

DENNER

DIE ZUKUNFT DER EINKELLEREI VON SCHWEIZER WEIN

GROSSVERTEILER UND DETAILHANDEL

Wädenswil, 11. April 2018

Ursula Beutler, Leiterin Produkt Management Wein & Schaumwein

AGENDA

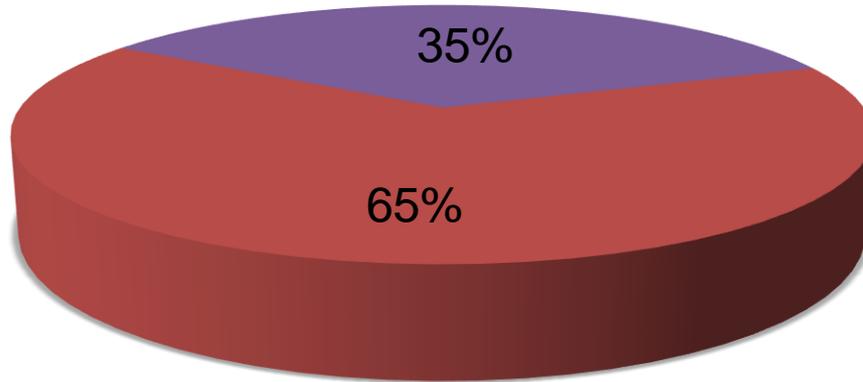
Heute stehen die folgenden Themen auf der Agenda:

1. Weinmarkt Schweiz
2. Wie sieht die zukünftige Weinkundschaft im Detailhandel aus
3. Welche Erwartungen hat diese Kundschaft?
4. Welche Erwartungen und Bedürfnisse hat der Detailhandel an den Schweizer Wein?
5. Welche Schweizer Weine/Weinregionen setzen sich durch
6. Entwicklungspotential des Schweizer Weinbaus
7. Kooperationen mit Weinproduzenten

WEINMARKT SCHWEIZ

DENNER

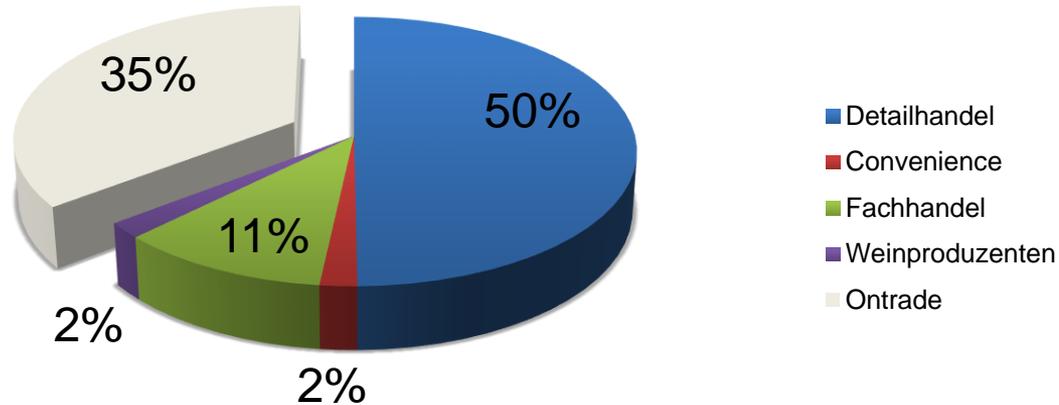
Weinkonsum Schweiz 2017 in %



- Off-Trade (Heimkonsum)
- On-Trade (ausser-Haus Konsum)

