

ProWein Business Report met nieuwe editie 2018

Wereldwijd meest omvangrijke trendbarometer van de internationale wijnbranche

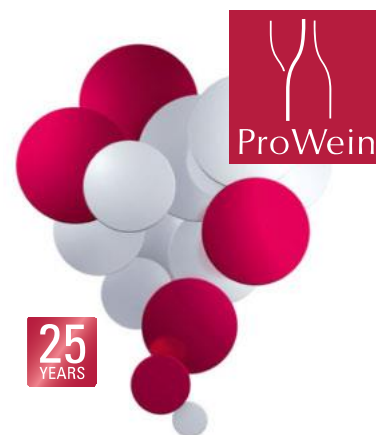
In opdracht van ProWein heeft de hogeschool Geisenheim voor de tweede keer bij meer dan 2.300 experts van de wijnbranche uit 46 landen een enquête afgenomen over de internationale wijnmarkten, marketingtrends, de ontwikkeling van de online verkoop van wijn en de economische situatie. Dit onderzoek in de eerste helft van 2018, kon weer op een grote interesse uit de branche rekenen. Sinds de eerste enquête in 2017 is het deelnemersaantal met 60 procent gestegen – van 1.487 naar 2.364 ondervraagden. Daarmee is het ProWein Business Report 's werelds meest omvangrijke trendbarometer van de internationale wijnbranche.

De studie omvat de gehele waardeketen van wijn. Tot de geënquêteerden telden zowel wijnproducenten (wijngaarden, wijnkelders, genootschappen) als de tussenhandel (exporteurs en importeurs) en verkopers (groothandel, vakhandel, hotels en gastronomie). De combinatie van de verschillende zienswijzen van producenten, tussenhandel en verkopers door de jaren heen, geeft een uniek stemmingsbeeld van de branche weer.

Aantrekkelijkheid van exportmarkten

1) China is voor het eerst 's werelds meest aantrekkelijke exportmarkt voor wijn

Op de vraag wat momenteel het meest aantrekkelijk is, benoemen exporteurs en wijnproducenten China als 's werelds meest aantrekkelijke exportmarkt, gevolgd door Japan, Hongkong, Scandinavië, de USA en Canada. Vergeleken met de enquête in het voorgaande jaar, is China daarmee van plaats 9 naar de top gestegen. Deze subjectieve inschatting van marktdeelnemers wordt versterkt door de gestegen importvraag van China en de grote volume- en waardestijging van exporteurs naar China, vooral uit Australië, Frankrijk en Chili.



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com




Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany


Telefon +49 211 4560-01
Telefax +49 211 4560-668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Hans Werner Reinhard
Wolfram N. Diener
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

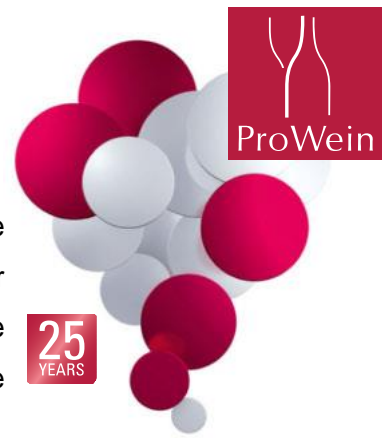
Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

