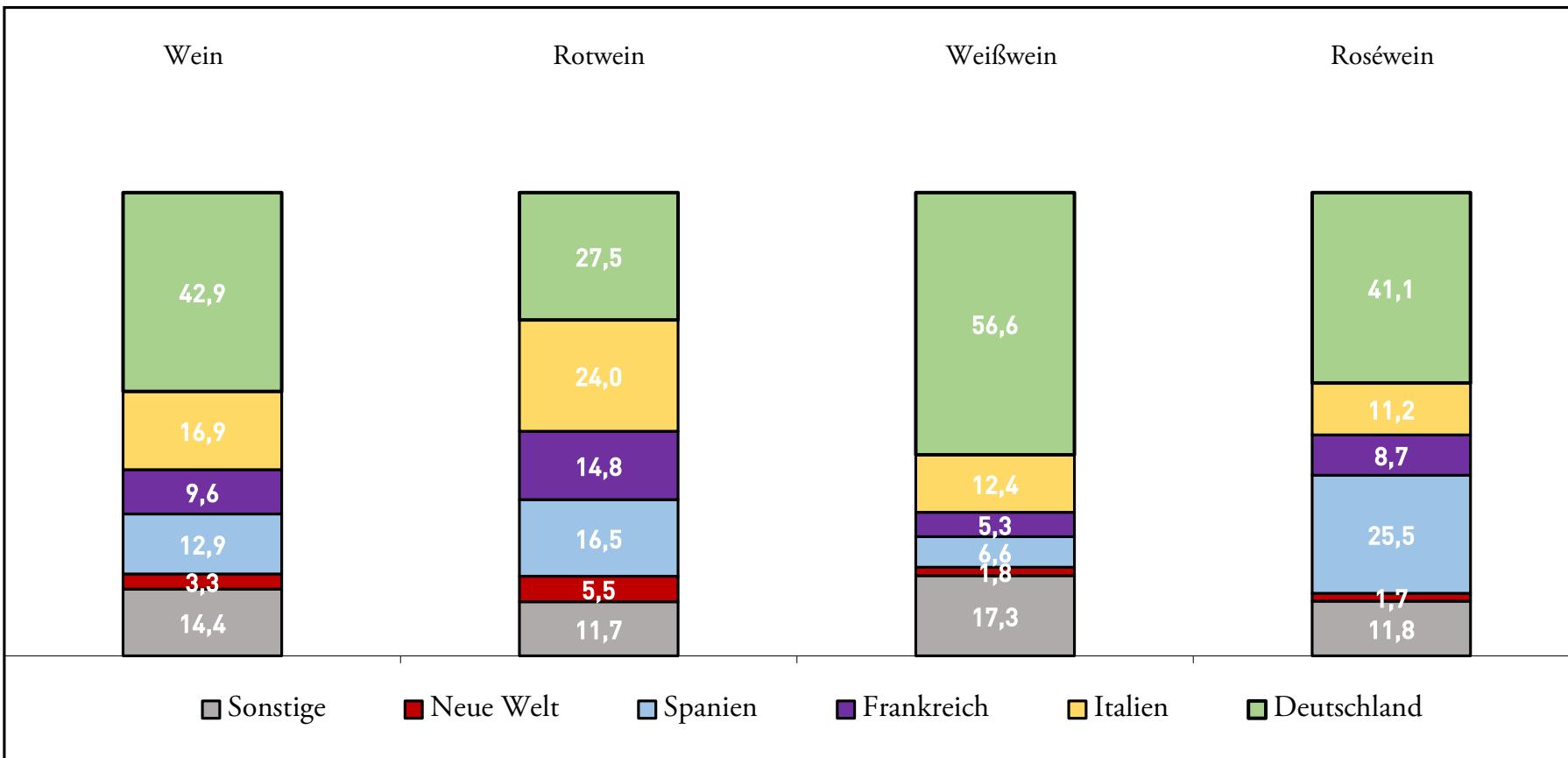


Dank eines leicht gestiegenen Durchschnittspreises für Wein war der Wertverlust etwas geringer als der Mengenverlust. Dabei ist der höhere Durchschnittspreis ausschließlich auf die Preisentwicklung bei deutschen Weinen zurückzuführen, während das Preisniveau ausländischer Weine gegenüber dem Vorjahresquartal unverändert war.



