

Trinkweinbilanz 2008/2009

Weinmarkt geschrumpft

Im Weinwirtschaftsjahr 2008/2009 (August 2008 bis Juli 2009) wurden auf dem deutschen Markt insgesamt 19,5 Mio. hl Still- und Schaumweine abgesetzt. Das waren 0,54 Mio. hl oder 2,7% weniger als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Das geht aus der aktuellen Trinkweinbilanz des Deutschen Weinbauverbandes hervor.

Während die Nachfrage nach Schaumwein dabei leicht um 0,01 Mio. hl (oder 0,3%) auf rund 3,08 Mio. hl stieg, sank die nach Stillwein um 0,55 Mio. hl (oder 3,2%) auf knapp 16,43 Mio. hl. Vom Absatzrückgang bei Stillwein waren sowohl ausländische Weine (-3,9% auf 9,32 Mio. hl) als auch deutsche Weine (-2,4% auf 7,11 Mio. hl) betroffen. Der theoretische Pro-Kopf-Jahresverbrauch (Basis: 81,9 Mio. Einwohner) blieb mit 3,7 l bei Schaumwein stabil. Bei Stillwein ging er von 20,7 auf 20,1 l zurück.

-wer-

Wachstum gestoppt

Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs von Wein und Schaumwein in Deutschland (in l)

Gesamt	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09
Inländische Weine	9,0	8,5	8,7	8,6	8,8	8,9	8,9	8,7
Ausländische Weine	11,3	11,3	11,4	11,3	11,3	11,7	11,8	11,4
Schaumweine	4,0	3,7	3,5	3,4	3,7	3,7	3,7	3,7
Weinwirtschaftsjahr	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09
Gesamtmenge in Mio. hl	20,035	19,373	19,454	19,26	19,6	19,97	20,05	19,5

Quelle: Deutscher Weinbauverband

Fricke/Khairat

Winelive gestartet

Mit Joachim Fricke und Othmane Khairat haben zwei bekannte Namen in Düsseldorf-Oberbilk im Dezember ein neues Konzept namens Winelive aufgebaut. Der frühere Mövenpick-Chefeinkäufer Fricke, der mit weinspuernase.de einen Internethandel betreibt, hat zusammen

mit dem ehemaligen Betriebsleiter der Düsseldorfer Mövenpick-Dependance, dem Sommelier Othmane Khairat, einen Mix aus Weinhandlung und Weinbar konzipiert. Der Schwerpunkt des derzeit rund 300 Positionen umfassenden Sortiments liegt auf den Herkünften Deutschland und Frankreich. Zu dem Konzept gehört auch, dass mindestens 20 Weine (preisgünstig kalkuliert) im offenen Ausschank angeboten werden.

-ja-



Die Weinfexe Othmane Khairat und Joachim Fricke machen mit Winelive gemeinsame Sache.

Schuhbeck

Weinladen in München

Sterne Koch Alfons Schuhbeck eröffnete am 1. Februar am Platzl in München unter dem Namen Schuhbecks Wein ein Fachhandelsgeschäft. Als Leiter des Ladens konnte er Stephan Bitterwolf gewinnen. Der ehemalige Leiter der Münchner Filiale von Mövenpick Wein hatte eigentlich erst im November 2009 bei HEB Heinz Eggert, Bad Bevensen, angeheuert. Für HEB sollte er als Verkaufsleiter das Gebiet Bayern betreuen. Doch dann kam das Angebot von Schuhbeck dazwischen, das er „einfach nicht ausschlagen konnte“. Wie Bitterwolf gegenüber

WEIN+MARKT erklärt, wird das Sortiment des Ladens rund 250 Weine und Schaumweine umfassen, wobei der Schwerpunkt auf Gewächsen aus Deutschland und Österreich liegt.

Darüber hinaus sei eine nach dem Koch benannte Weinlinie sowie die Gründung einer Wein GmbH geplant, über die die gastronomischen Betriebe von Schuhbeck mit Wein versorgt werden. Zum kulinarischen Imperium des Kochs am Münchner Platzl gehören schon die Südtiroler Stuben und das Orlando, ein Gewürzladen, ein Eissalon und eine Chocolaterie.

