

Огляд німецького ринку вина



Січень 2024р

Довідкова інформація:

Огляд німецького ринку вина проведено консорціумом Eco Viva GmbH (головний партнер) та IAK Agrar Consulting GmbH в межах програми міжнародної співпраці «[EU4Business: відновлення, конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП](#)», що спільно фінансується Європейським Союзом та урядом Німеччини і реалізується німецькою федеральною компанією Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit ([GIZ](#)) GmbH. Програма спрямована на підтримку економічної стійкості, відновлення та зростання України, створення кращих умов для розвитку українських малих і середніх підприємств (МСП), а також підтримку інновацій та експорту. Детальніше: www.eu4business.org.ua

Зміст публікації є виключною відповідальністю консорціуму Eco Viva GmbH та IAK Agrar Consulting GmbH і не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу, уряду Німеччини та GIZ.

Структура

1. Структура німецького ринку вина _____	3
Загальний огляд _____	3
Виробництво _____	3
Експорт та імпорт _____	4
Актуальне споживання _____	4
2. Канали дистрибуції для імпорту _____	5
Загальна структура _____	5
Роздрібний ринок вина _____	5
Імпортери вина _____	6
3. Споживчий попит _____	7
Загальні тенденції _____	7
Попит на органічні вина _____	8
Роздрібні ціни за сегментами _____	8
4. Детальний аналіз імпорту _____	9
Структура німецького імпорту вина _____	9
Ціни на імпортні вина _____	10
5. Можливі стратегії за сегментами _____	11
Шляхи виходу на ринок _____	11
Стратегічний підхід _____	12
Сегмент ігристих вин (операційні особливості) _____	14
Засоби диференціації _____	14
Додаток 1: Додатковий імпорт вина до ЄС за типами > 50 000 євро на рік ____	15

Перелік скорочень

B2B	Бізнес для бізнесу
B2C	Бізнес для споживача
млрд	мільярд
CAGR	Сукупний середньорічний темп зростання
CIF	Ціна, страхування та фрахт
ЄС	Європейський Союз
GI	географічне позначення
л	літр
млн	мільйон
PDO	захищене зазначення походження
PGI	захищене географічне зазначення

Список Рисунків

Рисунок 1: Структура німецького ринку вина (2022 р.)	3
Рисунок 2: Структура споживання вина в Німеччині	4
Рисунок 3: Канали дистрибуції імпортованого до Німеччини вина	5
Рисунок 4: Зміни в попиті на червоні вина	8

Список таблиць

Таблиця 1: Імпорт вина до Німеччини з країн-членів ЄС та з країн поза межами ЄС, літри	4
Таблиця 2: Поширеність органічних вин у німецькій роздрібній торгівлі	8
Таблиця 3: Середні ціни на імпортне вино в Німеччині	11
Таблиця 4: Обсяги імпорту й ціни	12

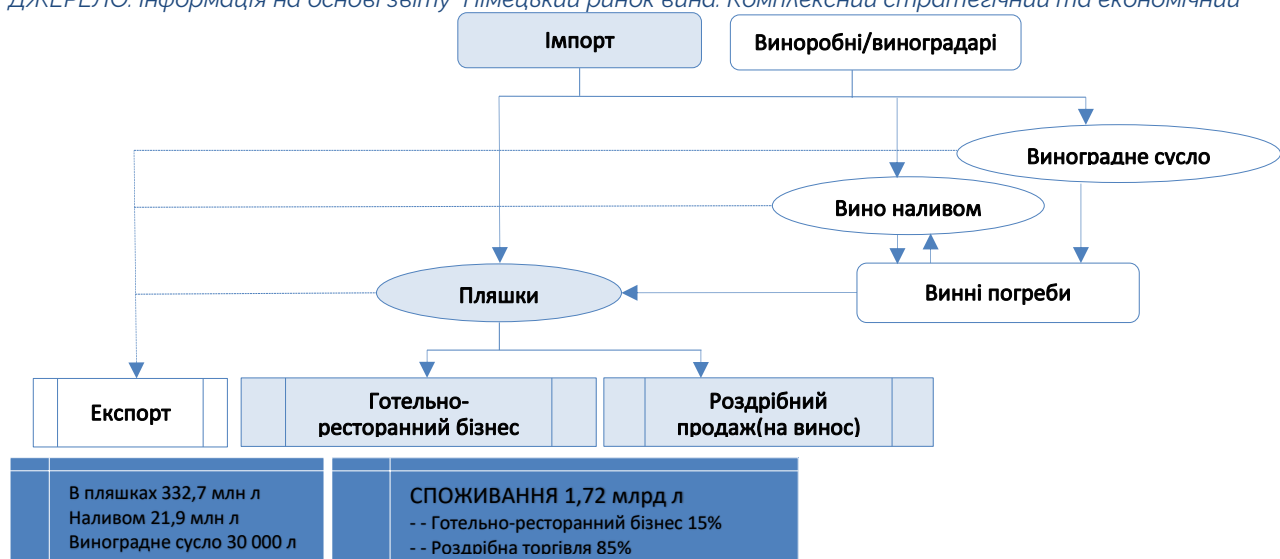
1. Структура німецького ринку вина

Загальний огляд

Споживчий ринок вина в Німеччині у 2022 році¹ оцінювався у 15,72 млрд євро з попитом у 1,72 млрд літрів. За оцінками, ринок до 2027 року зросте до 23,27 млрд євро (виходячи із прогнозованого CAGR у 2023- 2027 рр. в розмірі 6,83%).

Рисунок 1: Структура німецького ринку вина (2022 р.)

