

- Avropa İttifaqı (Aİ) dünyanın ən böyük şərab istehsalçısı olaraq qalmaqdadır və global şərab istehsalının təxminən 60%-i Aİ-nin payına düşür.
- Hazırda Almaniyanın üzüm bağlarında təxminən 100 növ üzüm yetişdirilir. Son 30 ildə ölkədə şərab istehsalı təxminən 2 dəfə artmışdır. Orta hesabla ölkədə istehsal olunan məcmu şərabın təqribən 59-67%-i ağ şərabın payına düşür.
- Ən çox istehsal olunan ağ şərab növləri "Riesling" (60.5%) və "Müller-Thurgau"dur (14%). Digərlərinə misal olaraq, "Silvaner", "Pinot Grigio" və "Pinot Blanc" növlərini göstərmək olar. Ümumiyyətlə, iqlim şəraiti ilə əlaqədar olaraq şərab istehsalı 13 şərab regionunda (əsasən cənubda və çay vadilərində) təmərküzləşmişdir. "Rheinhessen" və "Pfalz" ölkədə şərabın istehsal olunduğu əsas regionlardır.
- Ev təsərrüfatlarının 2/3-isi tərəfindən şərab istehlak olunur və orta hesabla adambaşına düşən illik istehlak təxminən 20 litr (təqribən 20.5 ml) təşkil edir. Alman şərab istehsalçıları yerli bazarda təqribən 45% paya malikdirlər.
- Almaniya şərab istehsal olmasına baxmayaraq, yerli istehsal Almaniya əhalisinin istehlakını tam qarşılıya bilmir. Ölkənin şərab istehlakının 40%-i Alman şərabları, 60%-i isə idxal olunan şərablar hesabına ödənilir. Bu xüsusda, yerli əhali istehlakda daha çox qırmızı şərabı üstünlük verir.
- Alman ev təsərrüfatları tərəfindən il ərzində alkoqollu içkilərin alınmasına 11.2 milyard avrodan (şərab məsrəfləri 39%) çox vəsait sərf olunur. İstehlak olunan şərabların təxminən 60%-i qırmızı, 31%-i ağ və 9%-i isə çəhrayı şərab olmuşdur. 2015-ci ildə Almaniya şərab idxalı 2.5 milyard avro təşkil etmişdir.
- Aİ-yə daxil olmayan ölkələrdən Almaniya şərab idxalı ümumi istehlakın 10%-ini təşkil edir. İdxalda əsas ölkələr İtaliya, Fransa və İspaniyadır. Sonrakı yerləri isə Cənub Afrika, Avstraliya, Çili və ABŞ, o cümlədən Avstriya, Portuqaliya, Makedoniya, Macarıstan və Yunanıstan tutur.
- Almaniya şərabın idxal həcmi (dünyada 3-cü yer, Aİ-də Böyük Britaniyadan sonra 2-ci yer), istehlakı (dünyada 4-cü yer), ixracı (dünyada 8-ci yer; ölkənin ixracında əsas təyinat ölkələri: ABŞ, Böyük Britaniya, Niderland, Norveç, İsveç, Finlandiya) və istehsalı (Aİ-də Fransa, İtaliya və İspaniyadan sonra 4-cü yer; dünyada 10-cu yer) üzrə dünyada qabaqcıl sıralardadır. Almaniya dəyər baxımından Avropa məcmu şərab bazarının təqribən 13.3%-ini əhatə edir.
- Ölkədə şərabın ticarəti bütün ölkələr üçün açıqdır və keyfiyyət şərtlərinə cavab verildiyi təqdirdə ticarətdə heç bir məhdudiyyət və maneə mövcud deyildir (Almaniya dünyanın ən liberal bazarlarından sayılır).
- Almaniya şərabın istehlakını güclü şəkildə demotivasiya etmir və bu xüsusda, şərabın istehlakı aksiz rüsumlarından azaddır (əlavə dəyər vergisi – 19%).
- Şərab ticarəti əsasən "diskounter"lər (Aldi Süd, Aldi Nord, Lidl, Netto, Norma, Penny), supermarketlər (Rewe, Edeka, Metro Group), şərab mağazaları, restoranlar və şərab kooperativləri vasitəsilə həyata keçirilir.