# Marktanteile (Absatz) nach Ländern

Mengenanteile im 1. Quartal 2025 (in %)

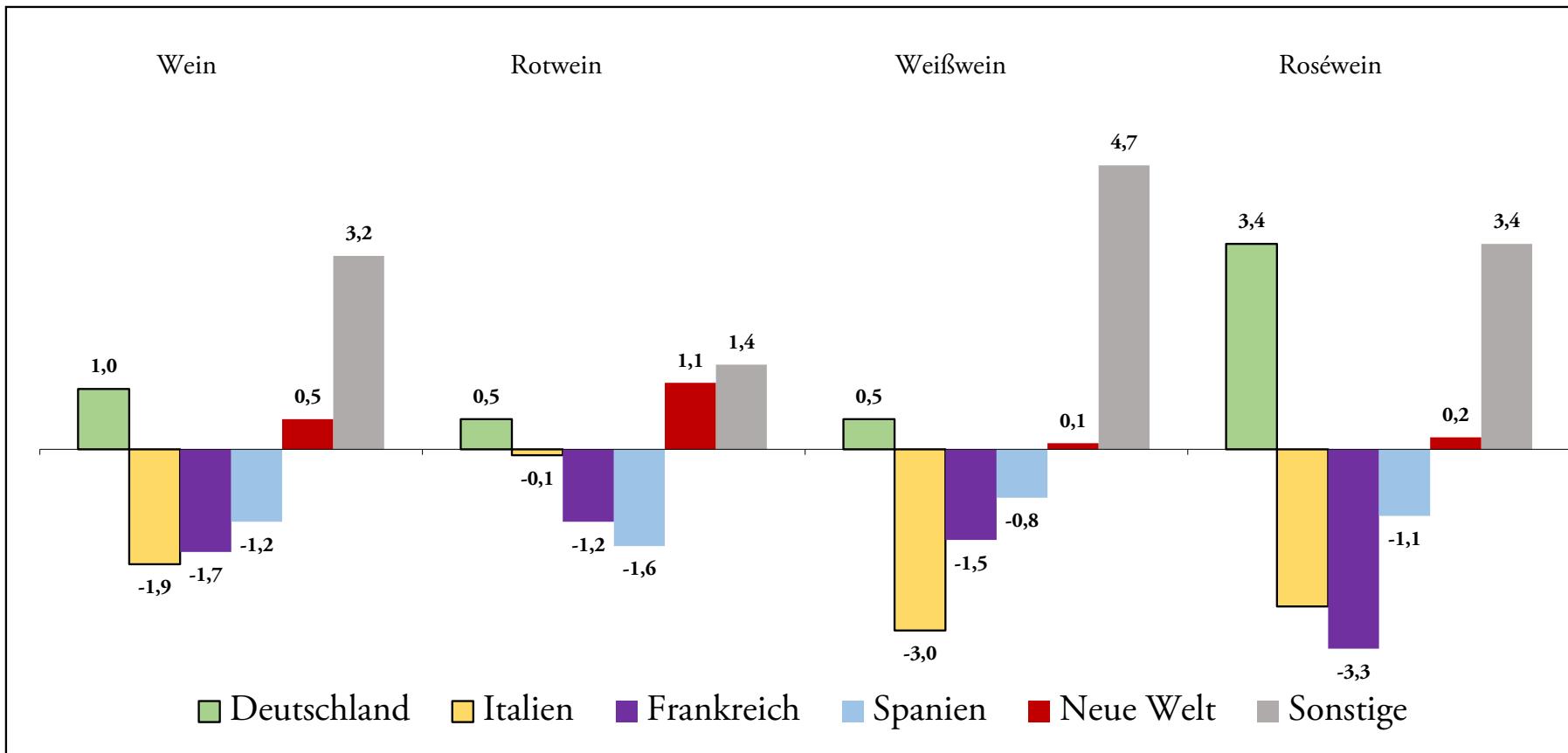


Deutsche Weine konnten gegenüber dem Vorjahresquartal (41,9 %) ihren Marktanteil um einen Prozentpunkt erhöhen, da sie weniger Einbußen hinnehmen mussten als ausländische Weine. Marktanteile konnten bei allen Farben dazu gewonnen werden.