Fazit: Zwei von drei Flaschen werden zu Hause konsumiert

Weinkonsum Schweiz 2017 in % nach Absatz-Kanal

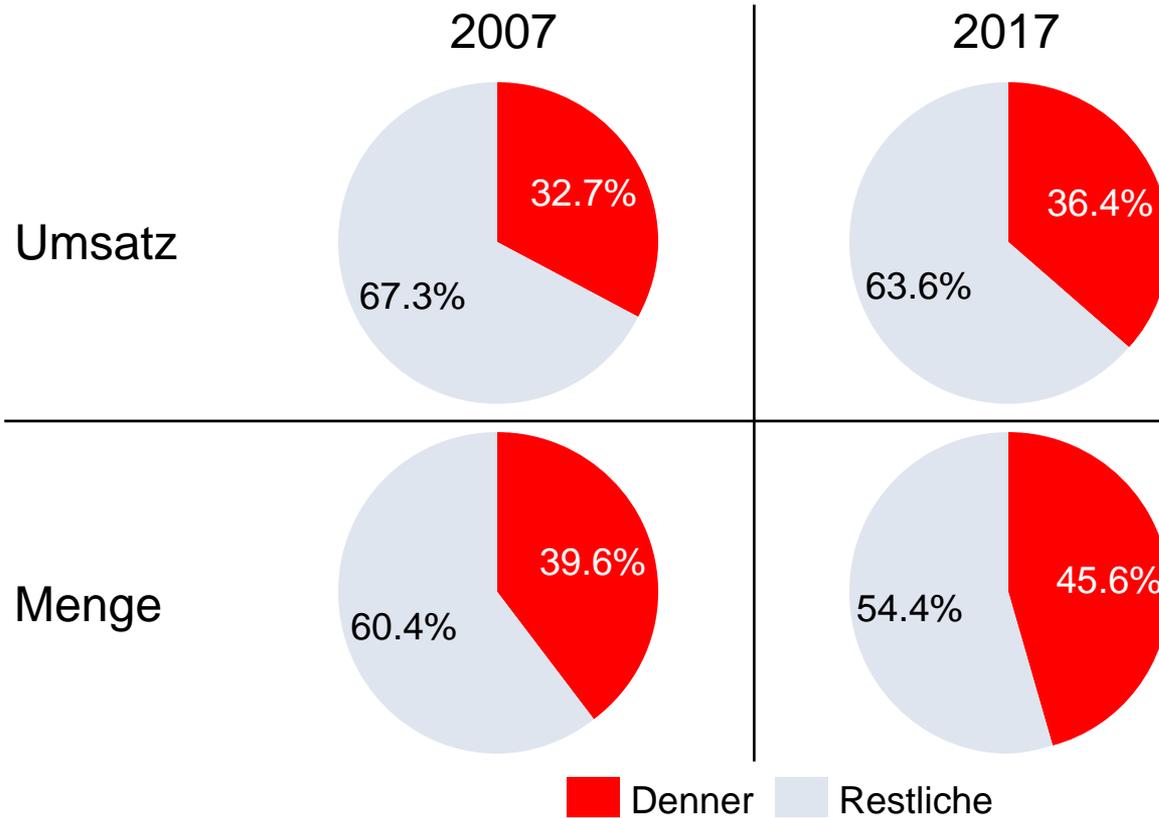


Quelle: Das Weinjahr, Schätzungen wincosult
wine&more

Fazit: Jede Zweite Flasche wird im Detailhandel eingekauft

DENNER MARKTANTEILE WEIN

(Nielsen Markt: Denner, Coop, Volg, Spar, Globus und Manor)