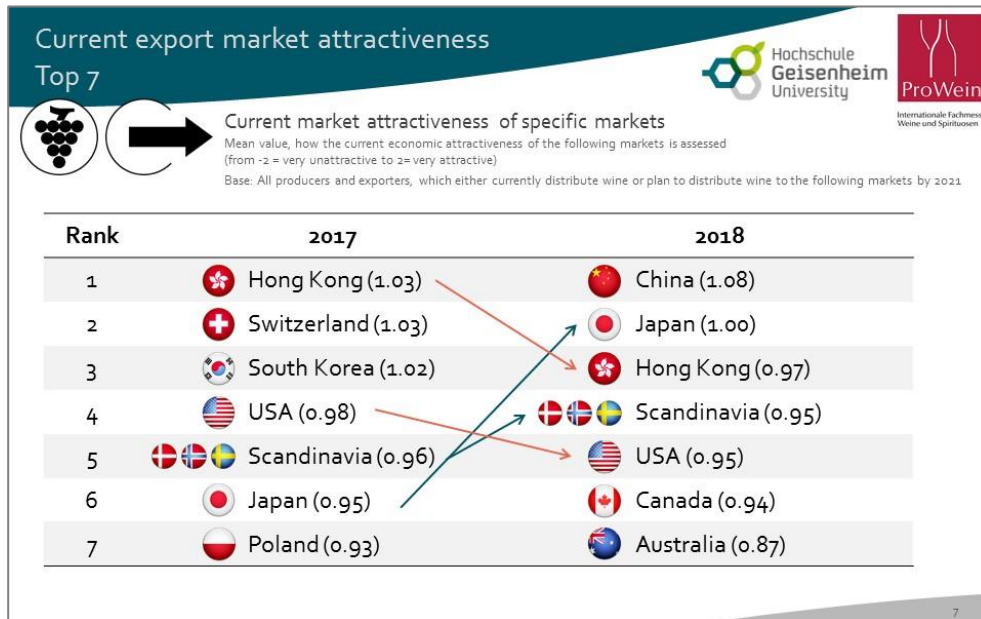
 FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung



Binnen een jaar waren er veranderingen in de ranglijst van de huidige aantrekkelijke exportmarkten. Naast China zijn Canada en Australië naar de top 7 gestegen en Zuid-Korea, Polen en Zwitserland zijn afgezakt. De USA is nog steeds een zeer aantrekkelijke exportmarkt, al is er een kleine daling van plaats 4 naar plaats 5.

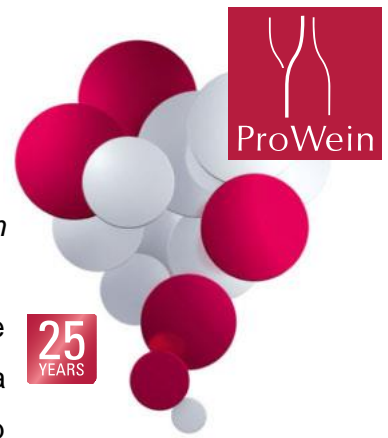
The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



2) Sinds 2017 is de marktaantrekkelijkheid van Rusland, China en Brazilië het sterkst toegenomen

Vergeleken bij het eerste ProWein Business Report in 2017 werd de sterkste relatieve verbetering van marktaantrekkelijkheid voor Rusland, China en Brazilië gemeten. Rusland verbeterde zich van plaats 16 naar plaats 11 en Brazilië is van plaats 15 naar plaats 13 geklommen. Daarmee werd al een deel van de verwachtingen van 2017 gerealiseerd, te weten dat precies deze markten in de toekomst aantrekkelijker zouden worden. De dichtbevolkte, grote landen van de BRIC-groep bezitten een buitengewoon groot potentieel voor wijnexporteurs. Het ontsluiten van deze markten kent echter door de deels politieke en economische instabiele situaties ook een hoger marktrisico.

Van de traditioneel gevestigde markten hebben Italië en Frankrijk zich ten opzichte van 2017 iets hersteld. Nederland, Zuid-Korea en Zwitserland hebben vergeleken bij 2017 qua aantrekkelijkheid licht ingeleverd.