# Marktanteile nach Weinarten und Ländern

Veränderungen der Mengenanteile im 1. Quartal 2025  
gegenüber dem 1. Quartal 2024 (in Prozentpunkten)

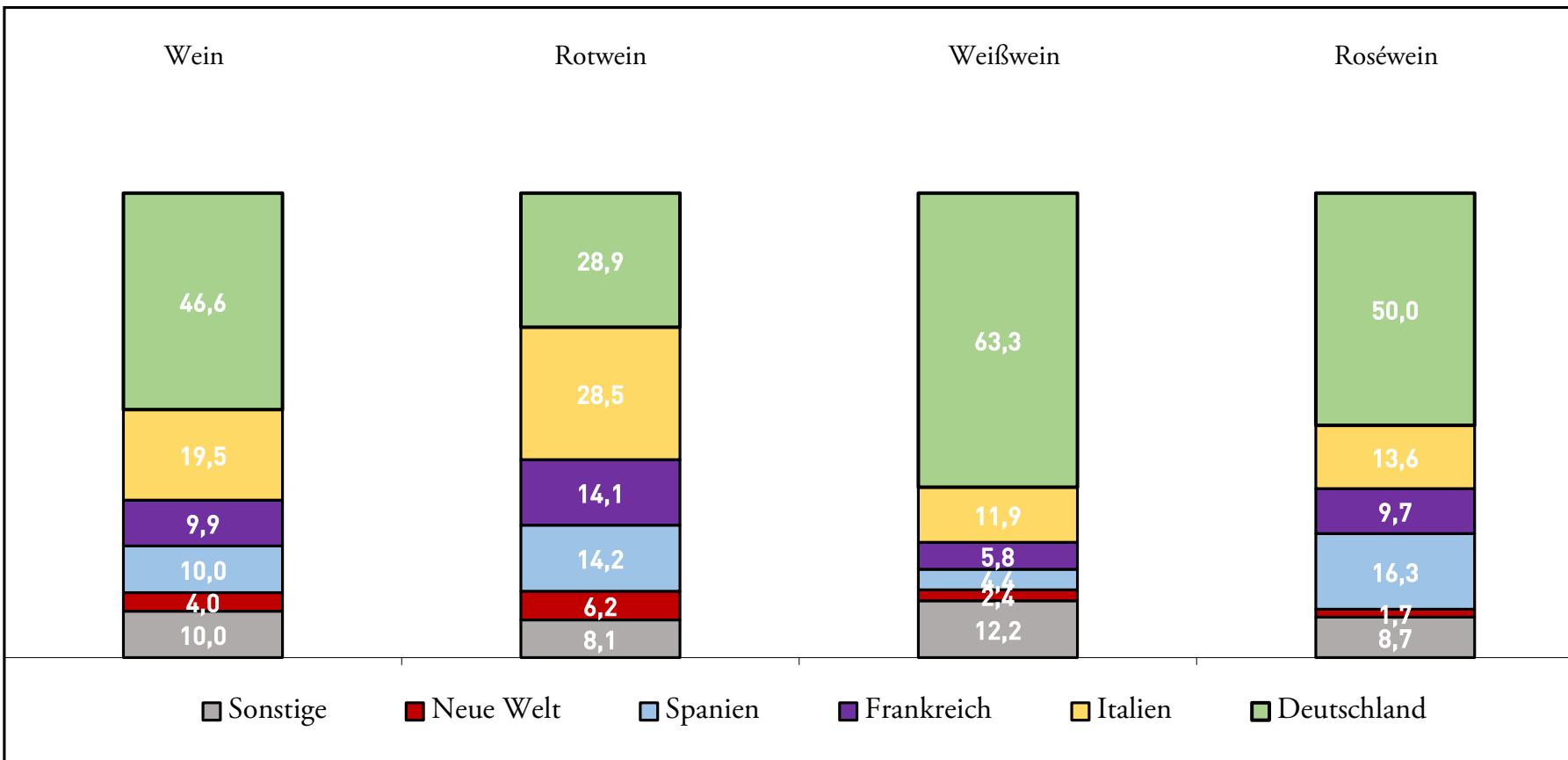


Auffällig sind die recht deutlichen Verluste von Italien, Frankreich und Spanien über alle Weinarten hinweg. Dagegen konnten Neue Welt-Weine nach jahrelangen kontinuierlichen Rückgängen wieder Marktanteile dazu gewinnen.