ДЖЕРЕЛО: Інформація на основі звіту "Німецький ринок вина: Комплексний стратегічний та економічний



аналіз* (2018 р.) Марк Дресслер і база даних Eurostat COMEXT (актуалізовані дані за 2023 рік)

Виробництво

Німецьке виробництво бутильованого вина² формується з національного виробництва з винограду, вирощеного в Німеччині, яке оцінюється в 894 млн літрів³ вина, імпортованих наливних вин, а також національного й імпортованого виноградного сушла. У свою чергу, німецькі погреби й виноробні підприємства експортують виноградне сушло, наливні вина й вина в пляшках по всьому світу. Решта вироблених у Німеччині пляшкових і ввезених вин споживається всередині країни: близько 85% - у роздрібній торгівлі (1,462 млрд літрів у 2022 році) та 15% - у сфері готельно-ресторанного бізнесу (258 млн літрів), що в перерахунку на душу населення становить 20,4 літрів на рік.

У країні зареєстровано понад 7 000 суб'єктів підприємницької діяльності: незалежних виробників вина⁴ та 43 389 виноградарів. Незалежні виробники - це переважно сімейні підприємства, які продають брендоване вино із середнім обсягом виробництва 150 000 пляшок на рік, тоді як найбільші винні господарства й винні погреби виробляють близько 2,5 млн пляшок.

¹ Статистичні дані (2023 р.)

² Вино в скляній тарі становить 96,8% споживання в Німеччині [Research&Markets.com (2023)]

³ База даних з виробництва Eurostat (2023 р.)

⁴ Обсяг ринку вина Німеччини за категоріями, каналами дистрибуції, часткою ринку та прогнозом, 2021-2026 рр. (2022 р.) Globaldata

Експорт та імпорт

Німецький експорт вина становить 354,5 млн літрів (без урахування виноградного сусла), при чому обсяг вина в упаковці менше 10 літрів (пляшки й інша роздрібна упаковка) дорівнюють 93,8% експорту, і лише 21,9 млн літрів – це наливні вина для подальшого пакування. Частина цього експорту може включати імпорт бутельованих наливних вин і вин, вироблених з імпортного виноградного сусла.

У 2022 році імпорт вина дорівнював майже 1,4 млрд літрів, а загальний німецький експорт вина (за винятком виноградного сусла) – 355 млн літрів. Німецький імпорт виноградного сусла становив 7,2 млн літрів, що за коефіцієнтом 1,18⁵ надає 8,5 млн літрів вина, що виробляється з імпортованого сусла.

Актуальне споживання

З розрахунку можна побачити, що споживання вина з виноградного сусла становить в Німеччині 219 млн літрів.

Рисунок 2: Структура споживання вина в Німеччині

Загальне споживання	Национальне виробництво	Імпорт	Експорт	Чисте національне виробництво вина із сусла
1720 млн л	= 894 млн л	+ 1400 млн л	- 355 млн л	+ 219 млн л

ДЖЕРЕЛО: Розрахунок автора

Що стосується імпорту до Німеччини, його переважна частина (86%) походить з країн ЄС. На наливне вино припадає 53,6% імпорту вина до Німеччини, з яких 78,0% походить з країн ЄС.

Таблиця 1: Імпорт вина до Німеччини з країн-членів ЄС та з країн поза межами ЄС, літри

	З країн поза ЄС	З країн ЄС	Загальний імпорт
Ігристе вино	436 819	69 880 715	70 31 534
Вино в тарі <2 л	26 960 668	504 543 918	531 504 586
Вино в тарі 2-10 літрів	377 556	29 311 200	29 688 756
Наливне вино	160 729 184	569 204 105	729 933 289
РАЗОМ	188 504 227	1 172 939 938	

ДЖЕРЕЛО: витяг з Eurostat за грудень 2023 р.

Ігристі вина і вина в пляшках становлять від 95% до 99% від загального обсягу імпорту, водночас більша частина цього вина поставляється в тарі місткістю менше 2 літрів (пляшки) й дорівнює майже 27 млн літрів.

Саме тому Україна має приділити максимальну увагу імпорту бутельованого вина (з місткістю пляшок < 2 літри) до Німеччини та спрямувати його більшу частину (85%) на роздрібний сектор продажів.

⁵ https://www.awri.com.au/wp-content/uploads/2011/07/Technical_Review_Issue_227_Cowey.pdf

