

Geomarketing Weingüter Mosel an Endverbraucher (2025)

Prof. Dr. Simone Loose, Dr. Christoph Kiefer & Damaris Jung Stand: 24.02.2026

- **Der Bericht analysiert den Absatz der Weingüter von der Mosel in der Direktvermarktung**
- Grundlage der Auswertung sind die Bestellungen, die nach der ersten, zweiten und dritten Stelle der Kunden-Postleitzahl (PLZ 1-3).
- Untersucht wird, welcher Anteil des Umsatzes auf die jeweiligen Regionen entfällt und in welchen Regionen die höchsten Erlöse erzielt werden.
- Der Bericht stellt die Methodik und wesentliche Ergebnisse vor.

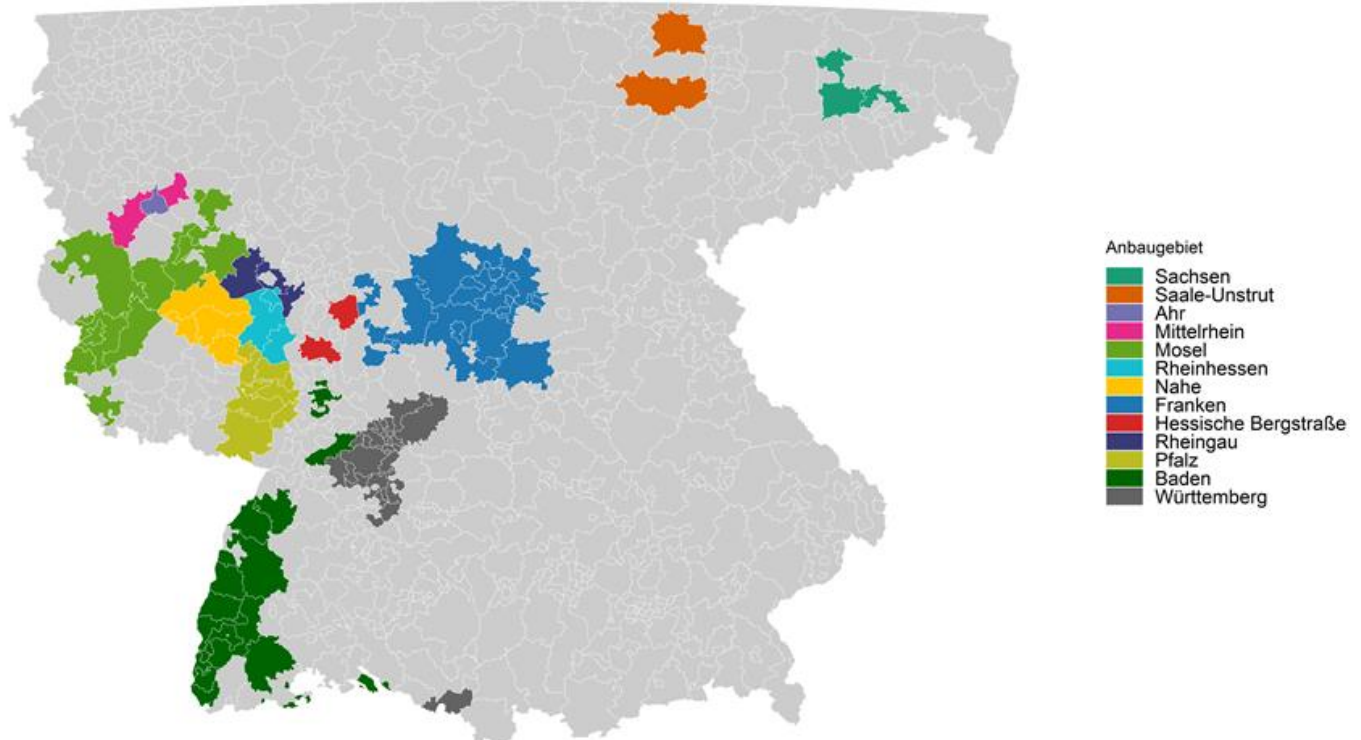
- Lage der Weingüter
- Auswertbare Geodaten
- Umsatz
 - 1) Kernlokalverkauf
 - 2) Erweitert lokaler Verkauf
 - 3) Überregionaler Verkauf
- Erlös
 - Durchschnittserlöse
 - Relative Abweichung der Erlöse der Mosel von anderen Anbaugebieten

Datenbasis	
Jahr 2025	
Betriebe	106
Transaktionen	178.940
Gesamtumsatz in Mio. €	103,4

Die Karte zeigt eine Übersicht der PLZ-3-Regionen, in denen die Betriebe der Geisenheimer Absatzanalyse ansässig sind.

