

24. – 28. November Ausstellungsgelände Fiera Milano - Rho

**SIMEI UND ENOVITIS 2009:
STEIGENDE INTERNATIONALITÄT**

Mehr als 850 Aussteller aus 28 Ländern auf einer bedeckten Ausstellungsfläche von 100.000 Bruttoquadratmetern: das sind die Zahlen der Ausgabe 2009 von SIMEI, Internationale Ausstellung für Kellerei- und Flaschenabfüllmaschinen und ENOVITIS, Internationale Ausstellung für Wein- und Olivenanbautechnik, die vom 24. bis 28. November auf dem Ausstellungsgelände von Fiera Milano in Rho stattfinden. Trotz eines leichten Rückgangs der Nachfrage nach Ausstellungsflächen hat die Internationalität nicht nur stets ein hohes Niveau beibehalten, sondern auch eine spürbare Zunahme verzeichnet. Einen als international strategisch anerkannten Treffpunkt nicht zu versäumen ist sicherlich ein Beweis für das Vertrauen, das man dieser Fachmesse schenkt.

Ein wichtiges Ergebnis, dass in einem für die Wirtschaftskonjunktur auf weltweiter Ebene kritischen Jahr erzielt wird.

Aber nicht nur das. Auch an der Ausstellerfront erhoffen sich SimeI und Enovitis den Wachstumstrend beizubehalten, der die Mailänder Messen von Ausgabe zu Ausgabe gekennzeichnet hat: dieses Jahr erwartet man dank des intensiven Einsatzes des Organisationssekretariats, sowohl in Eigenregie als auch in Zusammenarbeit mit Ice (Italienisches Institut für Außenhandel) und Promos (Sonderabteilung für internationale Aktivitäten der Handelskammer Mailand), den Besuch qualifizierter ausländischer Delegationen (Verantwortliche und Techniker von Kellereien, privaten Weinbaubetrieben, Getränkeherstellern, usw.) aus der Tschechischen Republik, Georgien, der Slowakei, Polen, Ungarn, Rumänien, Bulgarien, Russland (Gebiet von Krasnodar), Kasachstan, Südafrika, den Vereinigten Staaten, Kanada, Chile, Vietnam, Israel, der Türkei, Indien, Brasilien, Argentinien.

Marzio Dal Cin, Präsident von Anformape (Nationaler Verband der Zulieferanten für Maschinen, Zubehör und Produkte für den Kellereibetrieb) betont, dass Qualität, Umwelt und Sicherheit die stärksten „Must“ für alle Unternehmen des Agrar- und Ernährungsbereiches, Wein und Getränke inbegriffen, sind und auch in Zukunft sein werden.

Fünf Tage lang wird technologische Innovation im Mittelpunkt stehen, aber vor allem „Qualität“. Heute ist „Qualität“ mehr denn je als ein ausgedehnter und artikulierter Begriff zu verstehen: Produktqualität, Qualität des Produktionsprozesses, Qualität der Werte, gebunden an die Fähigkeit sowohl technologische Innovation hervorzubringen als auch ein Unternehmen verantwortlich, umweltverträglich und ethisch zu führen. SIMEI und ENOVITIS sind somit eine Antwort auf all diese Erfordernisse sowohl mit einem differenzierten Warenangebot als auch mit einer äußerst rationalen Anordnung der sowohl italienischen als auch ausländischen Aussteller in den verschiedenen Messehallen und den Möglichkeiten für Gedankenaustausch, Formation und Information.

Es werden Gelegenheiten geboten um Themen zu vertiefen, ausgerichtet auf nachhaltige Entwicklung der Produktion, Umweltfreundlichkeit und Sicherheit für den Verbraucher

Ideale Location ist der innovative Bereich des SIMEI-ENOVITIS FORUM, der seine Realisierung in den über 2000 Quadratmetern der Halle 11 findet und einen Gedankenaustausch zwischen den Fachleuten des Bereiches zu diesem Thema anregen soll. In dieser Halle befinden sich die Räumlichkeiten für die internationale Presse und die ausländischen Delegationen, hier finden alle Events statt und hier werden auch Wine- und Oilbar aufgebaut, ein Ort zur Entspannung und zum Zusammensein, jedoch auch darauf ausgerichtet auf hohem Niveau Produktionsqualität zu vergleichen

Die Konferenzen

Im Programm steht für Mittwoch 25. November (9.30-13.00 Uhr Sala Gemini, Centro Congressi) die internationale Konferenz „Nachhaltiger Weinbau und nachhaltige Önologie: Tendenzen, Technologien und Perspektiven“ die von Unione Italiana Vini mit wissenschaftlicher Beratung ranghoher italienischer und ausländischer Experten und unter der Schirmherrschaft der Internationalen Organisation für Rebe und Wein (Oiv) organisiert wurde. Unter der Leitung von Attilio Scienza befasst sich die Konferenz mit der jetzigen Haltung der Weinberge um deutlich zu machen, welches die neuen Faktoren sind, auf die man setzen muss, um die Umweltverträglichkeit der Produkte zu verbessern: vom Beitrag der Genomik und der genetischen Verbesserung zu den agronomischen Maßnahmen und den mechanischen Bearbeitungen. Vom Weinberg bis zur Kellerei, verschiebt sich nun die Aufmerksamkeit auf die Energieanwendung und die Behandlung der Produktionsabfälle. Im Vordergrund einige Case History

Der Weinanbau wird auch am ersten Messetag – Dienstag 24. November (15.00 Uhr Sala Forum SIMEI-ENOVITIS – Halle 11) – im Mittelpunkt der Diskussion stehen mit der Konferenz: “Bessere Qualität und vermindertere Kosten. Der Weinanbau laut Telecom Italia” (ausgeführt von Deca).

Mittwoch 25. November (10.00-13.00 Sala Forum SIMEI-ENOVITIS –Halle 11) findet die von Unione Italiana Vini in Zusammenarbeit mit Assovetro organisierte technische Konferenz „Glas, umweltbezogene Nachhaltigkeit und Produktqualität – Das Glas plädiert für umweltbezogene Nachhaltigkeit und zielt auf Produktqualität und Recycling“ statt. Hauptdarsteller bei Qualität, Umweltverträglichkeit des Produktes und Verwendung auf den verschiedenen nationalen und internationalen Märkten ist das Glas. Insbesondere geht es um den Rahmenvertrag die Flaschen betreffend als Beweis dafür, wie die Produktionskette - Hersteller und Lieferanten - immer bereitwilliger ist gegenseitige Verpflichtungen einzugehen, um die Produktqualität und die Sicherheit für den Verbraucher zu gewährleisten. Zu den Themen gehören natürlich auch Recycling, Kontrollen, Ausbildung und einige Case History.

Donnerstag 26. November (13.00 Uhr - Sala Forum SIMEI-ENOVITIS – Halle 11) steht der Getränkemarkt im Mittelpunkt. Marktentwicklungen, Verpackungslösungen, Service für den Markenschutz: das sind die drei Sektionen des Workshops – in englischer und italienischer Sprache – organisiert von Cape Decision. Ziel des Events ist es, Unternehmern und Managern eine vollständige Übersicht über den italienischen und internationalen Getränkemarkt zu bieten, speziell auf Wachstums- und Innovationsmöglichkeiten ausgerichtet. Die Konferenz mit dem Titel „Perspektiven, Marketing und Technologien im Bereich Getränke“ ist für Donnerstag um 13.00 Uhr vorgesehen.

Freitag 27. November (11.00-13.00 Uhr Sala Forum SIMEI-ENOVITIS, Halle 11) steht stattdessen das Öl im Vordergrund bei der Konferenz „Natives Olivenöl extra mit Qualitätskennzeichnung „hochwertig“: Ein neues Marktsegment“, in Zusammenarbeit mit CNO (Nationales Konsortium der Olivenbauer) organisiert. Natives Olivenöl extra wird heute noch als eine „Commodity“ angesehen mit ständig zunehmenden Schwierigkeiten für die Fachleute der Branche, beim Verbraucher die Preisunterschiede innerhalb der gleichen Güteklasse „natives Olivenöl extra“ durchzusetzen. Daher die Notwendigkeit im Verlauf der Konferenz eine Linie zu entwickeln, die es der gesamten italienischen Olivenanbaukette ermöglicht ihre Kompetenz bezüglich nativem Olivenöl extra erneut zu bestätigen: die Einführung einer neuen einschränkenden Kategorie, die man als „hochwertig“ bezeichnen könnte.

Wine- und Oil Bar

Die fünf Messetage bieten auch dieses Jahr wieder Gelegenheit über 100 kostbare Qualitätsbezeichnungen unserer besten Weine Made in Italy kennenzulernen und sie zu schätzen zu wissen. Vom 24. bis 28. November werden auf dem Ausstellungsgelände von Fiera Milano – Rho einige der besten Weine aus allen Regionen Italiens im Mittelpunkt der Wine Bar stehen. Dank der Onav-Experten (nationale Weinverkoster-Gesellschaft), die die Leitung der Verkostung übernommen haben, wird man in vier Sprachen in die Geheimnisse des Bacchus-Nektars eingeführt.

Angeboten von den Unternehmen, die Mitglieder von Unione Italiana Vini, AGIVI (Verband junger Winzer aus Italien) und des nationalen Verbandes Le Donne del Vino“ (Frauen des Weines) sind, variieren die Weine von Rot bis Weiß, nicht zu vergessen Rosé-Weine, Süßweine und Perlweine.

Auch die Oilbar kehrt gleichzeitig in diesem Jahr zurück. Sie entstand, um die Welt des italienischen nativen Olivenöls bekannt zu machen und wird von qualifiziertem Personal der Onaoo (nationale Olivenölprüferorganisation) geleitet. Eine Möglichkeit Vielfalt und Fülle der Aromen, Düfte und Geschmacksrichtungen von über 90 unterschiedlichen Ölen aus ganz Italien durch Verkostung kennenzulernen.

Für Informationen

SIMEI - ENOVITIS

Via S. Vittore al Teatro n. 3 - 20123 Milano

Tel. 0039/02/7222281 - Fax 0039/02/866575

E-mail: info@simei.it – info@enovitis.it

Internet: www.simei.it – www.enovitis.it

ABGEPACKTES WASSER: WELTWEIT STEIGT DER KONSUM, WESTEUROPA UND NORDAMERIKA BLEIBEN ZURÜCK

Weltweit werden über 560 Milliarden Liter alkoholfreie kalte Getränke (Wasser, Getränke und Säfte) verbraucht. Die abgepackten Wasser verbessern ihren Einfluss dank eines größeren Wachstums und haben die kohlenstoffhaltigen Getränke überholt, die historisch gesehen die Vorrangstellung des Verbrauchs im Bereich der handelsüblichen alkoholfreien Getränke haben. Global Drinks (Zenith International) unterbreitet für 2008 eine Schätzung von 218 Milliarden Litern an abgepacktem Wasser weltweit für Produktion und Konsum mit einer Wachstumsrate von 4,5% gegenüber dem vorhergehenden Jahr. Der Pro-Kopf-Verbrauch hat 32,3 Liter/Jahr erreicht. Das relativ geringe Konsumwachstum (im Vergleich zu den vorhergehenden Jahren) ist die Konsequenz eines doppelten Drucks des wirtschaftlichen Rückgangs und der wachsenden Sorge des Publikums für die Umwelt. Der weltweite Pro-Kopf-Verbrauch liegt jetzt bei 32 Litern/Jahr, zeigt jedoch innerhalb der verschiedenen Gebiete starke Unterschiede.