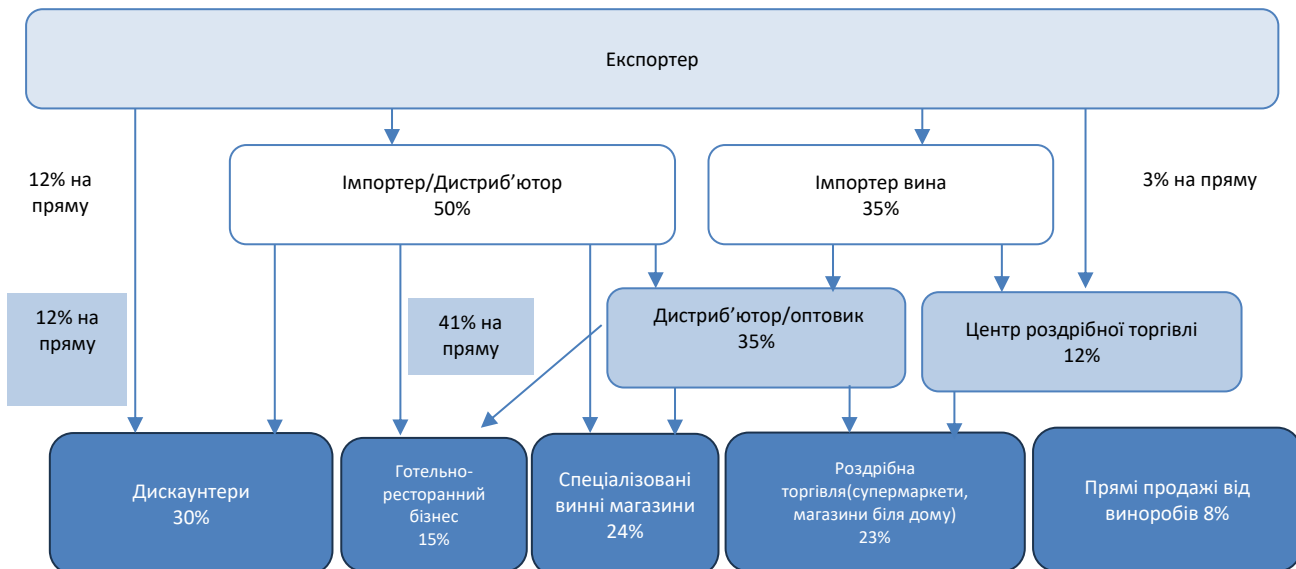
2. Канали дистрибуції для імпорту

Загальна структура

На імпортерів вина та імпортерів-дистриб'юторів, яких налічується в Німеччині більш 600⁶, припадає 85% обсягу імпорту. Інші 15% надходять безпосередньо до великих дискаунтерів або центрів роздрібної торгівлі супермаркетів. На рівні оптової і роздрібної торгівлі/готельно-ресторанного бізнесу продажом вина займаються ще 1 100 компаній. Це робить ринок відносно фрагментованим з великою кількістю покупців.

Імпортери також поділяються⁷ на великих імпортерів/дистриб'юторів, які оперують значними обсягами й диверсифікованим асортиментом продукції (такі як Hawesko, Schenk, Mack & Schühle, Owen/Teck, Tophi and Rasche, Eggers & Franke), а також на дрібніших вузькоспеціалізованих імпортерів, які зазвичай працюють з продукцією преміум-класу.

Рисунок 3: Канали дистрибуції імпортованого до Німеччини вина



Джерело: на основні звітів Marc Dressler (2018) "Німецький ринок вина: Комплексний стратегічний і економічний аналіз" та Emerald Insights (2020) "Аналіз уподобань німецьких споживачів органічних і неорганічних вин"

Роздрібний ринок вина

У Німеччині домінує торгівля великими обсягами,⁸ на частку дискаунтерів і супермаркетів припадає 50% обсягу продажів, причому дискаунтери, як-от Aldi та Lidl, мають найбільшу частку (35% від загального обсягу роздрібної торгівлі), а великі супермаркети, як-от Kaufland, Marktkauf, Rewe Group (супермаркети Penny), Edeka Group (супермаркети Netto) і Metro Group (супермаркети Real), - близько 18% (решта роздрібного товарообігу припадає на частку незалежних і невеликих магазинів біля дому).

На спеціалізовані винні магазини, що включають як великі мережі (напр., Jacques' Weindpot) з 270 винними магазинами, так і менших незалежних роздрібних торговців, що

⁶ Німецький інститут вина (2023 р.)

⁷ СВІ (2016 р.) СВІ Канали та сегменти ринку вина в Німеччині

⁸ Винна аналітика (2022 р.)

спеціалізуються на винах з певних регіонів, припадає 28% роздрібною торгівлі. Однак ці спеціалізовані винні магазини наполегливо працюють над пошуком нових клієнтів, пропонуючи ширший асортимент вин, особливо порівняно з супермаркетами, і все більше інвестують в онлайн-дистрибуцію. Наприклад, Hawesko⁹ спочатку мав клієнтську базу віком 55+, яка фокусувалася переважно на вина Бордо, але потім йому вдалося залучити нових і клієнтів молодшого віку, розширивши свій асортимент і збільшивши свою присутність в Інтернеті.

Імпортери вина

Більшість німецьких винних магазинів безпосередньо імпортують лише незначну частину свого іноземного асортименту. Більшість вин не німецького виробництва походять з портфелів великих імпортерів. Найбільшим представником ультрапреміум-сегменту є Lobenbergs Gute Weine у Бремені, який закуповує частину вина напряму, за ним йдуть Pinard de Picard, Weinhandlung Kreis і четвертим у лінійці преміум-ритейлерів є K&U.

Отже, для виходу на преміальний ринок Німеччини експортеру, ймовірно, доведеться знайти кількох імпортерів, деякі з яких працюють на регіональному рівні¹⁰.

- Jens Gardthausen є найбільшим імпортером у Німеччині, але він фокусується на імпорті світових брендів і стартових вин для супермаркетів, а також використовує свої менші дочірні компанії для активного пошуку й імпорту преміальних і вишуканих вин, таких як Eggers & Franke Group.
- Reidemeister und Ulrichs разом зі своєю сестринською компанією Eggersohn продає великі бренди, але також має в асортименті й нішеві виноробні. До групи належать також дві компанії B2C – Ludwig von Kapff (10 магазинів плюс онлайн) і Club of Wine (тільки онлайн). Schlumberger імпортує через дочірні компанії відомі бренди для спеціалізованої торгівлі (Segnitz) та B2C (Bremer Weinkolleg), що охоплюють преміальні та спеціалізовані бренди.
- Третім найбільшим німецьким імпортером є Mask & Schühle, але на відміну від своїх конкурентів, він не розділяє імпорт і дистрибуцію на дочірні компанії та постачає 120 млн пляшок вина на рік.
- Riegel Wein – спеціалізована компанія з продажу органічних вин, заснована Петером Рігелем у 1985 році, яка зараз продає близько 20 млн пляшок і є найбільшим дистриб'ютором органічного вина в Європі.
- Компанія Vinaturel, заснована в 1995 році, також спеціалізується на органічних винах, але більше на сегменті ультрапреміум.
- Ardau Weinimport фокусується на Піренейському півострові, але в останні роки ця компанія додала до свого асортименту також і французькі вина.
- Vin sur Vin (B2B) та Passion Vin (B2C) у Берліні повністю орієнтовані на Францію.
- Список спеціалізованих магазинів Kontor можна отримати через головного покупця Вітуса Штайнхорста (Vitus Steinhorst).