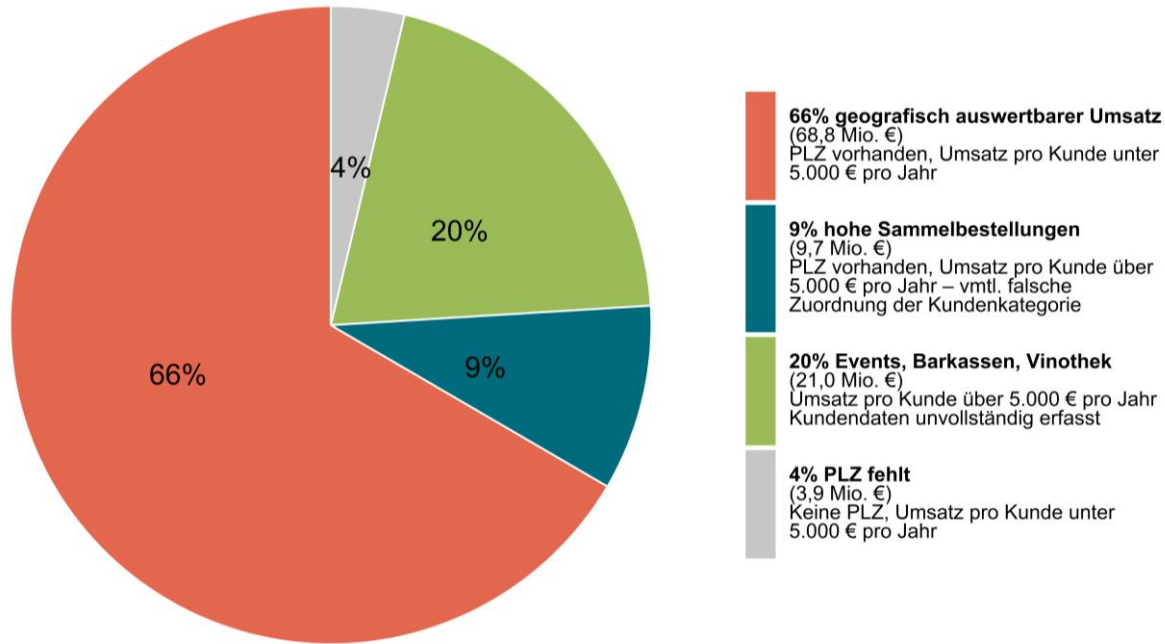
Bei Überschneidungen von mehreren Anbaugebieten erfolgte die Zuordnung anhand des jeweils überwiegenden Anteils der Betriebe.

Zum Beispiel überschneiden sich in PLZ **563** der Mittelrhein und die Mosel. Durch die in der Geisenheimer Absatzanalyse größere Zahl an Mosel-Betrieben aus 563 ist dieser Bereich deshalb als „Mosel“ grün gekennzeichnet.



UMSATZ

Gesamtumsatz Direktvermarktung Verfügbarkeit von Geodaten



Der Umsatz der Direktvermarktung der Weingüter von der Mosel beträgt insgesamt 103,4 Mio. €.

Die dargestellten Segmente zeigen die Aufteilung nach

- **PLZ** vorhanden/fehlt und
- **Umsatz** über/unter Cutoff (5.000 € pro Kunde pro Jahr).

Die Prozentwerte beziehen sich auf den jeweiligen Segmentumsatz.

Davon können 66,5 % (68,8 Mio. €) geografisch ausgewertet werden, weil eine Postleitzahl vorliegt und der Umsatz pro Kunde unterhalb der Grenze von 5.000 € pro Kunde pro Jahr liegt.