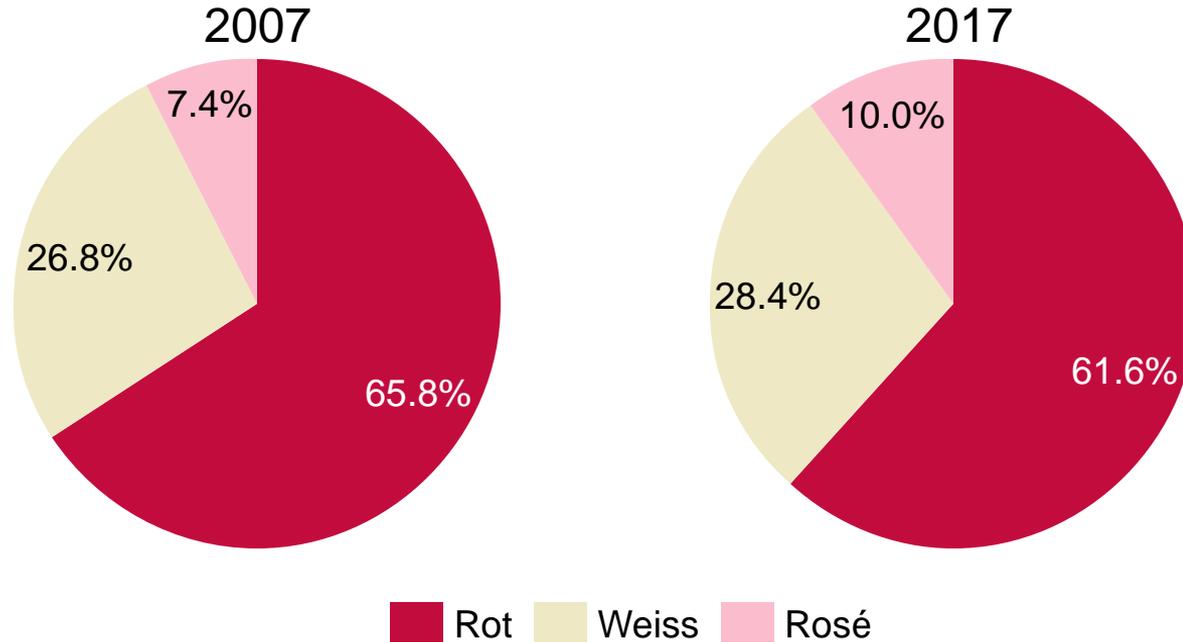


Quelle: Nielsen

Fazit: Heute wird fast jede zweite Flasche bei Denner verkauft.

WEINKONSUM NACH FARBE: UMSATZ

(Nielsen Markt: Denner, Coop, Volg, Spar, Globus und Manor)

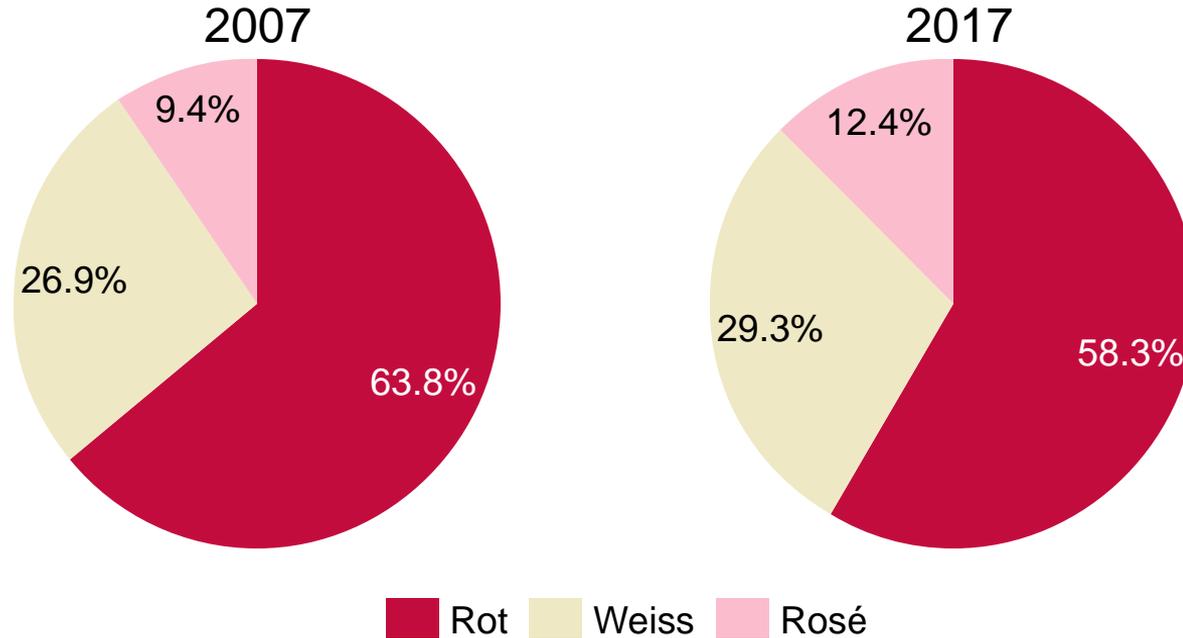


Quelle: Nielsen

Fazit: Der Anteil von Weiss- und Roséwein im Detailhandel hat in den letzten 10 Jahren umsatzmässig stark zugelegt