⁹ СВІ (2016 р.) СВІ Канали та сегменти ринку вина в Німеччині

¹⁰Wine Business International and Meininger Verlag (2022 р.) "Хто є хто в Німеччині - базовий довідник

3. Споживчий попит

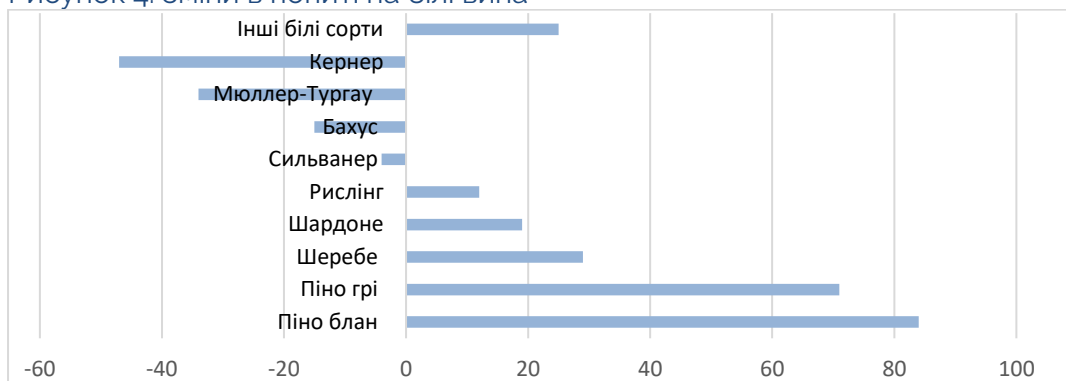
Загальні тенденції

За даними Німецького інституту вина, в Німеччині обсяг вина вітчизняного виробництва становить 45% від загального споживання домогосподарств. При цьому, на відміну від загальної переваги червоного вина на німецькому ринку, у сегменті вітчизняних вин споживачі мають набагато більш збалансований попит: 46% роздрібного попиту припадає на червоне, 44% – на біле, 10% – на рожеве вино.

Крім того, щодо матеріалу тари перевага віддається склу, на яке припадає 96,8% від всіх роздрібних покупок у 2021 році¹¹. В той час як онлайн-продажі користуються більшою популярністю серед молодих німецьких споживачів (зараз, за оцінками, 15% усіх продажів), споживачі середнього й старшого віку віддають перевагу особистому відвідуванню магазинів. Однак для обох вікових груп німецьких споживачів у категорії преміальних вин велике значення має сорт винограду¹².

Це чітко можна побачити з діаграми нижче, згідно з якою білі сорти винограду, такі як піно блан, піно грі, шойер і шардоне, набувають все більшої популярності в Німеччині:

Рисунок 4: Зміни в попиті на білі вина



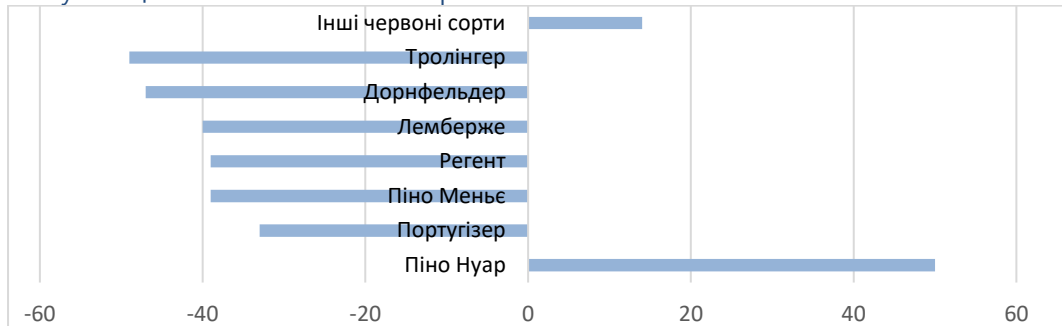
Джерело: Сільськогосподарські ринки наприкінці року(2019 р.) Стан німецького та міжнародного ринків вина.

У німецькому споживчому попиті відбувся подібний зсув від традиційних червоних сортів вина до піно нуар та інших червоних сортів.

¹¹ Research&Markets.com (2023 p.)

¹² Wine Intelligence (2023 p.) База даних імпортерів вина Vinaty

Рисунок 4: Зміни в попиті на червоні вина



Джерело: Сільськогосподарські ринки наприкінці року (2019 р.) Стан німецького та міжнародного ринків вина.

Ігристе вино є специфічним сегментом на німецькому ринку і відрізняється за своєю пропозицією та споживанням від неігристого вина. На ринку домінують лише декілька постачальників з потужними брендами. 80%¹³ покупок ігристого вина визначаються впізнаваністю бренду. Відповідно, потрібні значні інвестиції в рекламу, комунікацію та додаткові маркетингові заходи. Крім того, споживання ігристого вина знизилося через заміну на ігристі суміші та безалкогольні напої.

Попит на органічні вина

Сталий розвиток посідає важливе місце у списку пріоритетів споживачів у німецькому ринку, а відсутність пестицидів і гербіцидів є основною привабливою рисою для німецьких споживачів, особливо серед молоді, у тому числі у винному секторі. За оцінками, обсяг органічних вин становить близько 5,8% попиту¹⁴, або 99,76 млн літрів, з яких 53% імпортується

Таблиця 2: Поширеність органічних вин у німецькій роздрібній торгівлі

	Середня кількість вин в асортименті	Кількість органічних вин	Частка німецьких органічних вин	Частка імпортованих органічних вин
Дискаунтери	98	4	25%	75%
Супермаркети	751	44	40%	60%
Спеціалізовані винні магазини (звичайні)	183	10	15%	85%
Спеціалізовані винні інтернет-магазини	635	30	15%	85%
Магазини органічних продуктів	50	50	5%	95%

Джерело: Emerald Insights (2020 р.) Аналіз уподобань німецьких споживачів органічних і неорганічних вин

Роздрібні ціни за сегментами

У 2022 році середні ціни на німецькі вина зросли більш ніж на 6%¹⁵ і склали 4,18 євро за літр. Це більше, ніж у попередньому році.