Lokale und Überregionale Direktvermarktung

Wo befinden sich die Kunden der Direktvermarktung?

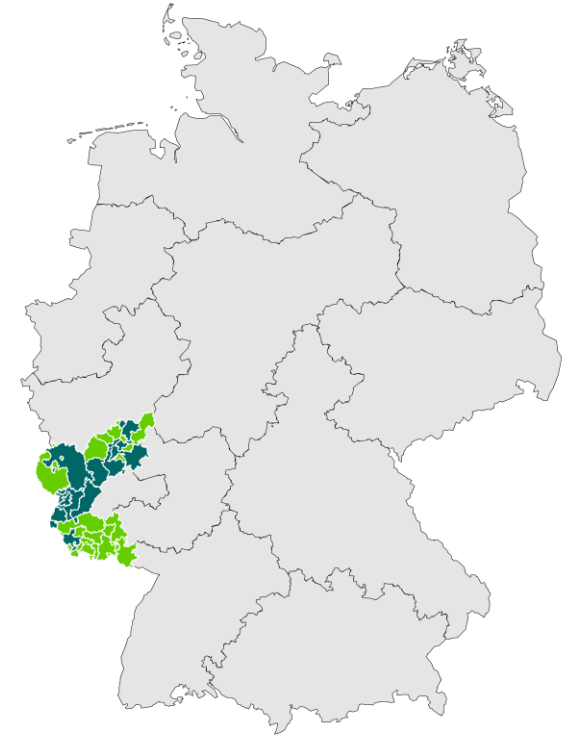
- 1) **Kernlokalverkauf** – Weingut und Kunde befinden sich innerhalb derselben PLZ3-Region = **8,2** % der Umsätze.
- 2) **Erweitert lokaler Verkauf** – die ersten beiden Ziffern der Postleitzahl von Weingut und Kunde stimmen überein, jedoch nicht die ersten drei Ziffern = **13,8** % der Umsätze.
- 3) **Überregionaler Verkauf** bezeichnet alle Verkäufe außerhalb der beiden PLZ-2-Regionen 54 und 56 und 66 = **78,0** % der Umsätze.

Geografisch zuordenbare Direktvermarktung (66,5% vom Gesamtumsatz Mosel)		Umsatzanteil in %	Umsatz in Mio. Euro	Absatz in Mio. Liter
Kernlokaler Verkauf	Direktvermarktung und Kunde gleiche PLZ3	8,2	5,6	0,6
Erweiterter lokaler Verkauf	PLZ 54, 56, 66	13,8	9,5	0,9
Überregionaler Verkauf	Alle PLZ außer 54, 56, 66	78,0	53,6	5,7
		100,0	68,7	7,3

Zusätzlich werden 20% des Gesamtumsatzes der Weingüter der Mosel (21,0 Mio. €) lokal in Barkassen, in Vinotheken und auf Events der Weingüter erzielt.

Geomarketing: Weingut, Mosel, Endverbraucher (2025)