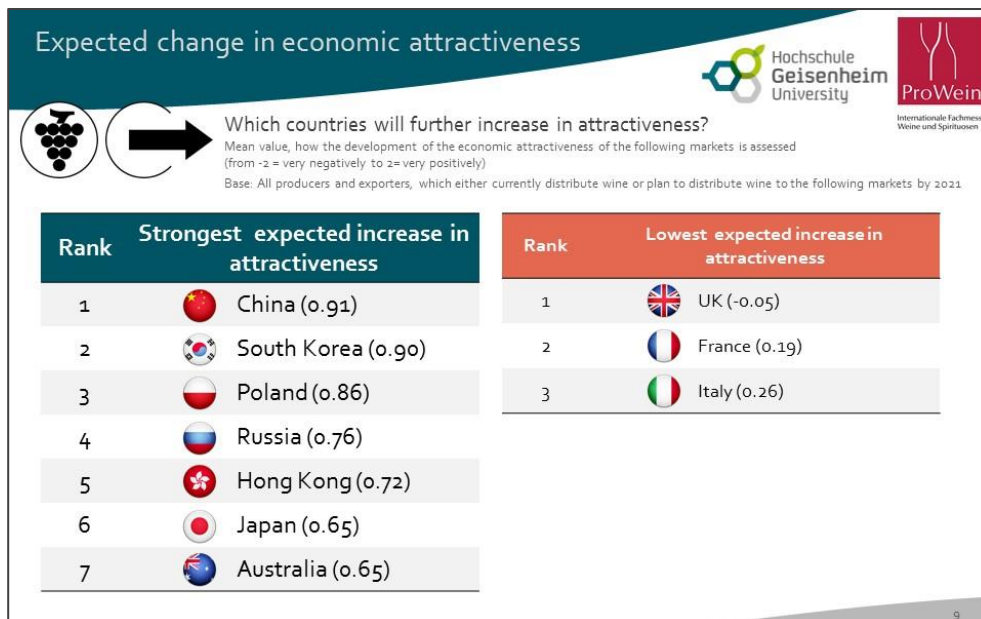


3) *Verwachte groei tot 2021 het grootst voor China, Zuid-Korea en Polen*

Voor de komende drie jaar verwachten exporteurs en producenten de sterkste groei qua aantrekkelijkheid van de markten voor China, Zuid-Korea en Polen, gevolgd door Rusland, Hongkong, Japan en Australië. Dicht op de top 7 volgen dan de beide belangrijke Noord-Amerikaanse markten – de USA en Canada, waar de wijnconsumptie verder toeneemt.

China is daarmee de wijnmarkt met de hoogste huidige en toekomstige verwachte marktaantrekkelijkheid. Het zullen in de toekomst dus vooral Aziatische en Oost-Europese landen zijn die belangrijker worden. Om de geografisch en cultureel ver weggelegen markten van Azië succesvol te bewerken, vormt voor Europese wijnproducenten voor de komende drie jaar een grote uitdaging.

The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



4) *Groot-Brittanië is het land met de zwakste huidige situatie en de meest geringe toekomstverwachtingen*

Vergeleken bij 2017 is de aantrekkelijkheid van de Britse wijnmarkt verder verslechterd, terwijl gelijktijdig het waargenomen risico is toegenomen. Ook voor de verwachte toekomstige ontwikkeling tot 2021 komt Groot-Brittanië het slechtste uit de bus. Er zijn meerdere factoren voor deze zwakke positie verantwoordelijk. De doorlopend stijgende alcoholheffing en het verlies van schapruimte als gevolg van de concurrentie tussen gevestigde

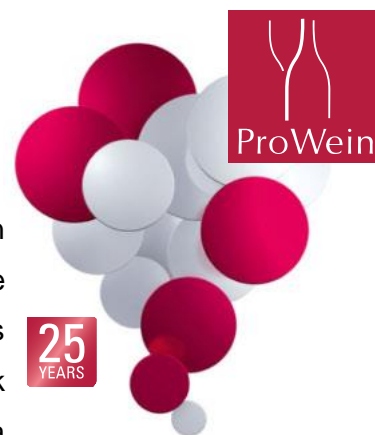
handelsconcerns met de discount maken deze markt voor producenten extra lastig. En daar bovenop zijn er nog de economische en juridische onzekerheden ten gevolge van de BREXIT, waarvan de details nog steeds niet helder zijn. Na Groot-Brittannië zijn de traditionele wijnmarkten Frankrijk en Italië de landen, waarvoor slechts een zeer geringe verbetering qua aantrekkelijkheid wordt verwacht.

5) *De overgrote meerderheid van exporteurs kiest voor het ontsluiten van nieuwe wijnmarkten*

Acht van de tien producenten plannen in de komende drie jaren hun exportactiviteiten naar nieuwe markten uit te breiden, een even groot aantal als in 2017. De thuismarkten van de grootste wijnproducenten (Spanje, Italië en Frankrijk) zijn verzadigd en vertonen zelfs een teruglopende tendens. De export naar nieuwe groeiemarkten is dan ook de enige manier om dit verlies te compenseren en groeikansen te realiseren. De internationale wijnhandel zal daarmee verder in volume en betekenis groeien. Op de lange termijn rijst de vraag of en wanneer deze groeitrend zal afzwakken, bijvoorbeeld doordat nieuwe wijnmarkten hun eigen wijnproductie opbouwen, of, zoals voor China geldt, verder uitbreiden.

