

Absatzanalyse Genossenschafts- bericht 2025

Repräsentativ gewichtete Auswertung
für die Anbaugebiete Baden, Pfalz
und Württemberg

Zeitraum:
Januar 2022 - Dezember 2025



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de

Inhaltsverzeichnis

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

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

heute erhalten Sie den **ersten repräsentativ gewichteten** Jahresbericht zur Entwicklung von Umsatz, Absatz und Erlösen der wichtigsten Absatzwege für die Genossenschaften der Anbaugebiete **Baden, Pfalz und Württemberg** über die Jahre 2022-2025.

Wir bedanken uns bei allen Betrieben, die bereits ihre Absatzdaten anonymisiert über die Geisenheimer digitale Absatzanalyse bereitstellen. Sie unterstützen damit die Branche in der angespannten Marktlage.

Mit freundlichen Grüßen,



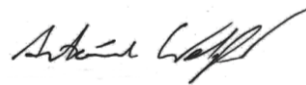
Melanie Broyé-Engelkes



Eberhard Abele



Simone Loose



Antoine Wetzler



Christoph Kiefer

Zusammenfassung

Die **Gesamtentwicklung** im Jahr 2025 ist durch moderat rückläufige Absatz- und Erlöszahlen geprägt. Während sich der Rückgang des Absatzes (-2,3%) gegenüber den Vorjahren teilweise verlangsamt hat, führten sinkende Erlöse (-2,9%) zu einem weiterhin deutlichen Umsatzrückgang (-5,2%).

Zwischen den **Anbaugebieten** zeigen sich differenzierte Entwicklungen. Die Pfalz weist insgesamt die stabilste Entwicklung auf, während Baden stärker von Erlösrückgängen und Württemberg stärker von Absatzverlusten betroffen ist.

Im **LEH** setzte sich der Absatzrückgang fort und hat sich 2025 gegenüber dem Vorjahr teilweise verstärkt. Erlössteigerungen, insbesondere in Baden, konnten den Umsatzrückgang jedoch teilweise abfedern.

Im **Großhandel** kam es zu einer deutlichen Ausweitung des Absatzes, insbesondere in Baden und der Pfalz. Gleichzeitig führten sinkende Erlöse zu nur geringen Umsatzsteigerungen und teilweise sogar zu weiteren Umsatzrückgängen.

Die **Gastronomie** zeigte sich insgesamt vergleichsweise stabil. Absatz und Umsatz blieben weitgehend konstant, wobei regionale Unterschiede zugunsten der Pfalz erkennbar sind.

Im **Fachhandel** sowie in der **Direktvermarktung** kam es hingegen zu deutlichen Rückgängen bei Absatz und Umsatz. Insbesondere in der Direktvermarktung hat sich der Negativtrend im Jahr 2025 weiter beschleunigt.

Der **Export** ist insbesondere für Winzergenossenschaften in der Pfalz von großer Bedeutung und konnte bei sinkenden Erlösen deutlich an Absatz gewinnen. Entsprechend fielen die Umsatzzuwächse jedoch geringer aus. In den übrigen Anbaugebieten spielt der Export weiterhin eine deutlich untergeordnete Rolle.

Über alle Vertriebskanäle hinweg ist eine **Verschiebung hin zu niedrigeren Preissegmenten** zu beobachten. Besonders deutlich zeigt sich dies im Großhandel, während höhere Preissegmente insgesamt an Bedeutung verlieren, mit vergleichsweise stabilen Anteilen in den oberen Preisbereichen.

Strukturell verschieben sich Absatz- und Umsatzanteile weg vom Lebensmitteleinzelhandel hin zum Großhandel und Export. Die übrigen Vertriebskanäle bleiben in ihrer relativen Bedeutung weitgehend stabil, zeigen jedoch unterschiedliche Entwicklungen in Bezug auf Absatz und Erlöse.



ENTWICKLUNG DEUTSCHER GENOSSENSCHAFTEN

Übersicht

Die wichtigsten Kennzahlen (2025) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahr

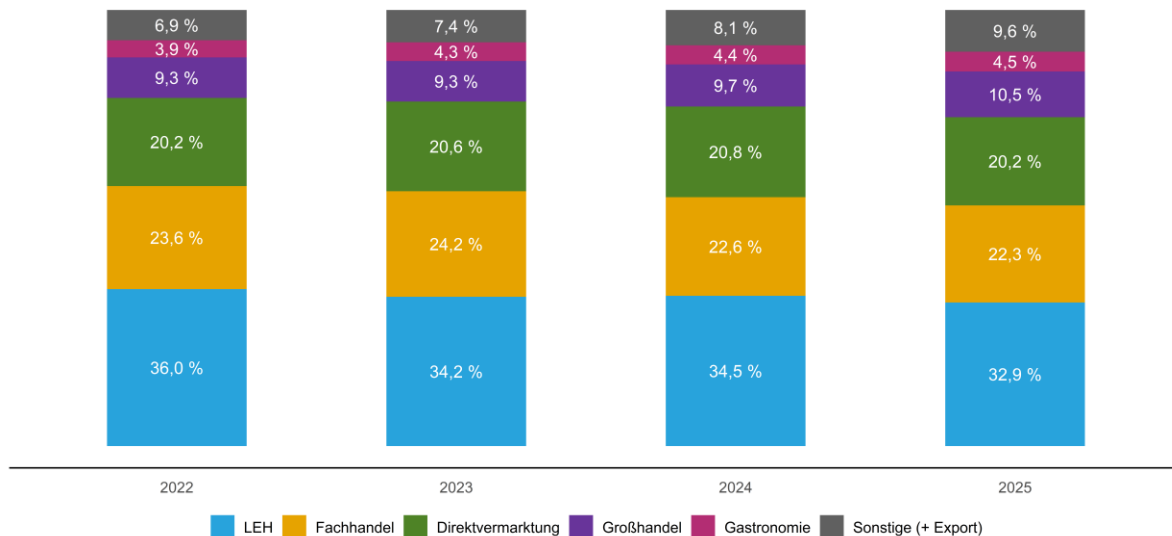
	Relativer Anteil (%)			Veränderung 2025 zu 2024 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	100,0 %	100,0 %	3,57 €	-5,2 %	-2,3 %	-2,9 %
LEH	32,9 %	30,7 %	3,82 €	-9,4 %	-13,6 %	4,8 %
Fachhandel	22,3 %	25,6 %	3,11 €	-6,6 %	-3,7 %	-3,0 %
Direktvermarktung	20,2 %	12,0 %	6,00 €	-7,8 %	-8,3 %	0,6 %
Großhandel	10,5 %	14,0 %	2,67 €	2,7 %	18,6 %	-13,4 %
Export	5,5 %	6,6 %	2,95 €	3,8 %	10,9 %	-6,5 %
Gastronomie	4,5 %	3,5 %	4,59 €	-1,7 %	-1,9 %	0,1 %
Sonstige	4,1 %	7,5 %	1,93 €	25,5 %	29,3 %	-2,9 %

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 vorsteuerabzugsberechtigte Kunden wie Anwälte, Autohäuser oder Vereine. Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe.

Die Entwicklung variierte deutlich zwischen den Vertriebskanälen. Rückgänge im Lebensmitteleinzelhandel wurden durch eine Verlagerung in den Großhandel ausgeglichen, jedoch zu niedrigeren Erlösen. Der Export – vor allem in der Pfalz – wuchs deutlich im Absatz, führte aufgrund sinkender Preise aber nur zu moderaten Umsatzsteigerungen. Die Gastronomie zeigte sich vergleichsweise stabil. Demgegenüber standen Fachhandel und Direktvermarktung mit rückläufigen Absatz- und Umsatzentwicklungen.

Gesamtentwicklung

Umsatzanteil der Absatzwege pro Jahr im Zeitraum von 2022 bis 2025

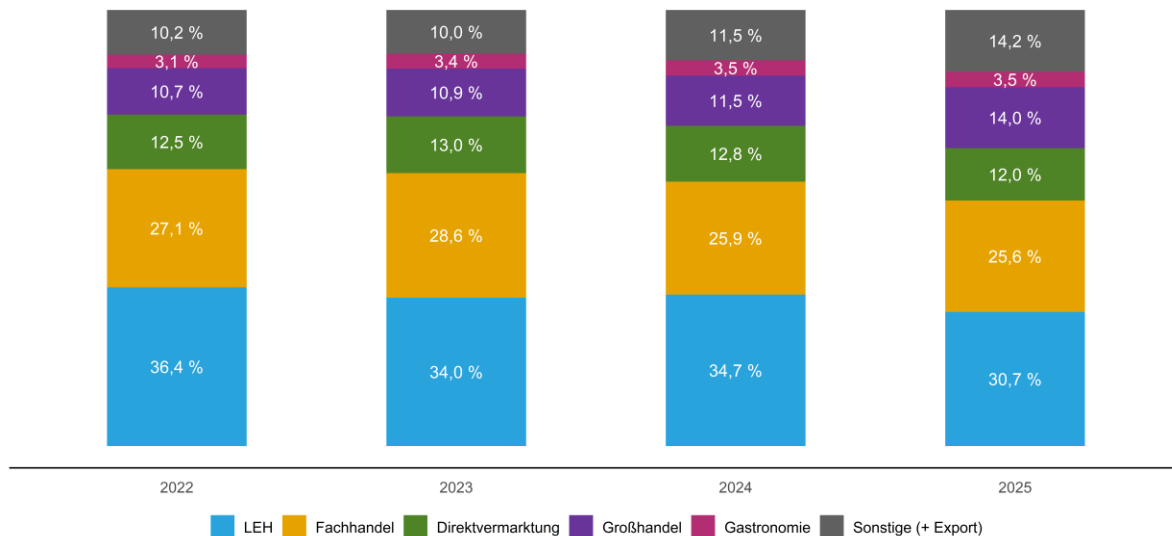


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe

Die zeitliche Entwicklung zeigt einen rückläufigen Umsatzanteil im Lebensmitteleinzelhandel bei gleichzeitig steigenden Anteilen im Großhandel und im Export. Die Umsatzanteile in der Direktvermarktung, in der Gastronomie sowie im Fachhandel blieben hingegen weitgehend stabil.

Gesamtentwicklung

Absatzanteil der Absatzwege pro Jahr im Zeitraum von 2022 bis 2025

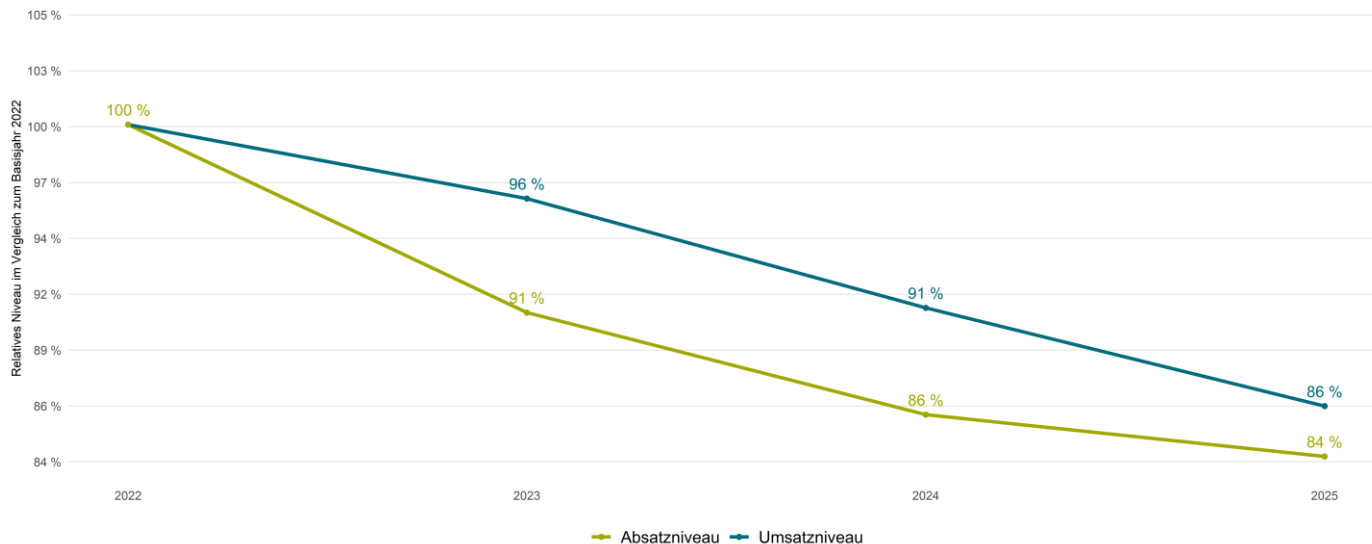


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe

Bei der Entwicklung der Absatzanteile wird die Verlagerung vom Lebensmitteleinzelhandel in den Großhandel noch deutlicher. Gleichzeitig steigt der Anteil von „Sonstiges + Export“ am Gesamtabsatz.