Den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch von in Flaschen abgefülltem Wasser verzeichnet man in Westeuropa und Nordamerika mit über 100 Litern pro Jahr. Die Länder Asiens und Afrikas verzeichnen stattdessen einen wesentlich niedrigeren Pro-Kopf-Verbrauch, zeigen aber einen Wachstumsboom, und daher sind es vor allem diese Gebieten (89% der Weltbevölkerung) wo die zukünftigen Wettbewerbe des Weltmarktes ausgetragen werden. Zwischen den beiden großen Blöcken stehen der Mittlere Osten und Lateinamerika mit Pro-Kopf-Werten um 60 Liter/Jahr und starker Expansion. In Europa und Nordamerika herrschen die „Quellwasser“ vor (Mineralwasser oder Quellwasser die, da sie an der Quelle rein sind, keinen Behandlungen unterworfen werden dürfen), während in den anderen geographischen Gebieten das behandelte Wasser vorherrscht, das seinen Reinheitsgrad dank dafür vorgesehener Wasseraufbereitung erhält. Das erklärt sich damit, dass es in Nordamerika aber vor allem in Europa einen größeren Reichtum an natürlichen Quellen gibt.

Laut der Angaben der Beverage Marketing Corporation haben die ersten fünf nationalen Märkte über 50% des Weltvolumens inne. An die Spitze der Weltrangliste setzt BMC den Markt der Vereinigten Staaten (33 Milliarden Liter) gefolgt von Mexiko, China und Brasilien. Anderen Quellen zufolge müsste China bereits den zweiten Platz erobert haben. Der italienische Markt, der im Jahr 2003 an 3. Stelle lag befindet sich nun an 5.-6. Stelle auf Weltebene, mit einem Gesamtvolumen von 11,5 Milliarden im Jahr 2008 verbrauchten Litern. Italien hatte über Jahre die Weltvorrangstellung des Pro-Kopf-Verbrauches von abgepacktem Wasser, jedoch wird Italien nun, laut BMC-Daten, von Mexiko überholt, jedoch mit einem Mix an Produkten bei dem das behandelte Wasser in großen Behältern überwiegt. Es muss der Tatbestand hervorgehoben werden, dass Italien und Mexiko als zu den großen Märkten gehörende diejenigen sind, wo in Flaschen abgefülltes Wasser die niedrigsten Preise hat. An die Seite Italiens hat sich nun ein anderer Schwellenmarkt gestellt, Indonesien das Land mit der drittgrößten Bevölkerungsdichte in der Welt. In Europa steht vorrangig, gemeinsam mit Italien, der deutsche Markt, der inzwischen globale Volumen ähnlich der italienischen erreicht (zwischen 11 und 12 Milliarden Liter jährlich), jedoch mit einem niedrigeren Pro-Kopf-Verbrauch (138 Liter gegen 196 Liter Italiens). Es folgen der französische Markt (7 Milliarden Liter) und der spanische (6 Milliarden Liter). Niedrigere Verbrauchswerte zeigen die Länder Nordeuropas (Großbritannien inbegriffen), die jedoch die anderen Länder beim Konsum warmer Getränke überholen (Tee und Kaffee).

Was ein Mix der Produkte anbelangt, hebt sich Europa durch einen klaren Vorzug der Mineralwasser oder Quellwasser hervor, während der Verbrauch von „behandeltem Wasser“ weniger als 10% des Gesamtvolumens ausmacht. Vorherrschend ist der Verbrauch von natürlichem/stillem Wasser, mit Ausnahme Deutschlands und der Ostländer, wo jedoch der Konsum an natürlichem Wasser (ohne Kohlenstoff) explosionsartig steigt. In vielen europäischen Ländern hat sich auch der Bereich „angereichertes Wasser“ entwickelt mit Geschmackszusatz oder funktionellen Wirkstoffen (Vitamine, Sauerstoff, Kräuterextrakte usw.) Laut Schätzungen von Zenith International ist der Markt des angereicherten Wassers (mit Geschmackszusatz und/oder funktionellen Wirkstoffen) in Westeuropa mit etwa zwei Milliarden Litern zu bewerten (4% des Gesamtverbrauches an abgepacktem Wasser).

Die großen multinationalen Konzerne des Beverage haben das abgepackte Wasser sehr spät „entdeckt“, vielleicht weil dieses Produkt in der Vergangenheit als wenig wertvoll für Industrie und Wirtschaft angesehen wurde und als Marketingobjekt nicht interessant schien. Die beiden multinationalen Unternehmen, die zuerst das Geschäft mit dem Wasser in Flaschen erkannt haben waren Nestlé und Danone, die in den Bereich Mineralwasser gegen Ende der sechziger Jahre eingetreten sind, indem sie die wichtigsten französischen Quellen erwarben. In der Folge haben diese beiden großen europäischen Gesellschaften eine internationale Entwicklungsstrategie durchgeführt, erwarben zahlreiche Unternehmen und Wassermarken in allen Kontinenten und erlangten eine Leadership-Position auf weltweiter Ebene. In den 90er Jahren entdeckten auch die beiden multinationalen Beverage-Unternehmen Pepsico und Coca-Cola den Sektor. Seitdem führten auch die beiden amerikanischen Gruppen eine intensive internationale Entwicklungsstrategie im Business des abgepackten Wassers, die ihnen ermöglichte sich in das Spitzenquartett der großen internationalen Wettbewerber einzureihen. Diese vier großen Player stellen jedoch nur ein Drittel

des gesamten Weltmarktes dar, der noch heute vorwiegend der Kompetenz nationaler und regionaler Hersteller unterliegt, die oftmals Leadership-Positionen auf Gebietsebene bekleiden.

Das Jahr 2008 zeigte eine Tendenzwende beim Verbrauch abgepackten Wassers in Italien. Die Gesamtproduktion von Mineral- oder Quellwasser in Italien wird auf 12,3 Milliarden Liter geschätzt, in leichtem Rückgang von ca. 1% gegenüber 2007. Der Export (nach Abzug der importierten Ware) beträgt ungefähr 980 Millionen Liter, und somit ist der Inlandsverbrauch an Mineral- und Quellwasser mit 11,3 Milliarden Litern und einem Pro-Kopf-Verbrauch von 192 Litern pro Jahr bewertet. Dabei muss abgepacktes „behandeltes“ Wasser und das andere „Wasser für menschlichen Verbrauch bestimmt“ gesondert betrachtet werden ohne Anerkennung vom Ministerium, das eine Produktionsrealität ist und dessen Konsum bei 200 Millionen Litern liegt. Insgesamt liegt demnach der Konsum von italienischem abgepacktem Wasser (Mineralwasser, Quellwasser und behandeltes Wasser) bei etwa 11,5 Milliarden Litern mit einem Pro-Kopf-Verbrauch um 196 Liter/Jahr. Zweifelsohne hat das problematische witterbedingte Jahr den Konsum negativ beeinflusst, aber auch die Wirtschaftslage mit der allgemeinen Krise kann zu vorsichtigerem Kaufverhalten geführt haben.

Italien verfügt über ungefähr 200 Quellen von Mineralwasser oder Quellwasser, jedoch zeigt der Markt eine Konzentration mit den ersten vier Herstellergruppen (Sanpellegrino Nestlé Waters, San Benedetto, Oliveto/Rocchetta und Ferrarelle), die etwas mehr als 54% des Gesamtmarktes aufnehmen und die ersten 8 Gruppen (die vorher genannten und Fonti di Vinadio, Norda, Spumador und Gaudianello), die 72% der Gesamtproduktion aufnehmen, es folgen andere 7 mittelgroße Gruppen mit über 200 Millionen Litern jährlich (Fonti del Vulture - Gruppe Coca-Cola, Lete/Prata, Sangemini, Santacroce, Pontevecchio, Industrie Togni und Sorgenti Emiliane). Auf Markenzeichenebene ist der Markt noch weiter auseinandergezogen. Keine Marke hat eine Volumenquote, die höher als 10% liegt. Die privaten Marken der organisierten Handelsketten dehnen sich weiter aus und nehmen auf globaler Ebene zwischen 8 und 9% des gesamten modernen Einzelhandels ein. Nur ungefähr ein Dutzend Marken hat eine effektive Deckung der Regionen Italiens erreicht mit einer Gesamtquote von 50% des Marktes, der Rest ist zwischen den über 300 regionalen und lokalen Marken aufgeteilt.

VERBRAUCH WELTWEIT AN ABGEPACKTEM WASSER

Kontinente	Verbrauch 2003 (Milliarden Liter)	Verbrauch 2008 (Milliarden Liter)	Abweichungen 2008/03	Pro-Kopf-Verbrauch 2008 (Liter)
Westeuropa	46,3	46,9	+1,3 %	116 Liter/Jahr
Osteuropa	10,3	15,1	+46,6 %	38 Liter/Jahr
Nordamerika	25,1	36,5	+45,4 %	107 Liter/Jahr
Lateinamerika	27,6	36,0	+30,4 %	62 Liter/Jahr
Mittlerer Osten	10,9	16,4	+50,5 %	57 Liter/Jahr
Australasien	33,3	60,3	+81,1 %	16 Liter/Jahr
Afrika	3,4	7,1	+108,8 %	8 Liter/Jahr
INSGESAMT	156,9	218,3	+39,1 %	32 Liter/Jahr

ALKOHOLFREIE GETRÄNKE: DER VERBRAUCH VERSCHIEBT SICH IN RICHTUNG LEICHTE, NATÜRLICHE UND FUNKTIONELLE GETRÄNKE

Laut Erhebungen von Global Drinks belief sich der weltweite Verbrauch an kohlenstoffhaltigen Getränken im Jahr 2008 auf rund 209 Milliarden Liter, was einem Pro-Kopf-Verbrauch von mehr als 31 Litern pro Jahr entspricht, während der Verbrauch an natürlichen Getränken (nicht kohlenstoffhaltig) auf 70 Milliarden Liter geschätzt wird, d.h. ein Pro-Kopf-Verbrauch von 10-11 Litern pro Jahr. Hinter diesen umfassenden Daten verbergen sich stark unterschiedliche Verbrauchertrends und Marktentwicklungen, sowohl auf Produktkategorien als auch auf geographische Regionen bezogen. Grundsätzlich kann man eine gewisse Schwierigkeit beobachten was die Mengenbeibehaltung der kohlenstoffhaltigen Getränke anbelangt, mit einer Konsumverschiebung in Richtung kalorienarme (ungesüßt), natürliche (nicht kohlenstoffhaltig) und funktionelle Getränke (mit Energiespendern, Mineralstoffen, Vitamine usw. angereichert).