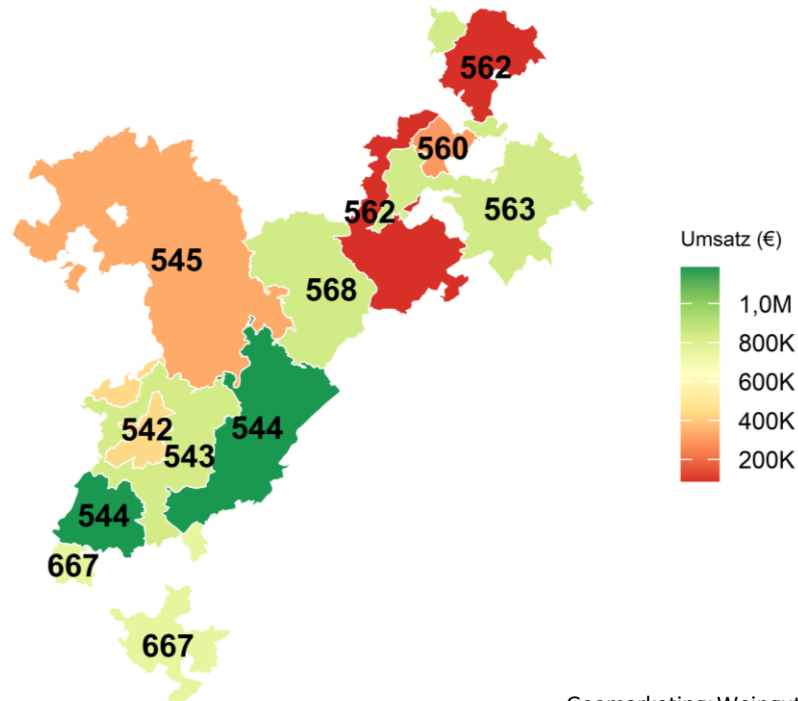
24. Februar 2026



Die Karte zeigt die kernlokalen Mosel-Regionen in Blau und die erweitert lokalen Regionen in Grün.

1) Kernlokalverkauf - absoluter Umsatz

Weingüter verkauft an Kunden innerhalb der selben PLZ-3 Region



Rang	PLZ3	Stadt/Kreis	Umsatz (Mio €)
1	544	Bernkastel-Kues	1,2
2	563	Lehmen	0,8
3	568	Zell (Mosel)	0,8
4	543	Trier-Saarburg	0,8
5	667	Perl (Saarland)	0,8
6	542	Trier	0,4
7	545	Wittlich	0,3
8	560	Koblenz	0,3
9	562	Moselkern	0,1

Der **kernlokale Umsatz** der Weingüter an Direktkunden innerhalb derselben **PLZ-3-Region** konzentriert sich vor allem auf die Region **Bernkastel-Kues** sowie auf die Gebiet um **Lehmen, Zell, Trier-saarburg und Perl**, dort wo auch die meisten Weingüter der Geisenheimer Absatzanalyse angesiedelt sind.

Diese PLZ-3-Regionen vereinen mit 3,6 Mio. Euro **rund 79 % des gesamten kernlokalen Umsatzes** der Mosel auf sich, bei denen Weingüter an die lokalen Kunden derselben PLZ-3 Region verkaufen.

1) Kernlokalverkauf – Anteil am Umsatz

PLZ3	Stadt/Kreis	Anzahl Weingüter	Umsatz (Mio €)	Lokalverkauf-Anteil
544	Bernkastel-Kues	31	21,1	5,6 %
568	Zell (Mosel)	29	18,6	4,5 %
543	Trier-Saarburg	17	9,6	8,7 %
545	Wittlich	11	6,7	5,0 %
563	Lehmen	7	5,3	16,0 %

Die Tabelle zeigt den **Anteil des Kernlokalverkaufs am geografisch auswertbaren Umsatz**, der in den einzelnen PLZ3 Regionen erzielt wird.

Der Anteil, den die Weingüter aus den verschiedenen PLZ3 Regionen kernlokal absetzen variiert stark zwischen 5 und 16%.

In den PLZ3-Regionen der Mosel entfallen im Durchschnitt rund 8% des Umsatzes der Weingüter auf den Kernlokalverkauf.

Eine höhere Dichte von Weingütern in einer Region, führt tendenziell zu einem geringeren Kernlokalverkaufsanteil. Die Weingüter stehen dann regional stärker miteinander im Wettbewerb und müssen überregional ausweichen.

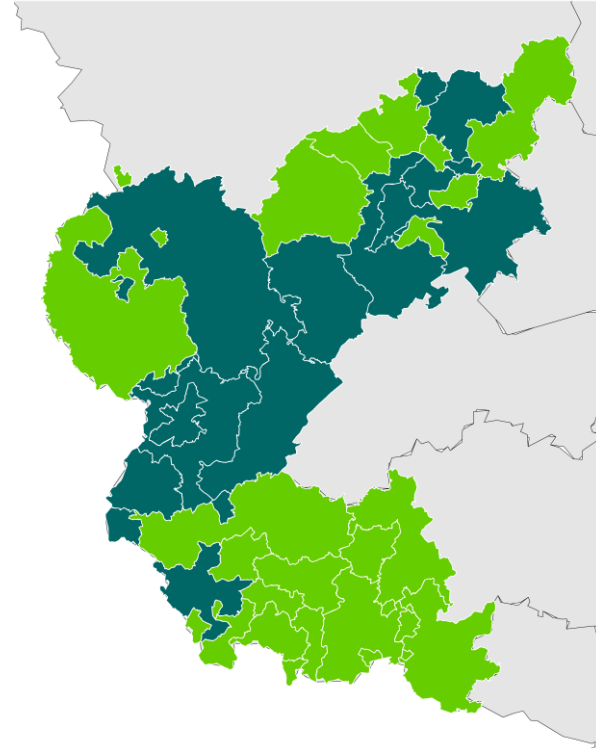
Anmerkung: In dieser Tabelle werden ausschließlich PLZ3-Regionen mit einer ausreichenden Anzahl an Weingütern in der Geisenheimer Absatzanalyse berücksichtigt (mehr als 5), da bei einer zu geringen Betriebszahl die Datengrundlage nicht belastbar genug ist.