Gesamtentwicklung

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

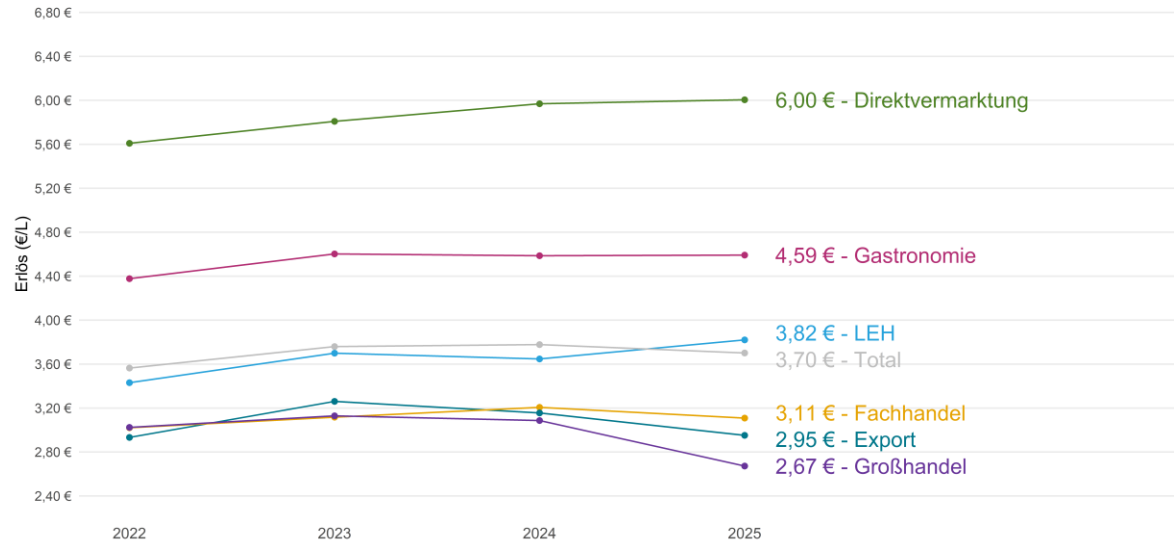


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe.

Der Absatzrückgang hat sich insgesamt abgeschwächt. Sinkende Erlöse führten jedoch dazu, dass der Umsatz im Jahr 2025 weiterhin deutlich zurückging.

Erlösentwicklung

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

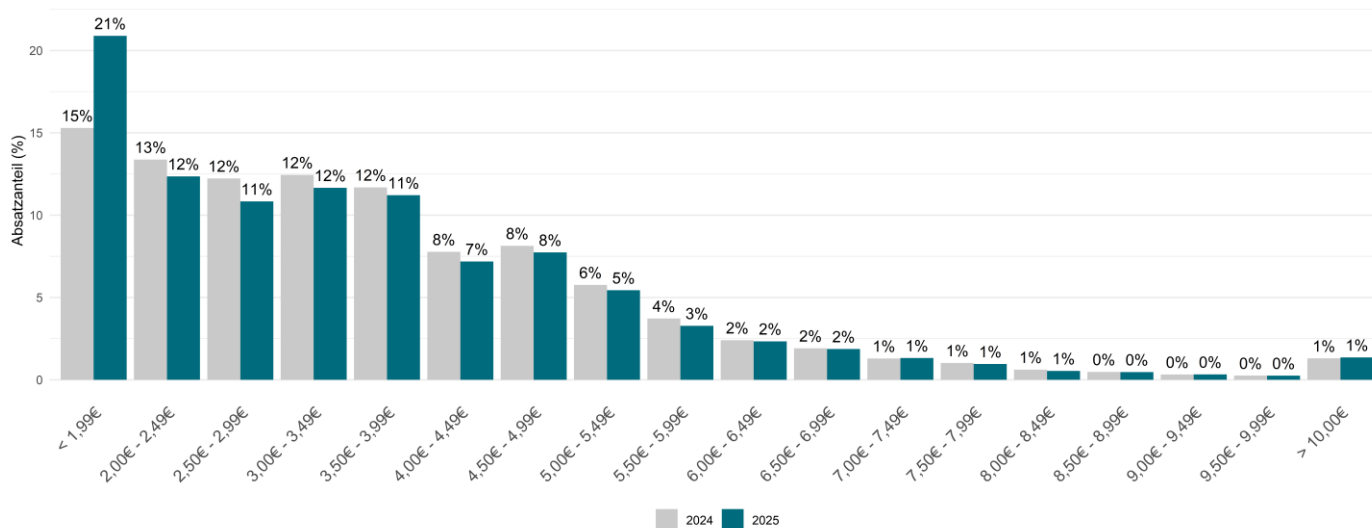


Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften. Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe.

Die Abbildung verdeutlicht die differenzierte Erlösentwicklung: Leichte Zuwächse in Direktvermarktung und Lebensmitteleinzelhandel stehen stabilen Werten in der Gastronomie gegenüber, während Fachhandel, Export und insbesondere der Großhandel deutliche Rückgänge aufweisen.

Preisgruppen

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbauggebiete in den Jahren 2024 und 2025



Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe.

Über alle Vertriebswege hinweg zeigt sich im Jahr 2025 ein deutlicher Anstieg des Preisbereichs unter 1,99 Euro pro Liter. Dieser ist vor allem auf eine signifikante Ausweitung des Absatzes im Großhandel bei gleichzeitig sinkenden Erlösen zurückzuführen. Entsprechend gehen die Absatzanteile in höheren Preissegmenten zurück, wobei die Rückgänge im Bereich ab 6 Euro pro Liter weniger stark ausfallen.



ANBAUGEBIETE

Überblick

Durchschnittliche Erlöse (2025) sowie die Entwicklung von Kennzahlen von 2025 zu 2024

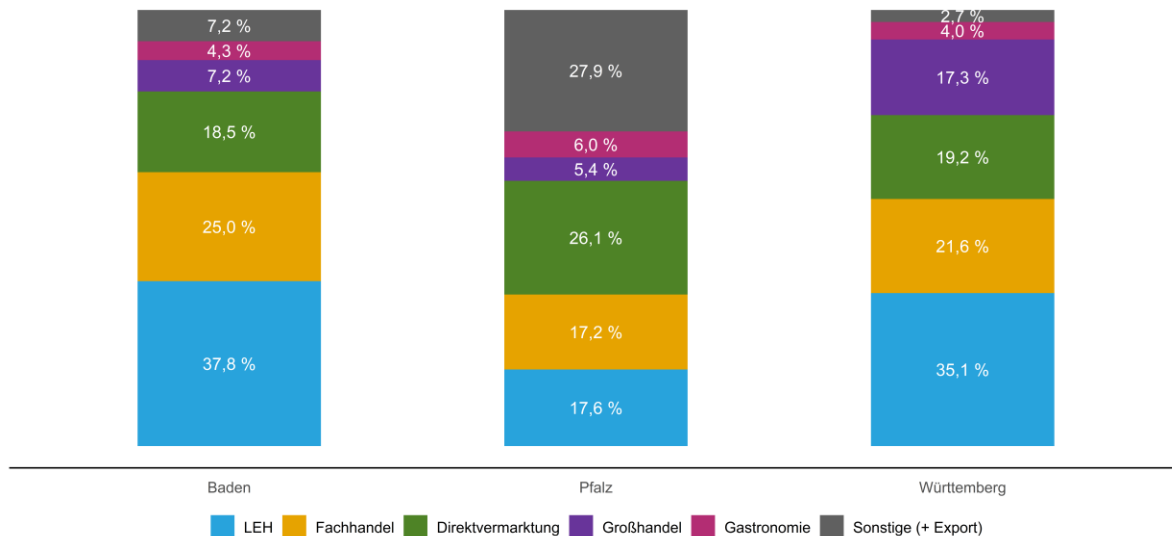
	Durchschnittserlöse (€)		Veränderung 2025 zu 2024 (%)		
	0,75L	1L	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	2,68 €	3,57 €	-5,2 %	-2,3 %	-2,9 %
Baden	2,44 €	3,25 €	-4,6 %	-1,3 %	-3,4 %
Pfalz	2,64 €	3,52 €	-2,7 %	-0,7 %	-2,0 %
Württemberg	3,08 €	4,10 €	-7,2 %	-5,0 %	-2,4 %

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

Über alle drei Anbaugebiete hinweg kam es zu moderaten Rückgängen bei Erlösen und Absatz, die in einem Umsatzminus von 5,2 % resultieren. Regional zeigen sich differenzierte Entwicklungen: Baden ist besonders von sinkenden Erlösen betroffen, während in Württemberg der Absatz stärker zurückgeht. Die Pfalz weist insgesamt die geringsten Umsatzverluste auf.

Vertriebswege nach Anbaugebieten

Umsatzanteil der Vertriebswege in den Anbaugebieten (2025)

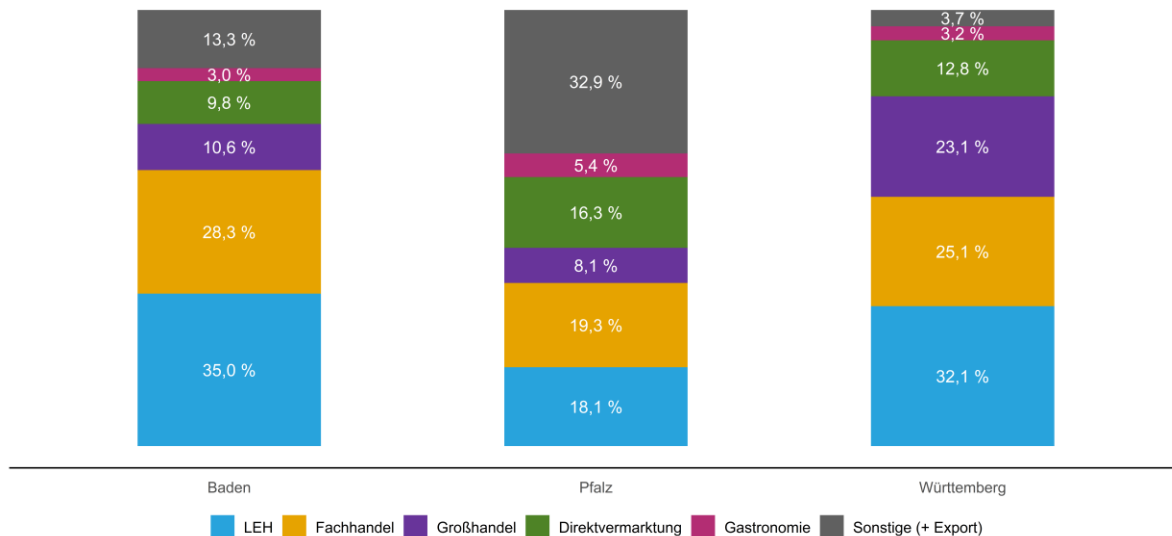


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe

Die Umsatzstrukturen in Baden und Württemberg sind sehr ähnlich und zeichnen sich durch einen hohen Anteil des Lebensmitteleinzelhandels aus. Der Großhandel hat dabei in Württemberg den größten Anteil. Die Pfalz hingegen profitiert von einem deutlich höheren Exportanteil sowie einer stärkeren Direktvermarktung.

