

Absatzanalyse Genossenschafts- bericht H1/2026

Repräsentativ gewichtete Auswertung
für die Anbaugebiete Baden, Franken,
Pfalz und Württemberg

Zeitraum: Januar 2022 - Juni 2026



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de

23. Juli 2026

Inhaltsverzeichnis

- [Vorwort](#)
- [Zusammenfassung](#)
- [Entwicklung deutscher Genossenschaften](#)
 - [Übersicht](#)
 - [Gesamtentwicklung](#)
 - [Erlösentwicklung](#)
 - [Preisgruppen](#)
- [Anbaugebiete](#)
 - [Überblick](#)
 - [Vertriebswege nach Anbaugebieten](#)
 - [Baden](#)
 - [Franken](#)
 - [Pfalz](#)
 - [Württemberg](#)
- [Vertriebswege](#)
 - [Lebensmitteleinzelhandel](#)
 - [Direktvermarktung](#)
 - [Fachhandel](#)
 - [Großhandel](#)
 - [Gastronomie](#)
 - [Export](#)
- [Datenbasis](#)

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

heute erhalten Sie den **repräsentativ gewichteten Halbjahresbericht** zur Entwicklung von Umsatz, Absatz und Erlösen für die Genossenschaften aus den Anbaugebieten Baden, Franken, Pfalz und Württemberg über die Jahre 2022-2026. Der Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung des ersten Halbjahres 2026 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Mit freundlichen Grüßen,



Melanie Broyé-Engelkes



Eberhard Abele



Simone Loose



Leon Schütz



Christoph Kiefer

Zusammenfassung

Im ersten Halbjahr 2026 ging der **Absatz** der Genossenschaften um 4,7 % zurück. Die um 1,8 % **gestiegenen Erlöse** je Liter konnten den Umsatzverlust jedoch deutlich begrenzen. Während sich der Umsatzrückgang damit spürbar abschwächte, setzte sich die negative Absatzentwicklung nahezu unvermindert fort. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 lag die Absatzmenge insgesamt um 21 % niedriger.

Die Entwicklung unterschied sich deutlich zwischen den Absatzwegen. Im **LEH** verlangsamten sich die Rückgänge bei Umsatz und Absatz, der Absatzanteil ging jedoch weiter zurück. Der **FH/GFHG** konnte nach Verlusten in den Vorjahren stabilisiert werden und gewann relativ an Bedeutung. In der **Direktvermarktung** hielten höhere Erlöse den Umsatz weitgehend stabil, während sich der Mengenrückgang fortsetzte.

Im **Großhandel** gingen Absatz und Umsatz nach dem deutlichen Anstieg im Jahr 2025 wieder zurück. Die Erlöse blieben insgesamt stabil. In der **Gastronomie** konnten deutliche Erlössteigerungen die rückläufigen Mengen mehr als ausgleichen und zu einem leichten Umsatzplus führen. Im **Export** endete dagegen die positive Entwicklung der beiden Vorjahre: Absatz und Umsatz gingen im ersten Halbjahr 2026 deutlich zurück, während die Exporterlöse insgesamt leicht rückläufig blieben.

Zwischen den Anbaugebieten zeigen sich erhebliche Unterschiede. Besonders positiv entwickelten sich die fränkischen Genossenschaften, die in mehreren Absatzwegen Absatz, Umsatz und Erlöse steigern konnten. Die pfälzischen Genossenschaften weisen weiterhin den mit Abstand höchsten Exportanteil auf, mussten 2026 jedoch deutliche Absatz- und Umsatzverluste hinnehmen. In Baden und Württemberg schwächten sich die Rückgänge insgesamt bei ersten Stabilisierungstendenzen ab.



ENTWICKLUNG DEUTSCHER GENOSSENSCHAFTEN

Übersicht

Die wichtigsten Kennzahlen (H1/2026) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

	Relativer Anteil (%)			Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	100,0 %	100,0 %	3,81 €	-2,9 %	-4,7 %	1,8 %
LEH	34,4 %	33,9 %	3,85 €	-2,7 %	-4,3 %	1,7 %
Fachhandel	23,4 %	27,6 %	3,23 €	-0,4 %	-0,4 %	0,0 %
Direktvermarktung	20,7 %	12,0 %	6,58 €	-0,7 %	-6,5 %	6,3 %
Großhandel	9,6 %	14,0 %	2,60 €	-6,7 %	-6,4 %	-0,3 %
Export	5,7 %	7,1 %	3,04 €	-17,3 %	-16,1 %	-1,5 %
Gastronomie	5,1 %	3,9 %	4,97 €	1,0 %	-5,3 %	6,6 %
Sonstige	1,2 %	1,6 %	2,94 €	-0,9 %	5,6 %	-6,1 %

Anmerkung(en): Total ist die repräsentativ gewichtete Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. Zu den sonstigen Vertriebswegen zählen bspw. der Onlinehandel, Duty-Free-Stores oder steuererabzugsberechtigte Kunden wie Anwälte, Autohäuser oder Vereine. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe.

Im ersten Halbjahr 2026 ging der Absatz um 4,7 % zurück. Die um 1,8 % gestiegenen Erlöse je Liter konnten den daraus resultierenden Umsatzverlust teilweise abfedern.

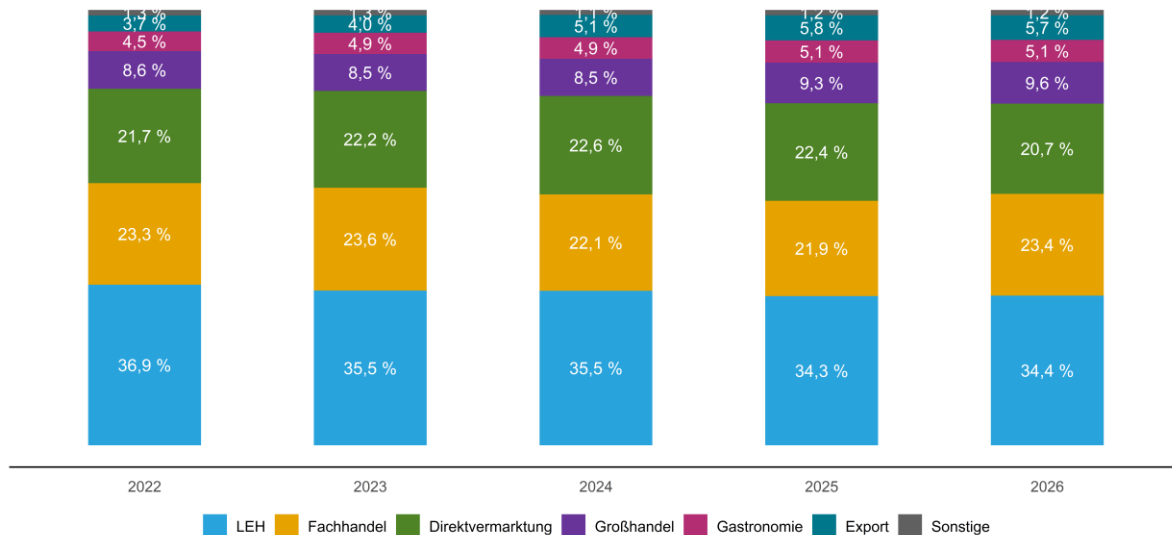
Entgegen der allgemeinen Entwicklung blieb der Absatz im Fachhandel stabil.

Besonders deutliche Erlössteigerungen wurden in der Direktvermarktung und in der Gastronomie erzielt, allerdings bei gleichzeitig rückläufigen Absatzmengen.

Der Export lag deutlich unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums.

Gesamtentwicklung

Umsatzanteil der Absatzwege pro Jahr im Zeitraum von 2022 bis Juni 2026

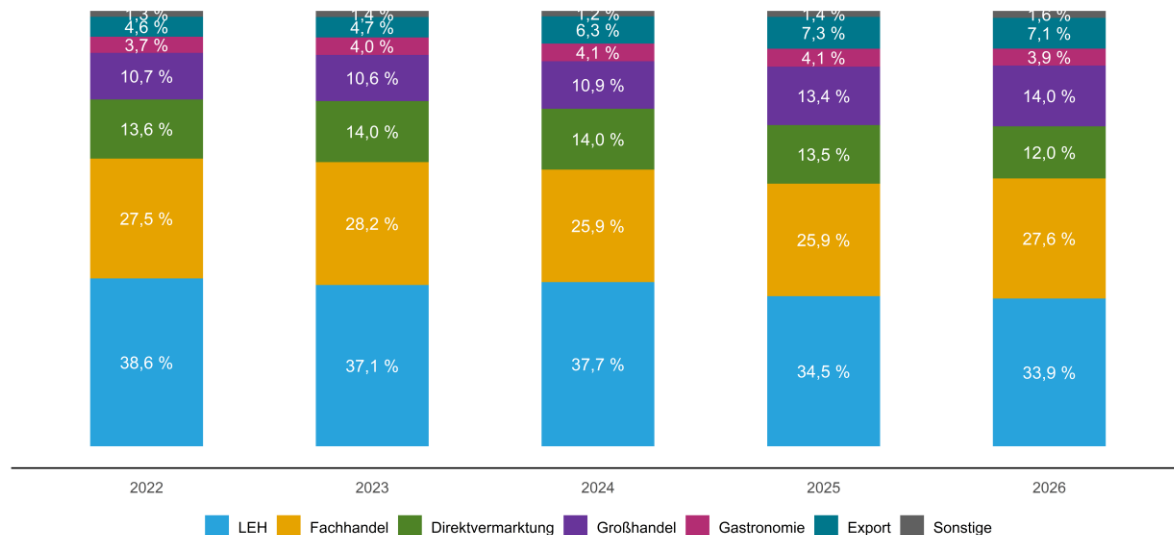


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschließlich Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe

Der Lebensmitteleinzelhandel blieb im ersten Halbjahr 2026 der wichtigste Absatzweg; sein Umsatzanteil stabilisierte sich. Der Fachhandel konnte seinen Umsatzanteil nach den Rückgängen in den Jahren 2024 und 2025 wieder ausbauen. Dagegen ging der Anteil der Direktvermarktung deutlich zurück. Der Umsatzanteil des Großhandels stieg zwar, der absolute Umsatz in diesem Absatzweg war jedoch weiterhin rückläufig.

Gesamtentwicklung

Absatzanteil der Absatzwege pro Jahr im Zeitraum von 2022 bis Juni 2026

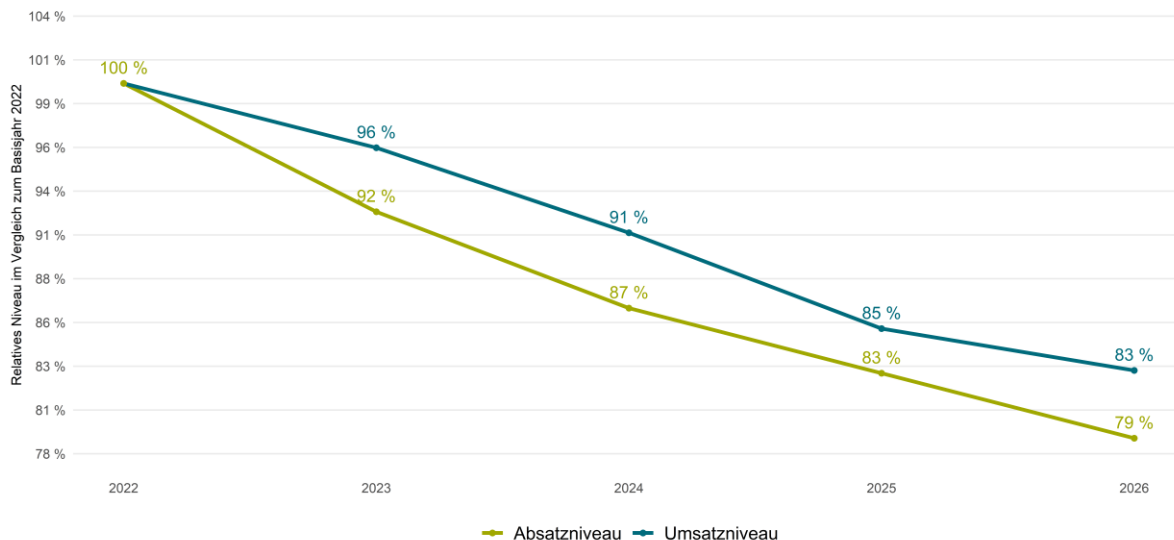


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschließlich Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe

Der Absatzanteil des Lebensmitteleinzelhandels ging weiter kontinuierlich zurück, während der Fachhandel seinen Anteil im ersten Halbjahr 2026 steigern konnte. Auch der Absatzanteil der Direktvermarktung war rückläufig. Der Großhandel gewann insbesondere im Jahr 2025 und im ersten Halbjahr 2026 an Absatzvolumen. Nach den Zuwächsen bis 2025 blieben die Anteile des Exports und der sonstigen Vertriebswege zuletzt stabil.

Gesamtentwicklung

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022



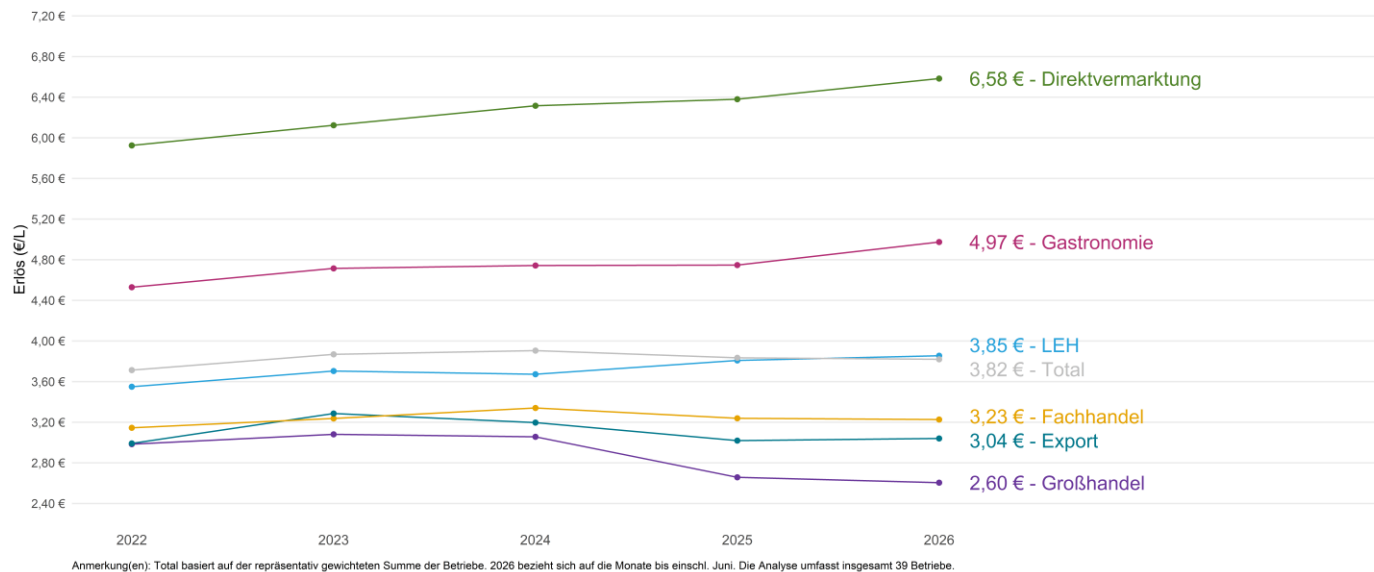
Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe.

Der Umsatzrückgang hat sich im ersten Halbjahr 2026 deutlich abgeschwächt.