Nieuw opkomende exportmarkten voor wijn

6) *Singapore heeft het grootste potentieel voor de komende vijf jaar*
Gevraagd naar het grootste potentieel voor nieuwe wijnmarkten in de komende vijf jaar, benoemden wijnexporteurs het vaakst Singapore, Tsjechië en Taiwan. Daarmee wordt de lijst van nieuw opkomende wijnmarkten door wat kleinere, overzichtelijke en eenvoudiger te ontginnen markten aangevoerd, die economisch relatief ver ontwikkeld en stabiel zijn. Daar tegenover zien weinig exporteurs op korte termijn potentieel in de landen Vietnam, India, Thailand, Maleisië, de Filippijnen en Indonesië, die een grotere marktomvang, een moeilijkere marktontsluiting en een geringere economische ontwikkelingsstand hebben. Het aandeel van de bevolking dat zich wijn kan permitteren, is in deze landen kleiner dan in de meer ontwikkelde landen. Hier is een langduriger perspectief nodig, om bestaande toegangsbarrières (heffing op wijnimport, talloze regionale wetten) te overwinnen. Als de hoge toekomstverwachtingen voor de Aziatische toonaangevende markten China, Zuid-Korea, Hongkong en



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com





25
YEARS

The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019

Düsseldorf, Germany www.prowein.com

Japan gerealiseerd kunnen worden, wordt er bovendien rekening gehouden met een positief uitstralingseffect in Azië.

India is de nummer 1 onder de nieuw opkomende exportmarkten voor wijnproducenten uit de nieuwe wereld, Australië, de USA, Zuid-Afrika etc. De culturele verbinding in de commonwealth en de gemeenschappelijke taal maken het voor deze landen eenvoudiger India te ontsluiten.

Een kwart van de ondervraagde producenten wacht momenteel nog af en ziet voor geen van deze opkomende markten potentieel voor het toetreden van deze markten binnen de komende vijf jaar. Het zal de komende jaren interessant zijn, deze ontwikkeling verder gade te slaan.



M
Messe
Düsseldorf

7) *Verenigde Arabische Emiraten verrassend op plaats 4*

Het mag op het eerste oog verrassend zijn, dat de Verenigde Arabische Emiraten (VAE) de vierde plaats van de opkomende wijnmarkten bezet. Deze plek in de hogere regionen maakt de groeiende betekenis van wijn en andere hoogwaardige levensmiddelen en delicatessen duidelijk voor het Arabische schiereiland, dat een toenemend aantal toeristen en expats kent. De positieve inschatting wordt ook door andere indicatoren, zoals het stijgend aantal deelnemers aan de cursussen van de WSET uit de VAE gestaafd.



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com

Interesse van de handel in nieuwe herkomst van wijn

8) Wijnhandel op zoek naar nieuwe wijnherkomstlanden

Vrijwel de helft van de wijnhandelaren die ProWein bezoekt, is van plan om het wijnaanbod met nieuwe wijnherkomstlanden uit te breiden. Wijnherkomstlanden die tot nu toe minder zijn verbreid, hebben een grotere kans om in de portfolio van wijnhandelaren en gastronomen te worden opgenomen.

9) Portugal, Zuid-Afrika en Argentinië favoriet bij de uitbreiding van het portfolio

Een op de vijf wijnhandelaren en importeurs is van plan wijnen uit Portugal, Zuid-Afrika of Argentinië nieuw in het assortiment op te nemen. Deze nieuwe herkomstlanden moeten het bestaande aanbod van de detailhandel completeren of gedeeltelijk vervangen, welke tot nu toe door Italië, Frankrijk en Spanje wordt aangevoerd.

10) Grote verschillen tussen de afzetmarkten

De verschillende wijnmarkten onderscheiden zich in welke nieuwe herkomstlanden door handelaren en andere verkopers worden gevraagd.