-wer-

TITELANZEIGE FEBRUAR

SELTERS und Wein

Weinliebhaber und Feinschmecker sind sich einig: Nichts passt besser zu einem guten Glas Wein als ein Original Selters. Durch seine ausgewogene Mineralisation hebt es die Besonderheiten des Weines hervor, und die Nuancen eines erlesenen Tropfens können sich erst richtig entfalten. Dass Selters mit seinen drei Varietäten ein idealer Begleiter für alle Weintypen ist, wurde nun auch durch eine Studie im Fachbereich Geisenheim der Hochschule RheinMain wissenschaftlich bestätigt.

Selters Classic überzeugt durch seinen prickelnden, spritzig-erfrischenden Geschmack. Mit seiner ausgewogenen Mineralisierung ist es ein idealer Begleiter zu süßen Speisen und lieblichen Weinen.

Selters Leicht ist die immer beliebter werdende kohlenäurereduzierte Variante von Selters. Es eignet sich unter anderem zur Begleitung von Geflügel oder Krebstieren und passt sehr gut zu kräftigen, trockenen Weißweinen und leichten Rotweinen.

Selters Naturell ist besonders bekömmlich: still und ganz ohne Kohlensäure. Seine ausgewogene und natriumarme Mineralisierung rundet den kräftigen Geschmackseindruck stark gewürzter Gerichte sanft ab und passt auch gut zu üppigen Rotweinen.

www.selters.de

SommeLerie

Fischer zieht's zum Weinhandel



Susanne Fischer ist jetzt mit SommeLerie im Weinhandel aktiv.

& Co. KG ihr eigenes Unternehmen eröffnet. Neben einem stationären Weinfachgeschäft in der Bürgerstraße betreibt sie dabei auch einen Weingroßhandel, der schwerpunktmäßig auf Kundschaft aus der Gastronomie ausgerichtet ist. Das rund 200 Artikel umfassende Sortiment konzentriert sich auf europäische Herkünfte, wobei der Schwerpunkt auf deutschen und spanischen Gewächsen liegt. „Darunter befinden sich auch einige, die es bisher noch nicht im Düsseldorfer Handel gegeben hat“, erklärt Fischer, die außerdem in naher Zukunft auch noch einen Onlineshop mit angedocktem Versand aufschalten will. -wer-

Susanne Fischer hat sich nach 14 Jahren in der gehobenen Gastronomie (davon acht Jahre als Chef-Sommelière im Hümer-Stübchen Düsseldorf) Mitte Januar selbstständig gemacht und in der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt unter dem Namen SommeLerie GmbH

Stephan Pellegrini GmbH

Optimierungen zahlen sich aus

Mit einem zweistelligen Umsatz- und Absatzplus schloss die Stephan Pellegrini GmbH, Landau/Pfalz, das Jahr 2009 ab. Maßgeblichen Anteil an dem Wachstum hatte die Erweiterung des Kundenkreises und die Aufstockung des Sortiments mit französischen Weinen. Laut Stephan Pellegrini vermittelte sein Unternehmen im vergangenen Jahr 3,2 Mio. Flaschen Wein an hiesige Fach(groß)händler. Das waren 16% mehr als im Jahr davor. Das Umsatzplus fiel nach Pellegrinis Worten sogar noch et-

was höher aus. Bei einem Durchschnittspreis von 3,40 bis 3,50 Euro dürfte sich der vermittelte Umsatz inzwischen bei rund 11 Mio. Euro bewegen.

Für das Wachstum macht der Firmenchef (neben der Optimierung interner Abläufe sowie einem verbesserten Qualitäts- und CRM-Management) auch die Erweiterung des Kundenkreises verantwortlich. Die Zahl der Kunden sei um 5% auf etwa 1.000 geklettert. Rund 600 von ihnen ordern laut Pellegrini regelmäßig, die anderen sporadisch.