Beim Absatz setzte sich die rückläufige Entwicklung dagegen nahezu unvermindert fort. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 ist die Absatzmenge um 21 % zurückgegangen.

Erlösentwicklung

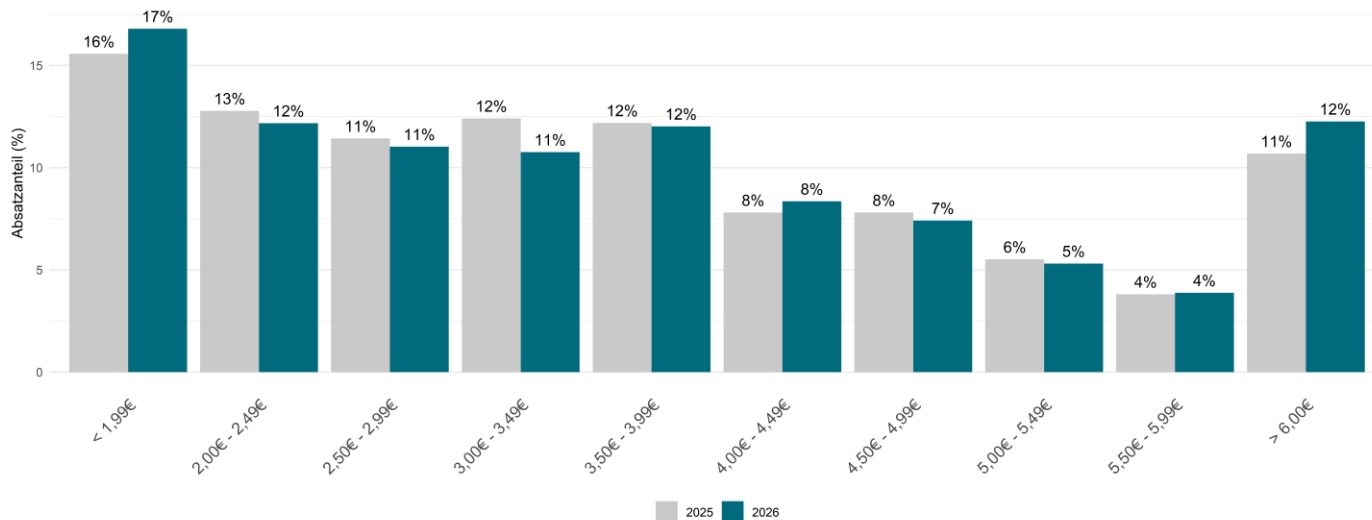
Jährliche Entwicklung des Erlöses (€/L) nach Vertriebsweg seit 2022



Nach der eher deflationären Entwicklung im Jahr 2025 stiegen die Erlöse je Liter im ersten Halbjahr 2026 um 1,8 %. Besonders deutliche Zuwächse wurden in der Direktvermarktung und in der Gastronomie erzielt, die zugleich mit Abstand die höchsten Erlöse je Liter aufweisen. Im Lebensmitteleinzelhandel und im Fachhandel blieben die Erlöse weitgehend stabil. Im Export und im Großhandel gingen sie dagegen leicht zurück.

Preisgruppen

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiet in den Jahren H1/2025 und H1/2026



Anmerkung(en): 2026 und 2025 beziehen sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe.

Die leichte Preissteigerung spiegelt sich nicht in einer einheitlichen Verschiebung der Preisgruppen wider. Vielmehr zeigt sich eine leichte Polarisierung: Sowohl die niedrigsten als auch die höchsten Preisgruppen konnten ihre Absatzanteile geringfügig ausbauen. Auch im Preisbereich von 4,00 bis 4,49 Euro je Liter stieg der Anteil.



ANBAUGEBIETE

Überblick

Durchschnittliche Erlöse (H1/2026) sowie die Entwicklung von Kennzahlen von H1/2026 zu H1/2025

	Durchschnittserlöse (€)		Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	0,75L	1L	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	2,85 €	3,81 €	-2,9 %	-4,7 %	1,8 %
Baden	2,71 €	3,61 €	-2,1 %	-1,8 %	-0,3 %
Franken	3,27 €	4,36 €	10,6 %	5,6 %	4,7 %
Pfalz	2,77 €	3,69 €	-9,4 %	-13,8 %	5,1 %
Württemberg	3,06 €	4,09 €	-2,8 %	-4,8 %	2,1 %

Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten.

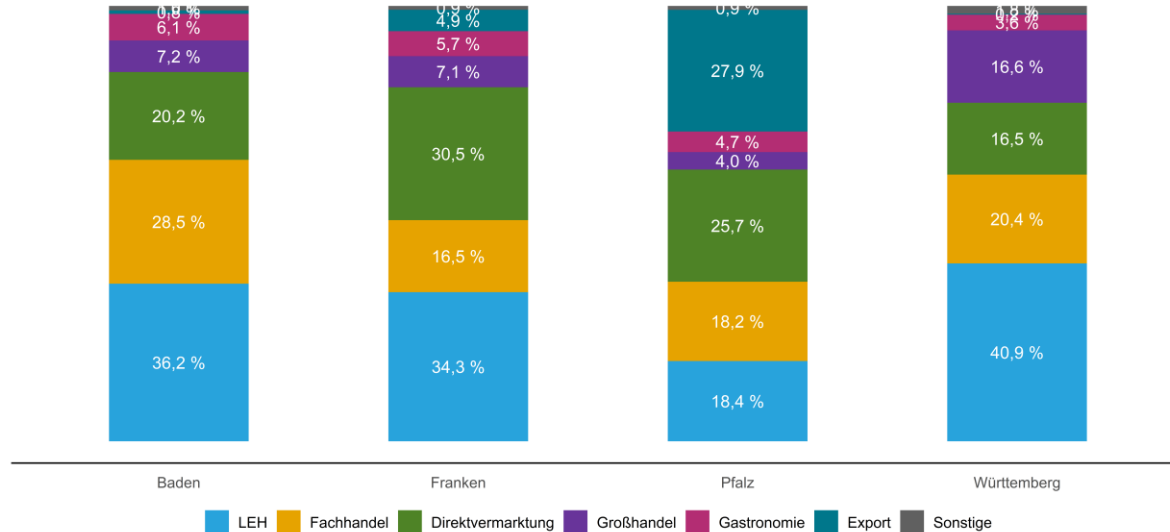
Zwischen den Anbaugebieten bestehen deutliche Unterschiede. Besonders positiv entwickeln sich die fränkischen Genossenschaften mit steigenden Absätzen, Umsätzen und Erlösen.

Die pfälzischen Genossenschaften steigerten ebenfalls ihre Erlöse, mussten jedoch starke Absatzverluste hinnehmen.

Die badischen Genossenschaften verloren etwas weniger Absatz als der Durchschnitt, während Württemberg weitgehend der Gesamtentwicklung entsprach.

Vertriebswege nach Anbaugebieten

Umsatzanteil der Vertriebswege in den Anbaugebieten (H1/2026)

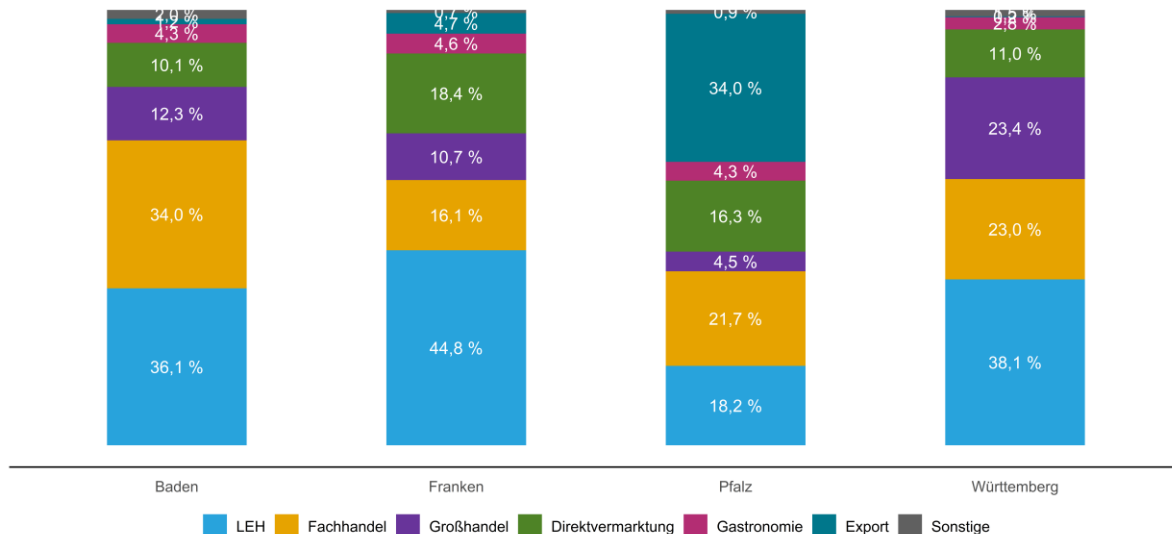


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschließlich Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe

Im Vergleich der Anbaugebiete zeigen die pfälzischen Genossenschaften eine besondere Stärke im Export. Die württembergischen Genossenschaften erzielen den höchsten Umsatzanteil im Lebensmitteleinzelhandel, während die fränkischen Genossenschaften den größten Anteil in der Direktvermarktung aufweisen.

Vertriebswege nach Anbaugebieten

Absatzanteil der Vertriebswege in den Anbaugebieten (H1/2026)



Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschließlich Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe

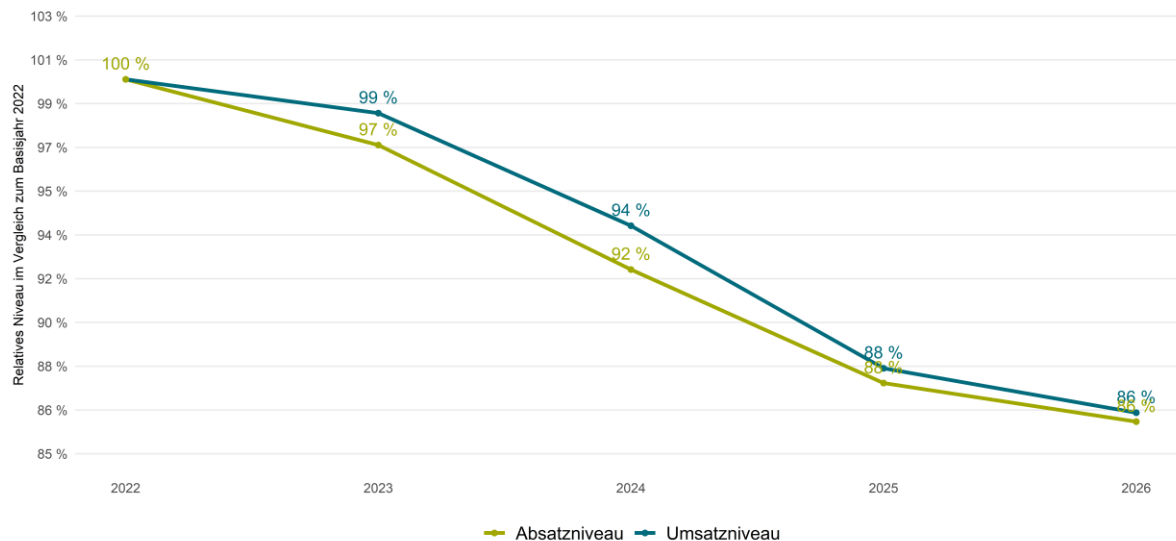
Bezogen auf den Absatz weisen die fränkischen Genossenschaften den höchsten Anteil im Lebensmitteleinzelhandel auf, was auf vergleichsweise geringe Durchschnittserlöse schließen lässt.

Im Export ist der Absatzanteil der pfälzischen Genossenschaften am höchsten.

Auch in der Direktvermarktung liegt Franken vorn, knapp gefolgt von der Pfalz; Baden und Württemberg erreichen ähnlich hohe Anteile.

Baden

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Baden in Prozent zum Basisjahr 2022

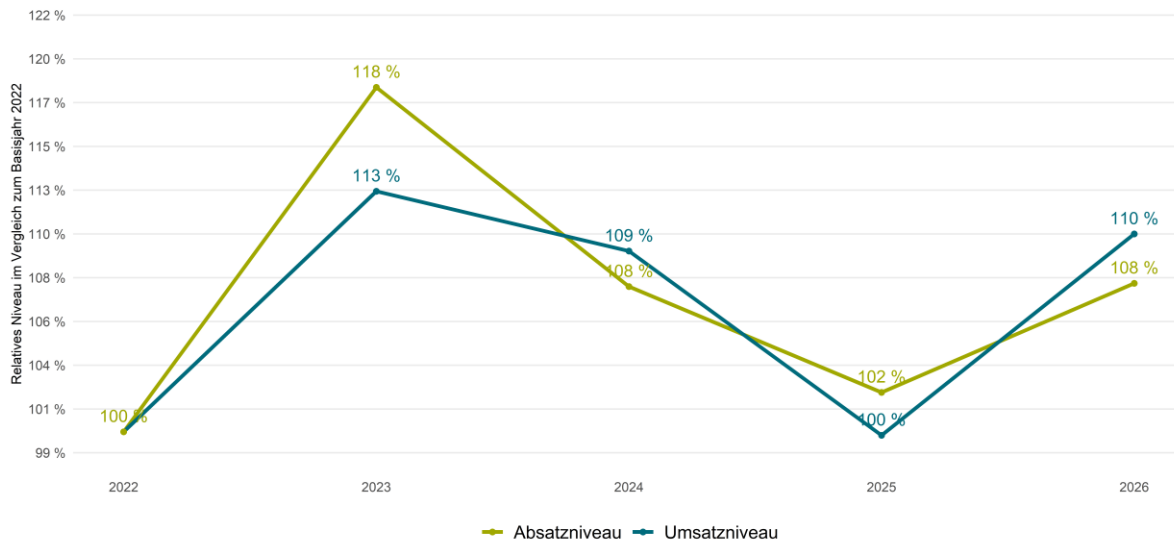


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 11 Betriebe.

Bei den Winzergenossenschaften in Baden haben sich die Rückgänge bei Umsatz und Absatz im ersten Halbjahr 2026 deutlich abgeschwächt. Damit zeichnet sich eine gewisse Stabilisierungstendenz ab.

Franken

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Franken in Prozent zum Basisjahr 2022

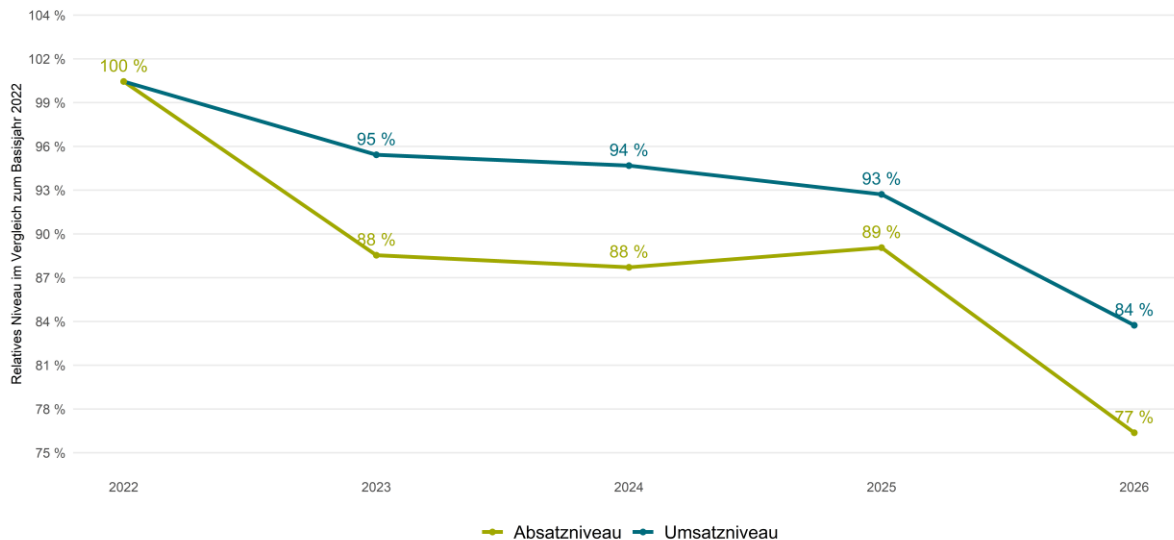


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 2 Betriebe.