2) Erweitert lokaler Verkauf

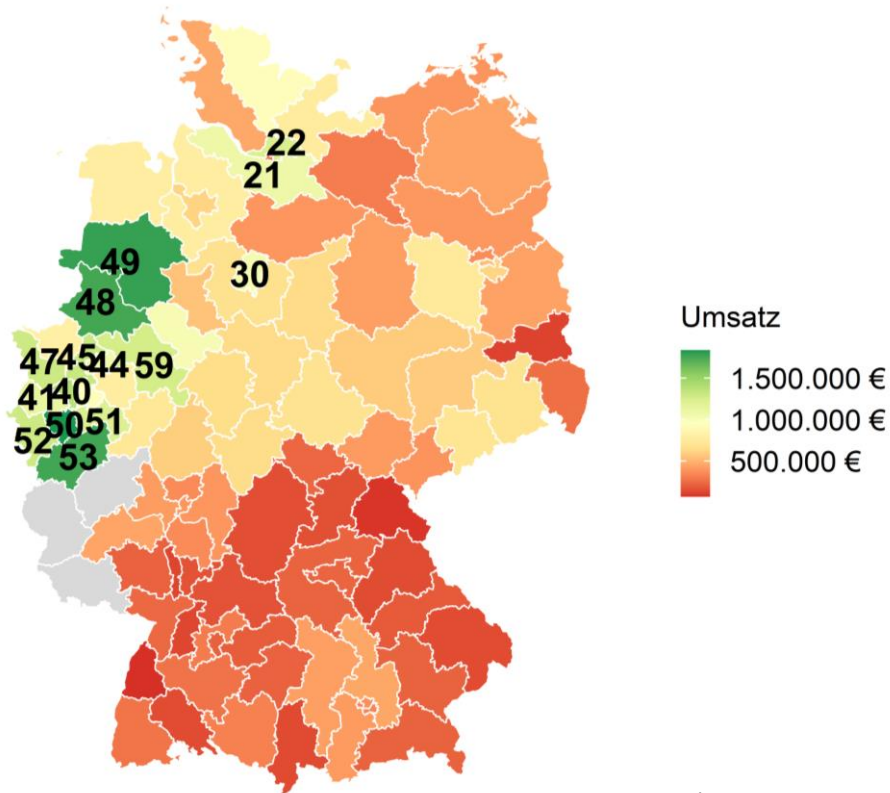
Über den Kernlokalverkauf hinaus wird ein erweiterter lokaler Absatz abgegrenzt. Dieser umfasst **Verkäufe innerhalb der PLZ-2-Region**, die der Mosel zugeordnet werden, jedoch **außerhalb der PLZ-3-Region der Mosel Weingüter**.

Diese angrenzenden Gebiete zählen zur erweiterten lokalen Absatzzone. In diesen Regionen werden **4,9 Mio. € Umsatz** erzielt.

- PLZ 66 (Saarbrücken) – 73,0 % des erweiterten regionalen Umsatzes (3,6 Mio. €).
- PLZ 56 (Koblenz) – 21,6 % des erweiterten regionalen Umsatzes (1,1 Mio. €).
- PLZ 54 (Trier) – 5,4 % des erweiterten regionalen Umsatzes (0,3 Mio. €).