Eggers & Franke

Goodbye, Woodbridge

Das Bremer Importhaus Eggers & Franke gibt zum 1. März 2010 den Vertrieb der Serie Robert Mondavi Woodbridge auf dem deutschen Markt ab. Das hat Eggers-&Franke-Chef Christoph Meier gegenüber WEIN+MARKT bestätigt. Meier macht für den Schritt den Wunsch von Constellation Brands verantwortlich, die hiesige Distribution seiner Schlüsselmarken Kumala (Südafrika), Hardy's (Australien), Nobile (Neuseeland) und Woodbridge (Kalifornien) möglichst komplett in die Hände eines Importeurs zu legen. Die Bremer Unternehmensgruppe habe aber kein Interesse gezeigt, ihr Portfolio mit Hardy's, Kumala und Nobile zu erweitern, zumal sie aus Australien bereits starke Marken wie Yellow Tail oder Peter Lehmann, aus Südafrika Marken wie KWV oder Golden Kaan führe und neuseeländische Weine als

nicht so aussichtsreich betrachte. Von Woodbridge verkaufte Eggers & Franke laut Meier im vergangenen Jahr rund 200.000 Flaschen. Dabei wurde teilweise mit aggressiven Preisen operiert. So offerierte Penny Mitte Oktober im Rahmen einer USA-Aktion 2007er Woodbridge Cabernet Sauvignon zum Aktionspreis von 4,99 Euro. Wie Christoph Meier betonte, will die Bremer Unternehmensgruppe am Vertrieb weiterer Marken aus dem Constellation-Portfolio (z. B. Paul Masson oder Selaks) festhalten.

Wer hierzulande als künftiger Distributionspartner von Woodbridge fungiert und ob dies das Bonner Importhaus Wein Wolf sein wird (das vor kurzem Kumala unter seine Vertriebsfittiche genommen hat), dazu wollten bis Redaktionsschluss weder Constellation noch Wein Wolf etwas sagen. -wer-



Stephan Pellegrini verbuchte im vergangenen 5% mehr Kunden sowie ein zweistelliges Absatz- und Umsatzplus.



„Bester Rotwein aus Frankreich!“

Weinwirtschaft, die 100 besten Rotweine 2009

Preis-Sensation!
nur **2,51 €**

2008 Château Guiot, Costières de Nîmes

ProWein 2010

Schnell und günstig

Ab sofort stehen die Tickets für die kommende ProWein in Düsseldorf (21. bis 23. März) bequem im Internet zur Verfügung und können bis einen Tag vor Messebeginn online bestellt werden. Zudem sind die Internet-Tickets mit 26 Euro (Tageskarte) günstiger als die reguläre Eintrittskarte (35 Euro). Wer sich bis Anfang März online registriert hat, erhält seinen Fachbesucherausweis rechtzeitig per Post. Kurzentschlossene bekommen ein E-Ticket, das sie ab 18. Februar bis einen Tag vor Messebeginn auf www.prowein.de herunterladen können. Alle Tickets berechtigen zur kostenlosen An- und Rückfahrt mit Bussen, Bahnen und zuschlagfreien Zügen des Verkehrsverbunds Rhein-Ruhr (VRR).

-gg-

Neuheiten zur ProWein? Bitte melden!

Sie haben neue Weinkonzepte, neue Marken, neue Lieferanten, die Sie zur ProWein der Öffentlichkeit präsentieren möchten? Dann teilen Sie uns Ihre Neuigkeiten bis zum 15. Februar 2010 mit. Denn dann können wir Ihre News in unserem ProWein-Guide berücksichtigen, den wir in der März-Ausgabe von WEIN+MARKT veröffentlichen. Infos an: redaktion@wein-und-markt.de oder w.engelhard@fraund.de.