¹³ Марк Дресслер (2018) "Німецький ринок вина: Комплексний стратегічний та економічний аналіз"

¹⁴ Т Гайзенгаймський університет (2021)

¹⁵ База даних імпортерів вина Vinaty (2023)

- Недорогі супермаркети й дискаунтери утворюють 50% роздрібного ринку вина з роздрібною ціною 3,50 євро за пляшку (0,75 л); середня ціна у дискаунтерів дорівнює 2,45 євро за пляшку.
- На німецькому ринку 40% споживачів готові платити 6-15 євро за пляшку в роздріб, передусім у спеціалізованих винних магазинах.
- Лише 10% споживачів німецького винного ринку готові платити понад 15 євро за пляшку.
- Середня ціна в роздрібній торгівлі (готельно-ресторанний бізнес) дорівнює 25 євро за пляшку.

Проте ринок престижних вин, на який припадає лише 10% обсягів всього німецького ринку є за своєю вартістю великим й, за оцінками, становив у 2022 році понад 1,5 млрд євро.

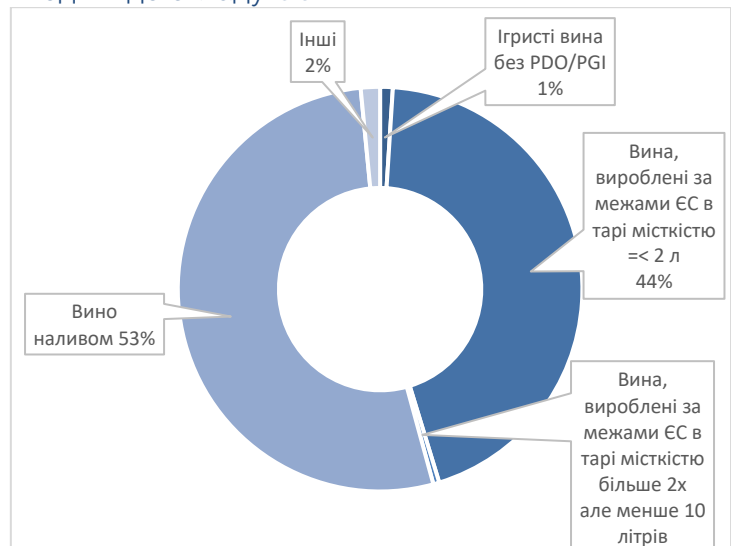
4. Детальний аналіз імпорту

Структура німецького імпорту вина

Німецький імпорт вина оцінюється приблизно в 2,8 млрд євро (середній показник за 3 роки 2020-2022 рр.), причому більшість цього імпорту (89%) припадає на інші країни ЄС. Тобто імпорт до Німеччини з-за меж ЄС становить 294,3 млн євро на рік.

Переважає більшість німецького імпорту з-за меж ЄС (53%) це наливні вина в тарі понад 10 літрів, призначені для подальшої переробки або розливу. Вина, вироблені за межами ЄС, без PDO/PGI в тарі менше 2 літрів, становлять ще 44%, а несортові ігристі вина - 2%. Вино наливом, вино в пляшках до 2 літрів та ігристі вина становлять разом понад 97% німецького додаткового імпорту з-за меж ЄС. Вина у пляшках місткістю понад 2 літри та менше 10 літрів складають менше 1% імпорту, сортові ігристі вина без географічного зазначення - лише 0,3% (менше 0,5 млн євро), а інші вина - менше 2%.

Рисунок 6: Німецький імпорт вина з країн, що не входять до складу ЄС



Отже, розглядаючи імпорт бутельованих вин на суму в середньому 139,3 млн євро, можна зробити висновок, що на 7 позицій припадає 96,5% імпорту.

Таблиця 3: Німецький імпорт вина з-за меж ЄС, у пляшках менше 2 літрів

Код Гармонізованої системи	Загальний опис	Вартість імпорту, євро	Частка в імпорті бутельованих вин
22041098	Ігристі вина зі свіжого винограду (крім сортових вин)	2 512 836	1.8%
22042193	Вина білі, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л, з PDO або PGI (крім ігристих і напівігристих вин)	4 811 549	3.5%
22042195	Білі сортові вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, у тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих і напівігристих вин)	22 226 670	16.0%
22042197	Білі вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих і сортових вин)	10 537 909	7.6%
22042194	Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л, з PDO або PGI (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	11 442 449	8.2%
22042196	Сортові вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	50 419 108	36.2%
22042198	Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих, білих і сортових вин)	30 838 328	22.2%

Джерело: витяг з Eurostat COMEXT (2023 р.)

Імпорт червоного/рожевого вина у пляшках місткістю менше 2 літрів становить найбільшу частку імпорту – 92,7 млн євро, наступну позицію посідає біле вино – 37,6 млн євро та несортові ігристі вина без географічних зазначень – 2,5 млн євро. Імпорт сортових вин (білих і червоних/рожевих) домінує в імпорті з-за меж ЄС, становлячи 78,3% або 72,6 млн євро на рік, відповідно.

Ціни на імпорتنі вина

Середні ціни у 2022 році були вищі, ніж в середньому за останні 3 роки, причому вина з географічним зазначенням (захищеною назвою) мають набагато вищі середні ціни, ніж сортові й несортові вина.

Таблиця 3: Середні ціни на імпортне вино в Німеччині

	Середня ціна, євро/л (2022 р.) умови CIF	Середня ціна, євро/л (2020 – 2022 рр.) умови CIF
Ігристе вино		
22041098 Ігристе вино зі свіжого винограду (крім сортових вин)	6,96	5,87
Біле вино		
22042193 Білі вина, не вироблені в ЄС, у тарі місткістю <= 2 л, з PDO або PGI (крім ігристих і напівігристих вин)	6,11	5,14
22042195 Сортіві білі вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, у тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих і напівігристих вин)	3,52	3,34
22042197 Білі вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих і сортових вин)	3,69	3,79
Червоне/рожеве вино		
22042194 Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л, з PDO або PGI (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	6,72	5,21
22042196 Сортіві вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	4,44	4,01
22042198 Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих, білих і сортових вин)	4,72	4,52

Джерело: витяг з Eurostat COMEXT (2024 р.)