3) Überregionaler Verkauf



Die Karte zeigt die **Umsatzstärke der PLZ-2 Regionen** für Mosel Weingüter in der überregionalen Vermarktung außerhalb der Heimatregion (grau).

Außerhalb ihrer Heimatregion erzielen Mosel-Weingüter Umsätze vor allem in **West- und Nordwestdeutschland**. Deutliche Schwerpunkte zeigen sich im westlichen Nordrhein-Westfalen, im nördlichen Niedersachsen sowie im Hamburger Umland. Auch entlang der Nordseeküste und in Teilen Schleswig-Holsteins werden relevante Umsätze erzielt.

In Ostdeutschland ist die Mosel stärker vertreten als viele andere Anbauggebiete. In Süddeutschland ist die Präsenz hingegen deutlich schwächer ausgeprägt.

3) Überregionaler Verkauf

Rang	PLZ2	Stadt / Kreis	Umsatz (Tsd. €)
1	50	Köln, Rhein-Erft-Kreis	1.838
2	49	Osnabrück, Emsland	1.793
3	53	Rhein-Sieg-Kreis, Bonn	1.764
4	48	Münster, Steinfurt	1.758
5	40	Düsseldorf, Mettmann	1.378
6	45	Essen, Recklinghausen	1.309
7	52	Städteregion Aachen, Düren	1.298
8	47	Duisburg, Kleve	1.297
9	59	Soest, Unna	1.261
10	22	Stormarn, Segeberg	1.234
11	51	Oberbergischer Kreis, Rheinisch-Bergischer Kreis	1.210
12	41	Rhein-Kreis Neuss, Mönchengladbach	1.119
13	21	Harburg, Stade	1.085
14	44	Dortmund, Bochum	1.059
15	30	Region Hannover	1.026

Die Tabelle zeigt die umsatzstärksten PLZ2 Regionen der Mosel Weingüter in der überregionalen Direktvermarktung.

Der überregionale Verkauf der Mosel Weingüter macht rund **84 Prozent** des in der Warenwirtschaft erfassten geografische auswertbaren Umsatzes dieser Betriebe aus.

In den Top-15-PLZ-2-Regionen erzielt die Mosel rund **39 Prozent** ihres geografisch auswertbaren Umsatzes.

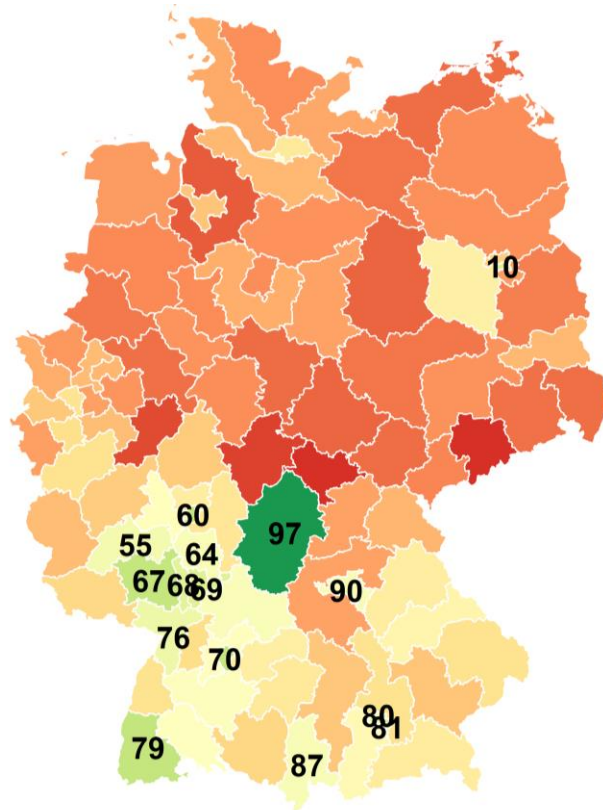
Eine vollständige Tabelle für alle 95 PLZ2 Regionen ist als Exceldatei verfügbar.

