

Alkohohaltige Getränke 2009

Privater Konsum (In-Home Konsum)

1

Von einer Konsumkrise war im Jahr 2009 auch im Markt der alkoholischen Getränke keine Spur. Im Gegenteil: Die Gesamtausgaben für alkoholische Getränke stiegen im Haushaltbereich um rund 200 Mio. auf 11,1 Mrd. Euro und damit auf ein neues historisches Hoch. Damit entwickeln sich alkoholische Getränke besser als der Gesamtmarkt für FMCG, der vergangenes Jahr gut ein Prozent verlor.

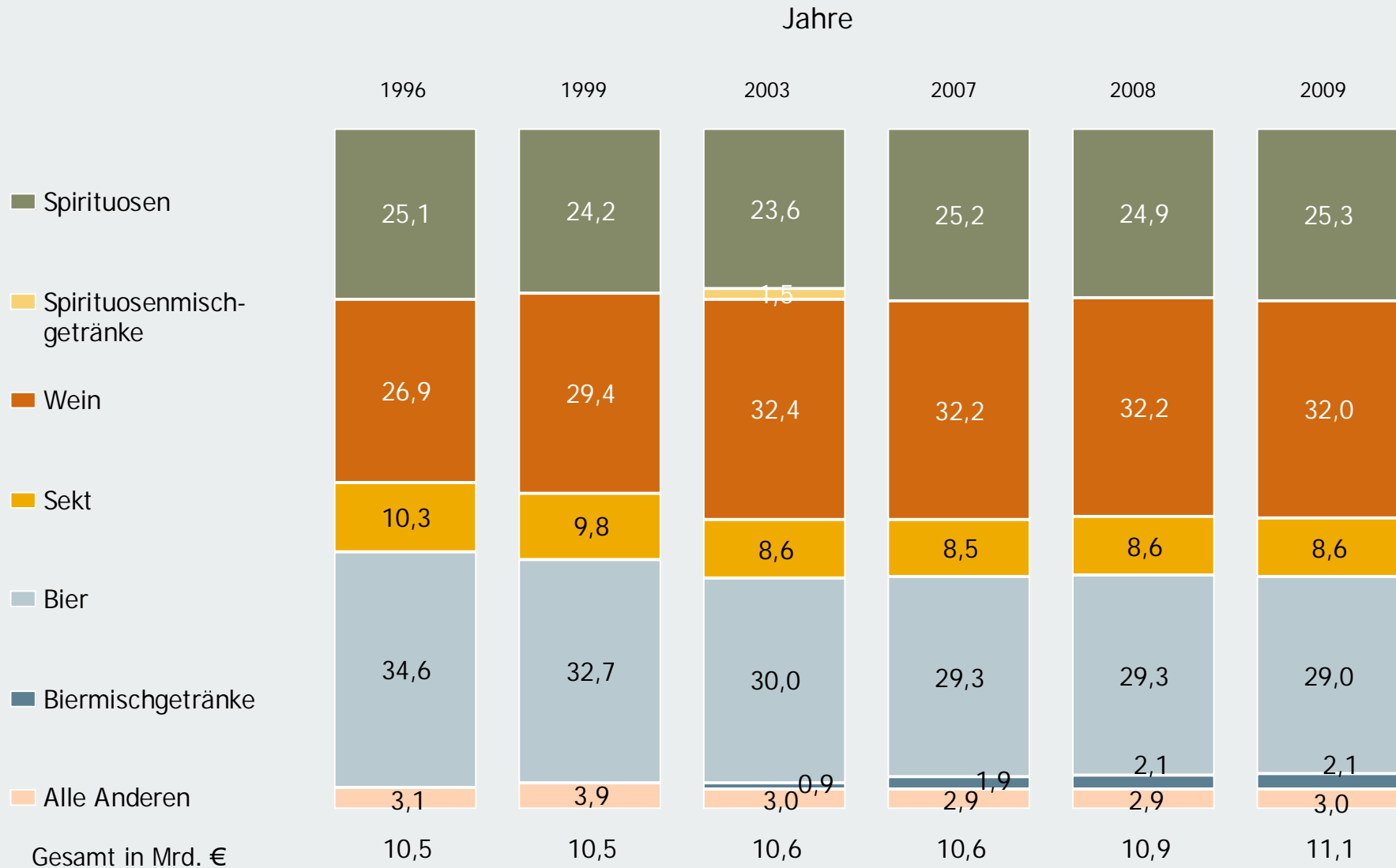
Innerhalb der alkoholischen Getränke kommt es jedoch zu Budgetverschiebungen. Die meisten Ausgaben werden zwar immer noch für „Wein“ als das beliebteste alkoholische Getränk aufgewendet, jedoch steigen die „Spirituosen“ in der Konsumentengunst: Jeder vierte Euro wird mittlerweile für Hochprozentiges ausgegeben.

Spirituosen-Genießer gestalten ihren Konsum in zunehmendem Maße selektiv und geben damit der Qualität den Vorzug vor Quantität. Auch deshalb kann der Spirituosenmarkt im Gegensatz zum Gesamtmarkt der schnell drehenden Konsumgüter (FMCG) eher steigende Preisniveaus aufweisen.

Getränkebudget für alkoholische Getränke

Verbrauchsausgaben für Alkoholika steigen um 200 Mio. Euro!

2



Spirituosenpreise

Verbraucher greifen verstärkt zu teureren Spirituosen

Basis: Menge in % (0,7 L Fl.)

LEH ohne Discounter

Discounter