Несортіві ігристі вина (без GI) мають вищі імпортні ціни, ніж тихі вина. Червоні/рожеві вина мають вищі ціни, ніж білі вина. Ціни на тихі вина із захищеною назвою географічного зазначення в ЄС є вищими, ніж на інші незахищені вина. Дивує, що несортіві вина (як білі, так і червоні/рожеві) мають вищі середні імпортні ціни, ніж сортіві, незважаючи на те, що маркетингові дослідження свідчать, що німецькі споживачі купують вина за сортами винограду; тобто, останнє твердження, ймовірно, є справедливим для вин з географічним зазначенням, але не стосується імпортних вин без географічного зазначення.

5. Можливі стратегії за сегментами

Шляхи виходу на ринок

У Німеччині налічується понад 600 імпортерів та імпортерів/дистриб'юторів/ центрів роздрібної торгівлі, що робить цей ринок дуже фрагментованим. Міжнародні порівняльні аналізи підтверджують низький рівень цін на вино в Німеччині та високу цінову чутливість німецьких споживачів, що свідчить про складність проникнення на німецький ринок. Шлях до ринку залежить від сегменту й стратегії, на яку орієнтується експортер. Наприклад, масовий ринок роздрібної торгівлі або дискаунтерів знаходиться в нижньому ціновому діапазоні із середньою ціною 2,92 євро за літр. Цей сегмент ринку вимагає великих обсягів, і завдяки своїй ринковій вазі супермаркети/дискаунтери для покриття витрат і збереження своєї маржі домовляються про знижки в розмірі від 25% до 50% або вимагають плату за розміщення на полицях. З іншого боку, спеціалізовані винні магазини пропонують вищі ціни й вимагають менших обсягів, але конкуренція тут вища (менше клієнтів), а шлях до ринку складніший, оскільки багато дрібних імпортерів і роздрібних торговців розосереджені по різних регіонах Німеччини.

Таблиця 4: Обсяги імпорту й ціни

	Імпорт з- поза меж ЄС, євро	Середня ціна, євро/л, на умовах CIF (2022)
22041098 Ігристе вино зі свіжого винограду (крім сортових вин)	2 512 836	6,96
Біле вино		
22042193 Білі вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л, з PDO або PGI (крім ігристих і напівігристих вин)	4 811 549	6,11
22042195 Сортіві білі вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, у тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих і напівігристих вин)	22 226 670	3,52
22042197 Білі вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих і сортових вин)	10 537 909	3,69
Червоне/рожеве вино		
22042194 Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л, з PDO або PGI (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	11 442 449	6,72
22042196 Сортіві вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	50 419 108	4,44
22042198 Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих, білих і сортових вин)	30 838 328	4,72

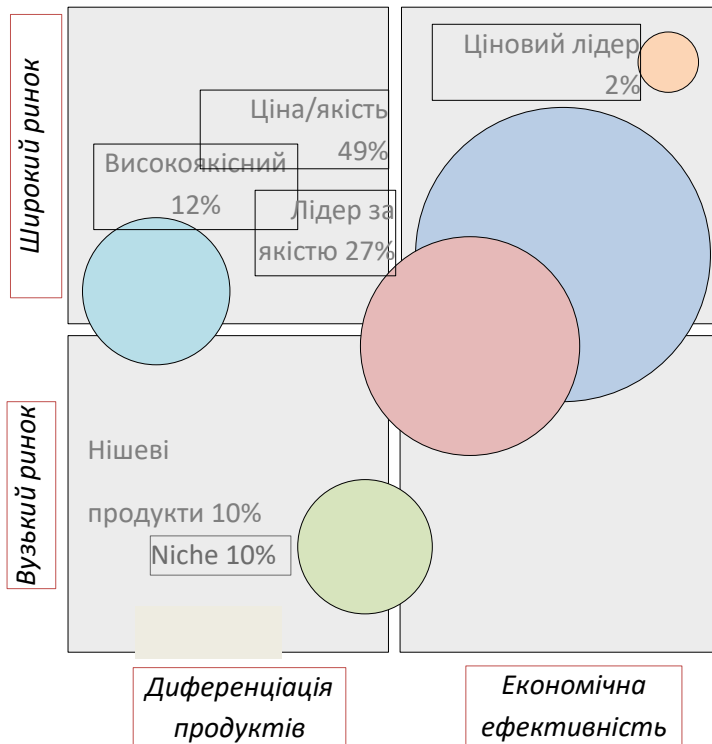
Джерело: Розраховано за даними Eurostat

Середні імпортні ціни на вина, що походять з-поза меж ЄС, є вищими за середні роздрібні ціни, що свідчить про те, що більшість імпортного вина в пляшках призначена для спеціалізованого або онлайн-сегменту ринку. З точки зору співвідношення ціна/попит, червоне/рожеве несортіве вино посідає друге місце за попитом на тлі відносно високих імпортних (з вивантаженням) цінах. Таким чином, оптимальною стратегією є орієнтація на 40% німецького ринку, які готові платити роздрібну ціну 6-15 євро за пляшку червоного/рожевого сортового або несортівого вина, переважно в спеціалізованих винних магазинах, (імпорт становить понад 81 млн євро на рік за середньою ціною 4.44-4.72 євро за літр на умовах CIF). Слід зазначити, що це – середні ціни, а, отже, існує можливість для подальшої диференціації, оскільки 10% німецьких споживачів готові платити роздрібну ціну понад 15 євро за пляшку.