Link über den Excel bezogen werden kann:

<https://www.geisenheim-portal.de/geomarketing/>

ERLÖS PRO LITER

Durchschnittserlöse Mosel Weingut Direktvermarktung



Mit Ausnahme von Berlin erzielt die Mosel die höchsten Erlöse im Süden Deutschlands. Im Lokalverkauf sind die Erlöse nur durchschnittlich hoch. Insgesamt liegt das Erlösniveau der Mosel über dem Durchschnitt der anderen Anbaugebiete.

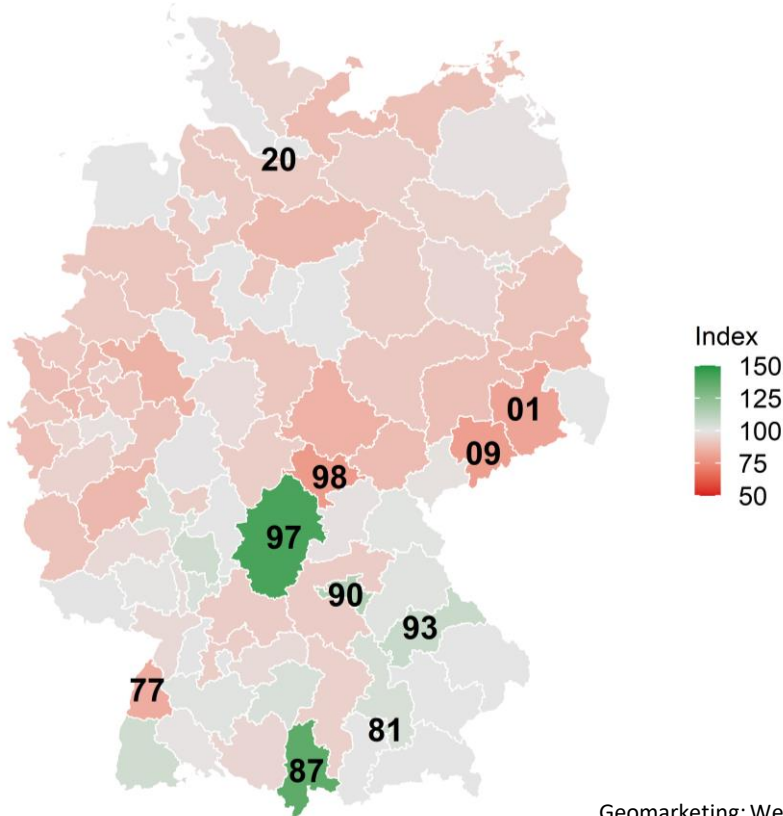
Ø Erlös (€/L)



TOP15 Regionen in denen Weingüter von der Mosel die höchsten Durchschnittserlöse erzielen.

Rang	PLZ2	Stadt / Kreis	Ø Erlös (€/L)
1	97	Würzburg, Würzburg	15,72
2	79	Breisgau-Hochschwarzwald, Lörrach	13,33
3	67	Ludwigshafen am Rhein, Rhein-Pfalz-Kreis	13,31
4	70	Stuttgartkreis, Esslingen	13,29
5	60	Frankfurt am Main	13,23
6	10	Berlin	12,82
7	69	Rhein-Neckar-Kreis, Heidelbergkreis	12,66
8	81	München	12,65
9	68	Mannheimkreis, Rhein-Neckar-Kreis	12,52
10	80	München	12,20
11	76	Karlsruhe, Karlsruhekreis	12,14
12	55	Mainz, Mainz-Bingen	11,96
13	87	Oberallgäu, Ostallgäu	11,78
14	90	Nürnberg, Fürth	11,78
15	64	Darmstadt-Dieburg, Darmstadt	11,75

Relative Abweichung der Erlöse der Mosel von anderen Anbaugebieten



Die Karte zeigt, wie stark die Erlöse im Anbaugbiet Mosel von den mittleren Erlösen aller anderen Anbaugebiete in dieser PLZ-2-Region abweichen.

