



Pressemeldung

**WEIN, KONSUM: DIE ITALIENER ZWISCHEN GEWOHNHEITEN,  
ENTHALTSAMKEITEN UND SCHWIERIGKEITEN OHNE VERZICHT**

**EINKOMMEN UND ALTER ENTSCHEIDEND FÜR DEN EINZELHANDELSKANAL (GOD),  
SCHAUMWEINE ÜBERHOLEN DIE STILLEN WEINE BEI DEN AUSSER-HAUS-KONSUMENTEN.  
APERITIF HAUPTKONSUMANLASS**

**FAMILIEN ÜBER 55 OHNE UNTERHALTSPFLICHTIGE KINDER SIND DIE HAUPTAKTEURE DER  
WEINKÄUFE IM EINZELHANDELSKANAL (59%)**

(Mailand, 12. November 2024). Sie sind über 55 Jahre alt, haben keine unterhaltsberechtigten Kinder zu Hause und verfügen häufig (in 6 von 10 Fällen) über ein Einkommen, das über dem nationalen Durchschnitt liegt. Ein Universum - laut einer heute auf der Mailänder Messe von der Beobachtungsstelle des Italienischen Weinverbands (UIV) und NIQ Italy während der SimeI vorgestellten Analyse - von 11,3 Millionen italienischen Haushalten, das gleichzeitig das Identitätsmerkmal des heimischen Weinkonsumenten entlang des Stiefels mit 59% der entsprechenden Gesamtausgaben im Großhandel und in Italien ist. Die *Boomers* sind die Protagonisten bei Ausgaben für Weinprodukte in Höhe von 1,83 Milliarden Euro pro Jahr (mit einem kleinen Anteil von *GenX*), und sie überlassen den anderen beiden großen untersuchten Gruppen nur die mickrigen Reste: Familien mit Kindern (7,8 Millionen) erreichen nicht einmal 24% der Gesamtausgaben, während Familien unter 55 Jahren ohne abhängige Kinder bei weniger als 18% verbleiben. „Wir beobachten einen Trend, der sich immer mehr durchsetzt“, stellt Eleonora Formisano von NIQ Italien fest, „der erste Teil der Bevölkerung wächst immer mehr, während die anderen zu kämpfen haben, insbesondere die Segmente mit niedrigem Einkommen. Eine Polarisierung des Weinkonsums, die auf strukturell gewordenen Unterscheidungsmerkmalen wie dem Alter und den wirtschaftlichen Möglichkeiten beruht“. Und es sind gerade die durchschnittlichen Jahresausgaben, die den Unterschied ausmachen und eine gewisse Ermüdung der Italiener verdeutlichen. Diese haben zur Staffelung ihrer Ausgaben die Häufigkeit der getätigten Einkäufe erhöht (+3,3%), ihren Weinkonsum jedoch verringert (-2%). Vor allem Familien mit Kindern geben im Durchschnitt fünfmal weniger für Getränke aus als Paare über 55 Jahre.

**AUSSER HAUS: DIE ZAHL DER KONSUMENTEN VON SCHAUMWEINEN ÜBERSTEIGT DIE DER  
KONSUMENTEN VON STILLEN WEINEN. DER APERITIF ALS ERSTER KONSUMANLASS**

Einem dem Heimkonsum gewidmeten Einzelhandel steht ein Auswärtskanal gegenüber, bei dem sich ein immer deutlicherer Trend abzeichnet. Laut einer Umfrage von NIQ Italia für UIV, die weltweit führende Messe für Getränkeabfülltechnik, gibt es heute mehr Konsumenten von Schaumwein (63,4 %)

als von stillen Weinen (61%). Eine bisher undenkbbare Aufholjagd, wenn man bedenkt, dass stille und Schaumweine seit jeher das Rückgrat des italienischen Weinbaus bilden und etwa 4/5 der Produktion ausmachen. Ein Spiegel der Zeit, der sich auch in den veränderten Konsumanlässen widerspiegelt: Der *Aperitif* ist heute - zum Nachteil der Hauptmahlzeiten - zum Spitzenreiter des Alkoholkonsums nicht nur bei der jungen *GenZ* oder den *Millennials* geworden, sondern hat sich auch bei den 45- bis 54-Jährigen an die Spitze der Gewohnheiten geschoben (Aperitif und Mahlzeiten jeweils 31 %) und kommt auch der Zepterführung bei den über 55-Jährigen immer näher. Ein Cocktailtrend, der plastisch darin zum Ausdruck kommt, dass 37% der Verbraucher (nicht nur junge Leute) diesen Typus aufgrund seiner Fotogenität in den *social media* wählen. „Wir sind Zeugen“, so der Leiter der UIV-Beobachtungsstelle, Carlo Flamini, „einer Konsumrevolution, die aus verschiedenen Gründen eine starke Beschleunigung erfährt. Wir müssen uns engagieren, um den Generationswechsel zu bewältigen: In den nächsten zwanzig Jahren wird es weltweit 400 Millionen junge Verbraucher geben, mit denen der Wein in einen Dialog treten kann und muss, um Teil des Erlebnisses an sich zu sein, nicht nur um es zu verkörpern“.

Die Präsentation der Analyse *Die neuen italienischen Wein- und Getränk konsumenten* wurde von dem Präsidenten von Unione Italiana Vini (UIV), Lamberto Frescobaldi, und dem Geschäftsführer der Mionetto-Gruppe, Alessio Del Savio, kommentiert.