In den nordamerikanischen und westeuropäischen Ländern verzeichnet man einen höheren Pro-Kopf-Verbrauch an mit Kohlenstoff versetzten Getränken, jedoch hat dieser Markt mittlerweile den Sättigunggrad erreicht. Der hohe Verbrauch an kohlenstoffhaltigen süßen Getränken wird von Diätisten als eine der Ursachen für die Fettleibigkeit bei Kindern angegeben. Die Orientierung der Verbraucher zu einer immer gesünderen Ernährung lässt sie andere alkoholfreie Getränke den traditionellen kohlenstoffhaltigen Getränken vorziehen, wie z.B. natürliche (kohlenstofffreie) Getränke oder die sogenannten funktionellen Getränke, denen gesundheitsfördernde Wirkungen zugesprochen werden und die das Wohlbefinden fördern. Auf jeden Fall findet im Bereich süße Getränke eine Geschmacksverschiebung zu ungesüßten Getränken statt.

Der einzige Sektor der im Bereich kohlenstoffhaltige Getränke einen entschiedenen Wachstumstrend auch in den Ländern mit einer entwickelten Wirtschaft aufweist ist der der Energy Drinks. Hierbei handelt es sich um ein neues funktionelles Getränk (angereichert mit Koffein und energispendenden Substanzen) das gerade deshalb besonders bei Jugendlichen Anklang gefunden hat. Der globale Markt der Energy Drinks wird heute auf rund 4 Milliarden Liter geschätzt (im Jahr 2003 waren es die Hälfte), mit einer jährlichen Wachstumsrate von 14%.

Unter den natürlichen alkoholfreien Getränken hat sich abgepackter Eistee gut behauptet, insbesondere in den Ländern des asiatisch-pazifischen Raumes (an erster Stelle Japan), in denen auch der erste kürzlich eingeführte abgepackte Eiskaffee einen guten Absatz gefunden hat. Die Sportgetränke (Getränke denen Mineralsalze zugesetzt werden) wurden stattdessen in den Vereinigten Staaten in Verbindung mit der Welt des Sports erfunden und, in Anbetracht einer spezifischen und genauen Positionierung, haben sie viel Anklang auch auf zahlreichen Märkten außerhalb der Vereinigten Staaten gefunden, vor allem seitens der sportlichen Konsumenten. Die stillen Getränke auf Fruchtbasis sind Teil einer sogenannten „Frucht-Manie“, die sich in den 80er Jahren vorwiegend auf den fortgeschritteneren Märkten entwickelt und zur Suche nach innovativen Geschmacksrichtungen und originellen Mischungen geführt hat, sodass diese als „New-Age“ Produkte vermarktet wurden.

Der Soft Drink-Sektor ist dicht gedrängt und weist die stärkste Konkurrenz weltweit auf. Zwei große Unternehmensgruppen, Coca-Cola und PepsiCo, dominieren die internationale Szene und belegen fast immer den ersten und zweiten Platz auf fast allen wichtigen nationalen Märkten, mit einem Gesamtanteil der im allgemeinen mehr als 50% und teilweise sogar 3/4 des Marktes ausmacht. Trotzdem ist der Sektor reich an Betrieben, denen es gelungen ist sich eine Position zu verschaffen, entweder durch ein Nischenprodukt oder auf Gebietsebene.

In Italien wird der Markt der Erfrischungsgetränke (kohlenstoffhaltige Getränke, Eistee und -kaffee, Sportgetränke und Energy Drinks) für das Jahr 2008 auf 3.850 Millionen Liter geschätzt, was einem jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch von 65 Litern entspricht. Die kohlenstoffhaltigen Getränke stellen auf jeden Fall den historisch gefestigtesten Teil des Marktes dar, mit einem Verbrauch von knapp über 3 Milliarden Litern insgesamt und 51 Litern Pro-Kopf weit unter dem europäischen Durchschnitt. Die Cola-Getränke finden den größten Absatz mit einem Anteil von fast 60% des Gesamtverbrauches, gefolgt von Orangeaden und Lemon-Lime-Getränken sowie Limonaden. Zu den in Italien typischen Geschmacksrichtungen zählen Chinotto“-Bitterorangenlimonade und Spuma“-Sprudelwasser mit Zucker und Aromastoffen, abgesehen von den alkoholfreien Aperitifen die Teil der italienischen Tradition sind. Auch in Italien steigt das Interesse für ungesüßte Sodagetränke stetig; diese Sparte müsste bereits 7% des Gesamtvolumens an kohlenstoffhaltigen Getränken erreichen haben.

Der Bereich der natürlichen Getränke hat dank des Erfolges des Eistees eine Zunahme verzeichnet (die Italiener gehören zu den stärksten Verbrauchern in Europa mit einem jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch von 11 Litern/Jahr); heute steht der Eistee an dritter Stelle der am meist konsumierten Getränke in Italien, nach den Colagetränken und den Orangeaden. Auf dem Markt findet man normalen Tee mit Fruchtgeschmack, grünen Te, koffeinfreien Eistee und Eistee-light. Italien weist außerdem einen positiven Konsum an Sportgetränken (etwa 2 Liter pro Kopf) auf, während der Verbrauch an Energydrinks weiterhin unter dem europäischen Durchschnitt liegt, wenn auch mit steigendem Trend.

Das Wettbewerbszenario in Italien zeichnet sich durch die Anwesenheit großer multinationaler und nationaler Konzerne aus, ergänzt durch zahlreiche kleine und mittlere Hersteller. Die ersten fünf Positionen in der Rangliste

werden von Coca Cola, Sanpellegrino, San Benedetto, PepsiCo und Spumador belegt, die insgesamt mehr als ¾ des Marktes absorbieren. Weiterhin sind Leadership-Positionen im Bereich Spezialgetränke zu erwähnen wie Ferrero (Estathe) und Campari (Getränke mit Zitrusfrüchten). Coca-Cola dominiert weiterhin die internationale Szene mit einem Marktanteil von über 40%. Coca-Cola wirkt in Italien über zwei Flaschenabfüllunternehmen: Coca-Cola HBC (zuständig für die gesamte Halbinsel mit Ausnahme von Sizilien) und Sibe (zuständig für Sizilien).

VERBRAUCH WELTWEIT VON ALKOHLFREIEN GETRÄNKEN - 2008

Kontinentale Gebiete	VERBRAUCH MILLIARDEN LITER			PRO-KOPF-VERBRAUCH LITER		
	Mit Kohlenstoff	Ohne Kohlenstoff	INSGESAMT	Mit Kohlenstoff	Ohne Kohlenstoff	INSGESAMT
EUROPA	45,5	12,2	57,7	57	15	72
AMERIKA	108,1	23,3	131,4	132	29	161
MITTLERER OSTEN	8,4	1,6	10,0	29	5	34
AUSTRALASIEN	36,3	32,1	68,4	10	9	19
AFRIKA	10,3	0,9	11,2	11	1	12
Insgesamt	208,6	70,1	278,7	31	11	42

BIER: DER BIERKONSUM STEIGEND IN OSTASIEN UND OSTEUROPA. SINKEND IN WESTEUROPA UND NORDAMERIKA

Trotz Ausbruch der Finanz- und Wirtschaftskrise gelang es dem Biermarkt weltweit auch 2008 ein Wachstum zu verzeichnen. Laut der letzten Daten des Barthe Berichtes pendelte sich der weltweite Bierkonsum im Jahr 2008 bei 1.816 Millionen Hektolitern ein, mit einem Anstieg von 1,6% gegenüber dem vorhergehenden Jahr, geringer jedoch gegenüber dem durchschnittlichen Anstieg (rund 3% jährlich) der letzten Jahre. Der Verbrauch ist jedoch auf einigen Märkten gesunken, vor allem im letzten Quartal. Der Pro-Kopf-Verbrauch weltweit liegt bei 27 Litern pro Jahr. Erstmals zeigt Europa innerhalb der letzten Jahre einen Rückgang sowohl auf Produktions- als auch auf Konsumebene, die auf auch dem nordamerikanischen und australischen Markt „eingefroren“ zu sein scheinen.

Im letzten Jahrzehnt gab es eine starke Konsumverschiebung von den Märkten Westeuropas und Nordamerikas in Richtung der Schwellenmärkte Ostasiens und Osteuropas. In den vergangenen 5 Jahren stieg die asiatische Bierproduktion um 30% auf 572 Millionen Hektoliter und überholte so die Mengen des amerikanischen Kontinentes (544 Millionen Hektoliter im Jahr 2008) und stellte sich auch das Ziel in kurzer Zeit Europa zu überholen (586 Millionen Hektoliter). Der afrikanische Kontinent bleibt augenblicklich in Abseitsposition (knapp 10 Liter Pro-Kopf-Verbrauch), auch in Anbetracht einer sozialen wirtschaftlichen Armut, jedoch mit einigen besonders lebhaften Gebieten wie der historische südafrikanische Markt und der überraschende nigerianische Markt. Ozeanien weist schließlich hohe Pro-Kopf-Werte wie Europa auf, zählt aber die Gesamtmenge betreffend wenig, aufgrund der geringen Bevölkerungsdichte.

Der Pro-Kopf-Verbrauch weltweit liegt bei 27 Litern jährlich, jedoch mit starken Schwankungen innerhalb der verschiedenen Regionen. Der Verbrauch pro Kopf bleibt hoch (zwischen 60 und 70 Litern pro Jahr, gegenüber einem weltweiten Durchschnitt von 27 Litern pro Jahr) in den traditionellen Konsumländern wie Europa, die Vereinigten Staaten, Kanada und Ozeanien, jedoch sind Asien und Afrika weil sie von einem niedrigeren Pro-Kopf-Verbrauch ausgehen diejenigen Gebiete, die für die Zukunft die Entwicklung des Bereiches zusichern. An der Spitze der Rangliste der großen Biermächte steht seit einigen Jahren China (mit einer Produktion von 410 Millionen Hektolitern im Jahr 2008), das trotz eines Pro-Kopf-Verbrauches von nur 32 Litern jährlich, jedoch aufgrund seiner enormen Bevölkerungsdichte und einer lebhaften Entwicklung die historische Vorrangstellung des USA-Marktes überholt hat (heute an 2. Stelle mit einer Jahresproduktion von 232 Millionen Hektolitern). In den vergangenen acht Jahren hat China Produktion und Konsum fast verdoppelt, während die Vereinigten Staaten den gleichen Verbrauch wie zu Beginn des Jahrhunderts verzeichnen (kaum mehr als 230 Millionen Hektoliter).