-red-

Smart-Wines

Bender-Projekt

Die Kölner Agentur Smart-Wines startet mit dem neuen Projekt von Andreas Bender erstmals ein Deutschwein-Programm. Bender (Jahrgang 1980), ein gebürtiger Moselaner, hat nach seiner Winzerlehre bei Mövenpick Weinland und später durch seine Aufbauarbeit bei Leo/German Hill bereits reichlich Erfahrung in der Weinvermarktung gesammelt. Für sein eigenes Projekt setzt er konsequent auf erstklassiges Traubenmaterial, sowohl aus familieneigenen

Steillagen an der Mosel als auch von Vertragswinzern, die für ihn in der Pfalz Spitzenlagen bewirtschaften. Bender möchte nach eigenen Worten ein Portfolio von jungen „urbanen Trinkweinen“ und charaktervollen Terroirgewächsen von der Mosel und der Mittelhaardt anbieten. Die Weine sind für den Fachhandel konzipiert und sollen laut Smart-Wines mit ordentlichen Spannen ab etwa 7,50 Euro EVP (bzw. 8,95 Euro EVP) in den Regalen auftauchen.

-ja-

ProWein 2011

Termin steht

Während die Vorbereitungen auf die ProWein 2010 auf Hochtouren laufen, haben die Veranstalter der internationalen Wein- und Spirituosenmesse schon den Termin für die Ausgabe im kommenden Jahr bekanntgegeben. Demnach geht die ProWein 2011 vom 27. bis 29. März in Düsseldorf über die Bühne. Der Termin sei „unter Berücksichtigung der feststehenden, international relevanten Veranstaltungen festgelegt“ worden, teilen die Organisatoren mit. „Mit dem Termin haben wir uns am mehrheitlichen Bedarf der Branche orientiert. Die frühzeitige Bekanntgabe schafft für alle Beteiligten bestmögliche organisatorische und logistische Rahmenbedingungen“, erklärt Wilhelm Niedergöcker, Geschäftsführer der Messe Düsseldorf.

-wer-

Winzergemeinschaft Franken (GWF)

Knapp auf Vorjahresniveau

Die Winzergemeinschaft Franken (GWF), Kitzingen, hat das Jahr 2009 mit einem Gesamtumsatz von 36,6 Mio. Euro abgeschlossen und dabei einen leichten Umsatzrückgang von 1,2% verzeichnet (2008: 37 Mio. Euro). Vor allem das sehr gute Weihnachtsgeschäft sowie Sonderaktionen und die Jubiläumssilvaner hätten die verhaltenen Umsätze in den ersten Quartalen weitgehend ausgeglichen, teilt das Unternehmen mit. Das Geschäft mit Offenwein hat zugelegt: Obwohl 2009 im Fassweinebereich rund 22% weniger Menge als im Vorjahr verkauft wurden, gab es dort 7% mehr Umsatz. Das Flaschenweingeschäft ging hingegen um 2,2% zurück. Im LEH, wo 70% des Gesamtumsatzes der GWF erwirtschaftet werden, reduzierte sich das Ergebnis um 4%. Als „positiv“ beschreibt die GWF das Privatkundengeschäft mit



Michael Schweinberger kündigt „gezielte Preiserhöhungen“ an.

einem Mehrumsatz von 13,5% (10% des Gesamtumsatzes). Michael Schweinberger, geschäftsführender Vorstand der GWF, kündigt für das laufende Jahr gezielte Preiserhöhungen im Weißweinebereich an, da die Erntemenge nur „knapp dem Bedarf“ entspricht. Außerdem werde es neue Weinkonzepte bei den Weißweinen geben.

-gg-

Niederkirchener Weinmacher

Kopp ins Boot geholt

Die Niederkirchener Weinmacher verpflichten Marian Kopp (43) als neuen Geschäftsführer. Der bisherige Geschäftsführer der pfälzischen Genossenschaft, Dr. Bernd Kost (43), geht bekanntlich nach sieben Jahren zum 31. März 2010 von Bord, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu stellen. Kopp ist momentan noch Geschäftsführer von Golden Kaan Ltd. (dem ehemaligen Joint Venture von Racke und KWV) sowie des US-amerikanischen Weinimportunternehmens Cecchetti Racke. Seine Aufgabe bei der pfälzischen Kooperative wird es sein, die Positionierung des Unternehmens weiter zu schärfen und den nationalen wie internationalen Vertrieb zu forcieren.