Nach den Rückgängen im ersten Halbjahr 2025 konnten die fränkischen Genossenschaften die Verluste im ersten Halbjahr 2026 ausgleichen und wieder das Niveau von 2024 erreichen.

Pfalz

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in der Pfalz in Prozent zum Basisjahr 2022

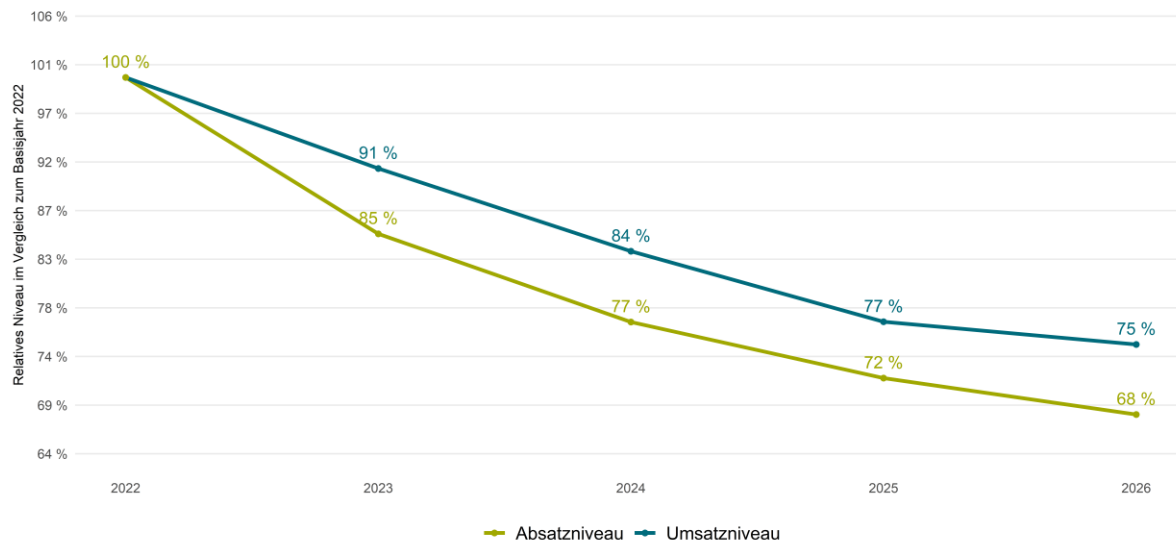


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 8 Betriebe.

Die pfälzischen Winzergenossenschaften entwickelten sich bis zum Vorjahr äußerst stabil und waren von den allgemeinen Rückgängen kaum betroffen. Im ersten Halbjahr 2026 gingen Absatz und Umsatz jedoch deutlich zurück, wobei der Umsatz weniger stark sank. Gegenüber 2022 wurde 23 % weniger Volumen abgesetzt.

Württemberg

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Württemberg in Prozent zum Basisjahr 2022



Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 18 Betriebe.

Nach den deutlichen Verlusten in den Vorjahren konnte der Umsatz der württembergischen Genossenschaften im ersten Halbjahr 2026 nahezu stabil gehalten werden. Auch der Absatzrückgang schwächte sich deutlich ab. Damit zeigen sich erste Anzeichen einer Stabilisierung.



VERTRIEBSWEGE

Lebensmitteleinzelhandel

Die wichtigsten Kennzahlen (H1/2026) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

	Relativer Anteil (%)			Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	34,4 %	33,9 %	3,85 €	-2,7 %	-4,3 %	1,7 %
Württemberg	40,9 %	38,1 %	4,38 €	1,4 %	-0,9 %	2,3 %
Baden	36,2 %	36,1 %	3,63 €	-5,9 %	-5,1 %	-0,9 %
Franken	34,3 %	44,8 %	3,33 €	1,2 %	-7,3 %	9,2 %
Pfalz	18,4 %	18,2 %	3,73 €	-3,6 %	-7,8 %	4,6 %

Der Absatzverlust von 4,3 % bei einer Erlössteigerung von 1,7 % weist auf eine hohe Preissensibilität mit einer Preiselastizität von mehr als zwei hin. Im Lebensmitteleinzelhandel entwickelten sich die Anbauggebiete unterschiedlich.

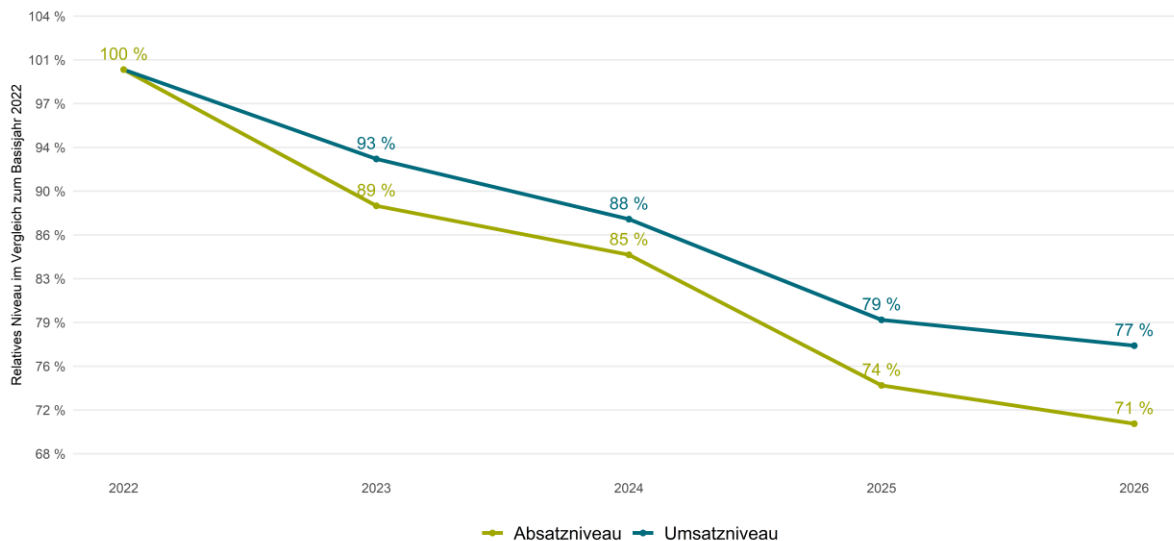
Die württembergischen Genossenschaften verzeichneten nur geringe Absatzverluste und konnten zugleich Erlöse und Umsatz steigern.

Die fränkischen und pfälzischen Genossenschaften mussten dagegen deutliche Absatzrückgänge hinnehmen, erzielten jedoch ebenfalls spürbare Erlössteigerungen.

In Baden gingen Absatz und Umsatz bei weitgehend konstanten Erlösen zurück.

Lebensmitteleinzelhandel

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

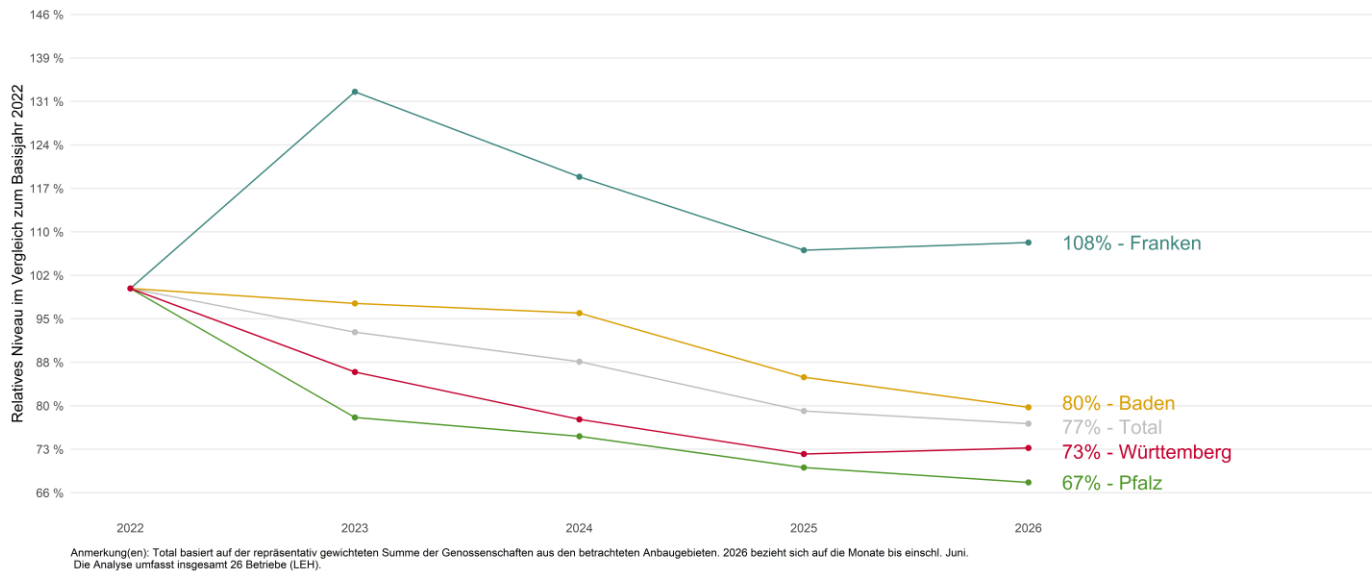


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 26 Betriebe (LEH).

Die Rückgänge bei Umsatz und Absatz im Lebensmitteleinzelhandel haben sich im ersten Halbjahr 2026 deutlich abgeschwächt.

Lebensmitteleinzelhandel

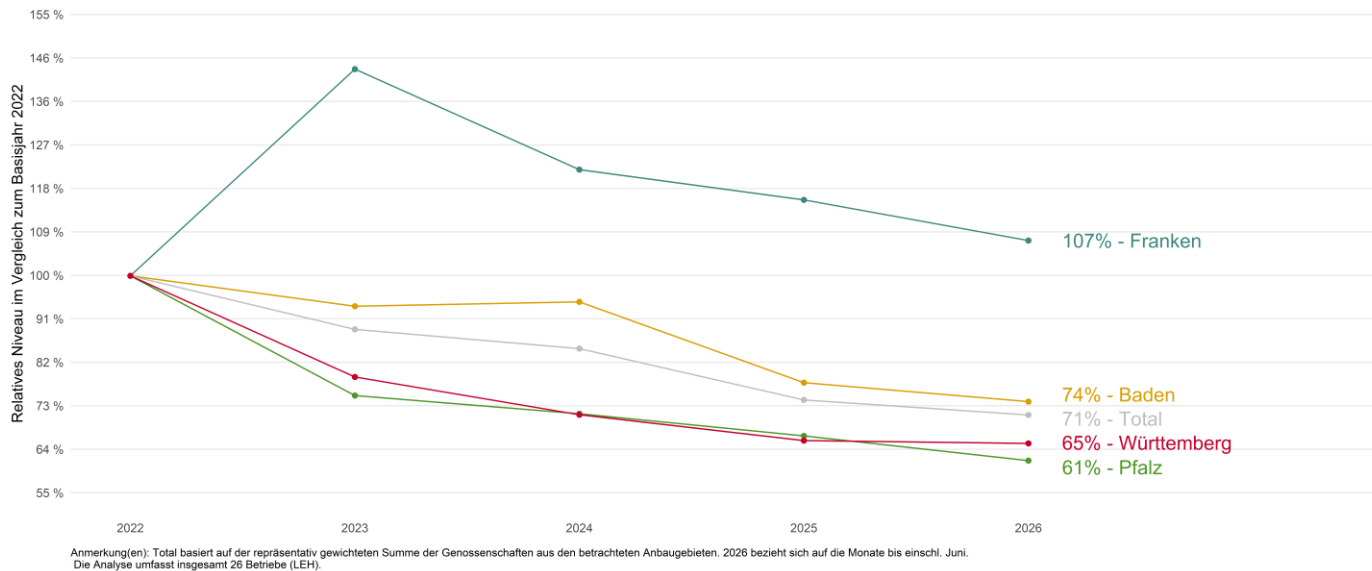
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Mit Ausnahme Frankens liegt das Umsatzniveau unter dem Stand von 2022. Besonders deutlich fiel es im ersten Halbjahr 2026 in der Pfalz, aber auch in Baden.

Lebensmitteleinzelhandel

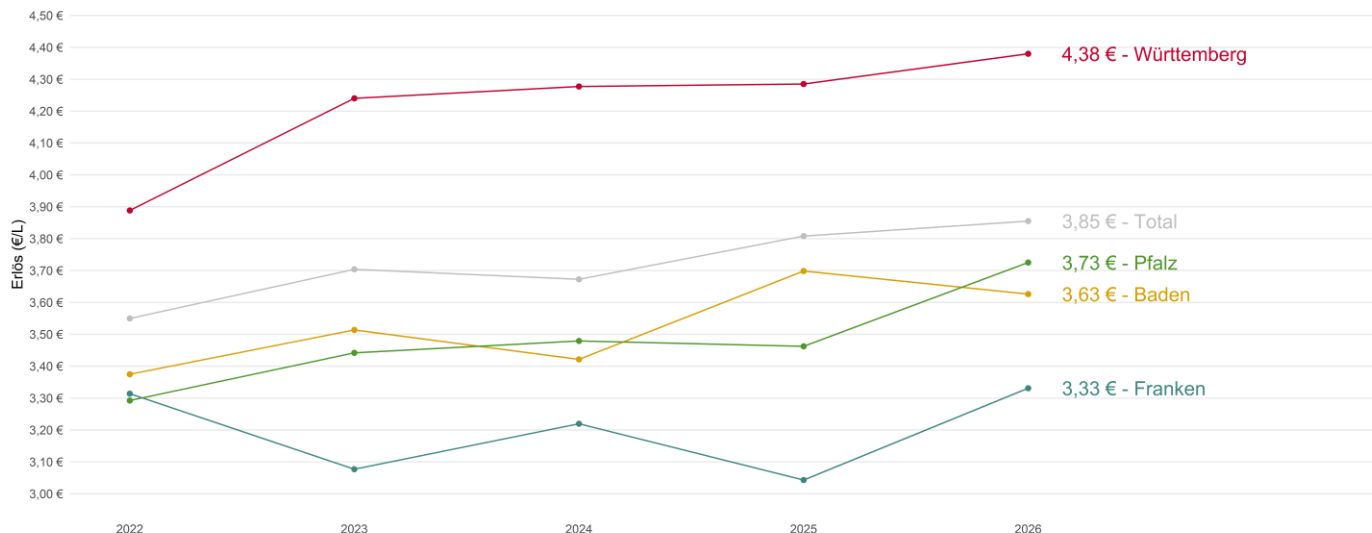
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Absatzentwicklung verlief weitgehend parallel zum Umsatz.
Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 sank der Absatz bis zum ersten Halbjahr 2026 um 29 %.
In Franken und Baden fielen die Verluste vergleichsweise gering aus.