WEINKONSUM NACH FARBE: MENGE

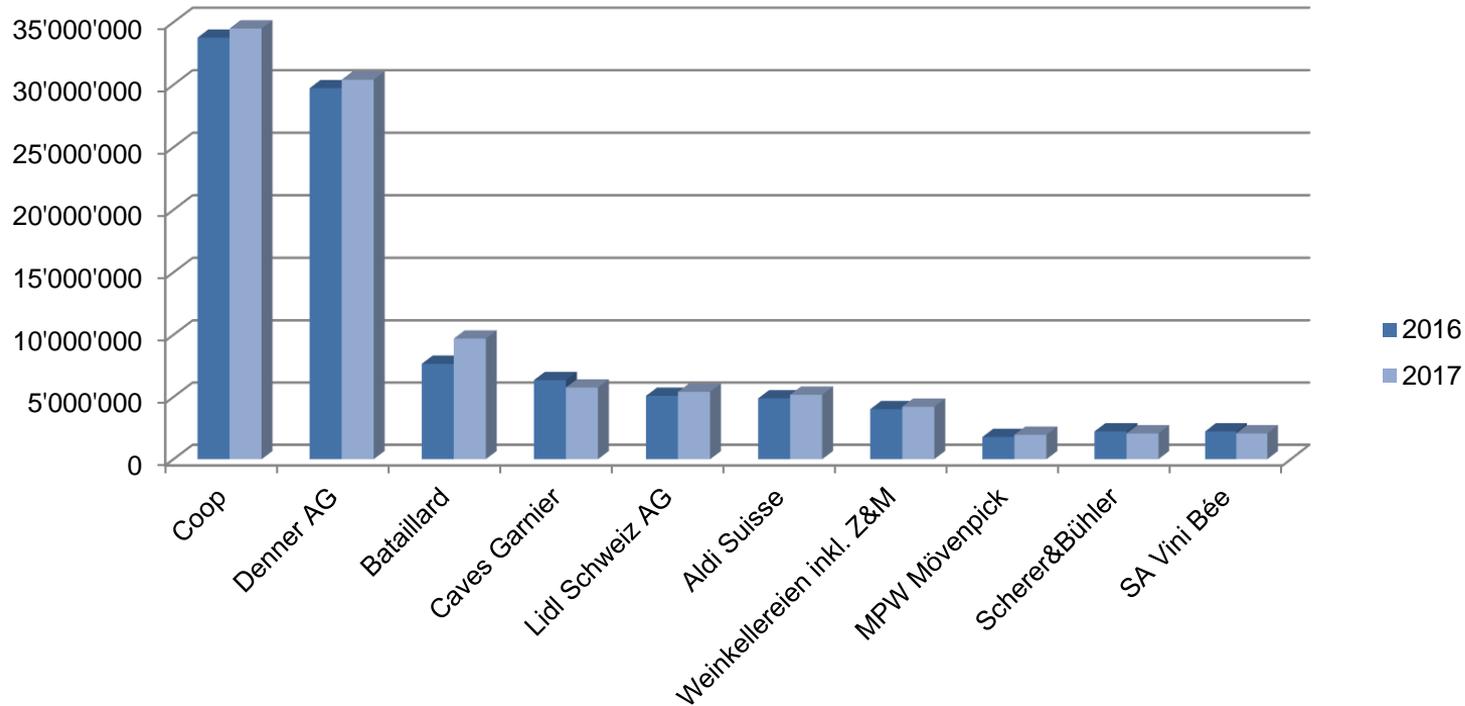
(Nielsen Markt: Denner, Coop, Volg, Spar, Globus und Manor)



Quelle: Nielsen

Fazit: Der Anteil von Weiss- und Roséwein im Detailhandel hat mengenmässig in den letzten 10 Jahren stark zugelegt