Стратегічний підхід

Диференціація/інновації відіграють найважливішу роль на конкурентних фрагментованих ринках, таких як німецький ринок вина. Отже, українським експортерам необхідно розробити стратегії, що відповідають обраному ними шляху виходу на ринок. Огляд німецького ринку вина дає уявлення про те, які стратегії працюють на різних сегментах німецького ринку, на основі опитування виноробів і дистриб'юторів.

Рисунок 7: Стратегії, розповсюджені на німецькому ринку вина



Джерело: "Німецький ринок вина: Комплексний стратегічний та економічний аналіз" (2018) Марк Дресслер

Можна зробити низку спостережень:

- Стратегії, що презентують продукти високого/преміум класу, які перевищують середні показники на ринку, вимагають диференціації продукту, а не ціни, і мають успіх як на ширших, так і на вузькіших спеціалізованих ринках.
- Стратегії, що представляють нішеві продукти з диференціацією, демонструють найкращі результати у залученні нових клієнтів.
- Преміальні та нішеві кластери вимагають найвищої диференціації, успішно перетворюючи пропозиції з додатковою вартістю на прибутковий бізнес, особливо це стосується регіональних нішевих гравців.
- Цінові лідери концентруються на простих пропозиціях, але вони покладаються на економічну ефективність для збільшення прибутку. Проте ця стратегія виявляється менш перспективною для залучення нових клієнтів в умовах жорсткої конкуренції в Німеччині.
- Досліджена класифікація стратегій показує, що все ще переважає орієнтація на продукт з близьким до конкурентів профілями (важливо порівнювати та контрастувати з існуючими пропозиціями на ринку, а у випадку преміальних вин така стратегічна поведінка забезпечує вищі ціни через обізнаність про якість).
- Усвідомлення сталого розвитку дає змогу для стратегічного профілювання, що інтегрує екологічні, економічні та соціальні цілі, й забезпечує зростаючу нішу на конкурентному винному ринку.

Сегмент ігристих вин (операційні особливості)

Ігристі вина продаються переважно супермаркетами та дискаунтерами, які використовують ігристі вина як основний тизер для залучення покупців до магазинів. Як наслідок, майже половина обсягу ігристих вин продається за допомогою інтенсивних рекламних акцій, спрямованих на постачальників. Сегмент ринку ігристих вин на 80% складається з німецької та на 20% з імпортової продукції, причому німецькі бренди формуються з вина, що надходить з-за кордону наливом. Хоча німецький ринок ігристих вин обслуговують понад 1300 постачальників, сім найбільших виробників мають разом понад 85% ринку. Ця висока концентрація контрастує з фрагментованим ринком тихих вин.

Засоби диференціації

Отже, нові вина на німецькому ринку важливо просувати за допомогою конкурсів, ЗМІ та впливових осіб, що може бути відносно дешевим (порівняно з рекламою і роздрібною торгівлею) способом підвищення обізнаності про них на німецькому ринку.

Mundus Vini, що проводиться компанією Meininger (видавцем Meininger's Wine Business International), є однією з двох найважливіших міжнародних винних нагород, визнаних німецькими споживачами. Інша нагорода – Berlin Wine Trophy. Meininger's також організовує низку спеціалізованих конкурсів для певних сортів, таких як рислінг, ігристе та рожеве.

У Німеччині Йенс Пріеве є успішним онлайн-видавцем зі своєю платформою Weinkenner.de. Для демонстрації високоякісних винних брендів дуже актуальним є винний журнал Fine Weinwirtschaft – це найважливіший галузевий журнал, а Sommelier Magazin може забезпечити прямий доступ до важливих мультиплікаторів.

Інфлюенсери з Німеччини часто пишуть англійською мовою, що ускладнює оцінку фактичного охоплення в німецькомовних країнах. Три найуспішніші німецькомовні акаунти в Instagram мають близько 27,5 тисяч підписників: Даніель Байєр (@wein_verstehen), Тоні Аскітіс (@asktoni.de) і Луїза Марія Шмідт (@bringflavorhome).

Найуспішніший канал на YouTube – Webweinschule (11 000 підписників), блог з найширшим охопленням – originalverkorkt.de Крістофа Раффельта, який також веде успішний подкаст. Ще один важливий подкаст – Terroir & Adiletten австрійського сомельє Віллі Шльогля, який керує відомим винним баром "Freundschaft" у Берліні. Позиціонування українських вин на цих платформах паралельно з ринковими B2B підходами (або раніше за них) допоможе підтримати переговорні позиції, які зараз можуть бути слабкими, оскільки про українські вина в Німеччині відомо небагато.