Lebensmitteleinzelhandel

Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet

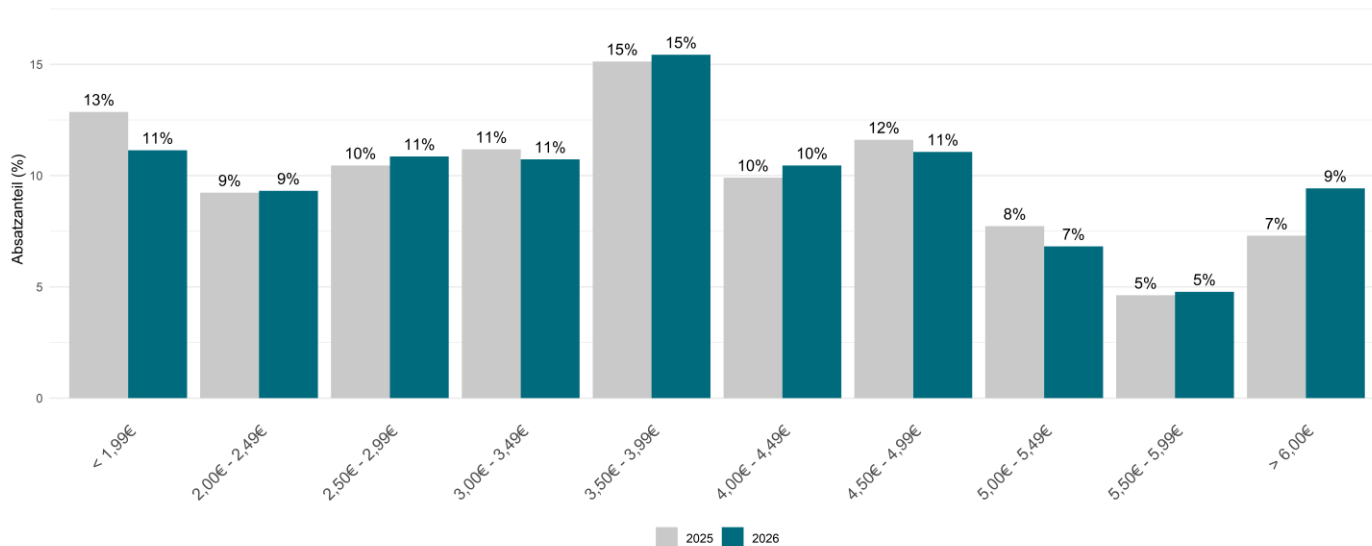


Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 26 Betriebe (LEH).

Die Erlöse unterscheiden sich zwischen den Anbaugebieten deutlich. Sie sind in Franken mit Abstand am niedrigsten und in Württemberg am höchsten. Mit Ausnahme Badens konnten die Erlöse im ersten Halbjahr 2026 gesteigert werden.

Lebensmitteleinzelhandel

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiet in den Jahren H1/2025 und H1/2026



Anmerkung(en): 2026 und 2025 beziehen sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 26 Betriebe.

Die Erlössteigerung von 1,7 % führte kaum zu Verschiebungen zwischen den Preisbereichen. Das unterste Preissegment verlor an Anteil, während das oberste leicht zulegte. Die übrigen Preisbereiche blieben weitgehend konstant.

Direktvermarktung

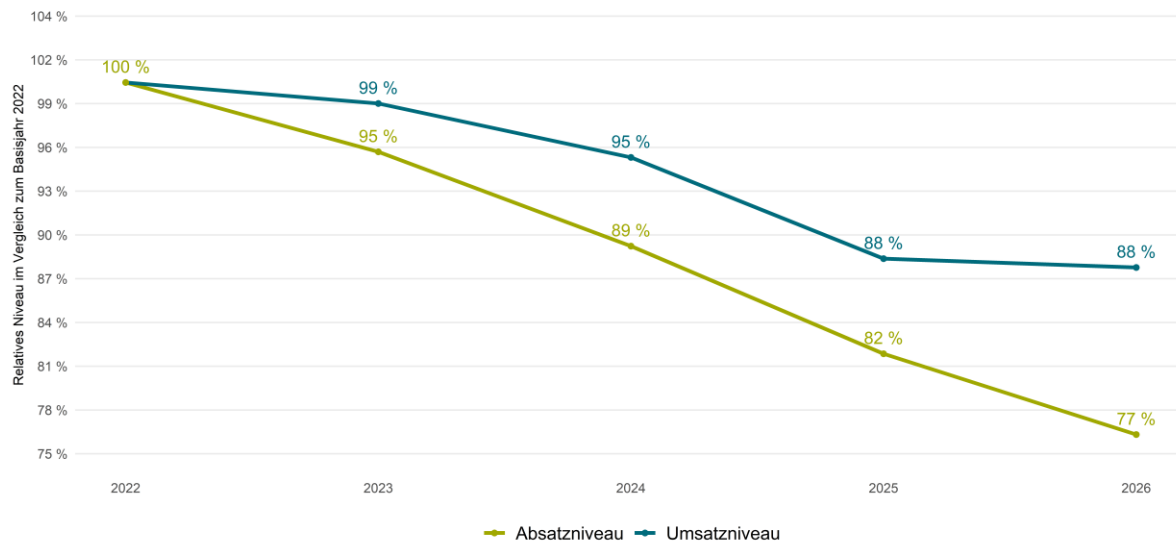
Die wichtigsten Kennzahlen (H1/2026) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

	Relativer Anteil (%)			Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	20,7 %	12,0 %	6,58 €	-0,7 %	-6,5 %	6,3 %
Franken	30,5 %	18,4 %	7,24 €	7,2 %	-0,3 %	7,5 %
Pfalz	25,7 %	16,3 %	5,83 €	-1,8 %	-6,1 %	4,6 %
Baden	20,2 %	10,1 %	7,20 €	-0,6 %	-7,7 %	7,8 %
Württemberg	16,5 %	11,0 %	6,12 €	-2,7 %	-7,1 %	4,7 %

Bei einer deutlichen Erlössteigerung von 6,3 % ging der Absatz nahezu im gleichen Umfang zurück, sodass der Umsatz weitgehend konstant blieb. Dies deutet auf eine Preiselastizität von ungefähr eins hin. Eine Ausnahme bildeten die fränkischen Genossenschaften, bei denen die Erlössteigerung nicht mit einem deutlichen Absatzrückgang einherging.

Direktvermarktung

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

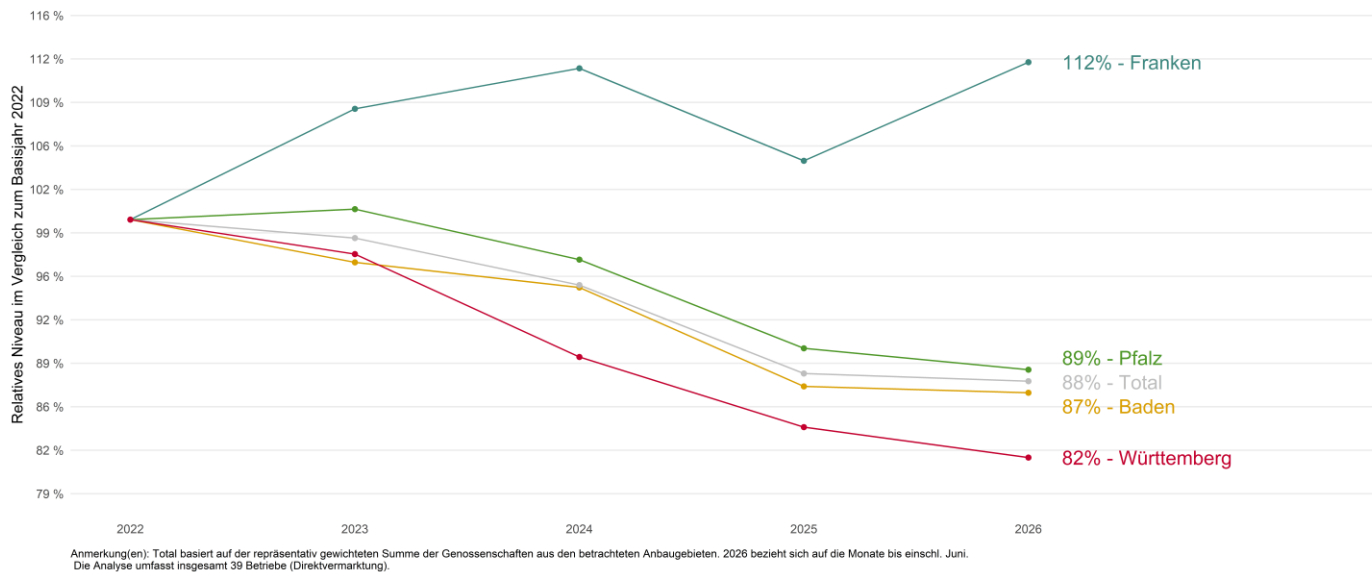


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe (Direktvermarktung).

Durch die gestiegenen Erlöse konnte der Umsatz in der Direktvermarktung im ersten Halbjahr 2026 stabil gehalten werden. Der Absatzzrückgang setzte sich jedoch nahezu unverändert fort; die Absatzmenge lag damit 23 % unter dem Niveau des ersten Halbjahres 2022.

Direktvermarktung

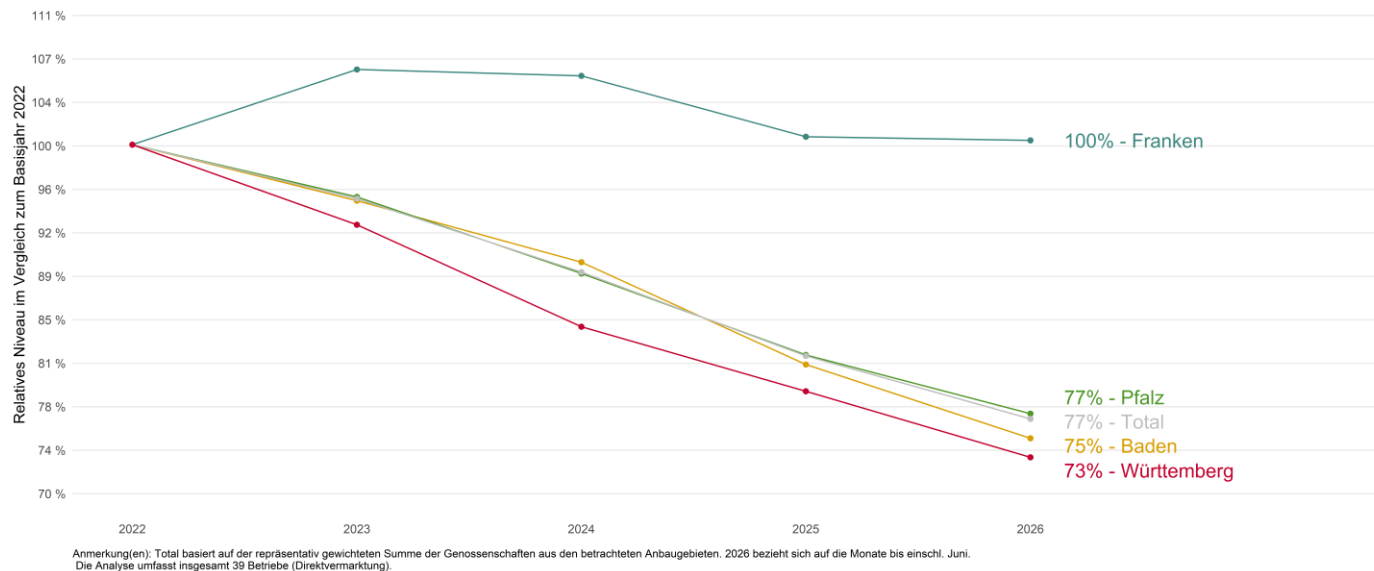
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



In der Pfalz und in Württemberg war der Umsatz rückläufig, während er in Franken anstieg.

Direktvermarktung

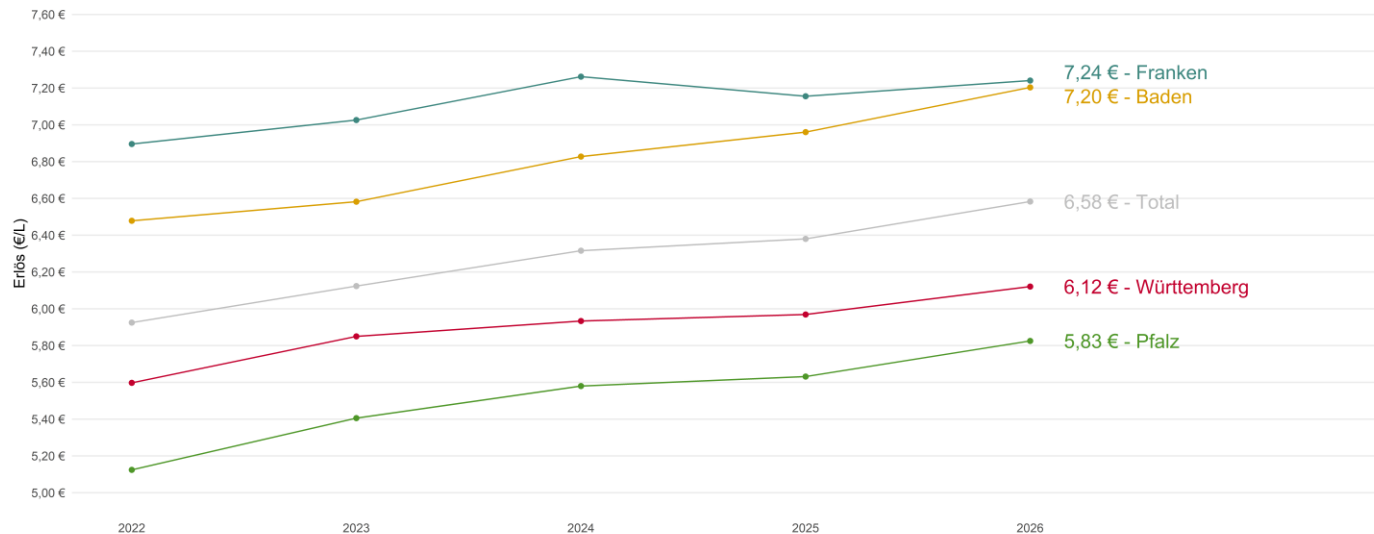
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Mit Ausnahme Frankens ist in der Direktvermarktung ein kontinuierlicher Mengenrückgang zu beobachten.

Direktvermarktung

Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet

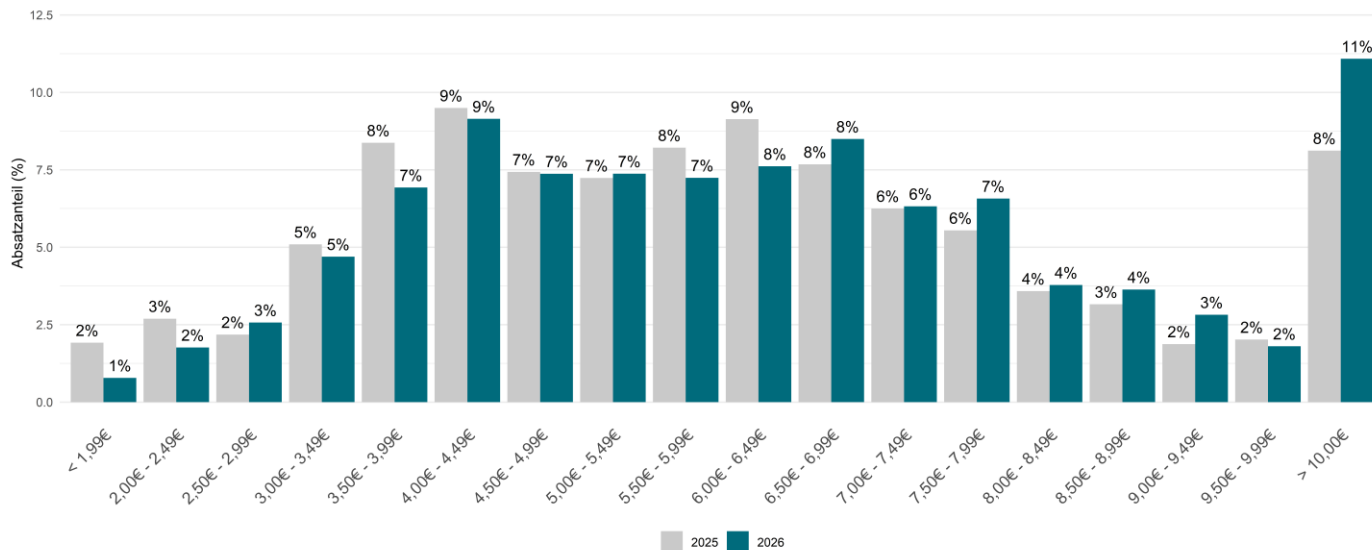


Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe (Direktvermarktung).