Die Grössten Weinimporteure 2017/2016



Fazit: 4 der 10 grössten Importeure sind (fast) reine Detailhändler

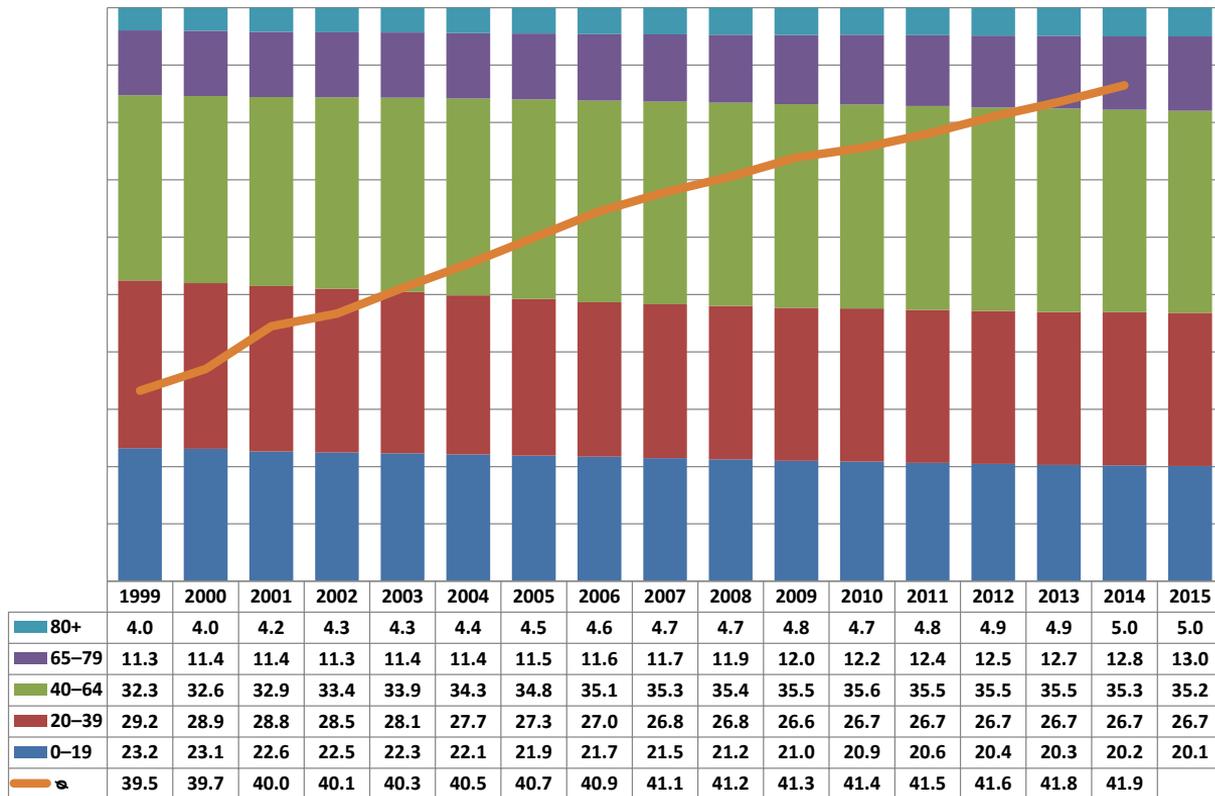
WIE SIEHT DIE ZUKÜNFTIGE WEINKUNDSCHAFT IM DETAILHANDEL AUS

DEMOGRAFISCH

DER %-ANTEIL DER
ÄLTEREN
BEVÖLKERUNG WÄCHST
STETIG

QUELLE: BUNDESAMT FÜR STATISTIK

%-Anteil der ständigen Wohnbevölkerung der Schweiz nach
Altersgruppen



DEMOGRAFISCH

DIE 6 GROSSEN ENTWICKLUNGEN



WIE SIEHT DIE ZUKÜNFTIGE WEINKUNDSCHAFT IM DETAILHANDEL AUS

- Die Kundschaft wird älter (s. Folie 12) hat aber genügend Geld für Konsum zur Verfügung, genießt eher traditionell
- Die Kundschaft konsumiert bewusster
- Es wird weniger, aber besser genossen
- Es wird schwierig, die Kunden die wegen knappen Erntemengen in der Schweiz, anderes genossen haben, wieder zurück zu gewinnen
- Was trinkt er? Mehr Trendy?



**WELCHE ERWARTUNGEN HAT
DIESE KUNDSCHAFT**

DENNER

WELCHE ERWARTUNGEN HAT DIE KUNDSCHAFT

- **Bilaterale Verträge – Gesetzes-
harmonisierungen grenzübergreifend**
- **Innenpolitische Forderungen zur
besseren Kontrolle und Transparenz**
- **Digitalisierung – Multichanneling
– Influencer – Kommunikation
(neue, unkomplizierte Wege in der
Kommunikation und beim Einkauf)**



**WELCHE ERWARTUNGEN UND
BEDÜRFNISSE HAT DER
DETAILHANDEL AN DEN
SCHWEIZER WEIN**

WELCHE ERWARTUNGEN UND BEDÜRFNISSE HAT DER DETAILHANDEL AN DEN SCHWEIZER WEIN

- **Strukturwandel in der Schweizer Weinproduktion, hin zur Konzentration**
- **Ausländische Konkurrenz: attraktive Preis-/Leistung und Trendsetter**
- **Interessen-Bündelung Branchen- und Regionen übergreifend**
- **Denner braucht verlässliche Partner und Produzenten, welche für Regionen übergreifende Kooperationen offen sind**
- **Denner benötigt Mengen, mit über 800 Filialen und einheitlichen Sortimenten, kann Denner mit 10'000 Flaschen wenig anfangen**