In Europa hielt Deutschland die historische Vorrangstellung für Produktion und Verbrauch inne (103 Millionen Hektoliter, mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von 111 Litern), wurde aber kürzlich von Russland überholt, das inzwischen mit 114 Millionen produzierten Hektolitern (2000 waren es gerade 55) der drittgrößte Biermarkt weltweit geworden ist. Jedoch ist im Jahr 2008 aufgrund der Wirtschaftskrise auch der russische Markt stehen geblieben, und die Gesamtproduktion auf dem Kontinent hat darunter gelitten, was eine Volumenreduzierung gegenüber 2007 zur Folge hatte. Ganz allgemein weisen die gefestigten Märkte Westeuropas sinkende Zahlen auf, während die Wachstumserwartungen bei den Märkten Osteuropas liegen. Beim Pro-Kopf-Verbrauch zeigt sich ein beachtlicher Unterschied zwischen den einzelnen Märkten: von den 158 Litern/Jahr der Tschechischen Republik bis zu den 100-110 Deutschlands, Österreichs und Irlands, über die 80-90 Liter von Großbritannien, Spanien, Belgien und Dänemark, bis zu den 30-31 Litern Italiens, Frankreichs und den 12 der Türkei. Diese beachtlichen Unterschiede des Pro-Kopf-Verbrauches sind an die historischen Traditionen in den einzelnen Gebieten gebunden, an

unterschiedliche gastronomische Bräuche sowie an finanzielle Möglichkeiten, aber auch an unterschiedliche Gesetzgebungen, die den Bierkonsum fördern oder beschränken können.

Die weltweite Bierproduktion ist ziemlich zergliedert. Was den internationalen Wettbewerb betrifft zeichnet sich ein starker Konzentrationsprozess ab, der sich in den letzten zehn Jahren verstärkt hat. Laut der Klassifizierung von „The Barth Report“ nahmen Ende 2008 die ersten 10 Bierbrauereien über 63% der gesamten Weltproduktion auf, aber die ersten vier alleine 46% der Gesamtproduktion. In den letzten zwei Jahren verstärkte sich der Konzentrationsprozess dank einiger großer Strategien von „Merger & Acquisition“ u.a. der Erwerb (seitens Carlsberg und Heineken) der britischen Gruppe Scottish & Newcastle, die Fusion in den Vereinigten Staaten von den Brauereien SABMiller und Molsom und schließlich die Übernahme der amerikanischen Gruppe Anheuser-Busch seitens der belgischen Gruppe Inbev, wodurch die neue Mega Gruppe AB-Inbev ins Leben gerufen wurde. An der Spitze der Weltrangliste der Bierbrauer sind in der Reihenfolge nun vertreten: AB-Inbev, SabMiller, Heineken und Carlsberg. Unter den ersten zehn Herstellern weltweit erscheinen nun auch drei chinesische Gruppen: C. R. Breveries, Tsing Tao und Yanjing.

Was den italienischen Markt betrifft so sind die Schätzungen von Assobirra für 2008 ziemlich negativ: der Verbrauch betrug 17,8 Millionen Hektoliter mit einem Rückgang von 4% im Vergleich zu 2007, und demzufolge fiel der Pro-Kopf-Verbrauch auf 29,4 Liter jährlich, der niedrigste Wert der letzten 6 Jahre. Abgesehen vom nicht positiven wetterbedingten Jahr und der Wirtschaftskrise (was vor allem die Verbraucher außer Hause betrifft), klagt Assobirra auch über zu hohe Steuern auf die Produkte. Auch die Inlandsproduktion zeigte einen Volumenrückgang, jedoch dank des Exportbooms etwas verhaltener. Im Jahr 2008 hat Italien 13,3 Millionen Hektoliter Bier mit einem Rückgang von 1,4% gegenüber 2007 hergestellt. Im Ausgleich dazu schnellte der Export in die Höhe auf 1,5 Millionen Hektoliter mit einer Steigerung von 41%.

Der italienische Markt besteht zu 66% aus Inlandsproduktion und zu 34% aus Importbier. In Wirklichkeit ist Italien das europäische Land, das im Verhältnis zum Gesamtkonsum am meisten importiert. Man muss berücksichtigen, dass zumindest weitere 3 Milliarden Hektoliter in Italien hergestelltes Bier ausländische Marken betrifft, die auf Lizenz in Italien hergestellt werden (Heineken, Tuborg, Carlsberg, Kronenbourg, Miller G. D., usw). Deutschland alleine exportiert 3,4 Millionen Hektoliter Bier nach Italien mit einer Quote von 58% des Gesamten und einem ständigen Wachstum in den letzten Jahren.

Das italienische Produktionssystem stützt sich auf acht industrielle Bierbrauergesellschaften (nicht mit inbegriffen die kleinen Hausbrauereien), die in 15 Produktionsbetrieben herstellen, die in verschiedenen Regionen Nord- und Südtaliens liegen. Marktführend sind die Niederlassungen der größten multinationalen Unternehmen weltweit, in der Reihenfolge: Heineken, SabMiller, AB-Inbev und Carlsberg, die insgesamt über 65% des Gesamtvolumens kontrollieren. Die Hausbrauereien sind eine Sparte für sich, in starker Entwicklung begriffen. Dieser Bereich ist laut einer Zählung von Infobirra Italia 2008-09, eine Realität bestehend aus gut 270 Produktionseinheiten, zerstreut in allen Regionen Italiens mit einer Gesamtproduktion von über 150.000 Hektolitern pro Jahr.

An 5. Stelle der Rangliste der Bierbrauer steht die Gruppe Forst-Menabrea, die ihre Quote bei 4,4% gefestigt hat. Infolge einiger Stilllegungen von Betrieben der großen Gruppen entstanden in den vergangenen Jahren neue Gesellschaften u.a. Birra Castello im Friaul, die in der Folge auch die Bierbrauerei Pedavena erwarb.

Ein Drittel des in Italien getrunkenen Bieres ist aus dem Ausland importiert, und in diesem Umfeld tritt die Gruppe AB-Inbev hervor, die durch ihre italienische Niederlassung fast alle wichtigen internationalen Marken der Gruppe vermarktet. An zweiter Stelle beim Bierexport steht die dänische Gruppe Royal Unibrew, durch die kontrollierte Ceres Italia tätig, die ein Volumen um 500.000 Hektoliter hervorbringt, gefolgt mit etwa 450.000 Hektolitern exportiertem Bier von der holländischen Gruppe

Bavaria, tätig in Italien mit der kontrollierten Bavaria Italia.

BIERHERSTELLUNG WELTWEIT (Millionen Hektoliter)						
Kontinente	2004	2005	2006	2007	2008	Pro-Kopf 2008
EUROPA INSGESAMT*	528	544	569	592	586	72 l/Jahr
AMERIKA INSGESAMT	492	503	522	532	544	60 l/ Jahr
ASIEN	440	466	508	557	572	14 l/ Jahr
AFRIKA	71	74	79	85	92	10 l/ Jahr
OZEANIEN	21	21	22	21	22	69 l/ Jahr
Insgesamt	1.522	1.598	1.700	1.787	1.816	27 l/ Jahr

*Inkl. Türkei – Bearbeitung der Daten des Barth Reports

FRUCHTSAFTGETRÄNKE: EIN SEKTOR ANGEKURBELT VON DER INNOVATION DER PRODUKTE UND DES PACKAGING

Da es sich bei Säften und Nektaren um Getränke mit einem hohen Fruchtanteil handelt, sind sie im Durchschnitt teurer als einfache Getränke und dieser Tatbestand, zusammen mit einer geringeren Förderungs- und Kommunikationskampagne (im Vergleich zu den kohlenstoffhaltigen Getränken für die enorme Werbung gemacht wird), hat einen stark begrenzten Marktumfang zur Folge. Laut Daten von Global Drinks werden Gesamtproduktion und -verbrauch weltweit von Säften und Nektaren für das Jahr 2008 auf rund 41 Milliarden Liter geschätzt, was einem Pro-Kopf-Verbrauch von knapp mehr als 6 Litern pro Jahr entspricht. Im Laufe der letzten Jahre hat sich der Bereich mit einer jährlichen Durchschnittswachstumsrate von 3% entwickelt. Der Bereich hat unter der Konkurrenz der neuen natürlichen Getränke mit geringerem Fruchtanteil gelitten, die den traditionellen Säften sicherlich einen Anteil des Verbrauches weggenommen haben; trotz allem hat der Bereich einen positiven Wachstumstrend beibehalten können, dank der stetigen Innovation der Produkte und des Packaging.

Die geographische Gliederung des Konsums unterstreicht eine klare Trennung zwischen den reicheren und den ärmeren Gebieten mit einem auffallenden Zusammenhang zwischen verfügbarem Einkommen und Verbrauch. Die opulenteren geographischen Gebiete (Nordamerika und Westeuropa), obwohl sie nur 11% der Gesamtbevölkerung ausmachen, nehmen über die Hälfte des Weltverbrauches an Säften und Nektaren auf mit beachtlich höheren Pro-Kopf-Werten als die Gebiete der dritten Welt, die trotz allem diejenigen mit einem potentiell größeren Wachstum sind.

Säfte sind Getränke mit 100%igem Fruchtanteil ohne Zuckerzusatz, Nektare hingegen haben einen Fruchtanteil von mindestens 25% mit Zuckerzusatz. Vollsäfte stellen den Hauptanteil des Verbrauches an Fruchtgetränken weltweit dar (an erster Stelle Orange und Apfel), während in zahlreichen Ländern Osteuropas, sowie in Italien, Nektar bevorzugt wird. Der Bereich Nektare scheint einen besseren Wachstumstrend im Gegensatz zu den Vollsäften aufzuweisen. In den letzten Jahren haben sich andere natürliche Fruchtgetränke entwickelt mit einem Fruchtanteil von weniger als 25% (die sogenannten Juice Drinks – natürliche Fruchtsaftgetränke), die von internationalen Forschungsinstituten weiterhin getrennt betrachtet werden, innerhalb der umfangreicheren Kategorie der natürlichen Getränke. Diese Fruchtgetränke weisen einen weltweiten Konsum von etwa 15 Milliarden Litern auf und haben den traditionellen Säften einen Marktanteil weggenommen.