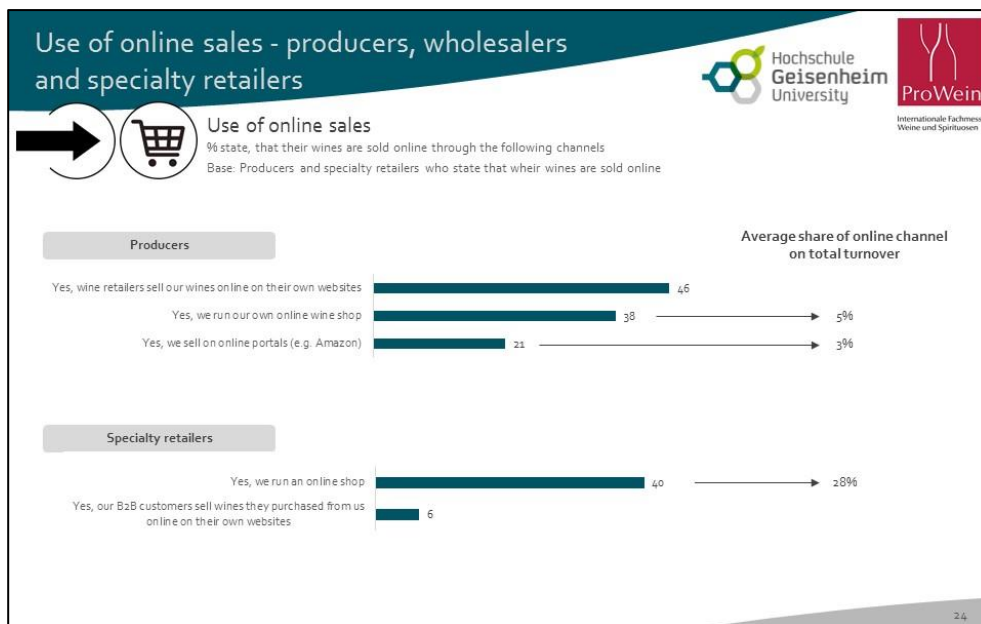
Hiervoor zijn meerdere redenen doorslaggevend, zoals de geografische nabijheid (Slovenische wijn in Centraal-Europa, Duitse wijn in Oost-Europa, Chileense wijn in Noord-Amerika), de trend voor afwisseling en sensorisch

toegankelijke wijnen uit de nieuwe wereld (Oost-Europa, Zuid-Europa), maar ook de zoektocht naar afbakeningsmogelijkheden en niches binnen sterk concurrerende markten (zoals Duitsland).



De betekenis van het internet voor de wijnverkoop

11) Potentieel van de online handel tot nog toe uiteenlopend benut



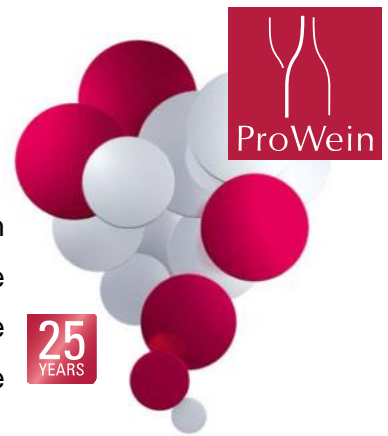
The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



12) Verdere toename van de online handel van alle marktdeelnemers verwacht

Zowel de producenten als de handel verwacht een verdere groei van de online handel van wijn. De groeikansen voor webshops van handelaren en producenten worden daarbij even hoog gewaardeerd als die van portalen (bijv. Amazon, eBay). Terwijl algemene portalen bij andere productgroepen een zeer hoog marktaandeel hebben behaald, zien branche-experts voor het hoogwaardige product wijn emotioneel aansprekende oplossingen als noodzakelijk. Het blijft voor de toekomst spannend, hoe algemene portalen zich relatief ten opzichte van de gespecialiseerde online shops van de wijnhandel zullen ontwikkelen.