Vertriebswege nach Anbaugebieten

Absatzanteil der Vertriebswege in den Anbaugebieten (2025)

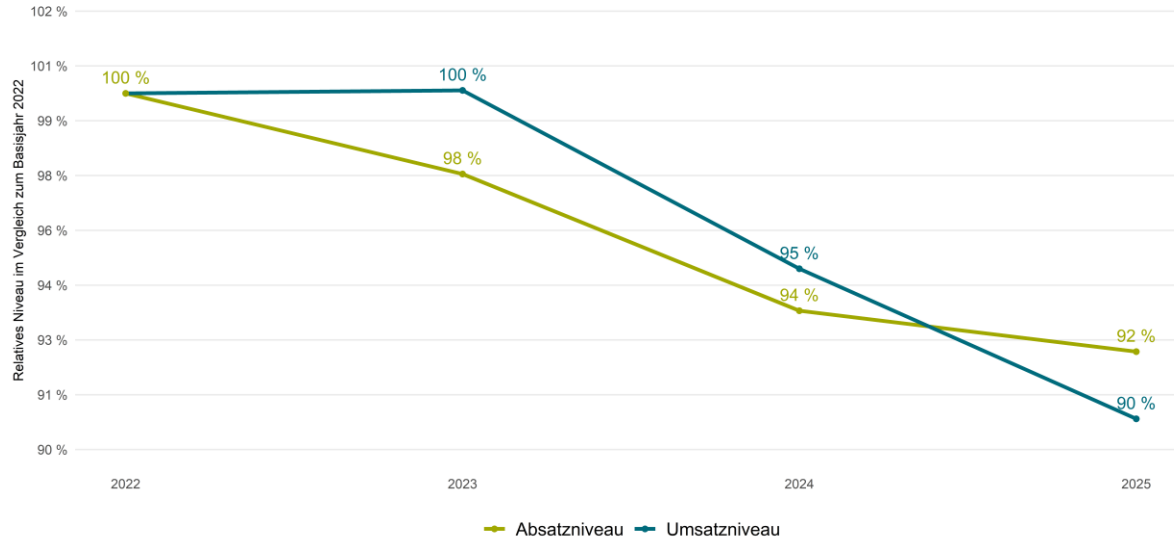


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe

Die Unterschiede in der Umsatzstruktur spiegeln sich entsprechend in der Absatzstruktur wider.

Baden

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

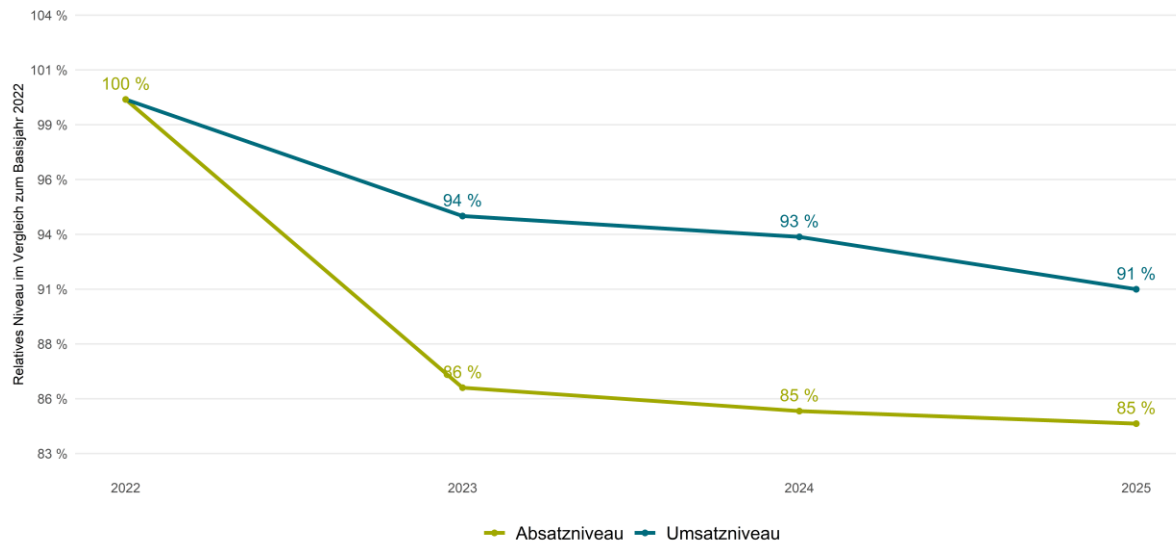


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 9 Betriebe.

Der Rückgang des Absatzvolumens konnte in Baden im Jahr 2025 durch eine Verlagerung von Absatzmengen in den Großhandel teilweise abgefedert werden. Der deutliche Rückgang der Erlöse im Großhandel führte jedoch dazu, dass das Umsatzniveau weiter gesunken ist.

Pfalz

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

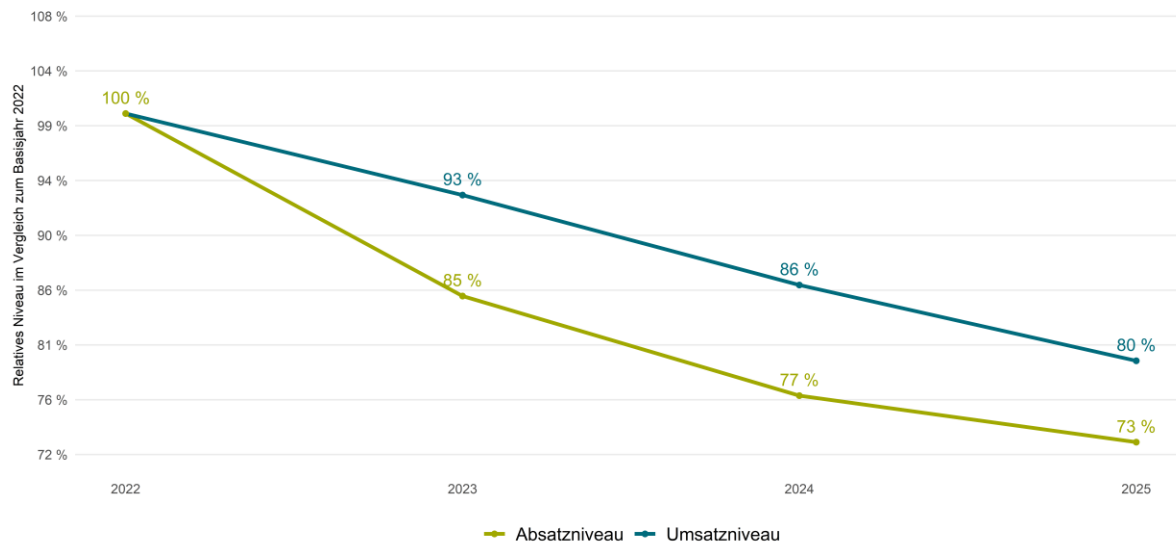


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 9 Betriebe.

In der Pfalz blieb das Absatzniveau der Genossenschaften im Jahr 2025 nahezu stabil. Eine partielle Verlagerung in den Großhandel führte jedoch zu einem moderaten Umsatzrückgang, der durch positive Entwicklungen in der Gastronomie teilweise ausgeglichen werden konnte.

Württemberg

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



Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 17 Betriebe.

In Württemberg hat sich der Absatzzrückgang im Jahr 2025 deutlich abgeschwächt. Der Umsatz setzt seinen gleichmäßigen Rückgang der Vorjahre jedoch fort, was primär auf sinkende Erlöse in den meisten Vertriebskanälen zurückzuführen ist.



VERTRIEBSWEGE

Lebensmitteleinzelhandel

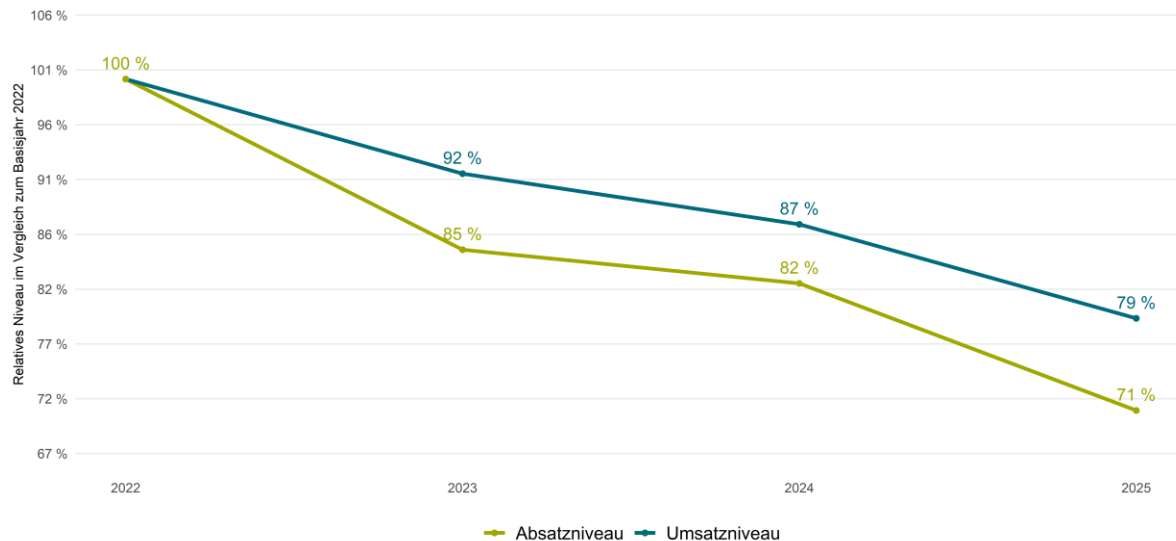
Die wichtigsten Kennzahlen (2025) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahr

	Relativer Anteil (%)			Veränderung 2025 zu 2024 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	32,9 %	30,7 %	3,82 €	-9,4 %	-13,6 %	4,8 %
Baden	37,8 %	35,0 %	3,52 €	-12,1 %	-18,6 %	8,1 %
Württemberg	35,1 %	32,1 %	4,49 €	-6,4 %	-6,0 %	-0,4 %
Pfalz	17,6 %	18,1 %	3,42 €	-6,9 %	-6,4 %	-0,5 %

Im Lebensmitteleinzelhandel verzeichnen alle drei Anbauggebiete Absatzrückgänge. In Baden stehen diesen zwar deutliche Erlössteigerungen gegenüber, jedoch fällt der Absatzrückgang dort stärker aus als in den übrigen Regionen. Insgesamt führen die Absatzverluste in allen Anbaugebieten zu entsprechenden Umsatzrückgängen.

Lebensmitteleinzelhandel

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

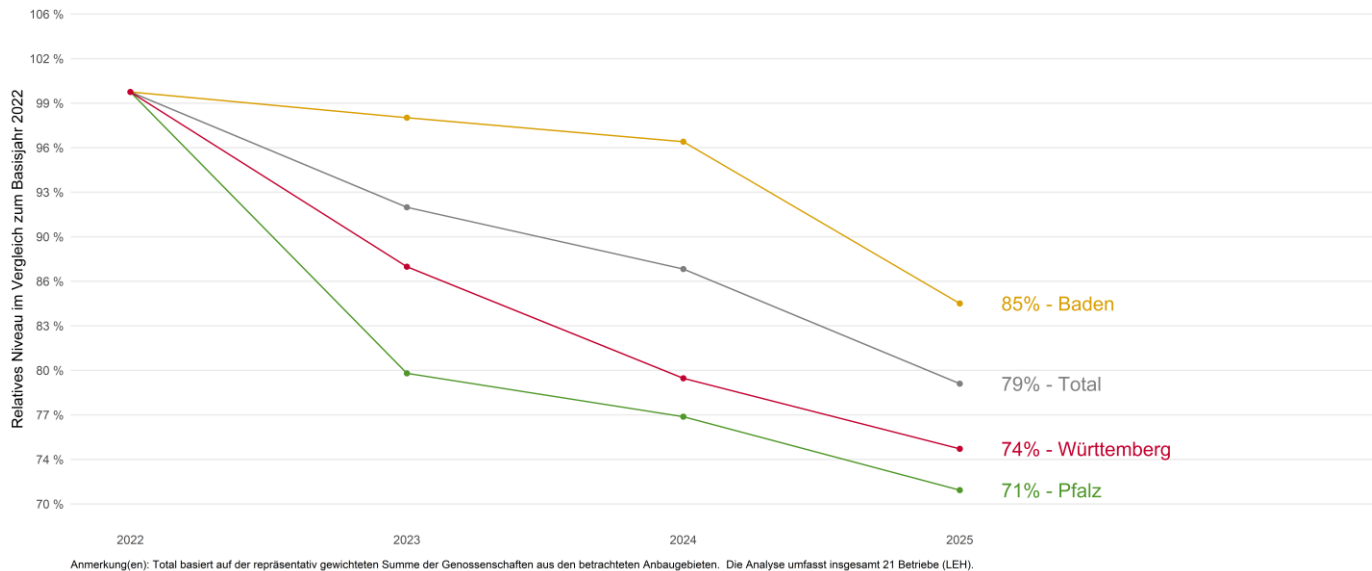


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 21 Betriebe (LEH).