Der Erlösanstieg in der Direktvermarktung fiel im ersten Halbjahr 2026 stärker aus als im Vorjahreszeitraum. Besonders deutlich war die Steigerung in Baden, wo sie über den Zuwächsen der übrigen Anbaugebiete lag.

Direktvermarktung

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiet in den Jahren H1/2025 und H1/2026



Anmerkung(en): 2026 und 2025 beziehen sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 38 Betriebe.

Der Erlösanstieg von 6,3 % im ersten Halbjahr 2026 führte zu deutlichen Verschiebungen zwischen den Preisbereichen. Unterhalb von 3,99 Euro je Liter ging der Absatzanteil deutlich zurück, während er oberhalb von 6,99 Euro je Liter spürbar zunahm.

Fachhandel

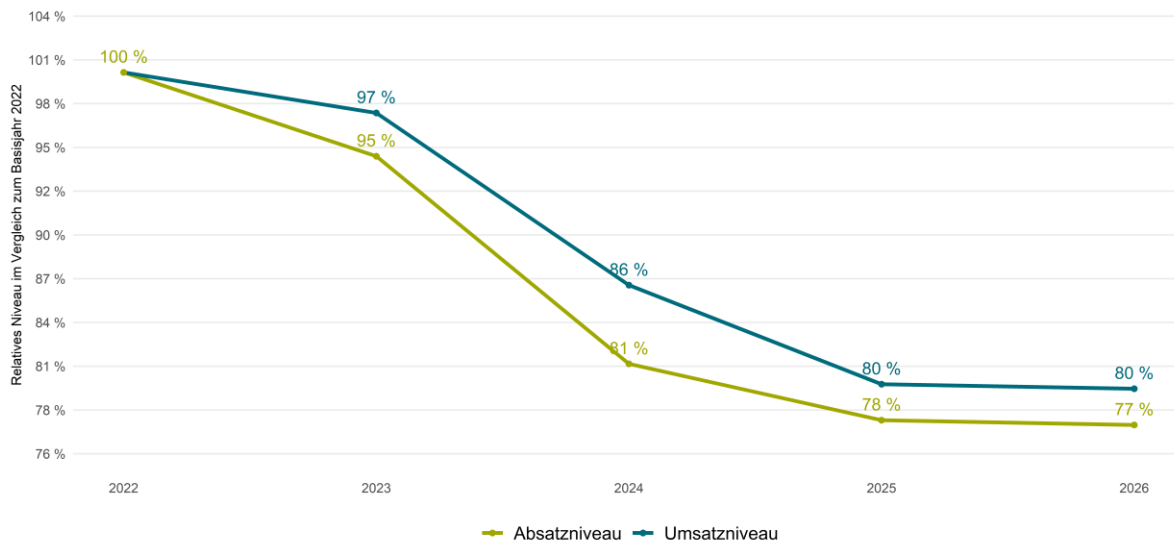
Die wichtigsten Kennzahlen (H1/2026) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

	Relativer Anteil (%)			Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	23,4 %	27,6 %	3,23 €	-0,4 %	-0,4 %	0,0 %
Baden	28,5 %	34,0 %	3,02 €	3,4 %	5,1 %	-1,5 %
Württemberg	20,4 %	23,0 %	3,62 €	-7,0 %	-10,1 %	3,5 %
Pfalz	18,2 %	21,7 %	3,09 €	-6,2 %	-6,2 %	-0,0 %
Franken	16,5 %	16,1 %	4,47 €	18,1 %	13,6 %	3,9 %

Über alle Anbauggebiete hinweg blieb der Fachhandel stabil, allerdings mit deutlichen regionalen Unterschieden. Besonders stark legten die beiden fränkischen Genossenschaften bei Absatz und Umsatz zu und konnten zugleich ihre Erlöse steigern. Auch in Baden nahm der Absatz zu; durch rückläufige Erlöse fiel das Umsatzwachstum jedoch geringer aus. In Württemberg und in der Pfalz gingen Absatz und Umsatz dagegen deutlich zurück, wobei Württemberg seine Erlöse steigern konnte.

Fachhandel

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

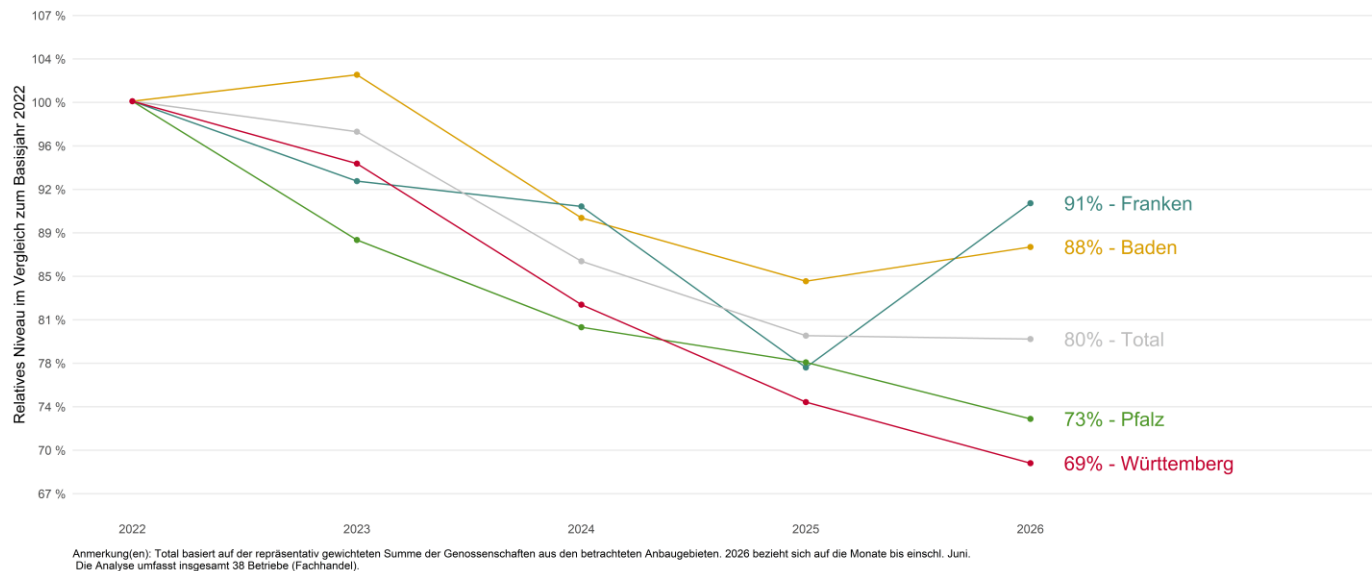


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 38 Betriebe (Fachhandel).

Nach deutlichen Rückgängen bei Absatz und Umsatz in den Vorjahreszeiträumen stabilisierte sich die Entwicklung im ersten Halbjahr 2026. Der bisherige Abwärtstrend kam damit zum Stillstand.

Fachhandel

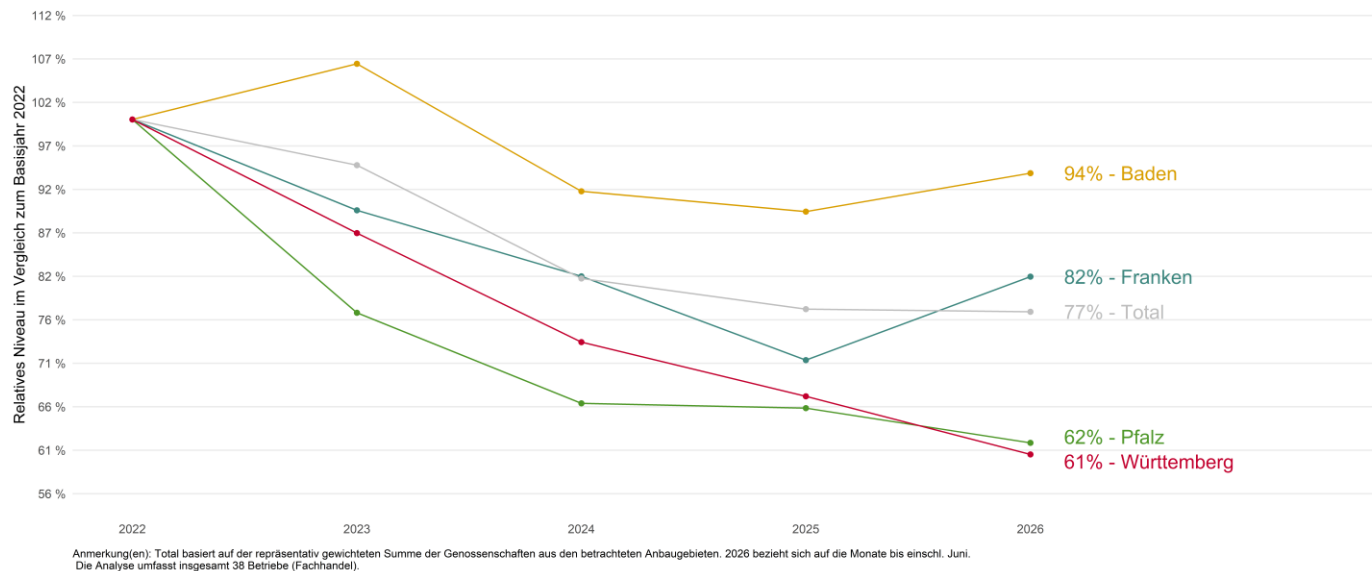
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Umsatzentwicklung im Fachhandel unterscheidet sich deutlich zwischen den Anbaugebieten. Während Franken und Baden zulegen konnten, verzeichneten Württemberg und die Pfalz Umsatzrückgänge.

Fachhandel

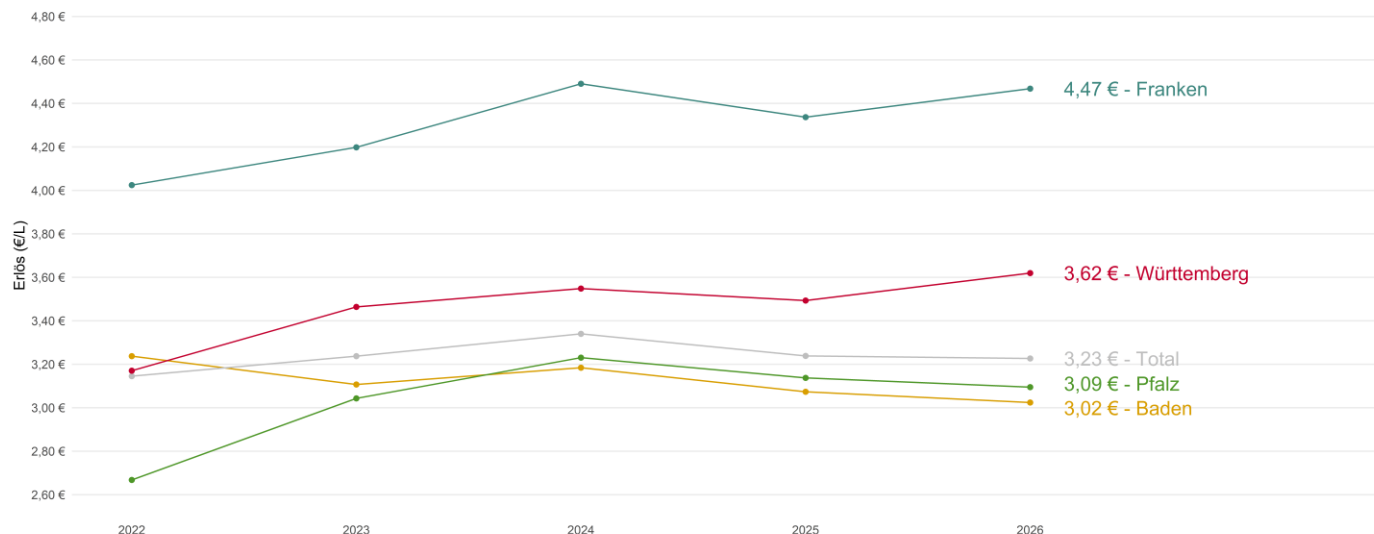
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Umsatzentwicklung wurde vor allem durch Veränderungen im Absatz bestimmt. Während die Absatzmengen in Baden und Franken stiegen, gingen sie in Württemberg und in der Pfalz zurück.

Fachhandel

Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet

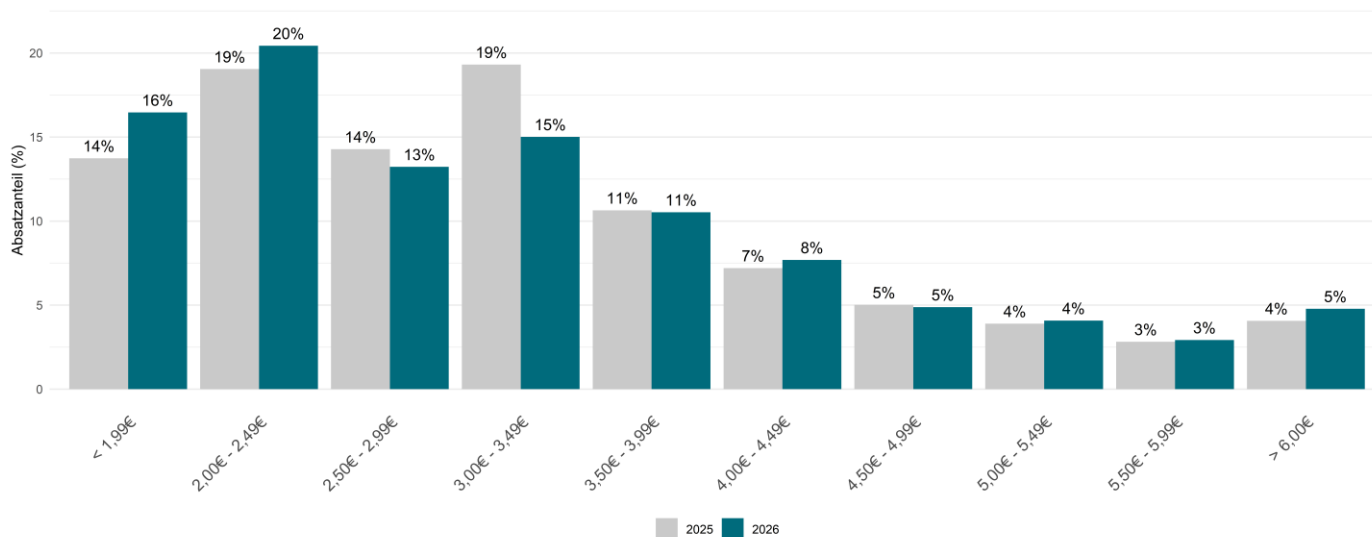


Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 38 Betriebe (Fachhandel).