**WELCHE SCHWEIZER
WEINE/WEINREGIONEN SETZEN
SICH DURCH**

DENNER

WELCHE SCHWEIZER WEINE/WEINREGIONEN SETZEN SICH DURCH

GRUNDSÄTZLICH WEINE
DIE SICH RASCH DEM
VERÄNDERTEN
KONSUMVERHALTEN
ANPASSEN

- **Weiss-, Rosé-, und Schaumweine gewinnen an Bedeutung durch die Klimaerwärmung zu Lasten von Rotwein**
- **Weine die allergene Stoffe reduzieren, z.B. Histamin (warm climat) SO₂**
- **Nachhaltige Weine in vernünftigen Mengen zu einem angemessenen Preis**



- **Emotionalisierte Weine**



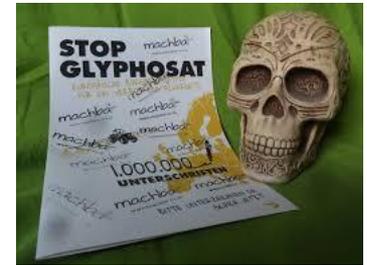
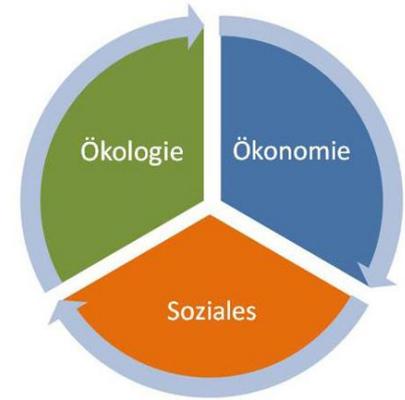
- **Konzeptweine**



ENTWICKLUNGSPOTENTIAL DES SCHWEIZER WEINBAUS

ENTWICKLUNGSPOTENTIAL DES SCHWEIZER WEINBAUS

- **Nachhaltigkeitskonzepte von der Produktion bis in den Handel sind wichtig weil:**
- Risiken von grösseren Produktionsschwankungen ausgeglichen werden müssen
- Präventiv-Investitionen gegen Hagel, Frost und Trockenheit getätigt werden müssen
- Rohstoffknappheit vorbeugen
- proaktiv politische Interventionen antizipiert werden können (Gesetze zum Schutz vom Grundwasser, Verbote von gewissen Pflanzenschutzmitteln etc.)



ENTWICKLUNGSPOTENTIAL DES SCHWEIZER WEINBAUS

- Kein Anbau von Mainstream Sorten!
(anything but Chardonnay)



- Nachhaltige Produkte mit einem «Heimatschein»



- Motto muss lauten:
Schweizer Wein steht für
teurer aber gut, nachhaltig,
transparent und fair produziert



WEITERE DISKUSSIONSPUNKTE

- **Wieso soll ein Kunde teuren Schweizer Wein kaufen, wenn er nicht nachhaltiger produziert wurde?**
- **Schweizer Wein entspricht, wegen den möglichen Traubensorten, nicht unbedingt dem heutigen Mainstream**
- **Preislich gibt es viele Anbauggebiete die einiges günstiger sind**

KOOPERATIONEN MIT WEINPRODUZENTEN?

DENNER

KOOPERATIONEN MIT WEINPRODUZENTEN?

- **GERNE!**
- **Mit innovativen Produzenten, die mittel- und langfristig liefern können und wollen**
- **Mit Produzenten die Weine in internationalem Format produzieren (z.B. Rosé mit wenig Farbe, Weine mit Restsüsse)**
- **Mit Produzenten die moderne Weine keltern die aber einen typischen und eigenständigen Charakter haben**
- **Denner hat bewiesen, dass er grosse Mengen Schweizer Weine nicht nur über Preisaktionen absetzen kann**



The image features three tall, vertical red banners on silver poles, each displaying the word "DENNER" in large, white, bold, sans-serif capital letters. The banners are set against a bright blue sky with scattered white clouds. In the background, a green landscape with trees and hills is visible under a clear sky. A large, solid red diagonal shape is present on the left side of the image, partially overlapping the banners and the sky.

**Herzlichen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.**

DENNER