Im Jahr 2025 hat sich der Absatzrückgang im Lebensmitteleinzelhandel gegenüber dem Vorjahr verstärkt. Erlössteigerungen in Baden haben den Umsatzrückgang jedoch teilweise abgefedert.

Lebensmitteleinzelhandel

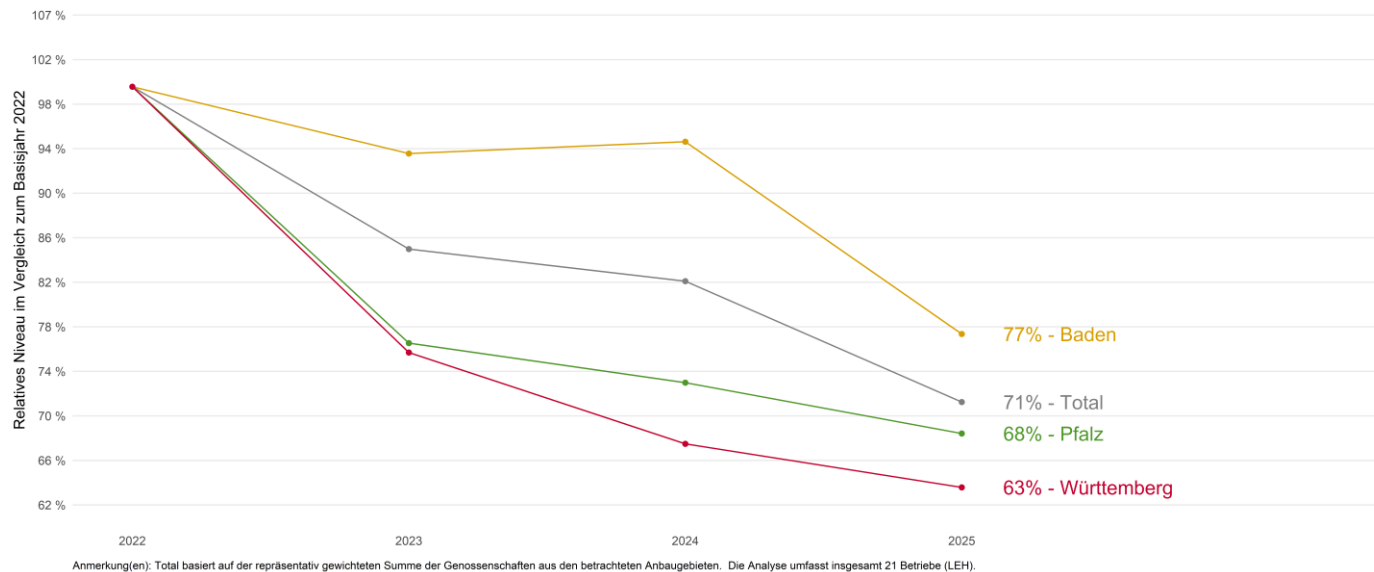
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Abbildung zeigt, dass der Umsatz in allen drei Anbaugebieten im Jahr 2025 deutlich zurückgegangen ist, am stärksten in Baden.

Lebensmitteleinzelhandel

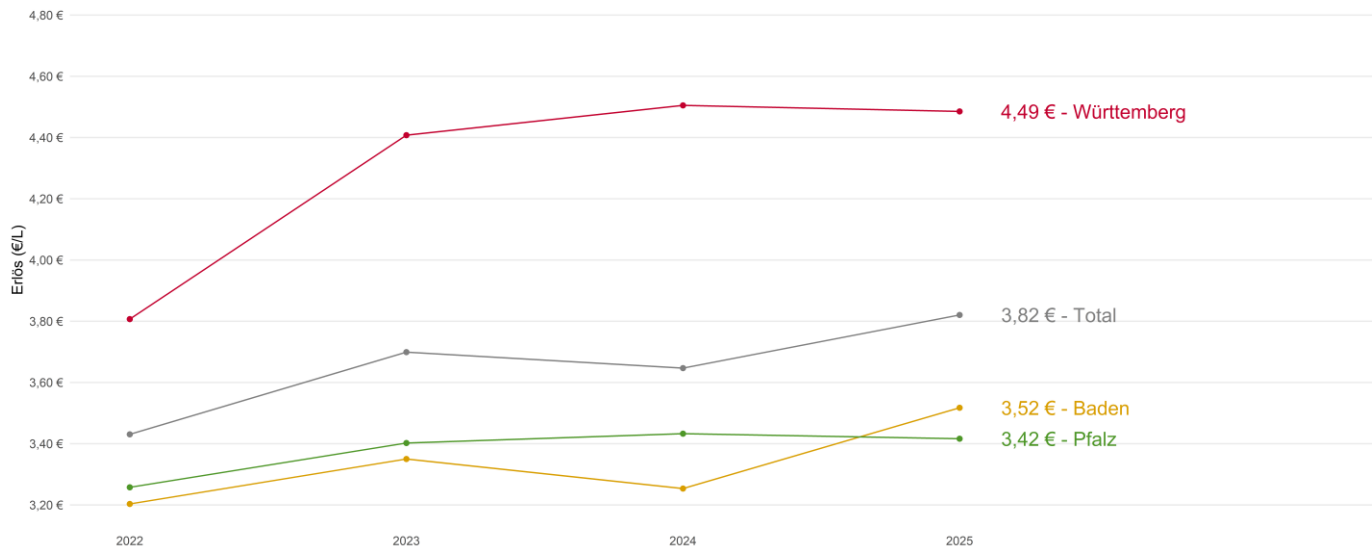
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Absatzrückgänge haben sich in der Pfalz und in Württemberg im Vergleich zu den deutlichen Verlusten im Jahr 2023 in den Jahren 2024 und 2025 abgeschwächt. In Baden hingegen kam es infolge einer Angleichung der Erlöse zu einem deutlichen Absatzrückgang. Insgesamt liegt das Absatzniveau im Lebensmitteleinzelhandel bei rund 71 Prozent des Niveaus von 2022.

Lebensmitteleinzelhandel

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

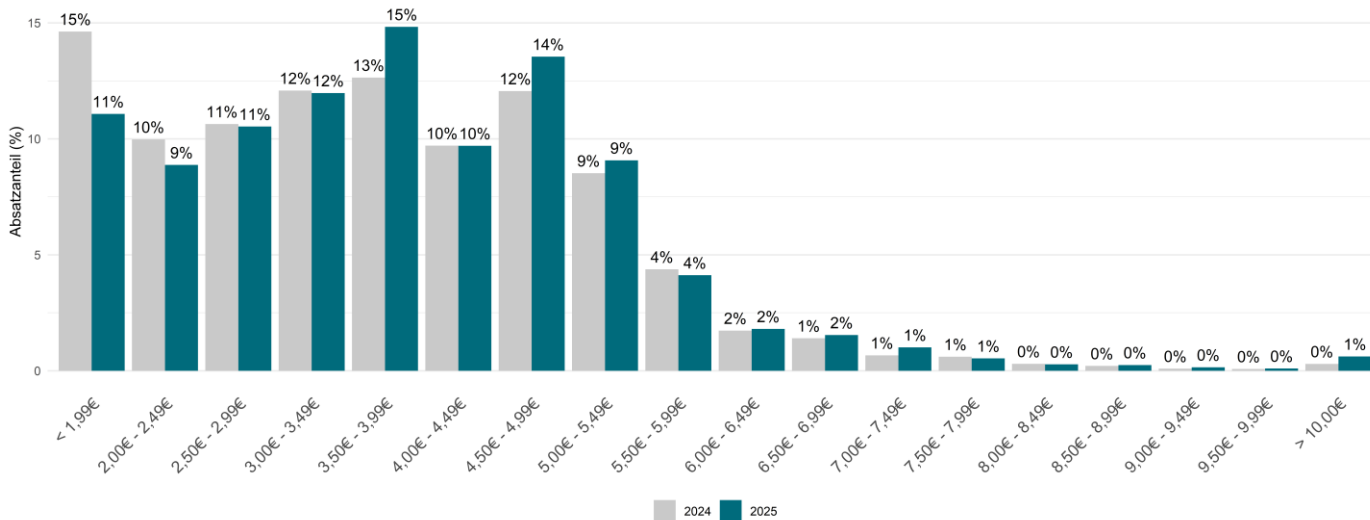


Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. Die Analyse umfasst insgesamt 21 Betriebe (LEH).

Der leichte Anstieg der Erlöse ist vor allem auf einen stärkeren Zuwachs in Baden zurückzuführen, während die Erlöse in Württemberg und in der Pfalz leicht gesunken sind. Baden und die Pfalz liegen nun nahezu auf einem Niveau, während Württemberg im Lebensmitteleinzelhandel rund einen Euro pro Liter höhere Erlöse erzielt.

Lebensmitteleinzelhandel

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiete (2025)



Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 21 Betriebe.

Der Erlösanstieg im Jahr 2025 in Baden ist vor allem auf eine Zunahme der Preissegmente von 3,50 bis 3,99 Euro sowie von 4,50 bis 4,99 Euro pro Liter zurückzuführen. Gleichzeitig ist der Anteil des Segments unter 1,99 Euro pro Liter signifikant zurückgegangen.

Direktvermarktung

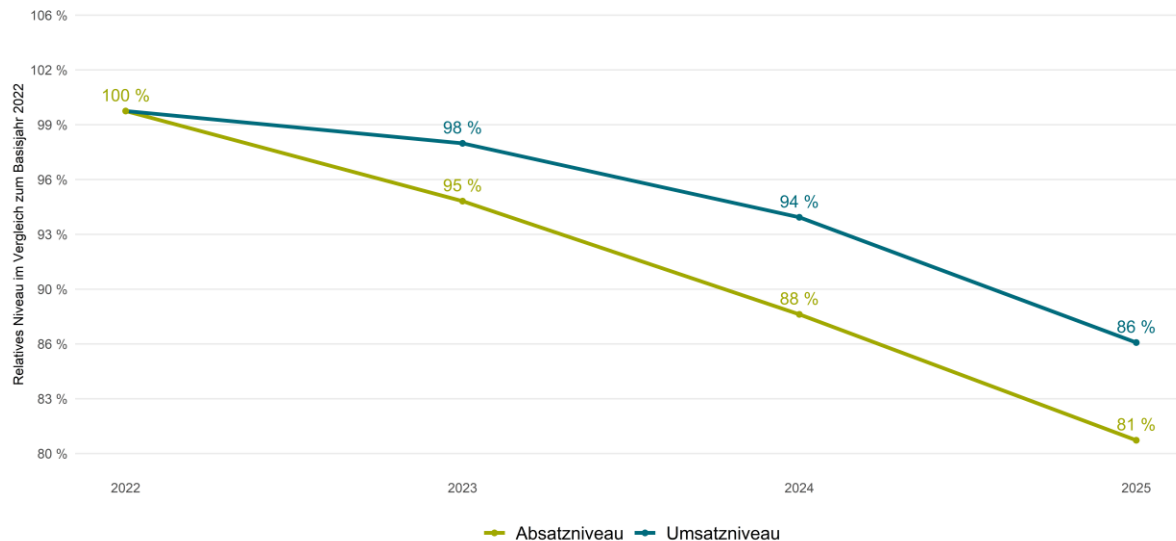
Die wichtigsten Kennzahlen (2025) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahr

	Relativer Anteil (%)			Veränderung 2025 zu 2024 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	20,2 %	12,0 %	6,00 €	-7,8 %	-8,3 %	0,6 %
Pfalz	26,1 %	16,3 %	5,64 €	-7,1 %	-7,9 %	0,8 %
Württemberg	19,2 %	12,8 %	6,14 €	-5,7 %	-6,6 %	0,9 %
Baden	18,5 %	9,8 %	6,13 €	-9,8 %	-10,0 %	0,2 %

Im Jahr 2025 verzeichnet die Direktvermarktung einen deutlichen, über die Anbaugebiete hinweg vergleichbaren Absatzrückgang. Bei stabilen bis leicht steigenden Erlösen führt dies in allen drei Regionen zu Umsatzverlusten.