Säfte und Nektare konnten ihren Marktanteil durch eine stetige Innovation des Angebotes verteidigen. Innerhalb des Bereiches Nektare haben sich zahlreiche funktionelle Getränke entwickelt (gekennzeichnet durch verschiedene Anreicherungen mit Vitaminen, Salzen, Fasern usw.), deren Verbrauch sich immer mehr auf den wichtigsten Inlandsmärkten durchsetzt. Eine weitere aufkommende Sparte ist die der „Smoothies“ („Milchmixgetränke“), d.h. Fruchtsaftgetränke mit besonderer Konsistenz und Weichheit, dank des vorhandenen Fruchtepürees, oftmals gemischt mit Milch oder Joghurt. Diese Getränke stellen inzwischen einen beachtlichen Anteil des Sektors Fruchtsaftgetränke auf den nordamerikanischen Märkten dar und haben auch gute Erfolge auf verschiedenen europäischen Inlandsmärkten erzielt. Innerhalb des Bereiches Säfte haben sich in den letzten Jahren die sogenannten Frischsäfte entwickelt, die durch frisches Auspressen der Früchte bzw. durch eingefrorene Säfte gewonnen werden, ohne auf Konzentrate zurückzugreifen. Separat sind biologische Säfte und Nektare auf Frucht- und Zuckerbasis aus biologischem Anbau zu betrachten, die zur Zeit jedoch nur eine Marktnische darstellen, obgleich der Trend steigend ist.

Den Rekord des Pro-Kopf-Verbrauches an Säften und Nektaren hält Deutschland (mehr als 37 Liter jährlich an Säften & Nektaren). Deutschland, das Land welches historisch gesehen stets den Verbrauch in Westeuropa vorangetrieben hat mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von teilweise mehr als 40 Litern jährlich, zeigt nun einen leicht sinkenden Trend. Die deutsche Industrie der Fruchtgetränke stützt sich auf gut 400 Erzeugerbetriebe, mit 7.500 Beschäftigten und einem Gesamtumsatz von 4 Milliarden Euro. In Europa zählen die nördlichen Länder zu den Gebieten mit hohem Konsum, d.h. mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von mehr als 25 Litern jährlich, aber auch einige Länder Osteuropas (Russland, Polen, Ukraine) weisen einen Pro-Kopf-Verbrauch von mehr als 20 Litern jährlich auf. In dieser Rangliste hat Italien den niedrigsten Pro-Kopf-Verbrauch auf europäischer Ebene (15 Liter), gefolgt von Portugal und einigen Ländern Osteuropas (Rumänien, Tschechische Republik, Slowakei, Ungarn).

Der Bereich Säfte und Fruchtsaftgetränke ist durch eine starke Produktionszerstreuung gekennzeichnet. Jedenfalls haben der Beitritt der großen Hersteller von alkoholfreien Getränken und die Entwicklung auf internationaler Ebene einiger großer Gruppen aus dem agroindustriellen Bereich auch diesem Sektor zu einem Konzentrationsprozess verholfen. Zu den Unternehmen die sich dem Säftemarkt auf weltweiter Ebene genähert haben, zählen weiterhin die zwei amerikanischen multinationalen Unternehmen Coca-Cola und Pepsico, jedoch mit geringeren Gesamtquoten im Vergleich zu denen des

Sektors der kohlenensäurehaltigen Getränke. Beide Unternehmen nehmen einen Gesamtanteil von etwa 20% des gesamten Weltmarktes auf. In Europa heben sich außer den Gruppen Pepsico und Coca-Cola noch andere Gruppen hervor, die ihre Tätigkeit gut ausgebaut und sich somit auf verschiedenen Inlandsmärkten ausgedehnt haben: die deutsche Gruppe Eckes-Granini, das italienische Unternehmen Conserve Italia, die österreichische Gruppe Rauch und Pfanner, der spanische Betrieb Leche Pascual und Maspex Wadowice in Polen.

In Italien hat der Fruchtgetränkemarkt im Jahr 2008 einen Gesamtverbrauch um 890 Millionen Liter - mit einem leichten Rückgang gegenüber dem Jahr 2007 - und einem Pro-Kopf-Verbrauch um 15 Liter jährlich verzeichnet. Die 100%igen Säfte, in den 80er Jahren auf den Markt gebracht, stellen heute 15% des Gesamtverbrauches dar, während sie in fast allen anderen Ländern Westeuropas zu den am meisten verbrauchten Produkten zählen. Diesbezüglich zeigt Italien eine beachtliche Verzögerung gegenüber den anderen europäischen Ländern, da auf dem italienischen Markt einige grundlegende Konsumgelegenheiten nie ausreichend entwickelt wurden, wie z.B. das Frühstück, das in den Ländern mit hohem Konsum stattdessen die wichtigste Mahlzeit im Verlauf des Tages ausmacht.

Bis Ende der 70er Jahre waren Glasflaschen der einzige Behälter für Säfte und Nektare, während sie heute nur 21% des Gesamtvolumens ausmachen. Ein entscheidender Entwicklungsfaktor ist sicherlich die Einführung von Tetra-Brik-Verpackungen, anfänglich für Milch gedacht und später mit Erfolg auch auf den Bereich Fruchtsäfte ausgedehnt. Tetra-Brik-Verpackungen machen heute 58% der Gesamtvolumen aus. In den letzten Jahren konnten neue Pet-Flaschen in Spezialausführungen Fuß fassen (PET-Barriere-Flaschen und aus mehrschichtigem Material oder mit neuen Hochbarrierepolymeren) die dem Produkt einen guten Schutz bieten; diese Behältertypologie hat inzwischen 20% des Gesamtvolumens überschritten.

In Italien gibt es rund fünfzig Unternehmen die Fruchtsäfte und -getränke herstellen und/oder vertreiben; einige sind sehr kleine Unternehmen wie z.B. die Apfelsafthersteller in Südtirol oder die landwirtschaftlichen Betriebe spezialisiert in der Herstellung von biologischem Nektar. Die Inlandsproduktion wird durch wenige große Hersteller gefördert: Conserve Italia (absoluter Marktführer mit einem Anteil von 30% des Gesamtmarktes und den Markenzeichen Yoga, Derby und Valfrutta), Parmalat (Santal), Zuegg, La Doria, Fruttigel. Ein Viertel der Verkäufe hingegen stammt von importierter Ware aus dem Ausland, vor allem aus Österreich. Von dort stammen die drei wichtigsten Betreiber: Rauch, Pfanner und Pago. Kürzlich sind dem natürlichen Fruchtgetränk- und Säftemarkt auch einige Gruppen beigetreten, die traditionsgemäß auf dem Getränkemarkt tätig waren wie Coca-Cola, San Benedetto und Spumador. In den organisierten Handelsketten ist inzwischen das „Private Label“ (das private Markenzeichen des Vertreibers) marktführend, das mengenmäßig 30% des Gesamtverkaufs über diesen modernen Verkaufskanal erreicht hat.

VERBRAUCH WELTWEIT AN SÄFTEN UND NEKTAR

Kontinente	Verbrauch 2003 (Milliarden Liter)	Verbrauch 2008 (Milliarden Liter)	Abweichungen 2008/03	Pro-Kopf-Verbrauch 2008 (Liter)
Westeuropa	10,0	10,6	+6,0	25
Osteuropa	3,7	6,5	+75,7	16
Nordamerika	10,4	9,7	-6,7	28
Lateinamerika	2,7	3,5	+29,6	6
Mittlerer Osten	0,9	1,4	+55,5	5
Australasien	5,6	7,4	+32,1	2
Afrika	1,1	1,8	+63,6	2
INSGESAMT	34,4	40,9	+18,9	6

Bearbeitung der Global Drinks-Daten

GLASBEHÄLTER PRODUKTION, HANDELSAUSTAUSCH, RECYCLING - 2008

Im Jahr 2008 lag die **allgemeine Produktion von Glasbehältern** (Flaschen und Flakons allgemein, Konservengläser und Gläser für den Haushalt) bei 3.835.239 Tonnen und verzeichnete somit einen Zuwachs von **1,21%** im Vergleich zu 2007. Zieht man eine größere Zeitspanne in Betracht, registriert der Produktionstrend seit 2002 einen Gesamtanstieg von 3,75%. Im Bereich Hohlglas sind 3.266.982 Tonnen **Flaschen** für den Lebensmittelgebrauch (Mineralwasser, Wein, Öl, usw.) produziert worden, mit einem Anstieg von **1,23%** gegenüber dem vorhergehenden Jahr. Rückgängig die Produktion von **Flakons** für die Pharmaindustrie, den Bereich Kosmetik und Parfums, mit 148.577 Tonnen, was einer Verminderung von **2,62%** gegenüber dem Jahr 2007 entspricht.

Die Produktion von **Konservengläsern** hingegen verzeichnet einen merklichen Anstieg und pendelt sich bei 258.788 Tonnen ein, mit einem Zuwachs von **7,52%** gegenüber dem vorhergehenden Jahr.

Der Bereich **Haushaltsartikel** (Tischartikel) weist letztendlich mit 160.892 Tonnen eine Verminderung im Vergleich zum vorherigen Jahr von **4,64%** auf.

GLASBEHÄLTER

Jahr	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Tonnen	3.696.655	3.718.610	3.756.169	3.716.509	3.721.288	3.789.249	3.835.239
Jährl. Anstieg	----	+0,6%	+1,02%	-1,06%	+0,12%	+1,82%	+1,21%

Trendschwankungen von 2002 bis 2008: **+3,75%**

NUR GLASBEHÄLTER FÜR VERPACKUNGEN

Jahr	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Tonnen	3.522.486	3.542.486	3.582.777	3.543.333	3.549.041	3.620.522	3.674.347
Jährl. Anstieg	----	+0,57%	+1,14%	-1,11%	+0,17%	+2,02%	+1,48%

Trendschwankungen von 2002 bis 2008: **+4,3%**

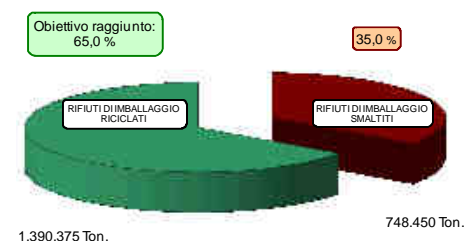
Was den **Export** anbelangt hat der Bereich Glasbehälter (Flaschen, Gläser, Konserven und Flakons) im Laufe des Jahres 2008 einen Anstieg von 4,5% verzeichnet, d.h. von ungefähr 11 Millionen Euro. Der Bereich Haushaltsartikel weist eine Minderung von etwa 27% auf, was 36 Millionen Euro entspricht.