# Marktanteile (Umsatz) nach Ländern

Wertanteile im 1. Quartal 2025 (in %)

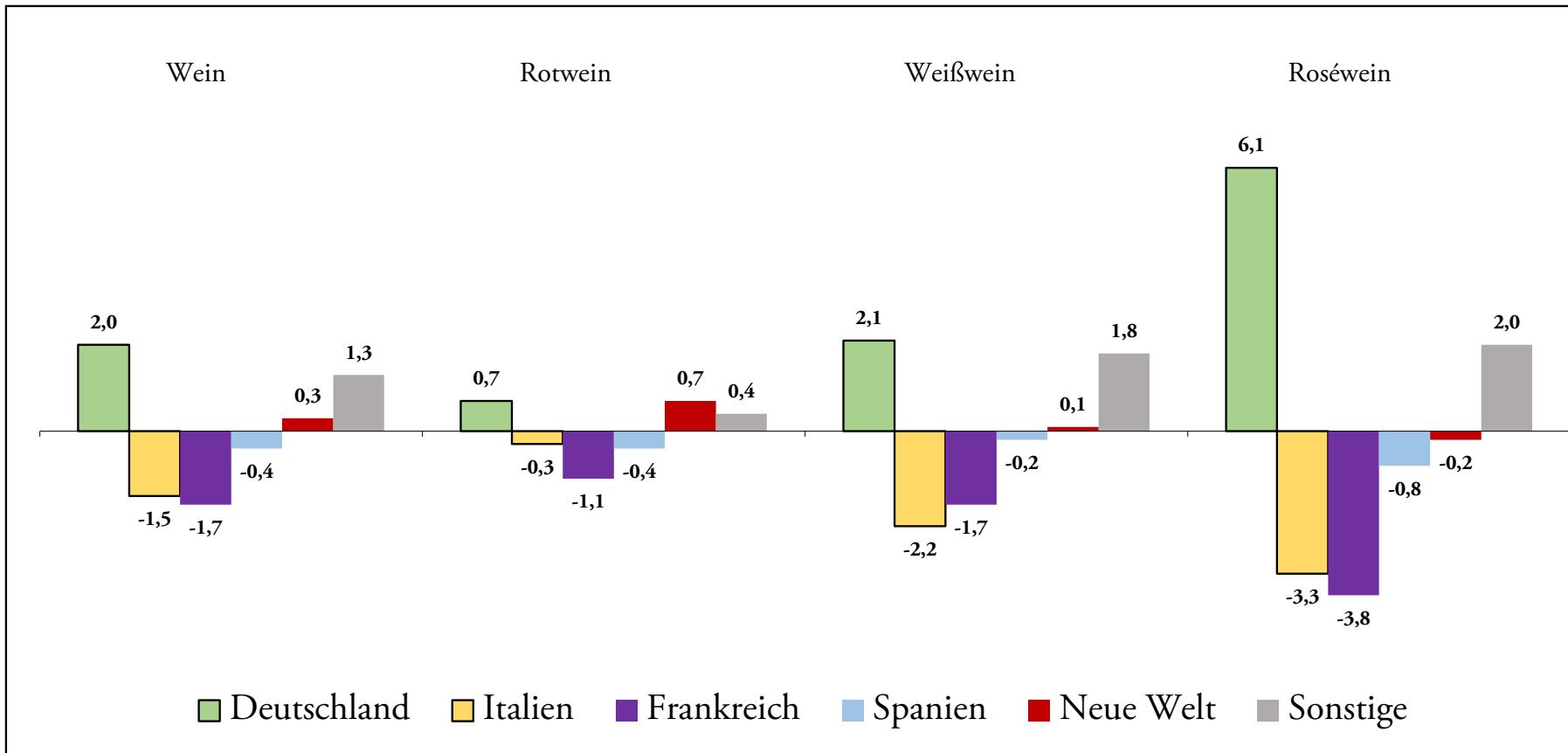


Typischerweise liegt der wertmäßige Marktanteil deutscher Weine aufgrund (gegenüber ausländischen Weinen) deutlich höherer Durchschnittspreise über dem mengenmäßigen Marktanteil. Gegenüber dem Vorjahresquartal konnte der Anteil um zwei Prozentpunkte ausgebaut werden.



# Marktanteile nach Weinarten und Ländern

Veränderungen der Wertanteile im 1. Quartal 2025  
gegenüber dem 1. Quartal 2024 (in Prozentpunkten)



Besonders auffällig sind die großen Marktanteilsgewinne deutscher Weine bei Rosé, besonders zu Lasten der italienischen und französischen Roséweine, die zwischen drei und vier Prozentpunkten einbüßten.