Direktvermarktung

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

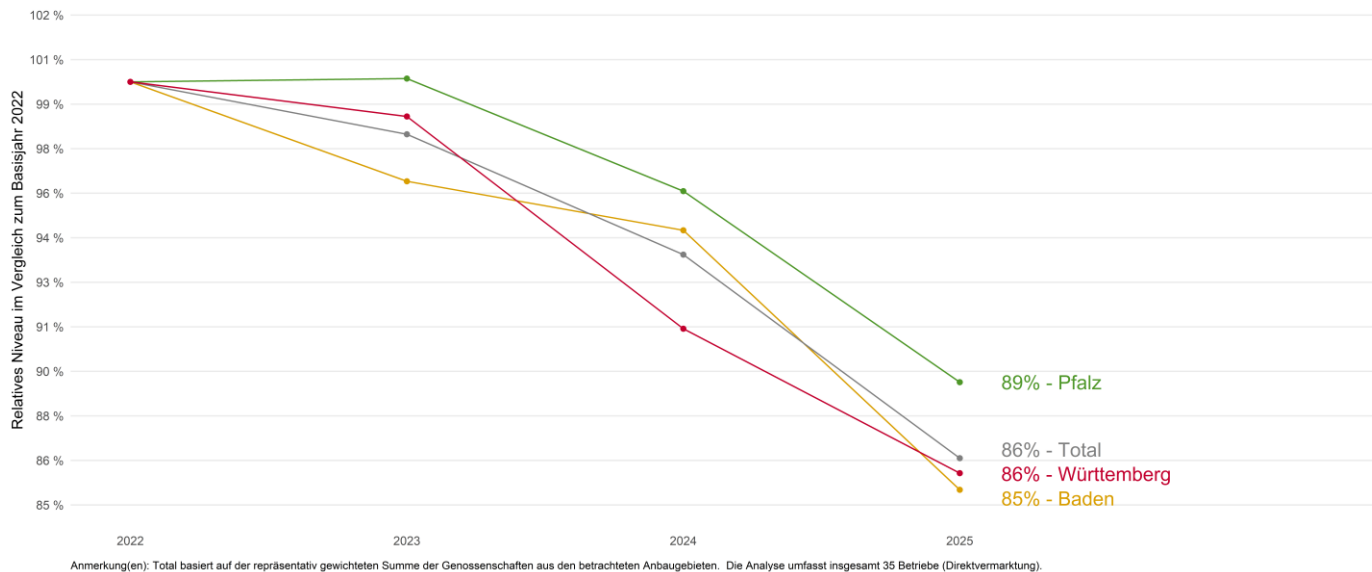


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe (Direktvermarktung).

Im Jahr 2025 hat sich der Rückgang von Umsatz und Absatz in der Direktvermarktung gegenüber den Vorjahren deutlich verstärkt.

Direktvermarktung

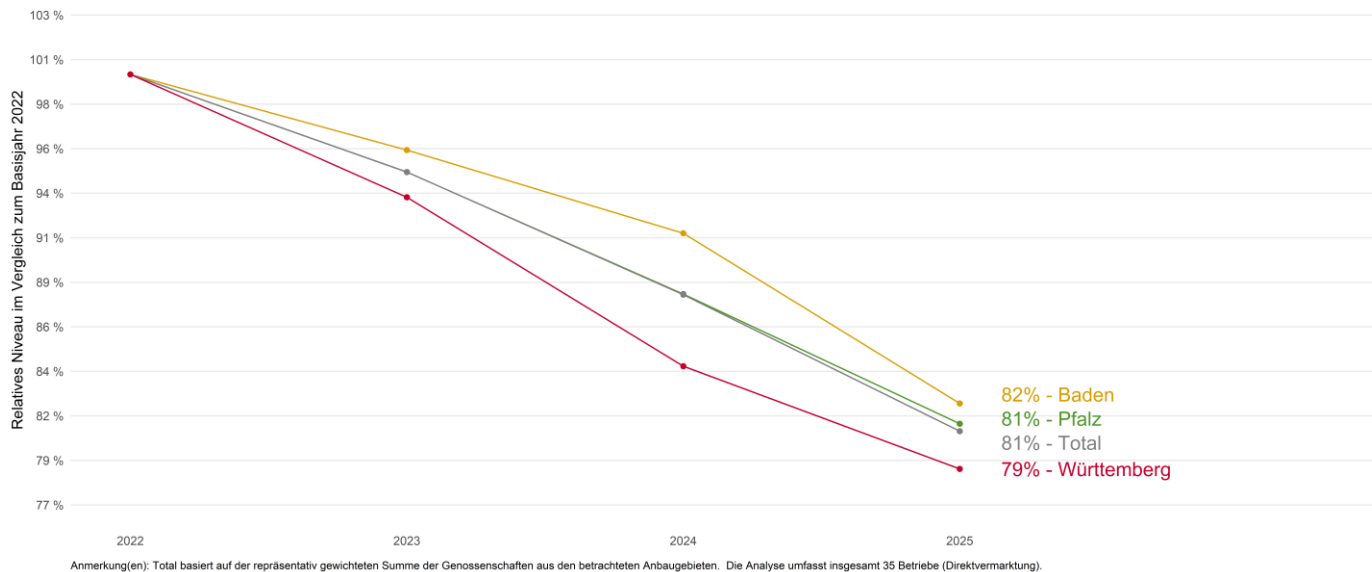
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Abbildung verdeutlicht den beschleunigten Umsatzrückgang in der Direktvermarktung. Baden weist dabei stärkere Verluste als Württemberg auf, wodurch sich beide Anbaugebiete inzwischen auf einem vergleichbar niedrigen Niveau annähern.

Direktvermarktung

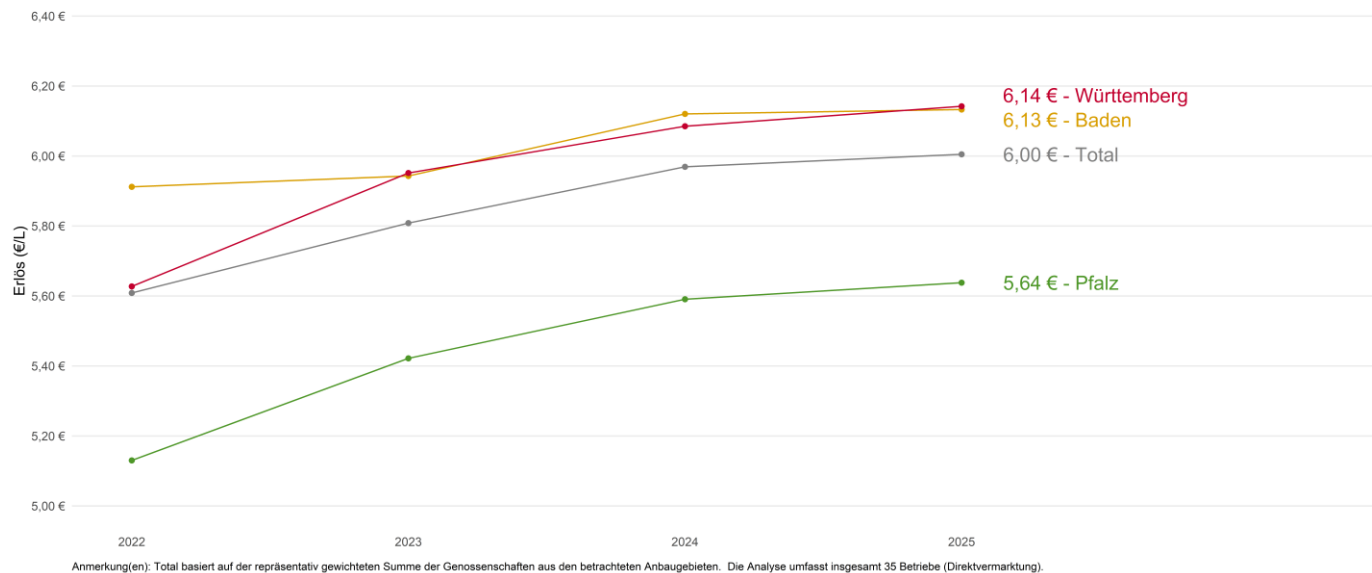
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Der Absatzrückgang in der Direktvermarktung hat sich im Jahr 2025 über die Anbaugebiete hinweg relativ gleichmäßig entwickelt. In Württemberg fiel er etwas geringer aus. Insgesamt liegt der Absatzverlust im Vergleich zu 2022 inzwischen bei rund 20 Prozent.

Direktvermarktung

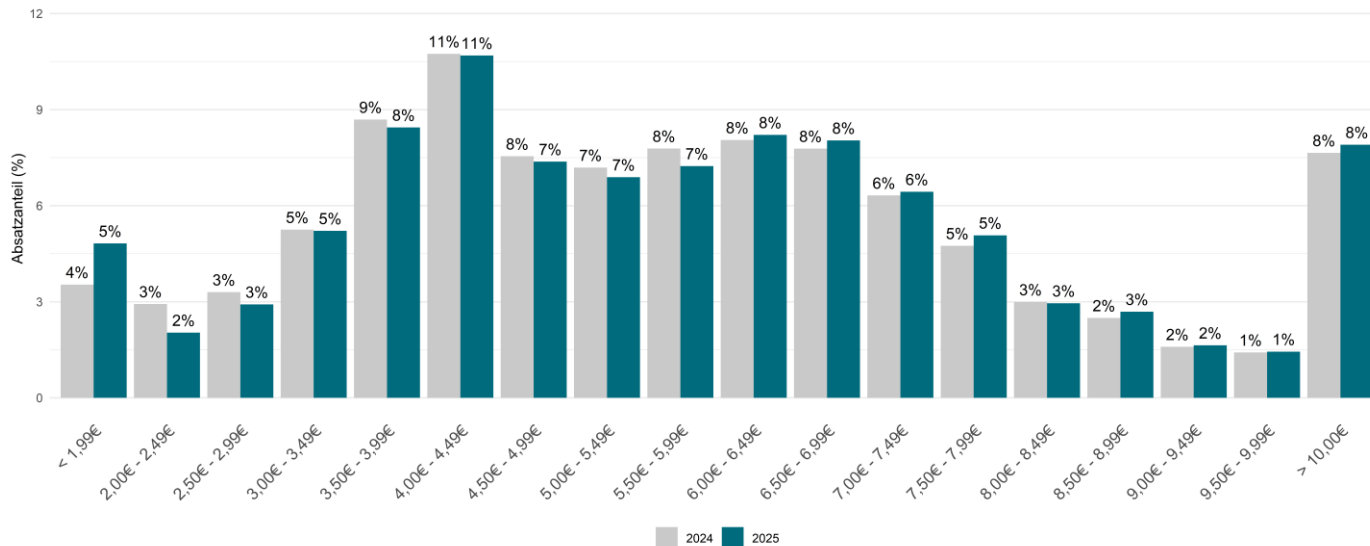
Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet



Auf die starken Erlössteigerungen bis 2024 folgt im Jahr 2025 eine deutliche Abschwächung der Dynamik. In allen Anbaugebieten sind nur noch moderate bzw. kaum spürbare Zuwächse zu beobachten. Die Pfalz bleibt dabei klar unter dem Erlösniveau von Baden und Würtemberg, die sich auf einem ähnlichen Niveau bewegen.