Die Abbildung zeigt die deutlich gestiegenen Erlöse im Fachhandel der fränkischen und württembergischen Genossenschaften. In der Pfalz und in Baden gingen die bereits vergleichsweise niedrigen Erlöse dagegen weiter zurück.

Fachhandel

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiet in den Jahren H1/2025 und H1/2026



Anmerkung(en): 2026 und 2025 beziehen sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 38 Betriebe.

Die Entwicklung der Preisbereiche ist sehr heterogen. Die beiden untersten Preisgruppen gewannen an Anteil, während die mittleren Preisbereiche zurückgingen. Oberhalb von vier Euro je Liter nahmen die Anteile dagegen leicht zu.

Großhandel

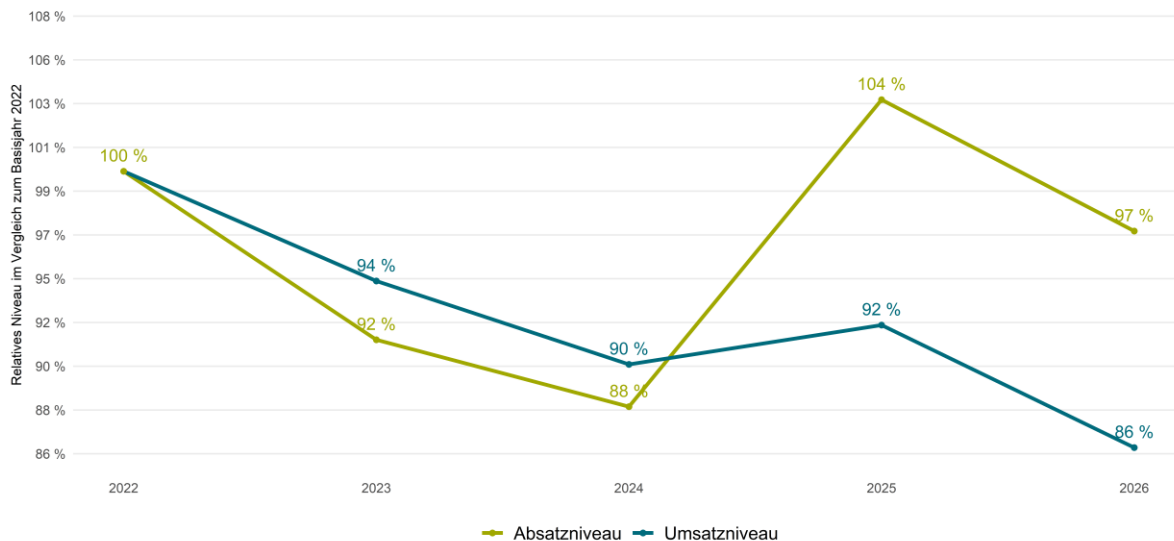
Die wichtigsten Kennzahlen (H1/2026) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

	Relativer Anteil (%)			Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	9,6 %	14,0 %	2,60 €	-6,7 %	-6,4 %	-0,3 %
Württemberg	16,6 %	23,4 %	2,91 €	-6,9 %	-3,5 %	-3,5 %
Baden	7,2 %	12,3 %	2,13 €	-5,0 %	-2,7 %	-2,4 %
Franken	7,1 %	10,7 %	2,90 €	94,2 %	180,5 %	-30,8 %
Pfalz	4,0 %	4,5 %	3,28 €	-34,5 %	-53,9 %	42,1 %

Der Großhandel weist die niedrigsten Erlöse aller Absatzwege auf; insgesamt blieben diese im ersten Halbjahr 2026 stabil. Dies war vor allem auf den deutlichen Erlösanstieg in der Pfalz zurückzuführen, der jedoch mit erheblichen Absatzverlusten einherging. Die fränkischen Genossenschaften setzten dagegen deutlich mehr Menge über den Großhandel ab, allerdings zu stark sinkenden Erlösen. In Württemberg und Baden gingen die Erlöse moderat zurück, bei zugleich leicht rückläufigen Absatzmengen.

Großhandel

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

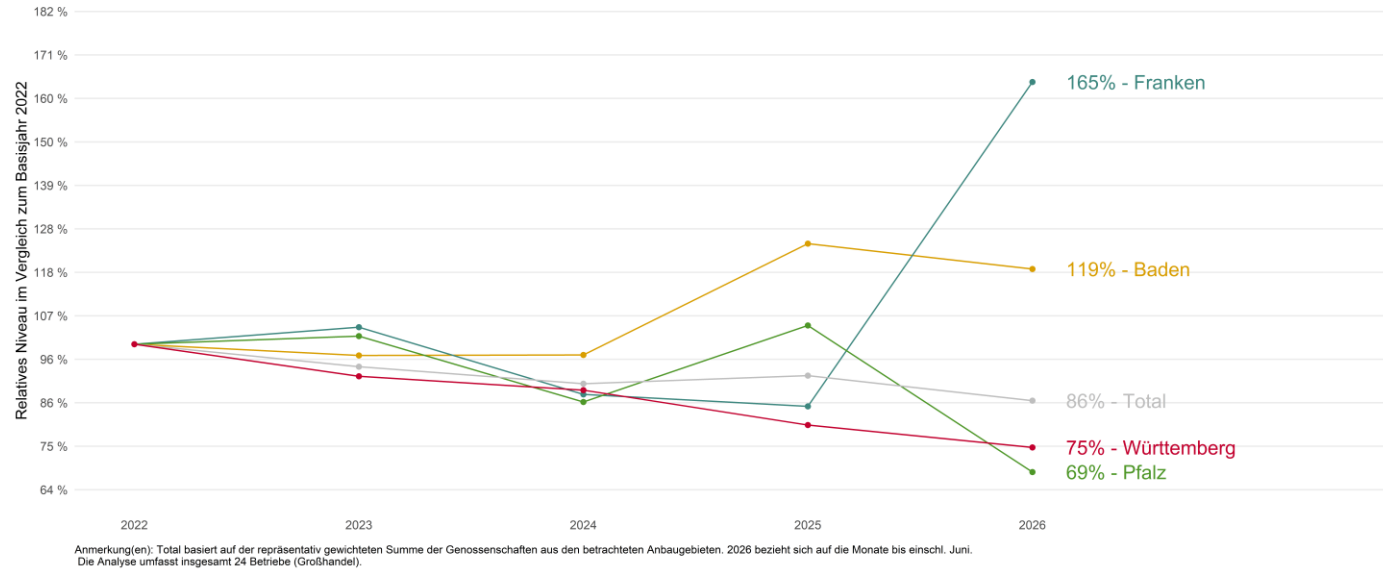


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 24 Betriebe (Großhandel).

Nach dem deutlichen Anstieg der über den Großhandel abgesetzten Menge im Jahr 2025 ging diese im ersten Halbjahr 2026 wieder zurück. Damit verbunden war auch ein deutlicher Rückgang des Umsatzes.

Großhandel

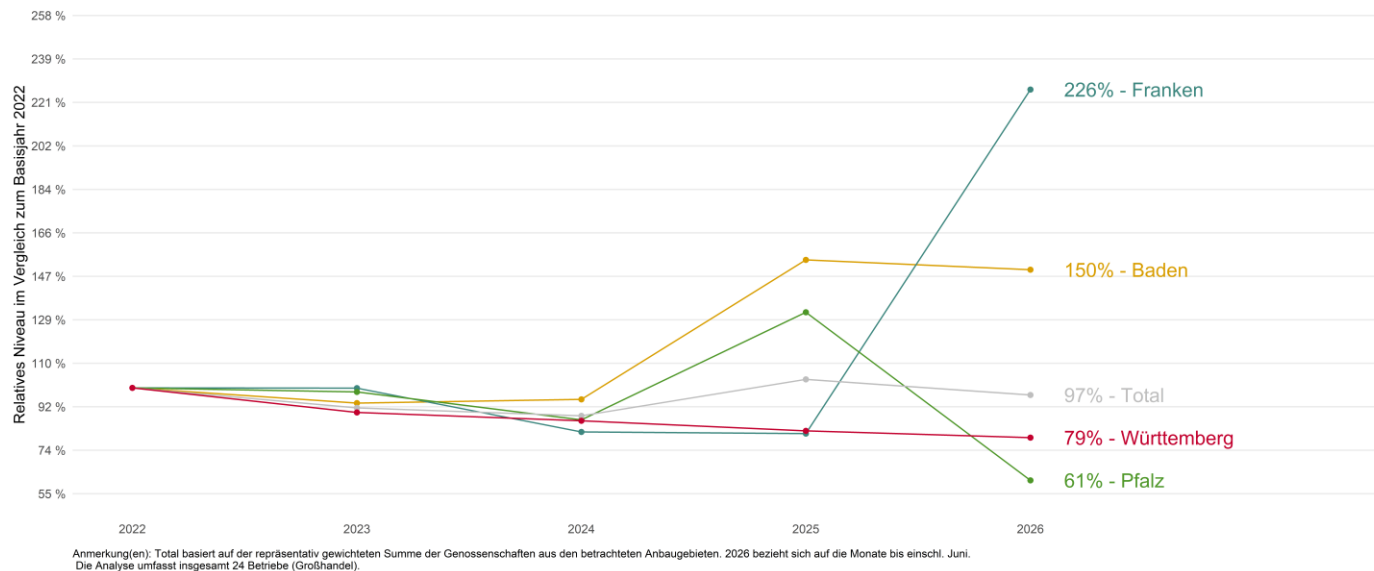
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Abbildung zeigt die heterogene Umsatzentwicklung zwischen den Anbaugebieten. Während der Umsatz im Großhandel in Franken deutlich anstieg, war er in den übrigen Anbaugebieten rückläufig.

Großhandel

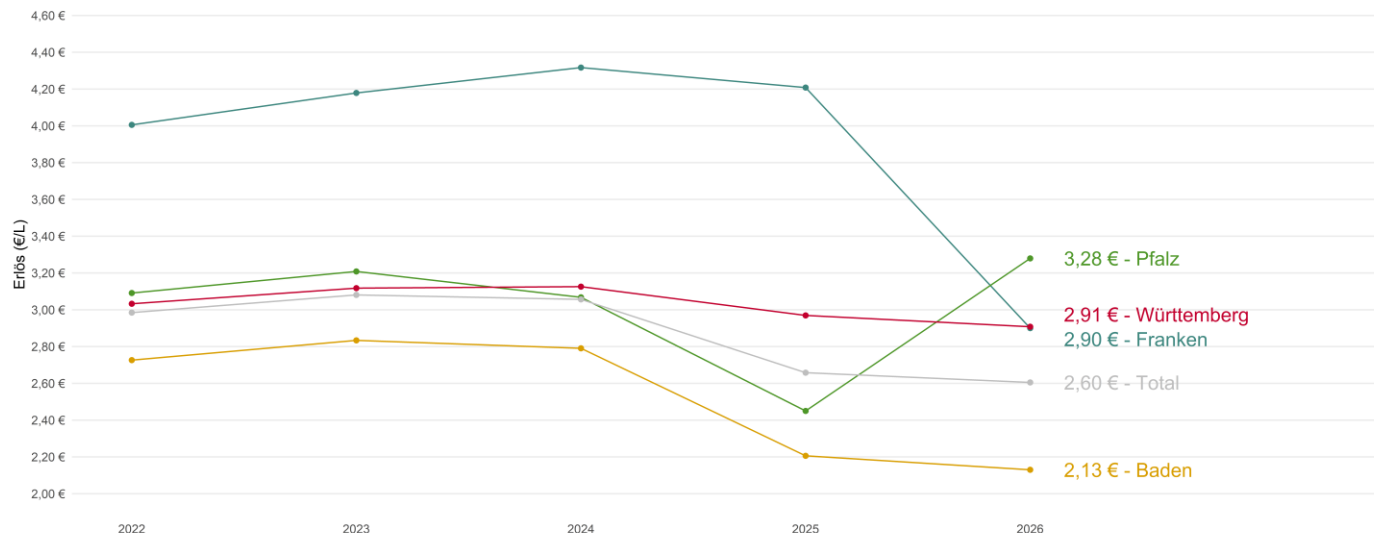
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Abbildung zeigt den deutlichen Anstieg des Absatzes fränkischer Weine über den Großhandel, während die Absatzmengen in allen übrigen Anbaugebieten zurückgingen.

Großhandel

Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet

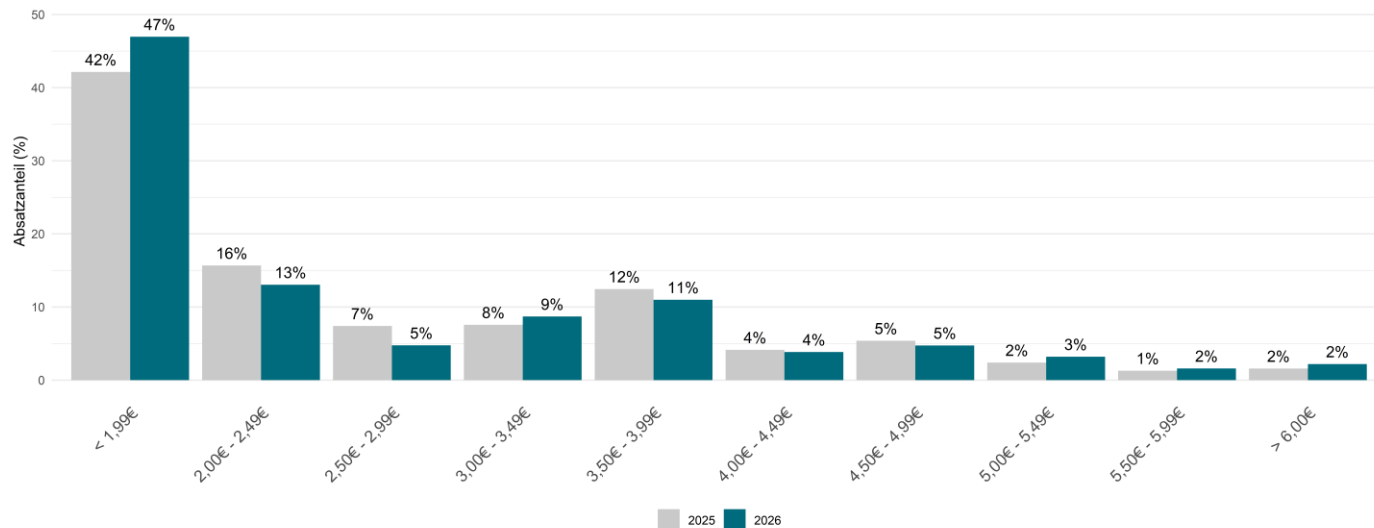


Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 24 Betriebe (Großhandel).

Die Erlöse im Großhandel gingen bei den fränkischen Genossenschaften besonders stark zurück. Die pfälzischen Genossenschaften konnten ihre Erlöse dagegen deutlich steigern.
Insgesamt blieben die Erlöse im Großhandel weitgehend stabil.

Großhandel

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiet in den Jahren H1/2025 und H1/2026



Anmerkung(en): 2026 und 2025 beziehen sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 23 Betriebe.

Die Abbildung verdeutlicht die hohe Bedeutung niedriger Erlöse im Großhandel. Rund 60 % des Absatzvolumens werden zu Erlösen von weniger als 2,49 Euro je Liter vermarktet. Systematische Verschiebungen zwischen den Preisbereichen sind nicht erkennbar.