Foto: Graminski

Zurück in Deutschland: Marian Kopp wird neuer Geschäftsführer der WG Niederkirchen.

Die 220 aktiven Mitglieder der Niederkirchener Weinmacher bewirtschaften 310 ha Rebfläche, die zu 62% mit Riesling bestockt ist. Die Jahresproduktion bewegt sich bei 3,5 Mio. l Wein.

-wer-

Essenz

Eimann wird KAM Wein bei NGV: Hauke Eimann hat bei der NGV-Getränkegruppe, Hamburg, den neu geschaffenen Posten des Key-Account-Managers Wein übernommen. Der Diplom-Betriebswirt und Außenhandelskaufmann war bisher u. a. für Eggers & Franke und die spanische Agentur Axial tätig. Stefanie Grützmann, die bei der NGV als Category-Managerin für den Weinpart zuständig gewesen ist, geht in Mutterschutz. -wer-

Bünting verpflichtet Friedsam: Christof Friedsam, bis Mitte 2009 Key-Account-Manager beim Badischen Winzerkeller in Breisach, hat Anfang 2010 seinen neuen Posten als Weineinkäufer der Bünting Handel und Dienstleistung GmbH & Co. KG, Leer, angetreten. Mit Hilfe des ausgebildeten Betriebswirts (BA) soll die Warengruppe Wein bei dem Handelsunternehmen künftig intensiver betreut werden als bisher. -wer-

Bucher heuert bei Mövenpick Wein an: Lukas Bucher hat Anfang 2010 seinen Posten als Key-Account-Manager bei der Mövenpick Wein AG in Zug (Schweiz) angetreten. Bucher war in den vergangenen Jahren bei mehreren Unternehmen tätig, u. a. von Mitte 2003 bis 2007 als Marketing- und Verkaufsleiter bei der Gebr. Kümin Weinbau & Weinhandel AG in Freienbach (Schweiz). -wer-

LGI verpflichtet Janßen als Exportmanager: LGI Wines, Carcassonne/Südfrankreich, hat zum 1. Februar Felix Janßen als Exportmanager für Deutschland, Österreich und die Schweiz verpflichtet. Der 25-jährige Janßen, Absolvent des Bachelor-Dual-Studiums „Responsible Commercial Vins“ in Montpellier und derzeitiger Student des Bachelor-Studiums Internationale Weinwirtschaft in Geisenheim, war zuletzt bei der Domaine Pierre Belle, Lieuran-lès-Beziers, als Exportassistent für die Betreuung des deutschen Marktes tätig. -wer-

LFE bringt TerraMater: LFE Deutschland, Köln, vertreibt ab sofort die Weine des chilenischen Weinunternehmens TerraMater auf dem deutschen Markt. Die Weine wurden bislang von DC distribuiert, fielen nach der Verschmelzung von DC mit Reidemeister & Ulrichs aber der damit verbundenen Sortimentsumstrukturierung zum Opfer. Der 460-ha-Betrieb TerraMater gehört zu den bekanntesten chilenischen Kellereien und bietet fünf Weinlinien an: Vineyard Varietals, Limited Reserve, Altum, Unusual und Paso del Sol. -ja-

Prieux übernimmt Gardet: Die bisher hauptsächlich in den Bereichen Gartenbedarf und Hotelgewerbe aktive Unternehmensgruppe Prieux, Reims, hat nach dem 2004 erfolgten Erwerb des Hauses Ployez-Jacquemart ihre Präsenz im Champagnerbereich verstärkt und auch das Haus Gardet übernommen. Gardet produziert pro Jahr 1,2 Mio. Flaschen Champagner und kam zuletzt auf einen Umsatz von 16 Mio. Euro, von denen 70% im Export erzielt wurden. -jb-

Hillebrand kauft ABV Logistics: Der weltweit führende Getränke-logistiker JF Hillebrand, Mainz, hat den Getränke-logistiker ABV Logistics aufgekauft. Dies meldet das Unternehmen. Laut Firmenaussagen kann durch die Integration des im englischen Wickford ansässigen Unternehmens vor allem die Vernetzung in Italien und Spanien weiter verbessert werden. -ja-