Wijnhandelaren zijn het er over het algemeen mee eens, dat de verkoop via hun online shops zeer omslachtig en duur is, en dat de prijsvergelijkingsmogelijkheid op het internet tot een verdere terugloop van de winst zal leiden. De wijnhandelaren zijn dan ook kritischer over een



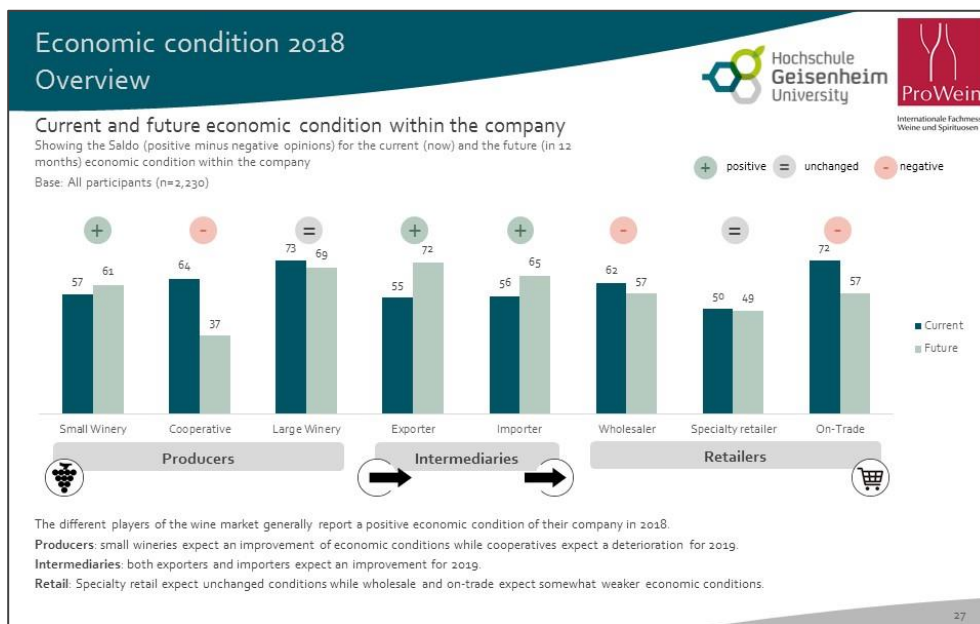
verdere groei van de online verkoop dan de producenten, die zich vermoedelijk nog niet bewust zijn van de omslachtigheid van de online marketing. Gespecialiseerde wijnhandelaren hebben het beschikbare potentieel al volledig benut en kunnen groei alleen door middel van hoge kosten realiseren.

De economische situatie van de wijnbranche

13) De wijnbranche ziet de toekomst gezamenlijk positief tegemoet

Aan de enquête hebben voornamelijk marktleiders deelgenomen. Deze hebben positieve verwachtingen voor de economische ontwikkeling in 2019, maar er zijn verschillen tussen producenten, tussenhandelaren en verkopers.

The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



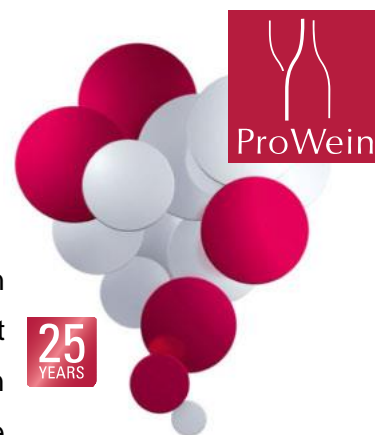
Onder de producenten zijn de wijnkelders het meest optimistisch. De wijngaarden schatten de situatie stabiel in, terwijl de genootschappen een duidelijke economische verslechtering van de situatie verwachten. Importeurs en exporteurs verwachten een verbetering van de economische situatie in 2019, nadat deze tussen 2017 en 2018 was verslechterd. Voor de groothandel en gastronomie is de situatie in 2018 beter gebleken, dan oorspronkelijk in 2017 verwacht, maar de inschatting voor 2018 is weer wat pessimistischer. De wijnhandel houdt rekening met een stabiele situatie.