Gastronomie

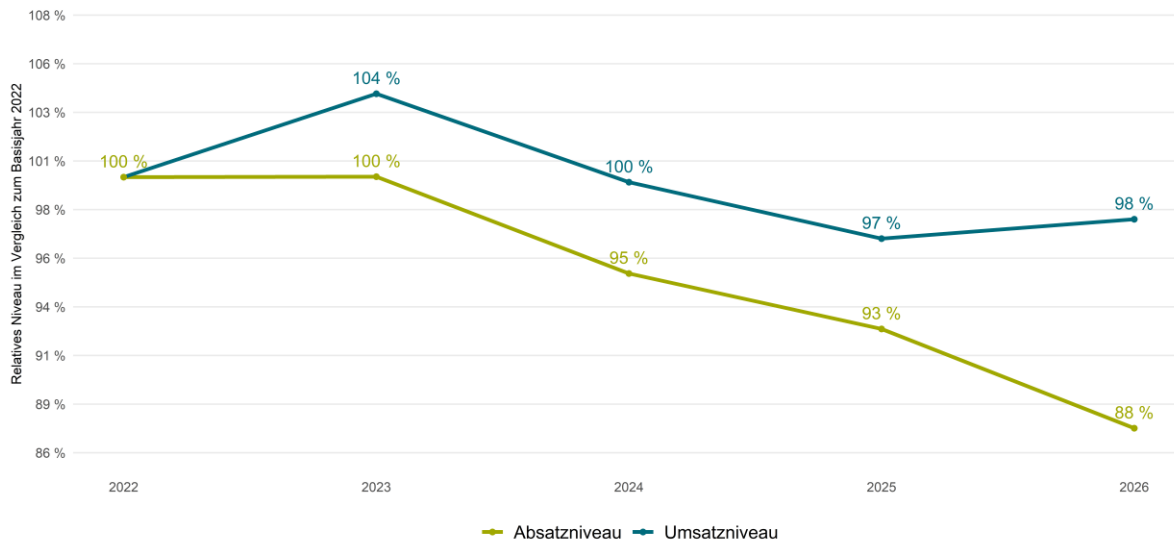
Die wichtigsten Kennzahlen (H1/2026) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

	Relativer Anteil (%)			Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	5,1 %	3,9 %	4,97 €	1,0 %	-5,3 %	6,6 %
Baden	6,1 %	4,3 %	5,16 €	5,0 %	-0,5 %	5,6 %
Franken	5,7 %	4,6 %	5,48 €	7,2 %	0,2 %	7,1 %
Pfalz	4,7 %	4,3 %	4,03 €	-12,9 %	-17,6 %	5,7 %
Württemberg	3,6 %	2,8 %	5,26 €	1,4 %	-4,7 %	6,4 %

Während der Absatz in der Gastronomie zurückging, konnten die deutlichen Erlössteigerungen diese Verluste mehr als ausgleichen und zu einem leichten Umsatzplus führen. Dies deutet auf eine Preiselastizität von unter eins hin. Die Erlöse stiegen in allen Anbaugebieten. Gleichzeitig kam es in der Pfalz zu starken sowie in Württemberg und Baden zu geringeren Absatzverlusten. In Franken blieb der Absatz stabil.

Gastronomie

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

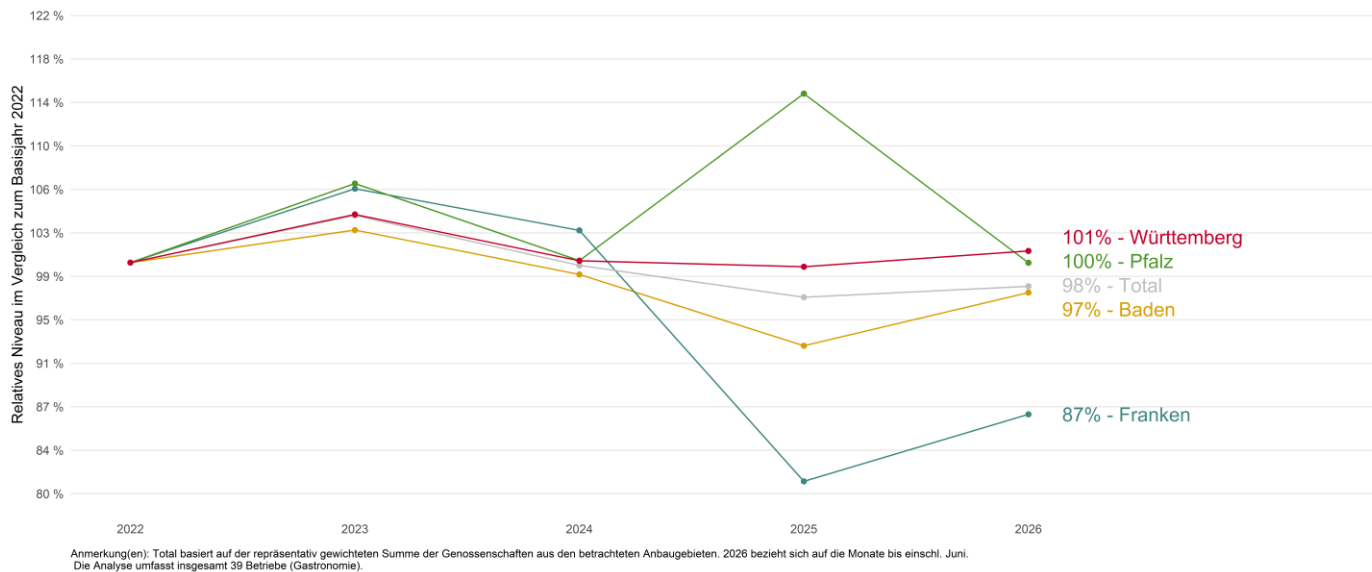


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe (Gastronomie).

Die Abbildung zeigt, dass die Erlössteigerung zu einem leichten Umsatzwachstum führte, während sich der Absatzrückgang in der Gastronomie verstärkte.

Gastronomie

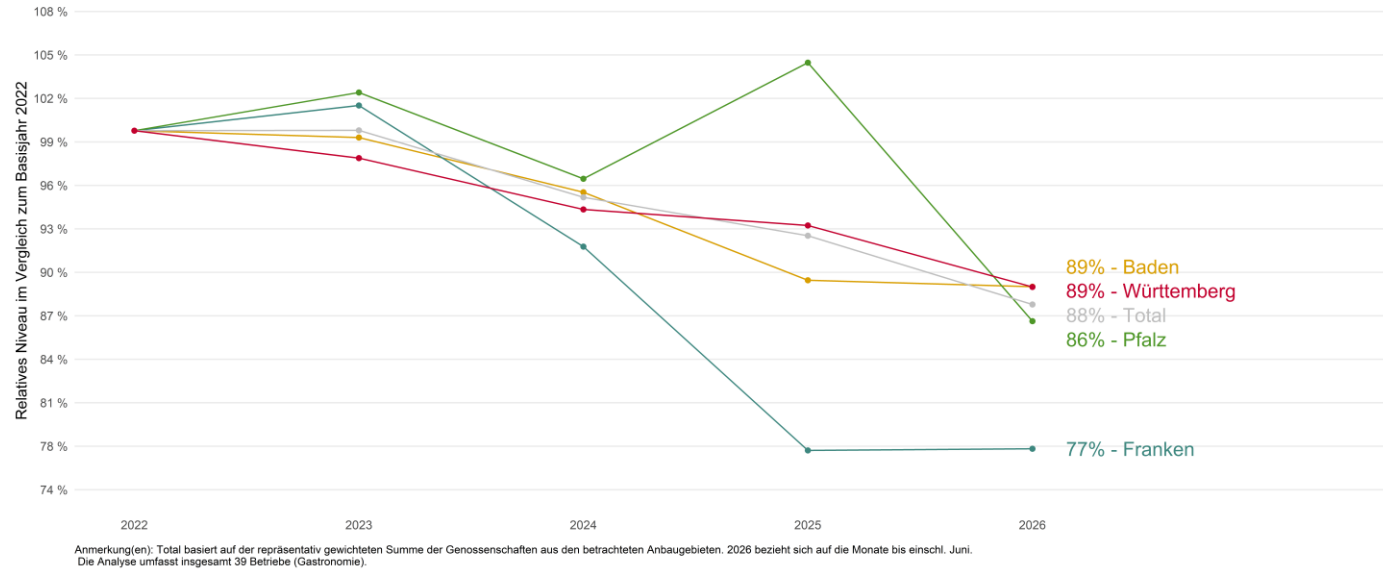
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Der Umsatz der fränkischen Genossenschaften stieg am stärksten. In den übrigen Anbaugebieten lag er jeweils ungefähr auf dem Niveau des ersten Halbjahres 2022.

Gastronomie

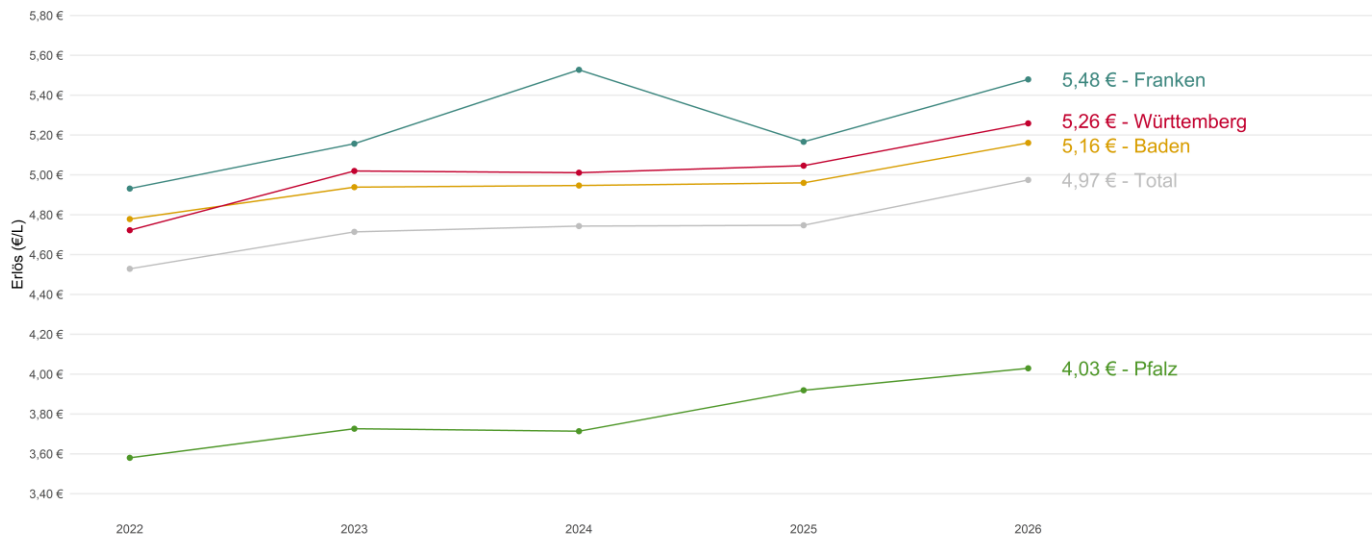
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die langfristige Absatzentwicklung weist einen deutlich negativen Trend auf. In Franken hat sich der Rückgang zuletzt abgeschwächt, während sich die Pfalz an die Entwicklung der übrigen Anbaugebiete angeglichen hat.

Gastronomie

Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet

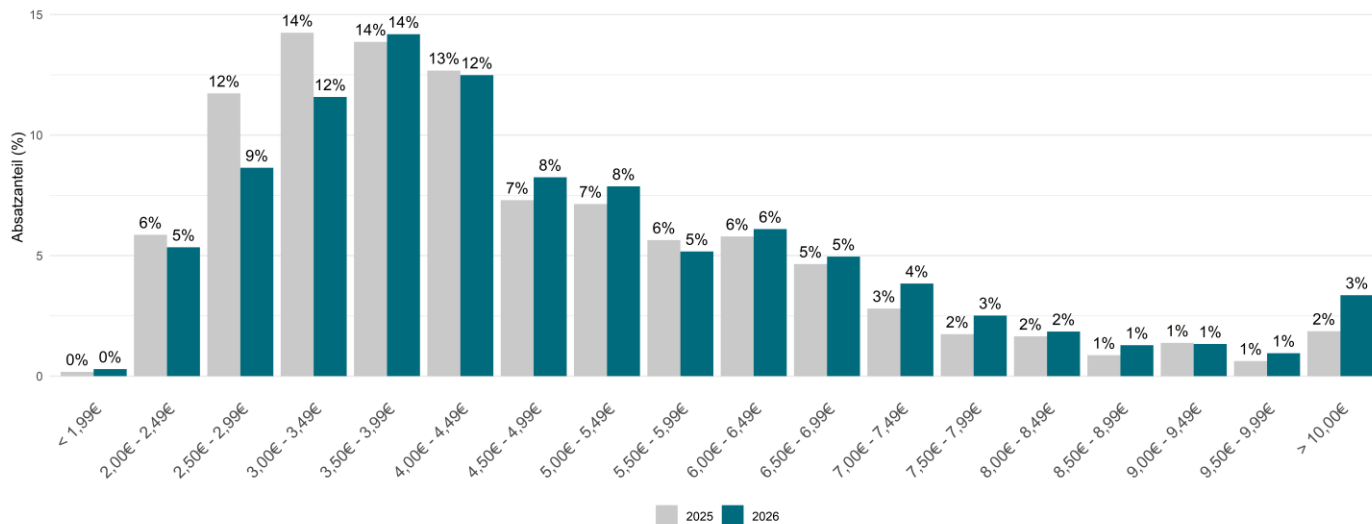


Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe (Gastronomie).

Die Abbildung zeigt die deutlich positive Erlösentwicklung im ersten Halbjahr 2026, die sich nahezu einheitlich über alle Anbaugebiete erstreckte. Das absolute Erlösniveau der pfälzischen Genossenschaften liegt jedoch weiterhin deutlich unter dem der übrigen Anbaugebiete.

Gastronomie

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaubereiche in den Jahren H1/2025 und H1/2026



Anmerkung(en): 2026 und 2025 beziehen sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 39 Betriebe.

Die Erlössteigerung von 6,6 % im ersten Halbjahr 2026 führte zu einer deutlichen Verschiebung zwischen den Preisgruppen. Die Absatzanteile unterhalb von 3,49 Euro je Liter gingen spürbar zurück, während die darüberliegenden Preisbereiche relativ an Volumen gewannen.