Bernhardt zieht's von Hol'Ab zu Netto: Christian Bernhardt hat Anfang 2010 bei der Netto Marken-Discount AG & Co. KG, Maxhütte, den Posten des Marketingleiters angetreten. Der Diplom-Ökonom kommt von der Hol' Ab Getränkemarkt GmbH, Achim, wo er von Dezember 2006 bis Ende 2009 als Marketingleiter tätig war. Dabei hat er u. a. die Hol' Ab Weinwelt hauptverantwortlich betreut. -wer-

Nur für
Fachbesucher



To Another Great Year

www.prowein.de

Wine in Business

- mehr als 3.000 Aussteller*
- einzigartige Verkostungszone
- Sonderschau Öko- und Bioweine
- Experten-Vorträge

*Daten ProWein 2009

21. - 23.3.2010
Düsseldorf, Germany

Internationale Fachmesse Weine und Spirituosen

Online-Tickets unter www.prowein.de/ticket_1

Hotel-/Reiseangebote:
Düsseldorf Marketing &
Tourismus GmbH
Tel. +49(0)2 11/172 02-8 39
E-Mail: messe@dus-mt.de
<http://business.duesseldorf-tourismus.de>

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 1010 06
40001 Düsseldorf
Germany
Tel. +49 (0) 2 11/45 60-01
Fax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
www.messe-duesseldorf.de


Messe
Düsseldorf

Österreich

Im Aufwind

Österreichs Weinbau trotz der Wirtschaftskrise im eigenen Land und auf den internationalen Märkten. Zwar litt das Geschäft im vergangenen Jahr unter einem deutlichen Einbruch der Exporte in die USA, aber dafür legte es auf anderen Märkten zu. Nach den letzten Hochrechnungen wurden insgesamt 65 Mio. l Wein ausgeführt, was ein Mengenplus von 8,3% bedeutet. Weil die Exporte von offenen Weinen zunahm, blieb der Erlös mit 112 Mio. Euro allerdings knapp unter dem Niveau des Vorjahres.

Wichtigster Auslandsmarkt ist nach wie vor Deutschland, das 2009 fast 47 Mio. l abnahm. Davon entfielen 26,1 Mio. l auf Flaschenwein. Der Anteil der Tankware stieg um 4,7 Mio. l, weil Österreich im Jahr 2008 eine überdurchschnittlich hohe Ernte auch mit reichlich Tafelwein ein-

fuhr. Darüber freute sich zum Beispiel die deutsche Sektindustrie, die diese Weine billig ordern konnte (Durchschnittspreis für Tankware: 50 Cent/l). Für Flaschenweine wurden auf dem deutschen Markt im Schnitt 2,10 Euro/l erlost.

2010 wird Österreich kaum mehr Billigweine vermarkten können, denn 2009 gab es nach Schätzung von Weinbaupräsident Josef Pleil mit 2,1 Mio. hl „die vermutlich kleinste Weinernte der letzten zehn Jahre.“ Aber merkliche Preiserhöhungen seien trotz einer durchgängig ausgezeichneten Qualität nicht zu befürchten, weil Österreich seine gute Entwicklung nicht gefährden will.

Stolz ist Willi Klinger, Chef der Österreich Wein Marketing (ÖWM), dass man beim Weißwein (macht rund 70% der Exporte aus) in Deutschland mit



ÖWM-Chef Willi Klinger freut sich über Erfolge auf dem in- und ausländischen Markt.

einem Marktanteil von 6,4% bereits an dritter Stelle hinter Deutschland und Italien und erstmals vor Frankreich liegt. In Österreich selbst ist die Stimmung ohnehin gut, weil heimische Gewächse in den Supermärkten deutlich zulegt und ihren Marktanteil dort auf 65,2% bei der Menge steigerten. Ein Absatzrückgang in der Gastronomie konnte durch verstärkten Heimkonsum ausgeglichen werden.