14) Verschillen tussen de producenten naar land van herkomst

Italiaanse producenten hebben de hooggespannen verwachtingen van 2017 in 2018 in vervulling zien gaan en ook voor het nieuwe jaar 2019 wordt op een vergelijkbaar hoog niveau gerekend. De hoge verwachtingen van de Spaanse producenten voor 2017 konden door de uitzonderlijk kleine oogst van 2017 niet worden gerealiseerd, maar het vooruitzicht voor 2019 is positief. Franse producenten hebben na een onveranderde ontwikkeling tussen 2017 en 2018 een licht positief vooruitzicht op 2019. Voor Duitse producenten heeft de kleine oogst in 2017 aan een licht negatieve ontwikkeling bijgedragen, en de vooruitzichten voor 2019 zijn van alle landen het minst positief. In de resultaten van de verschillende landen dienen overigens ook mentaliteitsverschillen te worden meegewogen. Naast reële economische redenen, komen bij deze verschillen in de verwachtingen ook de 'Duitse angst' en het 'optimisme van het Zuiden' tot uitdrukking.

Slotsom

Al bij de tweede editie van het ProWein Business Report kan worden opgemerkt, dat een deel van de gemeten toekomstverwachtingen uit de eerste editie binnen een jaar zijn uitgekomen. De verwachte groei van China heeft zich sneller dan verwacht voltrokken en het rijkst bevolkte land op aarde staat nu al op plaats 1 van de huidige en toekomstige aantrekkelijkste wijnmarkten ter wereld. Het blijft spannend om af te wachten hoe de hoop op de opkomende nieuwe wijnmarkten zoals Vietnam, India en Thailand zich in de toekomst zal realiseren. Alle verwachtingen hebben gemeen, dat de focus van de wijnwereld zich steeds sterker van de traditionele wijnproductielanden oostwaarts richting Azië en deels Oost-Europa beweegt. Hier bestaat ook een sterke verbinding met de nieuwe handelsformaten van wijn. Terwijl de wijnhandel in de traditionele markten slechts voor een deel online plaatsvindt, heeft Azië sommige stappen van de handelsontwikkeling overgeslagen en vertoont wezenlijk hogere online aandelen, ook daar overwegend jonge consumenten wijn consumeren. Voor de branche is het de komende jaren van groot belang, te zien welke oplossingen zij tegen de deels ruïnerende prijsconcurrentie kunnen vinden, die van de grote markttransparantie van het internet uitgaat. De USA en Canada staan op de derde plaats van de belangrijkste groeigebieden van de internationale wijnbranche, na de bevolkingsrijke



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019

Düsseldorf, Germany www.prowein.com



economische groeimotor Azië en Oost-Europa, dat geografisch dicht bij de klassieke productielanden is gelegen.

Het onderzoek is in opdracht van ProWein door het Institut für Wein- und Getränkewirtschaft van de hogeschool Geisenheim onder leiding van Prof. Dr. Simone Loose en haar team uitgevoerd. ProWein en de hogeschool Geisenheim verheugen zich erop, het ProWein Business Report ook de komende jaren succesvol door te voeren. Daarmee bestaat de mogelijkheid te testen of de huidige verwachtingen in de toekomst uitkomen, en welke momenteel nog onverwachte veranderingen optreden. Naast het langdurig presenteren van de marktbarometer, zullen jaarlijks ook interessante speciale thema's in de enquête worden meegenomen. We bedanken de deelnemers aan deze enquête en hopen ook in de toekomst op een grote deelname van producenten en verkopers van wijn.

Hoge resolutie beeldmateriaal over ProWein vindt u in onze fotodatabank onder 'Presse Service' op www.prowein.de.

Perscontact

Christiane Schorn, Monika Kissing, Brigitte Küppers

Tel.: +49 211 4560 991

SchornC@messe-duesseldorf.de; KissingM@messe-duesseldorf.de

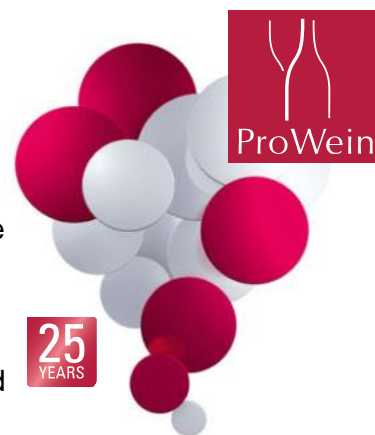
KueppersB@messe-duesseldorf.de

Meer informatie op:

www.prowein.de resp. de sociale netwerken

Facebook: www.facebook.com/ProWein.tradefair

Twitter: <https://twitter.com/ProWein>



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019

Düsseldorf, Germany www.prowein.com