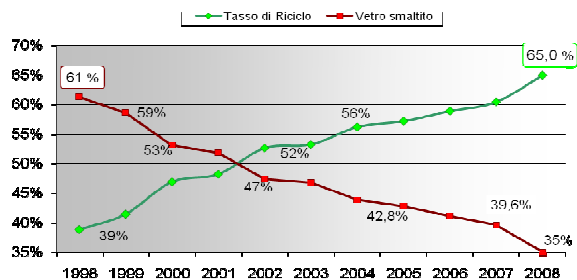
Bei einer nur aus Verpackungen bestehenden Produktion (Flaschen und Flakons allgemein, Konservengläser) von 3.674.347 Tonnen im Jahr 2008 (+1,48% im Vergleich zu 2007), hat die italienische Glasindustrie im gleichen Jahr 1.390.683 Tonnen wiederverwertet - mit einer Steigerung von 6,6% gegenüber den im Jahr 2007 erzielten Ergebnissen - was somit dem geplanten Ziel entspricht.

In Italien wurden im Jahr 2008 50% der Flaschen aus wiederverwertetem Glas produziert.

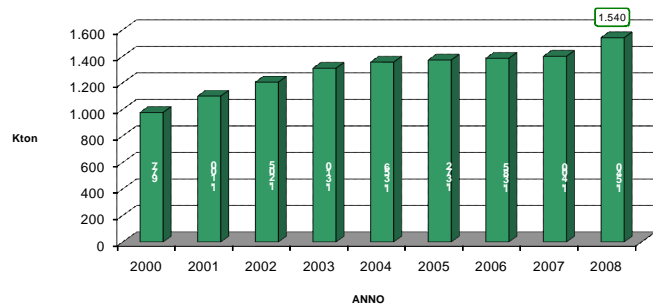
1.390.375 Tonnen, d.h. 76% der wiederverwerteten Menge, entstammen der durch die Bürger gewährleisteten getrennten Müllsammlung der Glasverpackungen auf nationaler Ebene, die eine Zunahme von 7% im Vergleich zu den 2007 erzielten Ergebnissen verzeichnet hat.

Laut der vom Konsortium zur Wiedergewinnung von Glas (Co.Re.Ve.- Consorzio Recupero Vetro) erarbeiteten Daten und unter Berücksichtigung der Tatsache, dass der Glasverbrauch für 2008 bei 2.139.000 Tonnen lag, ist der **Prozentsatz der wiederverwerteten Glasbehälter** in den zehn Jahren seit Anwendung des Decreto Ronchi (Gesetzesdekret) von den anfänglichen 39% im Jahr 1998 auf die im Jahr 2008 verzeichneten 65% gestiegen. Somit ist das **Ziel der vom Gesetzesdekret 152/06 festgelegten 60% für 2008** weitgehendst überholt worden (bereits 2007 erreicht, d.h. ein Jahr im voraus), wenngleich die von den Glashütten verwendete Menge an Glasgut weitaus die Menge des auf nationaler Ebene gesammelten Glasgutes überschreitet, ein Beweis des starken Wiedergewinnungspotentials der Glasindustrie und des ausgeprägten Interesse der Glashütten für diesen wichtigen Rohstoff.





Getrennte Müllsammlung



Im Jahr 2008 ist die getrennte Müllsammlung der Glasverpackungen auf nationaler Ebene um etwa 10% gegenüber dem vorhergehenden Jahr gestiegen und erreichte 1.540.000 Tonnen, eine Menge die bei weitem größer wäre wenn es eine Umweltpolitik gäbe, die eine strukturierte Standardisierung und Rationalisierung der Systeme zur getrennten Müllsammlung vorsieht.

Die Wiederverwertung von Glas stellt eine wichtige Ressource für die italienische Wirtschaft dar, sowohl im Sinne der Umwelt, als auch der Energie.

Eine jüngste Bewertung der Folgen für die Wirtschaft, die Umwelt und die Gesellschaft des Sammlungs-Recycling-Systems von Glas in Italien zwischen den Jahren 2000 – 2007, stuft diesen Kreislauf als absolut unübertrefflich ein: in dem unter die Lupe genommenen Zeitraum haben Sammlung und Recycling von Altglas einen Aktivposten von 1,2 Milliarden Euro hervorgebracht, von denen 440 Millionen Euro der direkten Tätigkeit von CoReVe zuzuschreiben sind.

Die Energieeinsparung dank der Wiederverwertung von **100%ig** wiederverwertbaren Glasverpackungen kann für das Jahr 2008 auf etwa 283.068 Tonnen RÖE (RÖE = Rohöleinheiten) quantifiziert werden, was ungefähr 2.066.129 Ölfässern entspricht. (Eine Zusammensetzung der Glasfritten mit 50% des Glasgutes ermöglichen eine Energieeinsparung von über 8% der Energie die notwendig ist, um die entsprechenden Rohstoffe zu verschmelzen). Diese Einsparung hat außerdem eine Gesamtreduzierung der Emissionen von etwa **1.865.761 Tonnen CO₂ äquivalent / Jahr** zur Folge, die den Abgasemissionen von etwa 1.036.533 Autos Euro4 mit kleinem Hubraum (mit einem durchschnittlichen Streckenwert von 15.000 Km) in einem Jahr entspricht.

Durch die Verwendung von Glasgut in Glasfritten lässt sich ein Produkt herstellen, das die gleichen Eigenschaften eines Produktes aufweist, das nur mit natürlichen Rohstoffen hergestellt wurde, unter Beibehaltung der gleichen Eigenschaften was Trägheit – ohne jegliche Freisetzung oder Absorption des Inhaltes - Hygiene, Beständigkeit und Beschädigung anbelangt.

(Quelle Assovetro)

Daten und Statistiken– Handelsaustausch 2008

Maschinen und Ausrüstungen für die Weinberge halten die Qualität des Made in Italy weltweit hoch

Der gesamte Sektor hat einen Exportumsatz von 1,4 Milliarden Euro erreicht, das entspricht +17% mehr gegenüber dem vorhergehenden Jahr (fast 1,2 Milliarden Euro). Dazu beigetragen haben insbesondere der Bereich Spritzgeräte, Sprüheräte und Stäubegeräte großer Dimension, der Bereich Traubenvollernter und vor allem Radschlepper mit einer Motorleistung zwischen 59 und 75 kW

In einer Weltwirtschaftskonjunktur, die im Jahr 2009 äußerst delikant und schwierig geworden ist, gelang es der Performance an Maschinen und Ausrüstungen für den Weinberg im Jahr 2008 die Qualität des Made in Italy weltweit hoch zu halten, trotz einiger leichter Schwächezeichen und einer etwas kritischen Lage für einige Warengruppen, die in den letzten Jahren eine ständige Wertsteigerung verzeichnet hatten. Laut der zur Verfügung stehenden Istat-Daten (Januar-Dezember 2008) hat der gesamte Sektor einen Exportumsatz von 1,4 Milliarden Euro erreicht, das entspricht +17% mehr gegenüber dem vorhergehenden Jahr – verzeichnet die Handelsbilanz des Bereiches ein Plus von fast 1,3 Milliarden Euro. Eine intensive Lebhaftigkeit beim Handelsaustausch zeigte sich im Bereich Radschlepper mit einer Motorleistung zwischen 59 und 75 kW, der auch die Weinberge umfasst: der Export stieg um fast 67% im Jahr 2008, mit einem Wert von über 890 Millionen Euro und verdoppelte somit die Gesamtquote der Jahre 2006 und 2007 (d.h. 453 und 535 Millionen Euro).

Dazu beigetragen haben insbesondere der Bereich Spritzgeräte, Sprüheräte und Stäubegeräte großer Dimension, der ein +20% im Vergleich zu 2007 verzeichnete, die Traubenvollernter, die ein Ergebnis von fast 2 Millionen Euro einbrachten (+600%, ein wahrer Boom für 2007), haben weitgehendst die Verluste von 2006 und 2007 (924.000 Euro e 276.000 Euro) eingeholt und sogar die vorhergehenden Jahre überholt (1,7 Millionen Euro im Jahr 2005, 1,8 im Jahr 2004, 1,3 im Jahr 2003). Relevant bleibt in jedem Fall der Import dieser Maschinen mit einem Gegenwert von 5 Millionen Euro, der jedoch nach dem erreichten Spitzenwert von 2006 (fast 7 Millionen Euro) eine kontinuierliche Abnahme verzeichnete. Die Werte des Handelsaustausches scheinen jedenfalls eine kontinuierliche Neigung zur Mechanisierung des Weinberges zu bestätigen.

Weniger brillant stattdessen die Ergebnisse bei den Radschleppern mit einer Motorleistung zwischen 37 und 59 kW die, obgleich sie an zweiter Stelle des Exportes Made in Italy der Branche stehen (412 Millionen Euro), weiterhin im Rückgang verbleiben, der 2006 begann. Kritische Situation auch in den Bereichen Spritzgeräte, Sprüheräte und Stäubegeräte kleiner Dimension und Motorhacken, die beide –6% für das Jahr 2007 verzeichnen.

Länder im Detail

Betrachtet man die Bestimmungsländer der Maschinen und Ausrüstungen Made in Italy für den Weinberg im Detail, bezogen auf 2008, bestätigen sich die europäischen Länder – vor allem Frankreich, Deutschland, Spanien, aber auch Polen, Österreich und einige Ostländer wie z.B. Bulgarien, Ungarn und die Tschechische Republik – wie in den vergangenen Jahren als die wichtigsten Bezugsmärkte mit allgemeinem Wachstumstrend. Außerdem verzeichnen einige Warengruppen, z.B. die Schlepper, Exporte in Länder wie die Vereinigten Staaten, Marokko und die Türkei.

Im Spitzenbereich unseres Exportes, d.h. Radschlepper mit einer Motorleistung zwischen 59 und 75 kW, treten insbesondere die zweistelligen Wachstumsraten von Australien (Käufe für fast 24 Millionen Euro gegenüber den 8 vom Jahr 2007 und den 9 vom Jahr 2006), Neuseeland und Kanada hervor.

Interessant die Performance der Länder wie Japan, Kasachstan und Angola. Newcomer auf den Absatzmärkten des italienischen Exports ist Kuba (1,3 Millionen Euro).

Betrachtet man den Markt der Traubenvollernter ergibt sich, dass Italien im Jahr 2008 Marktanteile in Ländern erwirkte, mit denen es sowohl 2006 als auch 2007 keinerlei Handelsaustausch unterhielt, d.h. Brasilien, Uruguay, Libanon, Österreich, die Schweiz, Zypern, Mexiko. Im Aufschwung der Export nach Frankreich, Chile und Kroatien.

Daten und Statistiken – Handelsaustausch 2008
Flaschenabfüllung und Önologie
Der Technologieexport Made in Italy „hält“

Der Rückgang für 2007 ist minimal und hat nicht einmal 2% erreicht. Außerdem war der Import rückläufig (393 Millionen gegenüber 418 Millionen des vorhergehenden Jahres), was ein Plus der Handelsbilanz von über 1,3 Milliarden verzeichnete. Als Zugpferd für den Export bestätigt sich auch für 2008 der Bereich Maschinen zum „Füllen, Verschließen, Versiegeln, Etikettieren und Verkapseln“, der mit einem Wert von 1,12 Milliarden Euro schon allein über 65% des gesamten Handelsflusses ausmacht.