Direktvermarktung

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiete (2025)



Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe.

Die stabilen Erlöse im Jahr 2025 führten zu weitgehend unveränderten Absatzanteilen über die verschiedenen Preissegmente hinweg.

Fachhandel

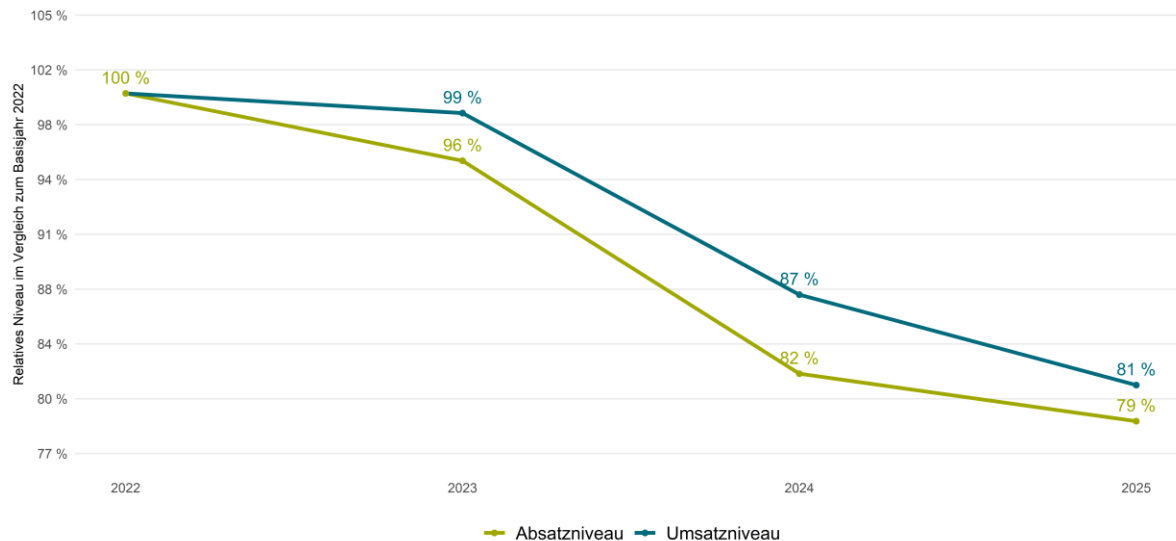
Die wichtigsten Kennzahlen (2025) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahr

	Relativer Anteil (%)			Veränderung 2025 zu 2024 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	22,3 %	25,6 %	3,11 €	-6,6 %	-3,7 %	-3,0 %
Baden	25,0 %	28,3 %	2,87 €	-5,1 %	-1,6 %	-3,5 %
Württemberg	21,6 %	25,1 %	3,53 €	-10,4 %	-8,9 %	-1,6 %
Pfalz	17,2 %	19,3 %	3,13 €	-2,6 %	0,4 %	-3,0 %

Im Fachhandel und Getränkefachgroßhandel (GFGH) ist der Absatz bei gleichzeitig sinkenden Erlösen zurückgegangen, was zu einem moderaten Umsatzverlust geführt hat. Dies betraf insbesondere die Genossenschaften in Württemberg und teilweise in Baden. Genossenschaften aus der Pfalz konnten ihren Absatz stabil halten und waren vor allem von den sinkenden Erlösen betroffen.

Fachhandel

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

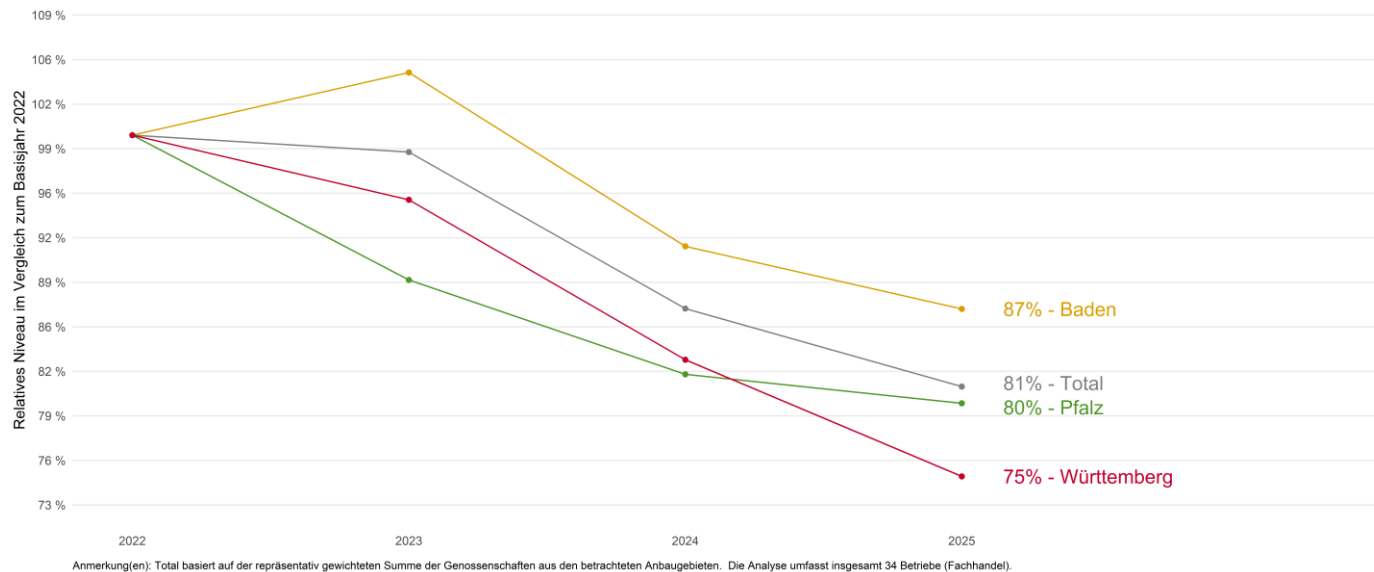


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 34 Betriebe (Fachhandel).

Nach einem deutlichen Rückgang von Absatz und Umsatz im Jahr 2024 hat sich dieser Trend im Jahr 2025 verlangsamt. Gleichzeitig wird deutlich, dass der Rückgang der Erlöse im Jahr 2025 zu einem stärkeren Umsatzverlust als Absatzrückgang geführt hat.

Fachhandel

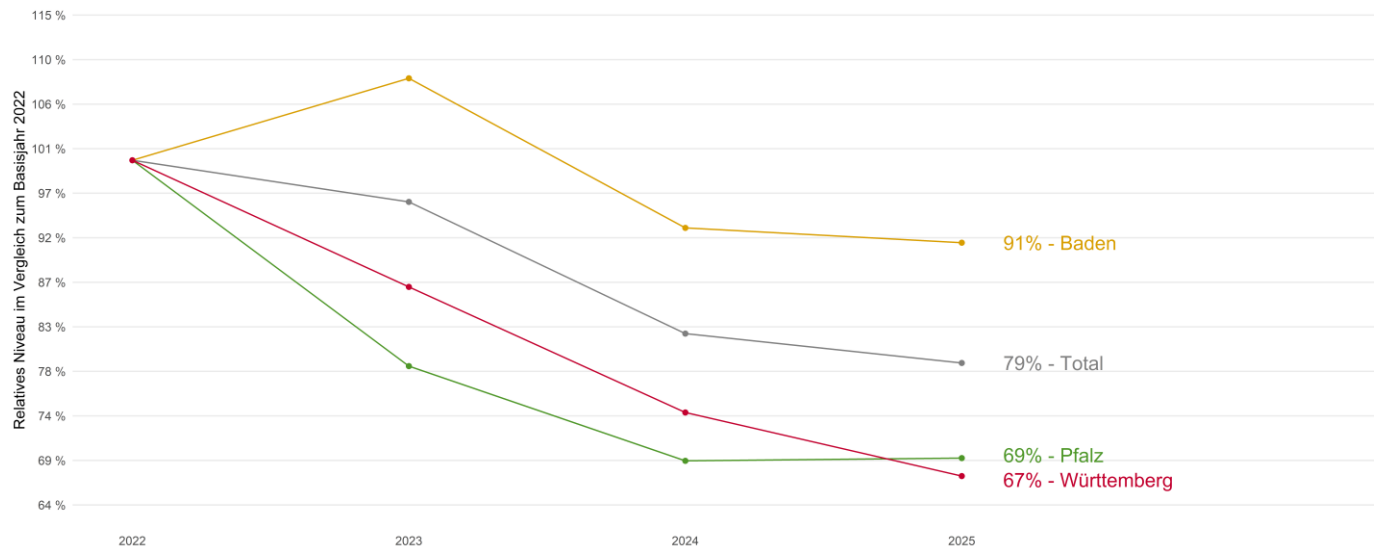
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Nach den zuvor weitgehend parallel verlaufenden Umsatzrückgängen konnte die Pfalz im Jahr 2025 einen geringeren Rückgang verzeichnen, da der Absatz leicht zulegte.

Fachhandel

Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet

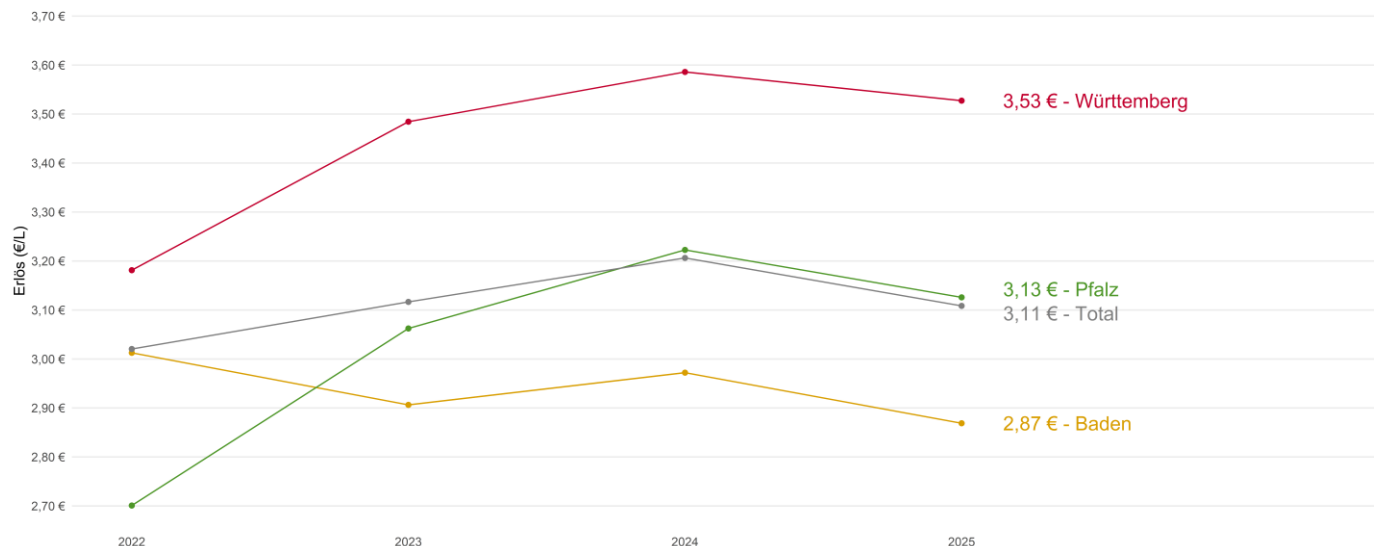


Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. Die Analyse umfasst insgesamt 34 Betriebe (Fachhandel).

In Baden und in der Pfalz konnte der deutliche Absatzrückgang aus dem Jahr 2024 im Jahr 2025 spürbar abgebremsst werden. In Württemberg setzte sich dieser Trend hingegen weitgehend unverändert fort.