Export

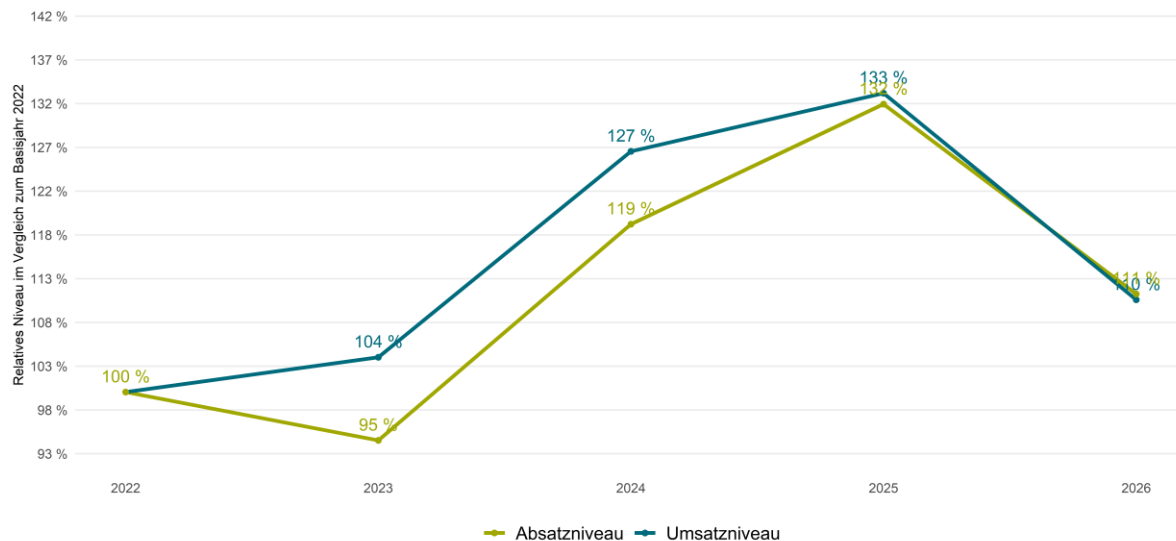
Die wichtigsten Kennzahlen (H1/2026) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

	Relativer Anteil (%)			Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	5,7 %	7,1 %	3,04 €	-17,3 %	-16,1 %	-1,5 %
Pfalz	27,9 %	34,0 %	3,03 €	-14,9 %	-13,7 %	-1,4 %
Franken	4,9 %	4,7 %	4,55 €	20,1 %	4,2 %	15,3 %
Baden	0,8 %	1,2 %	2,32 €	-47,2 %	-36,0 %	-17,5 %
Württemberg	0,2 %	0,2 %	4,16 €	-49,0 %	-50,1 %	2,2 %

Die pfälzischen Genossenschaften weisen mit deutlichem Abstand den höchsten Exportanteil auf: Mehr als ein Drittel ihres Absatzes entfällt auf den Export. Es folgen die fränkischen Genossenschaften mit knapp 5 %, während der Exportanteil in Baden und Württemberg sehr gering ist. Die fränkischen Genossenschaften konnten sowohl Absatz als auch Erlöse steigern und erzielten dadurch ein deutliches Umsatzplus. In den übrigen Anbaugebieten ging der Exportabsatz deutlich zurück, besonders stark in Württemberg und Baden. Auch in der Pfalz kam es zu erheblichen Absatz- und Umsatzverlusten.

Export

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

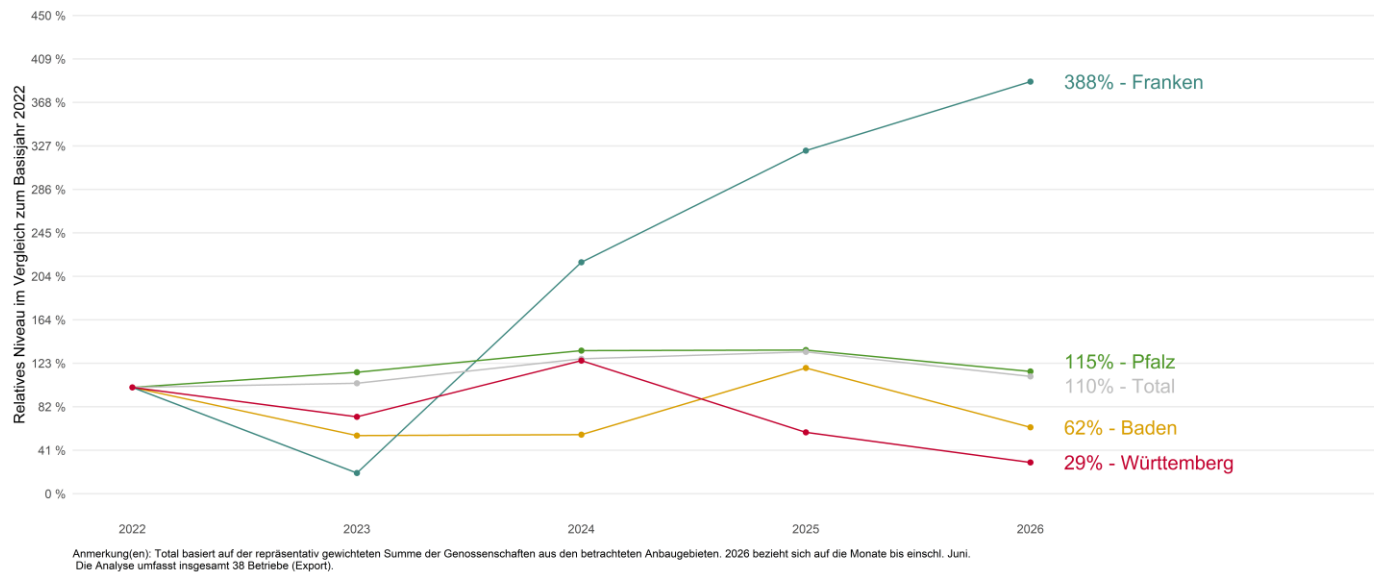


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 38 Betriebe (Export).

Nach zwei Jahren mit steigenden Exportumsätzen und -absätzen gingen beide im ersten Halbjahr 2026 deutlich zurück.

Export

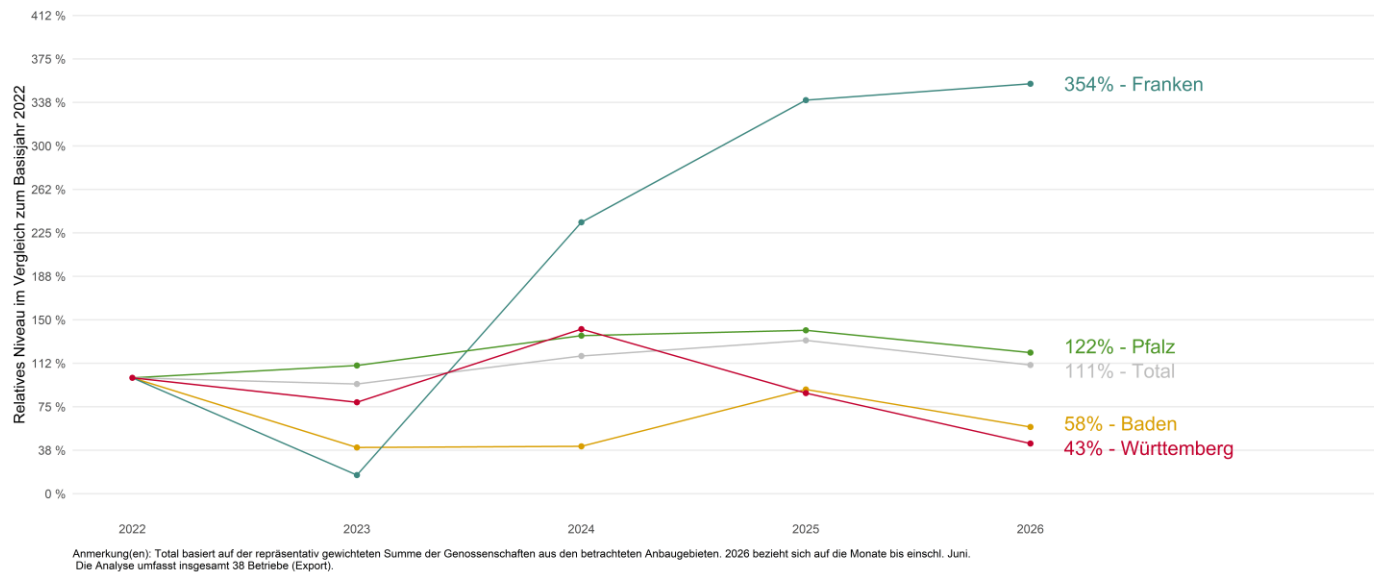
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Im Vergleich zu 2022 konnten die fränkischen Genossenschaften ihren Exportumsatz mit Abstand am stärksten steigern, während er in Baden und Württemberg zurückging.

Export

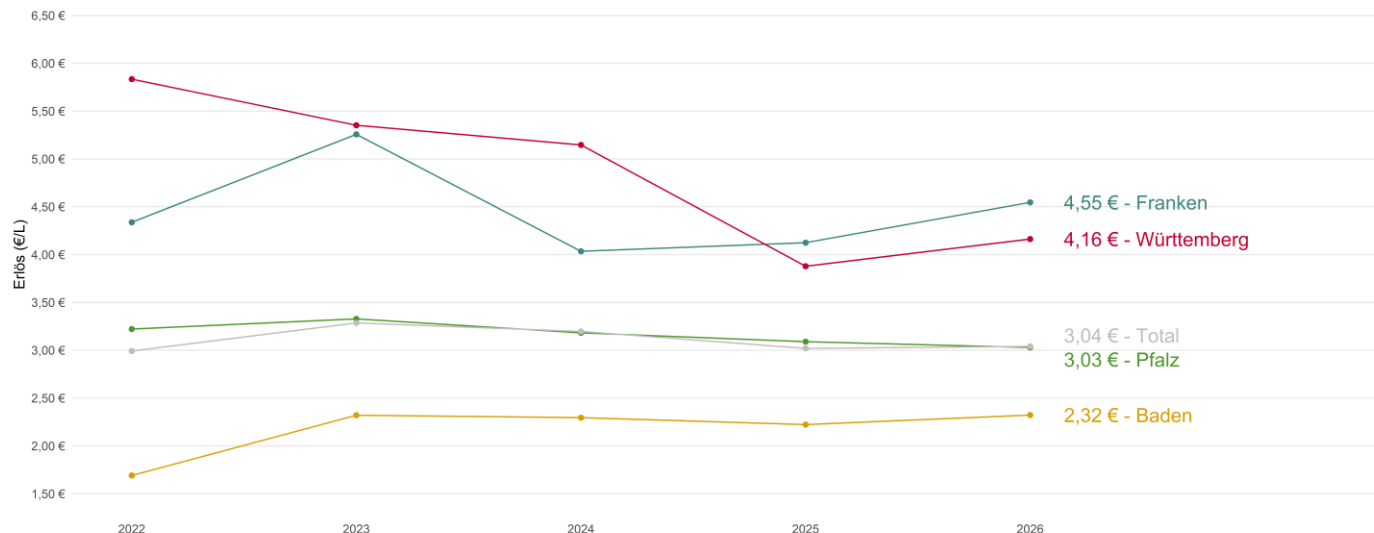
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Absatzentwicklung im Export verlief weitgehend parallel zur Umsatzentwicklung.

Export

Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet

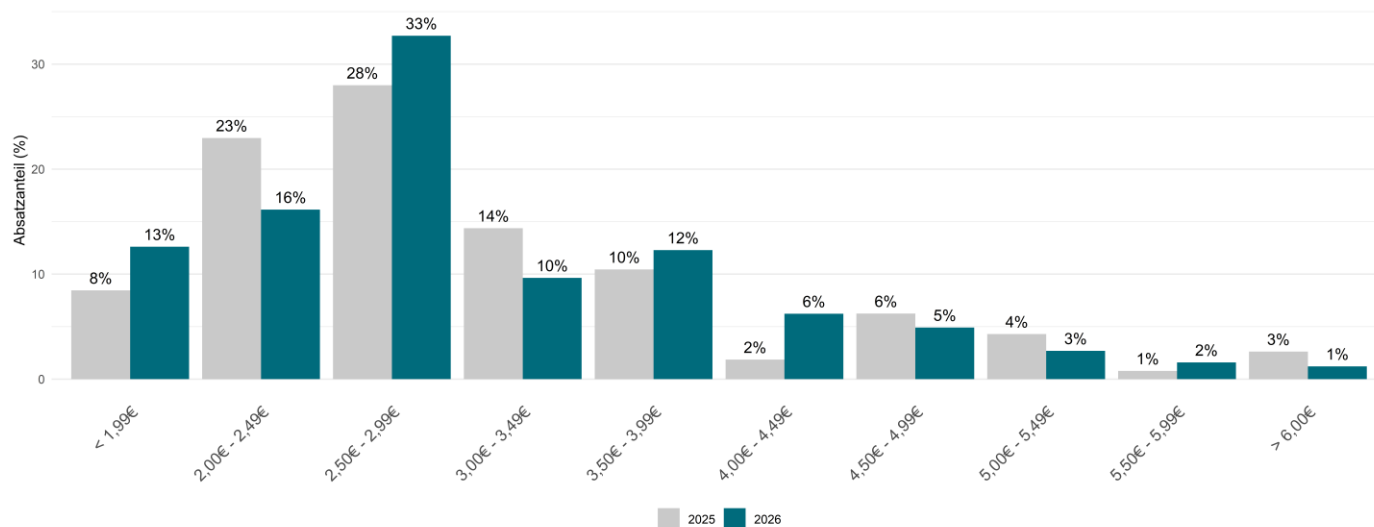


Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 38 Betriebe (Export).

Insgesamt ist bei den Exporterlösen eine rückläufige Tendenz zu beobachten, wobei Franken stärkere Schwankungen aufweist. Im ersten Halbjahr 2026 konnten die Erlöse in Franken, Württemberg und Baden leicht gesteigert werden. Das Erlösniveau liegt in Franken und Württemberg deutlich über dem der Pfalz und Badens. Die fallenden Exporterlöse in der Pfalz bestimmen durch ihren hohen Volumenanteil auch die Gesamtentwicklung.

Export

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiet in den Jahren H1/2025 und H1/2026



Anmerkung(en): 2026 und 2025 beziehen sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 33 Betriebe.

Bei den Absatzanteilen nach Preisbereichen sind keine systematischen Verschiebungen erkennbar.



DATENBASIS

Datenbasis

Anzahl der Betriebe sowie die Betriebsstruktur in H1/2026 nach Anbaugebiet

	Betriebsstruktur H1/2026		
	Anzahl Betriebe	Umsatz (Median)	Absatz (Median)
Total	39	1.989.858 €	480.842 L
Württemberg	18	1.974.817 €	455.160 L
Baden	11	1.989.858 €	575.584 L
Pfalz	8	1.956.310 €	478.770 L
Franken	2	3.293.409 €	756.204 L

Anmerkung(en): Total ist die Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten.

Erstmals konnten auch fränkische Genossenschaften in den Genossenschaftsbericht einbezogen werden.

Danke für Ihre Teilnahme an der Geisenheimer Absatzanalyse

Die Geisenheimer Absatzanalyse ist eine Lösung von der Branche für die Branche. Bereits **806 Betriebe** nehmen an der digitalen Geisenheimer Absatzanalyse teil. Die Betriebe erhalten regelmäßig aktuelle Informationen zur Entwicklung der Absatzwege und zu ihrem Betrieb.

[Weitere Informationen finden Sie hier.](#)

Die Kosten der Anbindung an die verschiedenen Warenwirtschaftssysteme werden aus Projektmitteln übernommen.

[Teilnehmende Warenwirtschaftssysteme.](#)

Mit Ihrer Teilnahme unterstützen Sie Ihr Anbaugebiet. Ihre anonymisierten Daten helfen, die Entwicklung der Absatzsituation Ihres Anbauggebietes im aktuell schwierigen Marktumfeld besser zu verstehen. Die Betriebe erhalten wichtige Informationen für die Preisgestaltung in den verschiedenen Vertriebswegen.

Danke für Ihre Unterstützung!

Bei Fragen und Interesse an der kostenlosen Teilnahme melden Sie sich gerne bei:

Simone.Loose@hs-gm.de

Herausgeber:

Deutsches Weininstitut GmbH

Platz des Weines 2

55294 Bodenheim

info@deutscheweine.de

www.deutscheweine.de

Ersteller der Auswertung:

Prof. Dr. Simone Loose, Antoine Wetzler,

Christoph Kiefer, Leon Schütz

Projekt Geisenheimer Absatzanalyse

Institut für Wein- und Getränkewirtschaft

Hochschule Geisenheim University

www.hs-geisenheim.de

Die Geisenheimer Absatzanalyse wird mit EFRE Mitteln der EU gefördert.



EUROPÄISCHE UNION

Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de