Додаток 1: Додатковий імпорт вина до ЄС за типами > 50 000 євро на рік

ПРОДУКТ/ПЕРІОД	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Середнє значення (2020-22 роки)	Частка в імпорті
22041011 Шампанське, з PDO	1135909	799482	418771	269547	759139	841001	623,229	0.2%
22041093 Ігристе вино зі свіжого винограду із захищеним зазначенням походження "PDO" (за винятком Асті спуманте, шампанського, кава та просекко)	191511	476915	25547	38298	80659	98977	72,645	0.0%
22041094 Ігристе вино зі свіжого винограду із захищеним географічним зазначенням "PGI"	179235	104546	80496	49828	54129	211736	105,231	0.0%
22041096 Сортіві ігристі вина зі свіжого винограду без PDO та PGI	348032	382586	264478	604001	370237	403098	459,112	0.2%
22041098 Ігристі вина зі свіжого винограду (крім сортівих)	946949	1511470	1588271	2050874	3031566	2456068	2,512,836	0.9%
22042112 Білі вина, вироблені в Бордо, в тарі місткістю <= 2 л, з фактичною алкогольною міцністю <= 15% об., з PDO (за винятком ігристих і напівігристих вин)	19131	15948	18227	11532	293856	7432	104,273	0.0%
22042113 Білі вина, вироблені в Бургундії, в тарі місткістю <= 2 л, з фактичною міцністю <= 15% об., з PDO (за винятком ігристих і напівігристих вин)	93505	169270	62696	22866	139189	402908	188,321	0.1%
22042142 Вина, вироблені в Бордо, в тарі місткістю <= 2 л, з фактичною міцністю <= 15% об., з PDO (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	420221	412683	626214	558227	735106	1197691	830,341	0.3%
22042143 Вина, вироблені в Бургундії, в тарі місткістю <= 2 л та фактичною міцністю <= 15% об., з PDO (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	575007	693331	397872	316438	385777	586378	429,531	0.1%
22042146 Вина, вироблені в Долині Рони, в тарі місткістю <= 2 л з фактичною міцністю <= 15% об., з позначкою PDO (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	28818	44844	9094	3021	45274	110499	52,931	0.0%
22042166 Вина, вироблені в Тоскані, в тарі місткістю <= 2 л та фактичною міцністю <= 15% об., з PDO (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	128058	102329	102959	30432	132461	62061	74,985	0.0%
22042178 Вина, вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л та фактичною алкогольною міцністю <= 15% об., з PDO (крім Бордо, Бургундії, Божоле, Долини Рони, Лангедоку-Руссільйону, Долини Луари, Сицилії, П'ємонт, Тоскани, Трентіно, Альто-Адідже, Венето, Дао, Байради, Дору, Наварри, Пенедесу, Рюхи, Вальдепенасу, ігристих, напівігристих і білих вин)	123846	160683	209791	284454	237722	487003	336,393	0.1%
22042179 Біле вино, вироблене в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л та фактичною міцністю <= 15% об., з PGI (крім ігристих і напівігристих вин)	77995	58960	26577	40014	3611	111610	51,745	0.0%
22042180 Вина, вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л та фактичною міцністю <= 15% об., з PGI (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	165576	257045	350930	130045	189829	96317	138,730	0.0%
22042181 Сортіві білі вина без PDO та PGI, вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л та фактичною міцністю <= 15% об. (крім ігристих та напівігристих вин)	75416	97727	75196	80791	108395	216707	135,298	0.0%
22042182 Сортіві вина без PDO та PGI, вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л та фактичною міцністю <= 15% об. (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	468911	461881	476627	621195	449462	355765	475,474	0.2%
22042183 Білі вина, вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л та фактичною міцністю <= 15% об. (крім ігристих, напівігристих і сортівих вин)	3425	7605	60633	98977	126280	105353	110,203	0.0%
22042184 Вина, вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л та фактичною міцністю <= 15% об. (крім ігристих, напівігристих, білих і сортівих вин)	120211	71956	229673	227156	221743	168971	205,957	0.1%
22042186 Херес, у тарі місткістю <= 2 л та фактичною міцністю > 15% об., з PDO або PGI	131023	129036	104163	33506	49800	71150	51,485	0.0%
22042189 Портвейн, у тарі місткістю <= 2 л та фактичною міцністю > 15% об., з PDO або PGI	24879	47798	63888	88121	72140	60732	73,664	0.0%
22042193 Білі вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л, з PDO або PGI (крім ігристих і напівігристих вин)	4289727	7105726	8382892	10563810	1730965	2139872	4,811,549	1.6%
22042194 Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л, з PDO або PGI (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	16240042	18391346	20468991	21812644	6677624	5837080	11,442,449	3.9%
22042195 Вина білі сортіві без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, у тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих і напівігристих вин)	25592075	23737638	19643796	24746065	20978076	20955868	22,226,670	7.6%
22042196 Сортіві вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	66361267	60730125	46453627	58156101	46639711	46461513	50,419,108	17.1%
22042197 Білі вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих і сортівих вин)	20667096	128886614	12340769	6578145	13572217	11463365	10,537,909	3.6%

ПРОДУКТ/ПЕРІОД	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Середнє значення (2020-22 роки)	Частка в імпорті
22042198 Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю <= 2 л (крім ігристих, напівігристих, білих і сортових вин)	55129772	33495599	33369169	22748491	41611668	28154825	30,838,328	10.5%
22042222 Вина, вироблені в Бордо, в тарі місткістю > 2 л, але <= 10 л, з фактичною алкогольною міцністю <= 15% об'ємних одиниць, з PDO (крім ігристих і напівігристих вин)	24606	4865	24092	12750	82340	78281	57,790	0.0%
22042295 Білі сортові вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, у тарі місткістю > 2 л, але <= 10 л (крім ігристих і напівігристих вин)	96460	103242	103993	1856993	150081	94254	700,443	0.2%
22042296 Сортіві вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю > 2 л, але <= 10 л (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	316305	314320	451855	445217	504982	403332	451,177	0.2%
22042298 Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю > 2 л, але <= 10 л (крім ігристих, напівігристих, білих і сортових вин)	484249	343467	439925	258606	194878	164607	206,030	0.1%
22042993 Білі вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю > 10 л, з PDO або PGI (крім ігристих і напівігристих вин)	14658775	18397860	9006570	178732	385474	104861	223,022	0.1%
22042994 Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю > 10 л, з PDO або PGI (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	20413529	27188361	21521701	2676791	1859634	3550831	2,695,752	0.9%
22042995 Сортіві білі вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю > 10 л (крім ігристих і напівігристих вин)	38021706	43355603	59923143	64332179	59501256	60748784	61,527,406	20.9%
22042996 Сортіві вина без PDO та PGI, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю > 10 л (крім ігристих, напівігристих і білих вин)	45086587	47500141	56373944	73613277	59799797	59729098	64,380,724	21.9%
22042997 Білі вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю > 10 л (крім ігристих, напівігристих і сортових вин)	1431180	5748483	4155458	7768322	6772681	3837554	6,126,186	2.1%
22042998 Вина, не вироблені в ЄС, в тарі місткістю > 10 л (крім ігристих, напівігристих, білих і сортових вин)	14293390	22518416	21358801	20872408	20720655	18854181	20,149,081	6.8%