Über 1,7 Milliarden Euro: das ist das positive Exportergebnis 2008 einiger wichtiger Posten des Industriebereiches, der spezialisiert ist in angewandter Technologie für Önologie und Flaschenabfüllung. In einem Jahr, in dem man die ersten Anzeichen einer Wirtschaftskrise verspürte, die sich 2009 ausdehnte, hat der Rückgang für 2007 noch keine 2% erreicht. Außerdem war der Import 2008 rückläufig (393 Millionen gegenüber 418 Millionen vom Jahr 2007), was ein Plus der Handelsbilanz von über 1,3 Milliarden verzeichnete.

Von den Maschinen und Ausrüstungen für Flaschenabfüllung und Verpackung bis zu denen zum Filtrieren, bis zu Fässern, Kegs und Bottichen haben alle mit ihrer Performance im Jahr 2008 die Lebhaftigkeit und gute Gesundheit eines Bereiches bestätigt, der in den letzten Jahren konstantes Wachstum gezeigt hat. (Der Exportsaldo lag 2003 bei 1,2 Milliarden Euro). Als Zugpferd für den Export bestätigt sich auch für 2008 der Bereich Maschinen zum „Füllen, Verschließen, Versiegeln, Etikettieren und Verkapseln“, der mit einem Wert von 1,12 Milliarden Euro schon allein über 65% des gesamten Handelsflusses ausmacht. Obgleich ein leichter Stillstand für 2007 (-2%) registriert wurde hat dieser Sektor in jedem Fall den Wert des Handelsaustausches erhöht (über 1 Milliarde Euro), was einen Rückgang beim Import hervorhob (um fast 11% gegenüber 2007 gesunken).

Im Wesentlichen stabil ist der Bereich Teile von Apparaten zum Filtrieren oder Reinigen von Getränken, der mit 249 Millionen Euro den 2. wichtigsten Posten beim Umsatz des gesamten Sektors darstellt. Ein Bereich, der sehr stark auch an den Import gebunden ist (mit fast 213 Millionen Euro stellt er über 54% des gesamten italienischen Importes dar), auch wenn 2008 ein Rückgang von etwa 9% zu verzeichnen war.

Besonders dynamisch zeigte sich stattdessen im Jahr 2008 der Handelsaustausch mit dem Ausland im Bereich Maschinen zum Zubereiten oder Herstellen von Getränken, der sogar +124% verzeichnete und die Quote 14,6 Millionen Euro erreichte (gegenüber den 6,5 von 2007), ebenso wie der Export von Maschinen zum Reinigen und Trocknen von Flaschen ansteigt (fast 50 Millionen Euro; +22% gegenüber 2007).

Interessant die Performance eines Sektors wie der von Fässern, Kegs und Bottichen der, obgleich stark vom Import abhängig, ein kleines aber stetiges Wachstum verfolgt (+10%).

Ein Umsatzrückgang betraf stattdessen den Sektor Apparate zum Filtrieren oder Reinigen der Getränke (23 Millionen Euro im Jahr 2008, -18% gegenüber den 28 vom Jahr 2007 und den -28% betrachtet man die 32 des Vorjahres). Kritische Situation auch im Bereich Pressen und Mühlen, der im Export 69 Millionen Euro insgesamt hatte, d.h. -8% im Vergleich zu den 75 des Jahres 2007.

Länder im Detail

Betrachtet man im Detail die Bestimmungsländer der Maschinen und Ausrüstungen Made in Italy, bezogen auf 2008, bestätigen sich Frankreich, Deutschland und Spanien – wie in den vergangenen Jahren – als die wichtigsten Bezugsmärkte. Außerdem verzeichnen einige Warengruppen Exporte in andere europäische Länder wie nach Großbritannien und in die Schweiz und solche in die Vereinigten Staaten und nach Australien.

Türkei und Russland, die vor nicht all zu langer Zeit optimale Ergebnisse vorwiesen, halten im Wesentlichen gute Positionen, auch wenn sie einen rückgängigen Trend beim Maschinenkauf aufweisen. Stattdessen tritt die Performance der Länder des Mittleren Ostens (z.B. Qatar, Vereinigte Arabische Emirate, Kasachstan, Aserbaidschan und Iran) hervor, und von Nordafrika, Algerien in erster Linie (an 4. Stelle z.B. bei den Abnehmerländern von Teilen von Maschinen zum Filtrieren und Reinigen), dann Ägypten, Tunesien und Libyen.

Betrachtet man insbesondere den Bereich Maschinen zum „Füllen, Verschließen, Versiegeln, Etikettieren und Verkapseln“, der wie gesagt, über die Hälfte des Wertes unserer Speditionen ausmacht sind die ersten 10 Exportmärkte weltweit: Vereinigte Staaten, Frankreich, Russland (auch wenn sinkend um 21% gegenüber 2007), China (rückläufig um fast 10%), Spanien (das jedoch ein -56% verzeichnet und, zu bemerken, die Investitionen auch im Bereich Pressen und Mühlen halbiert), Deutschland, Brasilien, Türkei, Mexiko, Großbritannien. Interessant das Wachstum Indiens, das von durchschnittlich 13 Millionen Euro in den Jahren 2006/2007 auf 24 Millionen Euro 2008 übergeht, Thailand von 5 auf 17 Millionen, Argentinien von 10 auf 21. In diesem Bereich erlebt auch Algerien einen Boom, dessen Einkäufe im Wert von 5 auf 13 Millionen (+137%) gestiegen sind oder auch Qatar, das von anfänglichen 2.000 Euro auf 8 Millionen an Investitionen gekommen ist.

Einmalig die Daten, die aus dem Bereich Maschinen und Apparate zum industriellen Zubereiten oder Herstellen von Getränken hervorgehen, der an der Spitze als Bezugsmärkte – wobei sogar dreistellige Zuwachsraten verzeichnet werden – Länder sieht wie: Russland (+1.300%), Kolumbien (+2.700%), Iran und Guatemala.

Eine Analyse auf weltweiter Ebene
Weinernte 2009:
in Europa und aller Welt

Die Weinproduktion in der Europäischen Union müsste sich, global gesehen, zwischen 168 und 170 Millionen Hektolitern einpendeln mit einem leichten Anstieg im Vergleich zu 2008 (+2%). Übersee, Argentinien, Australien und Südafrika rückläufig, Neuseeland stabil, Kalifornien und Chile steigend.

Europa

Frankreich (+)

Am 1. September standen die von Agreste erhobenen Schätzungen der französischen Produktion bei 48 Milliarden Hektolitern, +12% gegenüber der Ernte von 2008 (dem magersten Ergebnis seit 2000), jedoch 5% geringer im Vergleich zum 5-Jahresdurchschnitt. Steigend alle Weinkategorien: Aoc +9%, Vdqs +59%, Vins de pays +2%. Betrachtet man die Regionen sind nur die Weingebiete Champagne rückläufig (-4%), Elsass (-4%) und Languedoc-Roussillon (-2%), während alle anderen Gebiete stark aufholen, angefangen von Bordeaux (+28%), Charentes (+29%), Loire (+39%). Gleichbleibend Burgund (+1%).

Spanien (-)

Sinkend die Weinernte 2009 in Spanien, wo laut des Ministeriums für Landwirtschaft die Prognosen von 38,9 Millionen Hektolitern ein -6% verzeichnen gegenüber den 41,5 Millionen Hektolitern des vergangenen Jahres. Unterschiedlich zeigt sich der regionale Verlauf: einer rückläufigen Produktion in den wichtigsten Produktionsgebieten – Katalonien (-15%), Extremadura (-15%) und vor allem Kastilien-La Mancha (-10%), die von 23 Millionen Hektolitern des Jahres 2008 auf 20,7 des Jahres 2009 sinkt und die Prognosen für dieses Jahr sehr beeinträchtigt – steht die Steigerung in den anderen Gebieten gegenüber. An der Spitze Aragon (+35%), Navarra (+15%) und die Kanarischen Inseln (+14%); gefolgt von Galizien (+6%), La Rioja (+5%), Kastilien-Leon (+2%), Valencia (+3%). Sinkend stattdessen Andalusien (-4%).

Portugal (+)

Eine Steigerung der Weinernte wird in Portugal erwartet. Laut Schätzungen des „Instituto da vinha e do vinho“ (Institut für Wein und Weinbau), wird die Menge des eingekellerten Weines 6,1 Millionen Hektoliter betragen, +9% gegenüber 2008, jedoch immer noch -10% weniger als der Durchschnitt der letzten 5 Jahre. In allen Regionen ist ein Anstieg der Traubenernte zu verzeichnen, mit Ausnahme der Tejo-Region (-5%). In den Regionen Minho +5%, Douro +14%, Dao und Bairrada +15%, Alentejo +14%, Madeira +3%.

Deutschland (=)

Bis jetzt zeigt die Weinernte in Deutschland keine Veränderung: laut Schätzungen des Deutschen Weininstitutes dürfte sie nicht von den 10 Millionen Hektolitern abweichen, der eingekellerten Menge der beiden vorhergehenden Jahrgänge. Die Weinlese für den Müller Thurgau ist bereits beendet sowie für die Trauben zur Sektherstellung, während für die Spätlese, wie Riesling und die roten Trauben, die Weinlese in den ersten Oktoberwochen beendet wird.

Österreich (-)

Rückläufige Ernte um 13% in Österreich, jedoch stehen die Zahlen mit einem Jahr 2008 im Vergleich, das außergewöhnlich reichhaltig war. Laut der ersten Schätzungen von Statistik Austria, werden etwa 2,6 Millionen Hektoliter produziert, davon 1,5 Millionen (-3,5%) in Niederösterreich, 761.000 im Burgenland (-1,7%), 165.000 in der Steiermark (-14%) und 20.000 Hektoliter im Gebiet um Wien (-4%).

Ungarn (=)

Laut Prognosen des Nationalrates der Weincommunity wird die Weinproduktion in Ungarn ähnlich wie die des vergangenen Jahres sein, d.h. ungefähr 3,5 Millionen Hektoliter. Man erwartet eine gute Qualität, entschieden verbessert gegenüber dem Jahr 2008.

Slowenien (=)

Laut Schätzungen des Ministeriums für Landwirtschaft werden keine Veränderungen bei der in Slowenien 2009 produzierten Weinmenge erwartet, die bei etwa 900.000 Hektolitern liegt, davon etwa 40% für den privaten Verbrauch. Man erwartet eine verbesserte Qualität im Vergleich zum vergangenen Jahr.