- "Diskounter" və supermarketləri əhatə edən pərakəndə satış sektoru ümumi şərab ticarətinin 50-60%-ini təşkil edir. Bazarın yerdə qalan 40-50%-i şərabı birbaşa satan şərab zavodları, restoran ticarəti və ixtisaslaşmış şərab pərakəndə ticarətçiləri arasında bölünmüşdür. Şərabın təxminən 15%-i restoranlar, 10%-i ixtisaslaşmış mağazalar, 15-20%-i birbaşa olaraq istehsalçılardan alınır.

- Qiymətlər satış kanalından asılı olaraq müxtəlif səviyyədədir. 2015-2016-cı illərdə "diskounter"lər daxil olmaq pərakəndə satış sektoru şərabın hər litrini orta qiymətlə təxminən 2.97 avroya satmağa nail olmuşlar (hər şərab şüşəsi üçün istehlak qiymətinin göstəriciləri -"diskounter"lər: 1.75 avro, supermarketlər: 2.45 avro, ixtisaslaşmış mağazalar: 3.45 avr). İxtisaslaşmış şərab mağazalarında qiymətlər daha yüksəkdir.
- "Marja" – "diskounter"lər (pərakəndə satışın 10-20%-i), supermarketlər (pərakəndə satışın 25-35%-i), şərab mağazaları (pərakəndə satışın 35-50%-i), restoranlar (restoran qiymətinin 70-80%-i), topdan satış (topdan satış qiymətinin 15-25%-i), agentlər (qiymətin 2-20%-i).
- Almaniyaadakı pərakəndə şərab ticarət nöqtələrinin strukturu (şirkətlərin sayı): özləri tərəfindən marketinq həyata keçirilən şərab zavodları: 8000, ixtisaslaşmış mağazalar, internet vasitəsilə yaxud poçt sifarişi: 2500, "diskount" mağazalar: 16000, pərakəndə ticarət edən ərzaq marketləri: 19500.
- Alman əhalisinin demografiyasındakı meyllər ölkədə gələcək şərab istehlakına nəzərəcarpacaq dərəcədə təsir edəcəkdir. Belə ki, alman əhalisi getdikcə azalır və yaş piramidası daha yaşlı nəsillərə doğru hərəkət edir. Lakin, buna baxmayaraq, gənc nəsillərlə müqayisədə daha yaşlı nəsil daha çox şərab istehlak edir. Bu müstəvidə, 2060-cı ilədək ölkədə şərab istehlakının adambaşına təxminən 21 litr səviyyəsində qalması gözlənilir.
- Almanlar şərabın mənşə ölkəsi barədə açıq-fikirlidir, mağazaların rəflərində mövcud olan təklifləri nəzərdən keçirməyi xoşlayır, seçimi əsasən dadma vasitəsilə edir, qiymətə çox həssas yanaşır və ümumən şərab içməyi sevirlər.
- Ölkədə artan tələbat ilə əlaqədar olaraq Alman şərab bazarı çox cəlbedici, dinamik, keyfiyyət və qiymət cəhətdən çox rəqabətlidir. Eyni zamanda, almanlar dünyanın bütün ölkələrindən olan şərablara maraqla göstərirlər.
- Hazırda şərab ticarətində əsas meyl istehlakçıların rahatlığa üstünlük verməsi ilə əlaqədar olaraq supermarketlərin güclənməsi və dominantlığı ələ almasıdır. Eyni zamanda, ixtisaslaşmış şərab mağazalarında şərab ticarəti ilə bağlı çətinliklər, dik təpəlikdə yerləşən üzüm bağlarında istehsalın azalması, son illərdə şərabın istehlakının artması, şərab istehsal edən və uğurlu marketinq sistemində malik olan kiçik özəl şərabxanaların üzümə tələbinin, aromatik şərablara meylin, həmçinin şərabın internet vasitəsilə satışının artması müşahidə edilir.
- Ümumiyyətlə, bazarın böyüklüyü, iqtisadi sabitlik və artım üçün gələcək perspektivlər baxımından Almaniya şərab biznesi üçün əlverişli imkanlar vardır.
- Həmçinin, Almaniya digər Aİ ölkələrinə şərab satışının həyata keçirilməsi üçün bir qovşaq qismində istifadə oluna bilər.