Fachhandel

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

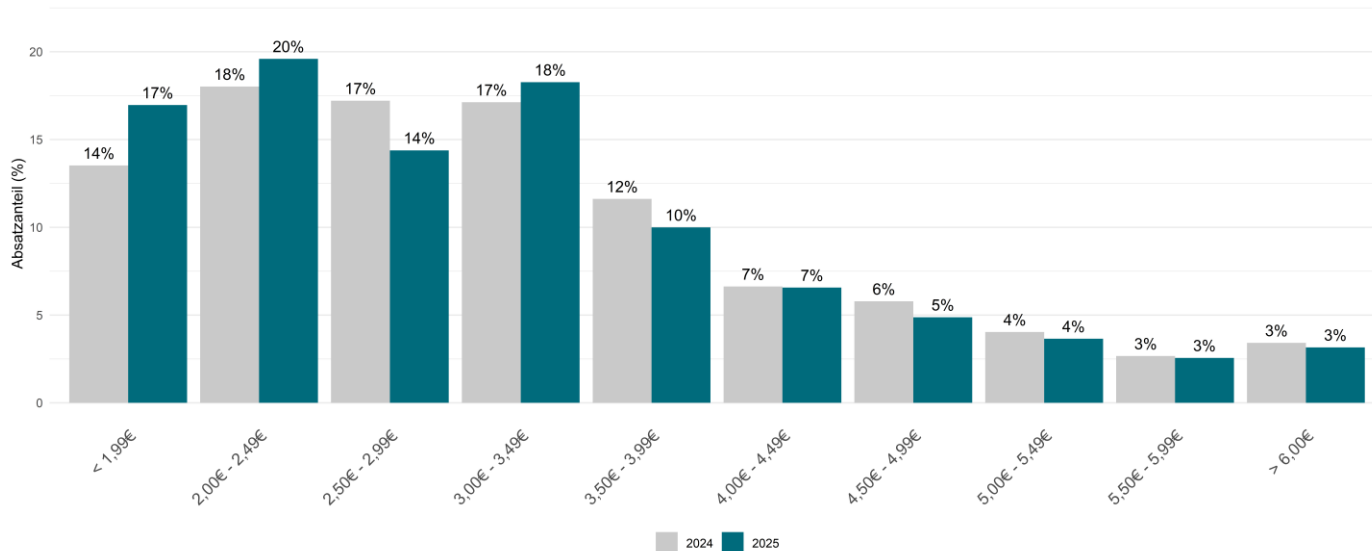


Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. Die Analyse umfasst insgesamt 34 Betriebe (Fachhandel).

Nach Erlössteigerungen im Fachhandel bis zum Jahr 2024 mussten im Jahr 2025 deutliche Rückgänge hingenommen werden. Dies betraf alle Anbaugebiete in ähnlichem Maße.

Fachhandel

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiete (2025)



Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 34 Betriebe.

Die rückläufigen Erlöse im Jahr 2025 spiegeln sich vor allem in einer Zunahme des Absatzes im Preisbereich bis 2,49 Euro pro Liter wider. Dagegen ist der Preisbereich von 2,50 bis 2,99 Euro pro Liter signifikant zurückgegangen.

Großhandel

Die wichtigsten Kennzahlen (2025) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahr

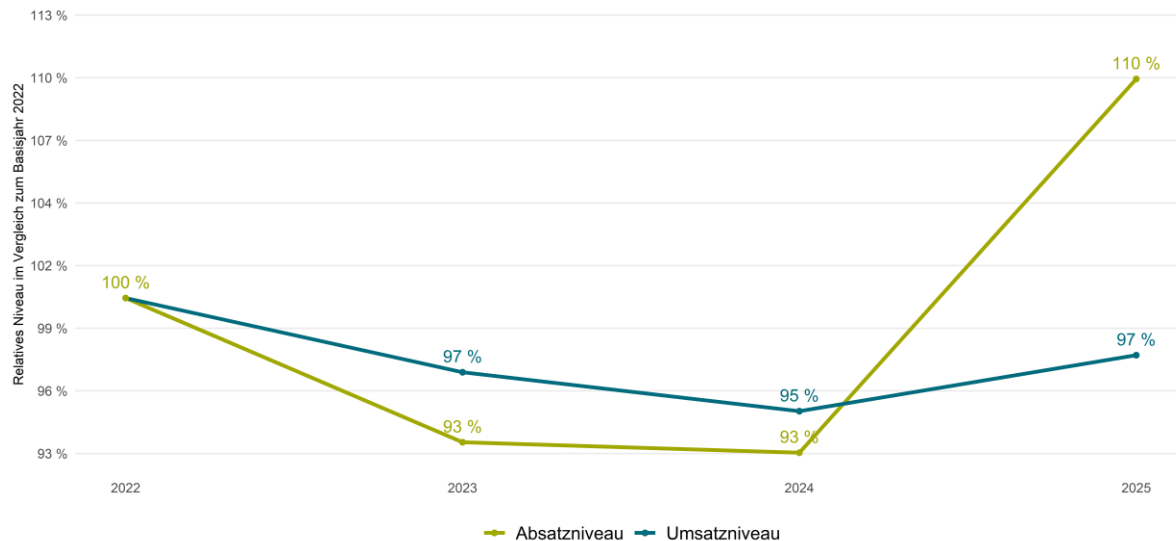
	Relativer Anteil (%)			Veränderung 2025 zu 2024 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	10,5 %	14,0 %	2,67 €	2,7 %	18,6 %	-13,4 %
Württemberg	17,3 %	23,1 %	3,08 €	-9,7 %	-5,8 %	-4,2 %
Baden	7,2 %	10,6 %	2,21 €	28,1 %	62,1 %	-20,9 %
Pfalz	5,4 %	8,1 %	2,34 €	30,4 %	69,1 %	-22,9 %

Der Absatz im Großhandel ist um knapp 19 % deutlich gestiegen, während die Erlöse gleichzeitig zurückgingen. Insgesamt resultiert daraus lediglich eine Umsatzsteigerung von rund drei Prozent.

Diese Entwicklung ist vor allem auf Baden und die Pfalz zurückzuführen, wo der Absatz im Großhandel jeweils um nahezu zwei Drittel ausgeweitet wurde. In Württemberg hingegen sind sowohl Absatz als auch Erlöse leicht gesunken, was zu einem Umsatzrückgang von knapp zehn Prozent führte.

Großhandel

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

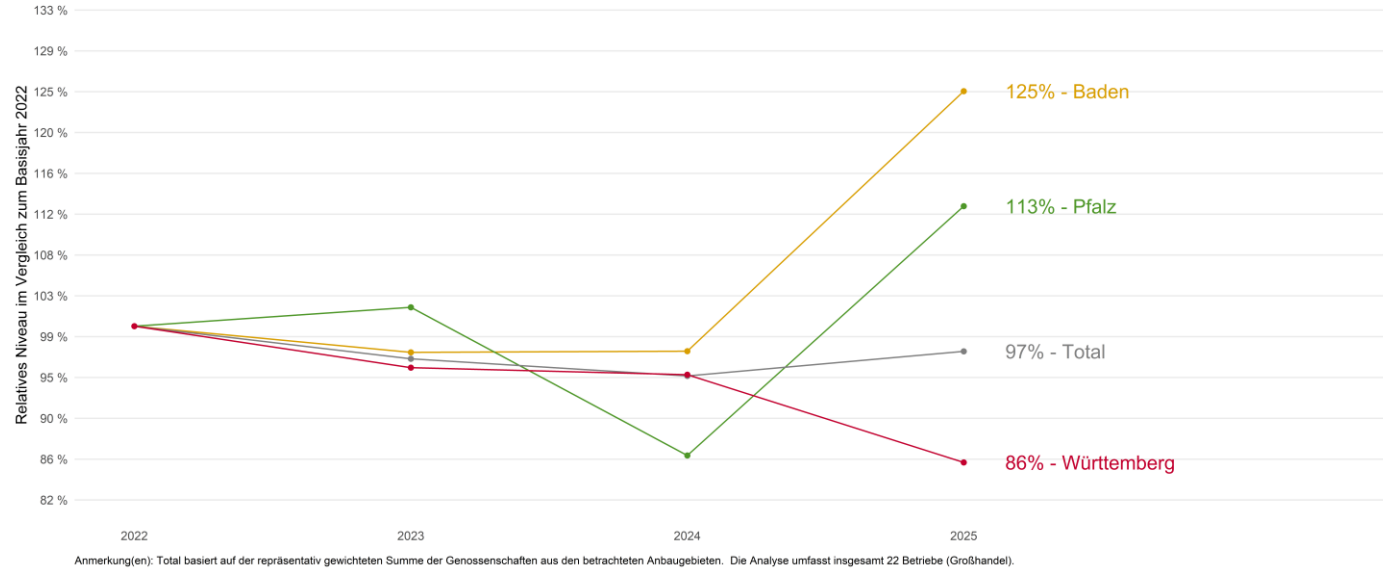


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 22 Betriebe (Großhandel).

Während der Absatz im Großhandel im Jahr 2025 deutlich gestiegen ist, konnte der Umsatz nur geringfügig zulegen. Dies ist auf einen spürbaren Rückgang der Erlöse zurückzuführen.

Großhandel

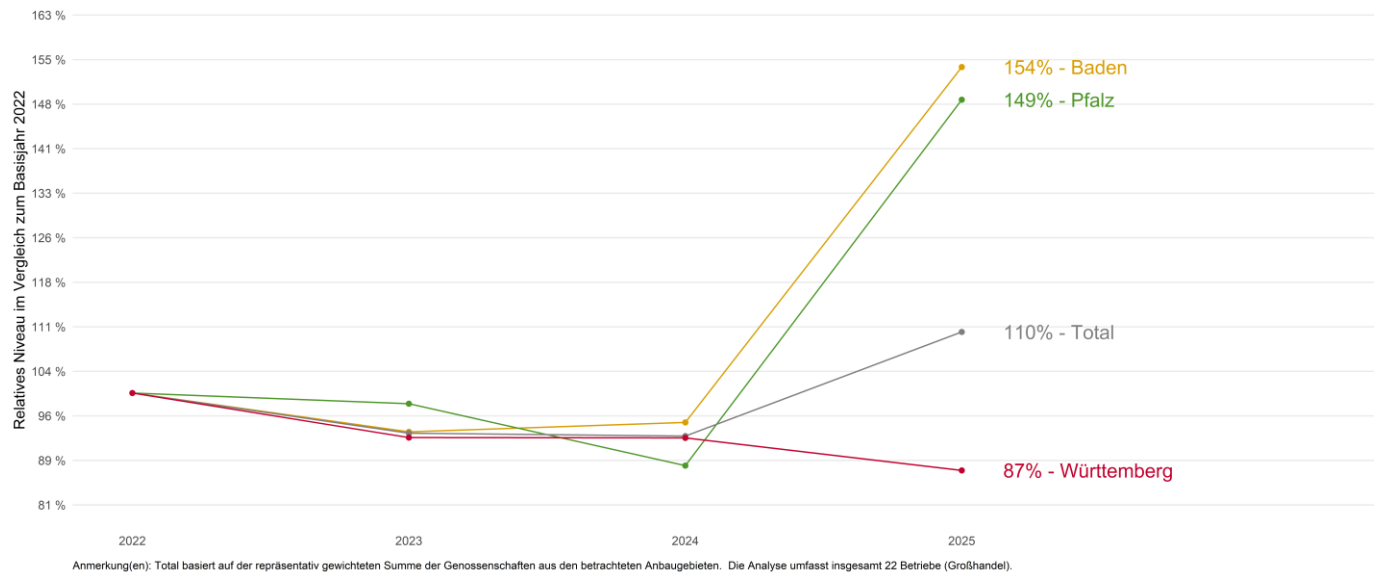
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Der Umsatz im Großhandel ist insbesondere bei den Genossenschaften in Baden und der Pfalz deutlich gestiegen, während er in Württemberg rückläufig war.