Rumänien (+)

Laut Schätzungen der Nationalen Vereinigung der Winzer und Weinproduzenten (Pnvv) liegt die Weinproduktion bei 6 Millionen Hektolitern, d.h. 5-10% über dem Durchschnittswert der letzten Jahre. Das dank der für den Weinbau äußerst günstigen klimatischen Bedingungen, vor allem in der Region von Dobrogea (Dobrudscha), und der Investitionen der vergangenen Jahre für die Umstrukturierung und Umstellung von Rebflächen (eine jährliche durchschnittliche Erneuerung von etwa 3.000 Hektar).

Großbritannien (=)

Nach vorläufigen Schätzungen des „Englischen Winzerverbandes“ ist von 20.000 Hektolitern die Rede, gleichbleibende Menge, davon stammen 95% von englischen Weinhängen, der Rest aus Wales.

Schweiz (=)

Auch wenn sie nicht zur EU gehört, beziehen wir die Schweiz mit ein, deren Angaben, wenngleich noch nicht definitiv, in jedem Fall Stabilität verzeichnen: laut Bundesamt für Statistik schwankt die Schätzung der Weinernte zwischen 1,05 und 1,2 Millionen Hektolitern, gegenüber einer Produktion von 1,07 Millionen im Jahr 2008.

Die Welt

Australien (-)

Die Weinernte 2009 verringert sich um 7% laut Angaben der „Winemaker's Federation of Australia“ (australische Winzervereinigung), auf 1,71 Millionen Tonnen gegenüber den 1,83 Millionen des Jahres 2008 und einem 5-Jahresdurchschnitt von 1,79 Millionen Tonnen, jedoch liegt sie in jedem Fall über der Marktnachfrage. Die Traubenqualität ist gut, trotz der Schwierigkeiten einiger Regionen aufgrund der Trockenheit und der hohen Temperaturen. Die roten Trauben bestätigen ihre führende Position (52% des Gesamten). Shiraz ist seit diesem Jahr wiederum die meist angebaute Rebe (23,6%), gefolgt von Chardonnay (23,4%), Cabernet Sauvignon (14,5%), Merlot (7%) und Semillon (4,5%).

Neuseeland

(=)

Nach dem „New Zealand Winegrowers Report 2009“ (Bericht der Winzervereinigung Neuseeland), haben Erzeuger und Kellereien daraufhin gearbeitet die Ernte der Marktnachfrage anzupassen. Als Ergebnis dieser Anstrengung pendelt sich der Jahrgang 2009 bei 285.000 Tonnen ein, auf gleicher Höhe mit der Ernte 2008. Der Durchschnittsertrag liegt bei 9,2 Tonnen/Hektar, rückläufig im Vergleich zu den 9,7 Tonnen/Hektar von 2008. Der Sauvignon blanc aus der Marlborough-Region machte 57% der Weinernte aus mit 161.000 Tonnen (+5% gegenüber 2008). Global gesehen ist jedoch die Produktion der Marlborough-Region um 1% gesunken. Die Produktion von Pinot Noir, an zweiter Stelle der meist angebauten Qualitäten, sank stattdessen um 16% auf 27.000 Tonnen. Ein Wert, der einen Ertragsrückgang reflektiert, insbesondere in den Regionen von Marlborough und Central Otago.

Südafrika (-)

Die Prognosen von Sawis für die Produktion 2009 liegen bei 1,3 Millionen Tonnen Trauben, was einem Rückgang von 8,5% gegenüber 2008 entspricht. Die Weinproduktion 2009 (einschließlich Säfte und Konzentrate, Wein für Brandy und Weinbrand) dürfte sich somit auf 10 Millionen Hektoliter belaufen (1,2 Millionen weniger als 2008). Den einschneidendsten Rückgang, verglichen mit 2008, verzeichnete Orange River (36%). Mit Ausnahme der Zone Klein Karoo, ist die Weinernte in allen Gebieten rückläufig. Man erwartet jedoch eine sehr gute Qualität.

Argentinien (-)

Nach einem abschließenden Bericht des „Instituto nacional de vitivinicultura“ (Institut der nationalen Weinwirtschaft) zeigt die Weinernte 2009 in Argentinien einen beachtlichen Rückgang im Vergleich zu der Menge des Jahres 2008. Die Ernte lag bei 21,7 Millionen Doppelzentnern (davon 14,3 Millionen aus dem Gebiet Mendoza und 5,8 aus dem Gebiet San Juan), entsprechend 11,7 Millionen Hektolitern Wein und 3,8 Millionen Most. Der Rückgang (24% gegenüber 2008, jedoch 30% wenn man das Produktionspotential des Landes in Betracht zieht), der allerdings positiv betrachtet wird, weil er die Möglichkeit gibt den Bestand zu verwenden und positiv die Preise der argentinischen Erzeugnisse zu unterstützen, wurde hervorgerufen durch die Wetterbedingungen, gekennzeichnet von extrem starken Hitzewellen und geringer Feuchtigkeit. Der Rückgang betraf das gesamte Land; das einzige Gebiet, das einen Aufschwung gegenüber 2008 verzeichnete, war der Süden, der hingegen im letzten Jahr durch Frost gelitten hatte.

Chile (+)

Der „Servicio Agrícola y Ganadero“ (*chilenische* Landwirtschaftsbehörde) hat die offiziellen und endgültigen Daten bezüglich der Weinernte 2009 bekannt gegeben. Die Produktion lag bei fast 10 Millionen Hektolitern, um 15,4% gegenüber 2008 angestiegen (8,7 Millionen Hektoliter). Mit fast 8,6 Millionen Hektolitern stellt die Kategorie der Ursprungsweine (laut der diesbezüglichen örtlichen Reglementierung) 87% der gesamten chilenischen Produktion dar und verzeichnet einen Anstieg von 25% gegenüber dem vorherigen Jahr (6,9 Millionen Hektoliter); in klarem Rückgang (-37%) die Tafelweine (2,6% des Gesamten) und jene ohne Ursprungsbezeichnung (-7,5%). Diese letzteren machen mit einer Produktion von 1 Million Hektolitern 10% des Gesamten aus. In der Kategorie Weine mit Ursprungsbezeichnung haben fast 40%, d.h. 2,35 Millionen Hektoliter, als Basis Cabernet Sauvignon; der Sauvignon Blanc steht mit 14,4% an zweiter Stelle, gefolgt von Merlot (13,3%) und Chardonnay (11,2%).

Kalifornien (+)

Laut Daten des amerikanischen Ministeriums für Landwirtschaft wird für 2009 eine Traubenernte von 3,30 Millionen Tonnen erwartet, 8% mehr im Vergleich zur Ernte 2008. Die endgültigen Daten werden zur Verfügung stehen.

Ismea Studie – Unione Italiana Vini

WEINERNT 2009: QUALITÄT MACHT VON SICH REDEN

Ausgesprochen gut, teils sehr gut. Geschätzte 46,5 Millionen Hektoliter, eine im Grunde stabile Menge gegenüber 2008, die Italien auf den 2. Platz der Rangliste der Produktionsländer bringt, zusammen mit Frankreich, das wieder Platz 1 der Rangliste erobert und Spanien, das sich auf Platz 3 bestätigt.

Sollten sich die Prognosen von Anfang September bestätigen, wird Italien mit seiner Weinernte 2009 wieder den 2. Platz der Rangliste der Produktionsländer einnehmen, angeführt – mit Ausnahme des vergangenen Jahres – von Frankreich. Tatsächlich werden 46,5 Millionen Hektoliter für die Weinlese 2009 erwartet, laut der zweiten Studie im Bereich Weinernte, gemeinsam von Ismea und Unione Italiana Vini in der ersten Septemberwoche durchgeführt. Die Schätzungen¹ vom ersten August bestätigen stattdessen eine Produktion jenseits der Alpen von 48,1 Millionen Hektolitern mit einem Aufschwung von 12% gegenüber dem schwachen Ergebnis von 2008, wodurch die Führung in der Rangliste zugunsten Italiens verloren ging. An dritter Stelle bleibt Spanien, dessen Ministerium für Landwirtschaft in Madrid eine Produktion von 39,9 Millionen Hektolitern schätzt, 4% weniger auf Jahresbasis.

Zurück zu Italien bestätigen die Prognosen grundsätzlich die Produktion von 2008 die, laut Istat, bei 46,3 Millionen Hektolitern lag, nur werden die Erwartungen der Fachleute zu Sommerbeginn leicht abgeschwächt. Zur Erhaltung des Produktionswachstums hat auch die Teilnahme am freiwilligen und prämierten Rodungsprogramm mit der Anwendung des neuen Ocm-Weinanbaus (Gemeinorganisation des Weinmarktes) beigetragen, der ungefähr 11.600 Hektar auf nationaler Ebene betraf. Außerdem ist das Lichten der Trauben seitens der Weinbauern immer weiter verbreitet, um vor allem die Qualität des Produktes zu erhöhen, zum Nachteil der Quantität.

Bei dieser Ernte ist es tatsächlich die Qualität, die von sich reden macht, die praktisch überall gut und teils sogar sehr gut eingeschätzt wird. Die reichlichen Wasserreserven, die sich in diesem Winter, einem der regenreichsten der letzten Jahre, angesammelt haben, konnten die Wärme und die mangelnden Niederschläge dieses Sommers ausgleichen. Im Bereich Schädlingsbekämpfung wurden keine besonderen Vorkommnisse verzeichnet.

Wein- und Mostproduktion in Italien (Tausende Hektoliter)

	2007	2008	2009*	Abweichungen % 2009*/2008
Piemont	2.724	2.480	2.600	+5
Aostatal	18	17	19	+5/+10
Lombardei	1.099	1.250	1.220	0/-5
Trentino - Südtirol	1.221	1.140	1.200	+5
Venetien	7.799	8.119	8.330	0/+5
Friaul-Julisch Venetien	1.029	1.014	990,4	0/-5
Ligurien	89	71	75	+5
Emilia Romagna	6.253	6.340	6.660	+5
Toskana	2.824	2.800	2.890	0/+5
Umbrien	998	843	950	+10/+15
Marken	757	871	810	-5/-10
Latium	1.840	1.797	1.930	+5/+10
Abruzzen	2.205	3.054	2.830	-5/-10
Molise	319	319	280	-10/-15
Kampanien	1.652	1.768	1.950	+10
Apulien	5.668	6.949	6.250	-10
Basilikata	221	208	218	+5
Kalabrien	406	445	460	0/+5
Sizilien	4.574	6.180	6.180	=
Sardinien	862	582	625	+5/+10
Italien	42.559	46.245	46.470	=/+1

*Für 2009 Ismea/Uiv- Schätzungen zum 7. September 2009 - Quelle Istat

¹ Quelle: Dienststelle für Statistik und Prognosen des französischen Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Fischerei