Um Vergleiche zu erleichtern, wird ein Index ausgewiesen. Dieser zeigt stets die Abweichung eines betrachteten Anbaugbiets vom Durchschnitt aller anderen Anbaugebiete:

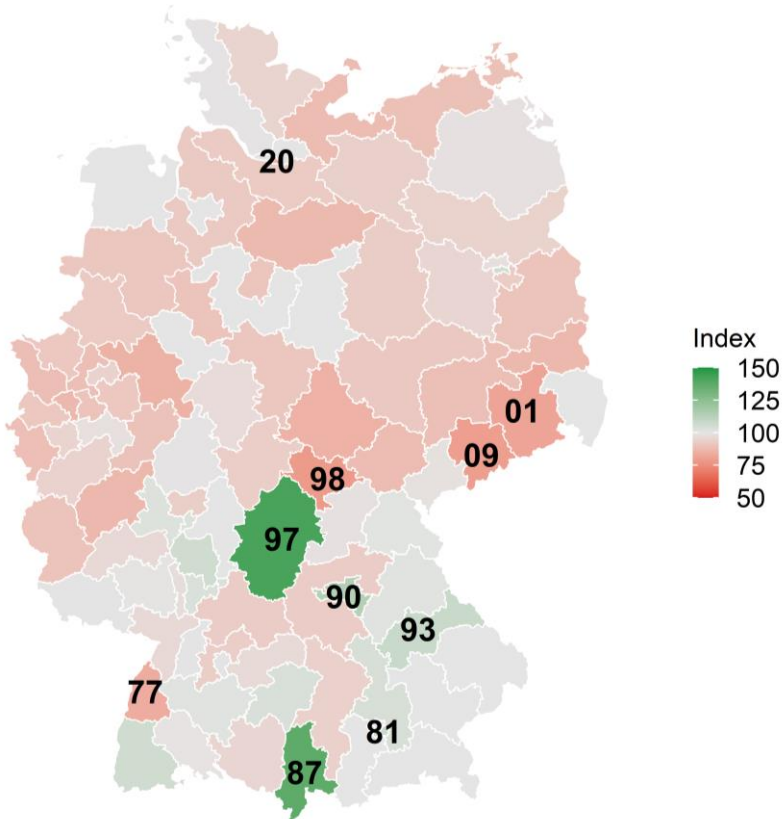
- **Index = 150:** maximale positive Abweichung der Erlöse
- **Index = 100:** kein Unterschied
- **Index = 50:** maximale negative Abweichung der Erlöse

Damit lässt sich auf einen Blick erkennen, in welchen Regionen die Mosel über- oder unterdurchschnittlich hohe Erlöse erzielt.

Insgesamt liegt das Erlösnniveau der Mosel in fast allen Regionen über dem Mittel der anderen Anbaugebiete.

Die PLZ-2-Regionen mit den größten Abweichungen werden auf der folgenden Seite aufgelistet.

Relative Abweichung der Erlöse der Mosel von anderen Anbaugebieten



Die Tabellen zeigen die fünf PLZ-2-Regionen mit der höchsten positiven bzw. negativen Abweichung der mittleren Erlöse der Mosel Weingüter im Vergleich zu anderen Anbaugebieten.

PLZ2	Stadt / Kreis	Differenz	Median Mosel	Median andere
97	Würzburg, Würzburg	4,67 €	15,72 €	11,05 €
87	Oberallgäu, Ostallgäu	3,20 €	11,78 €	8,58 €
90	Nürnberg, Fürth	1,42 €	11,78 €	10,36 €
93	Regensburg, Regensburg	0,82 €	11,10 €	10,28 €
81	München	0,93 €	12,65 €	11,71 €

PLZ2	Stadt / Kreis	Differenz	Median Mosel	Median andere
98	Schmalkalden-Meiningen, Hildburghausen	-1,94 €	7,35 €	9,30 €
09	Chemnitz, Mittelsachsen	-1,84 €	7,36 €	9,20 €
01	Dresden, Sächsische Schweiz-Osterzgebirge	-1,86 €	8,29 €	10,16 €
77	Ortenaukreis, Rastatt	-1,99 €	10,30 €	12,29 €
20	Hamburg	-1,98 €	11,48 €	13,46 €

Kontakt

Prof. Dr. Simone Loose
Damaris Jung
Antoine Wetzler M.Sc.
Christoph Kiefer M.Sc.

Institut für Wein- und Getränkewirtschaft
Hochschule Geisenheim
Tel. +49 6722 502 382

Simone.Loose@hs-gm.de

Gefördert durch