Neues gibt es von der DAC-Front: Nach der Region Leithaberg im Gebiet Neusiedlersee-

Hügelland wird demnächst auch das Südburgenland mit der Bezeichnung Eisenberg mit einem Herkunftswein aufwarten; damit sind es dann sieben DAC-Bezeichnungen. „Alles regionale Identitäten mit klarem Profil“, meint Andreas Liegenfeld, Obmann des Burgenländischen Weinbauverbandes. Für DAC Weinviertel Grüner Veltliner wird es künftig eine ergänzende Reserve-Kategorie geben. Weitere DAC-Ausweisungen sollen folgen. Im Burgenland wird über das Gebiet im Osten des Neusiedlersees diskutiert (Seewinkel ist ein Namenskandidat), die Steiermark könnte sich zur DAC Schilcher in der Weststeiermark anschließen. -kn-

Grupo Caja Real

Röder legt los

Die Grupo Caja Rural aus Navarra hat Uwe Röder als Geschäftsführer einer neu gegründeten Gesellschaft verpflichtet. Röder, der bereits bei mehreren namhaften Markenartiklern Erfahrungen sammeln konnte und zuletzt (von Juli 2005 bis September 2009) als Regional Manager Central & Eastern Europe bei Fosters EMEA arbeitete, soll für den Konzern ab Februar den deutschen und weitere europäische Märkte beackern.

Konkret geht es darum, die Distribution diverser Marken aus dem Wein- und Agrarbereich aufzubauen. Zum Weinportfolio von Grupo Caja Rural (hinter der die Bank Caja Rural de Navarra steckt) gehören die Marken Rioja Vega, Albret und Principe de Viana. Letztere befindet sich hierzulande im Vertriebsprogramm von Ardau Weinimport



Uwe Röder will die Produkte der Grupo Caja Rural in Deutschland voranbringen.

(Troisdorf) und Jacques' Wein-Depot. „Das soll auch so bleiben. Ich fokussiere mich im Weinbereich auf Rioja Vega, Albret und neue Markenprojekte“, betont Röder gegenüber WEIN+MARKT. Dabei hat er sowohl den On-trade- als auch den Off-trade-Sektor im Visier. -wer-

Australien

Weinexport erholt

Die australischen Weinexporte sind im Gesamtjahr 2009 um 7,9% gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Dies belegen die aktuellen Zahlen des Branchenverbands Australian Wine & Brandy Corporation (AWBC). Danach beliefen sich die Exporte 2009 auf insgesamt 764 Mio. l im Wert von 2,3 Mrd. australischen Dollar (AUD). Das Ergebnis liegt zwar unterhalb der im Oktober 2007 erreichten 12-Monats-Exportrekordmenge von 806 Mio. l (die 3,04 Mrd. AUD Umsatz brachte), bedeutet aber eine deutliche Umkehr des Abwärtstrends, der im Oktober 2008 einen Tiefpunkt erreichte. Im vergangenen Jahr wurden 39% des Exportvolumens als Fasswein vermarktet (+13 Prozentpunkte). Unter den Rebsorten hat sich dabei Chardonnay als größter Wachstumstreiber erwiesen, auf dessen Konto 55%

aller Zuwächse gehen. Mittlerweile erreicht Australien nach Einschätzung des AWBC einen ähnlichen Fassware-Exportanteil wie Chile (40%), die USA (47%), Südafrika (50%), Spanien (53%), Argentinien (30%) oder Italien (33%). Die größten Zuwächse beim Exportwert erreichten die Australier 2009 in China, aber auch in Finnland und Schweden.

Das Wertwachstum in Deutschland wird von der AWBC mit 9,9% gegenüber dem Vorjahr angegeben. Die vom Deutschen Weinbauverband aufbereiteten aktuellen Importdaten dokumentieren, dass Deutschland im Zeitraum November 2008 bis Oktober 2009 37,1 Mio. l Wein aus Australien eingeführt hat. Das waren 22,4% mehr als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Der Wert erhöhte sich dabei um 6,2% auf 51 Mio. Euro. -ja-