Großhandel

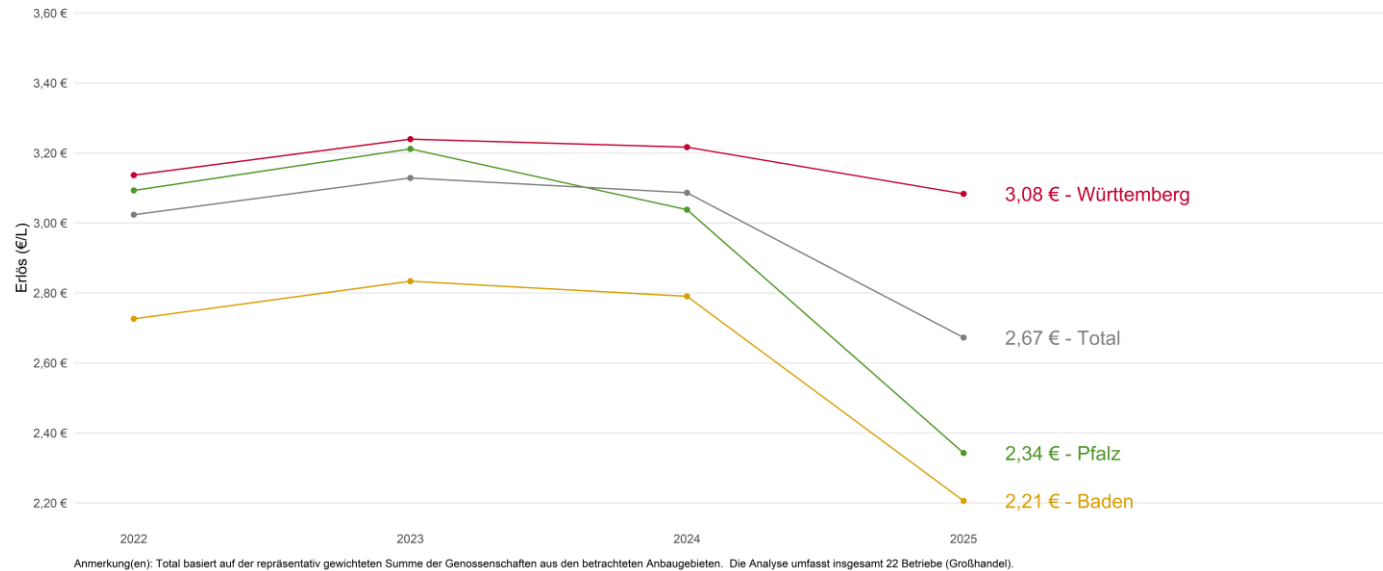
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Abbildung zeigt einen sehr starken Anstieg des Absatzes im Großhandel im Jahr 2025 in den Anbaugebieten Baden und Pfalz, während der Absatz in Württemberg leicht zurückgegangen ist.

Großhandel

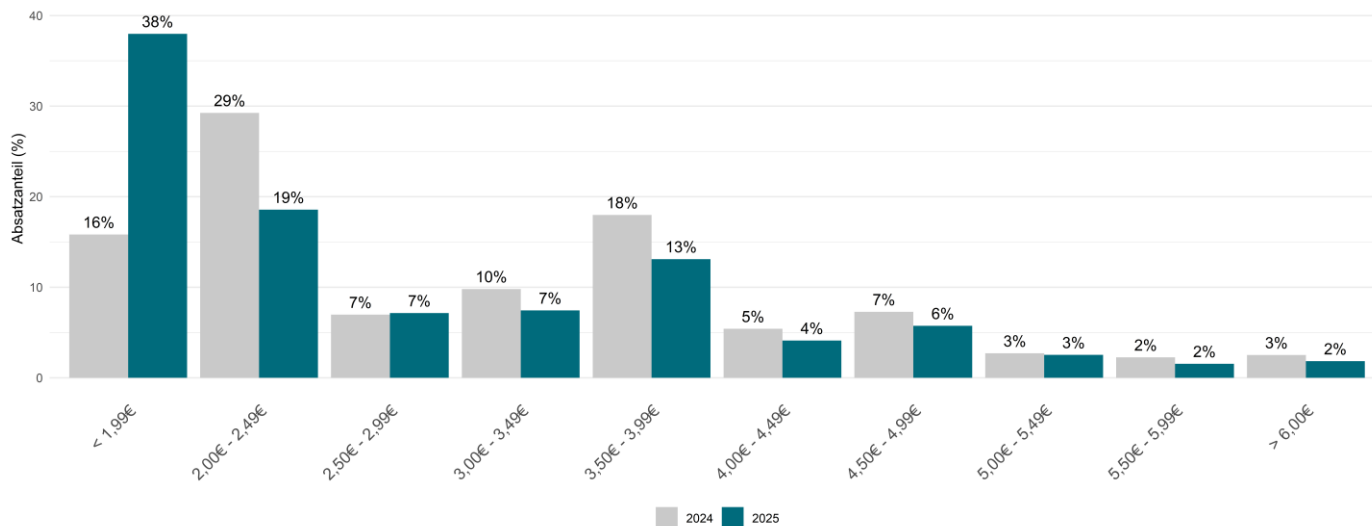
Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet



Im Jahr 2025 kam es zu einem deutlichen Rückgang der Erlöse im Großhandel, insbesondere in den Anbaugebieten Pfalz und Baden, wo der Absatz gleichzeitig stark angestiegen ist. In Württemberg hingegen blieben die Erlöse vergleichsweise stabil.

Großhandel

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiete (2025)



Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 21 Betriebe.

Im Großhandel zeigt sich im Jahr 2025 eine deutliche Verschiebung hin zu niedrigeren Erlösen unter 1,99 Euro pro Liter. Die höheren Preisbereiche haben spürbar an Absatzanteilen verloren. Die Absatzgewinne wurden damit vor allem in den unteren Preissegmenten erzielt.

Gastronomie

Die wichtigsten Kennzahlen (2025) sowie deren prozentuale Veränderung im Vergleich zum Vorjahr

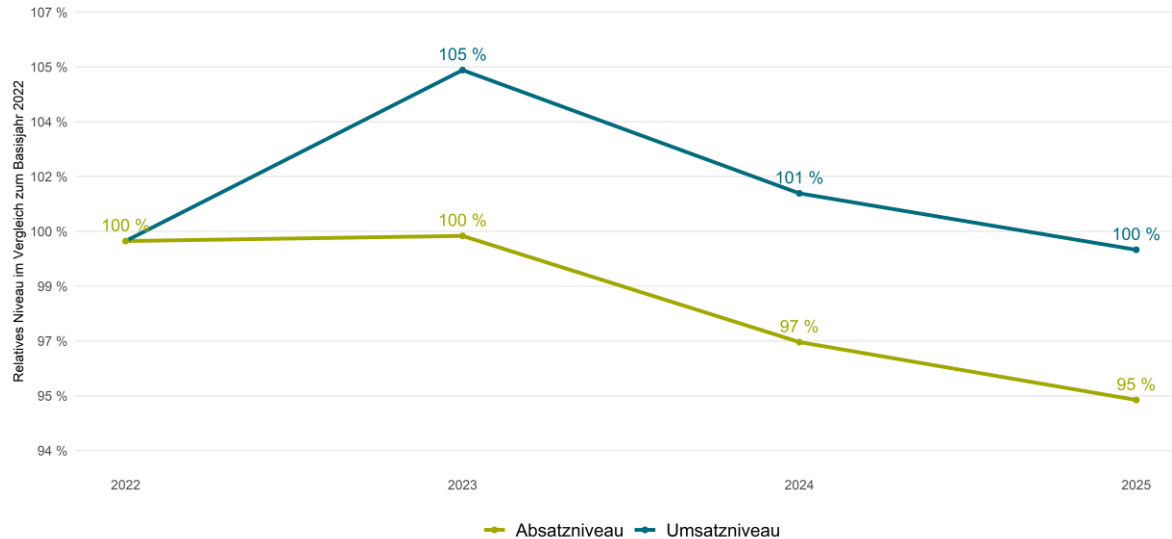
	Relativer Anteil (%)			Veränderung 2025 zu 2024 (%)		
	Umsatz	Absatz	Durchsch. Erlös (€/L)	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	4,5 %	3,5 %	4,59 €	-1,7 %	-1,9 %	0,1 %
Pfalz	6,0 %	5,4 %	3,87 €	10,2 %	5,4 %	4,6 %
Baden	4,3 %	3,0 %	4,73 €	-6,9 %	-7,3 %	0,4 %
Württemberg	4,0 %	3,2 %	5,15 €	-2,8 %	-0,6 %	-2,2 %

Der Gastronomieabsatz ging insgesamt um knapp zwei Prozent zurück, bei gleichzeitig stabilen Erlösen.

Regional ergeben sich jedoch differenzierte Entwicklungen: In der Pfalz verzeichneten Genossenschaften ein deutliches Absatzwachstum von rund 10 % sowie steigende Erlöse. In Württemberg blieb der Absatz stabil, während ein Rückgang der Erlöse um 2,2 % zu leicht sinkenden Umsätzen führte. In Baden hingegen führten Absatzverluste von 7,3 % bei stabilen Erlösen ebenfalls zu einem Umsatzrückgang.

Gastronomie

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

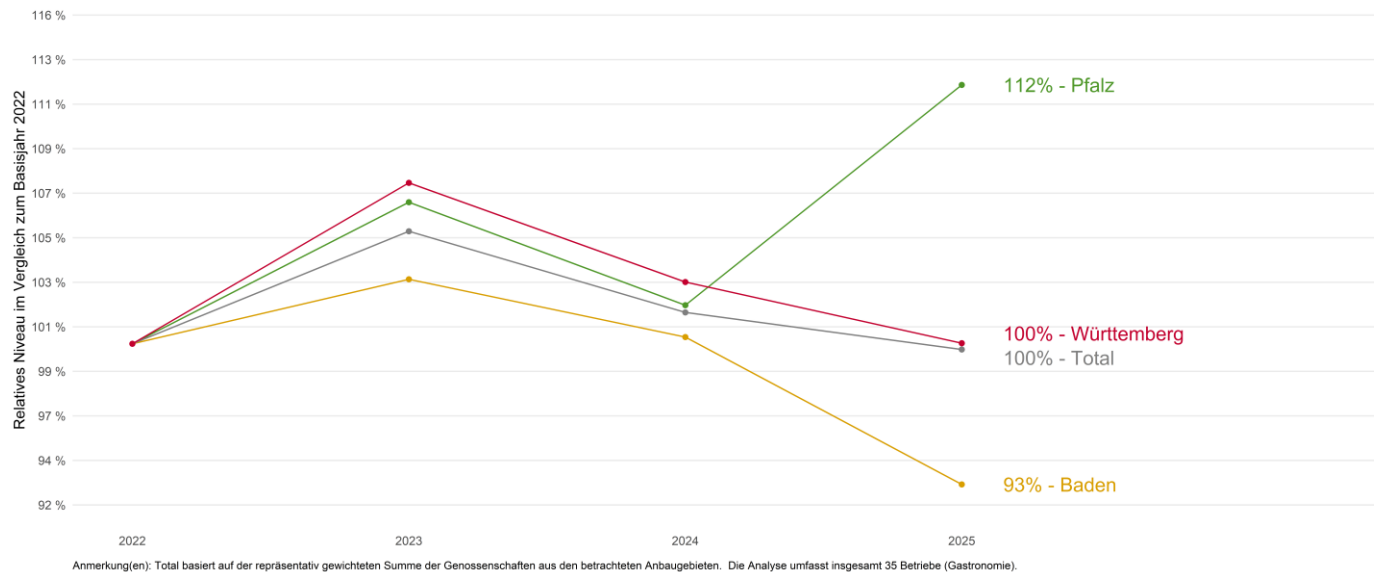


Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe (Gastronomie).

Im Jahr 2025 sind Umsatz und Absatz in der Gastronomie gleichermaßen leicht zurückgegangen. Das Absatzniveau liegt mit 95 % des Wertes von 2022 weiterhin auf einem vergleichsweise stabilen Niveau und konnte insgesamt gut gehalten werden.

Gastronomie

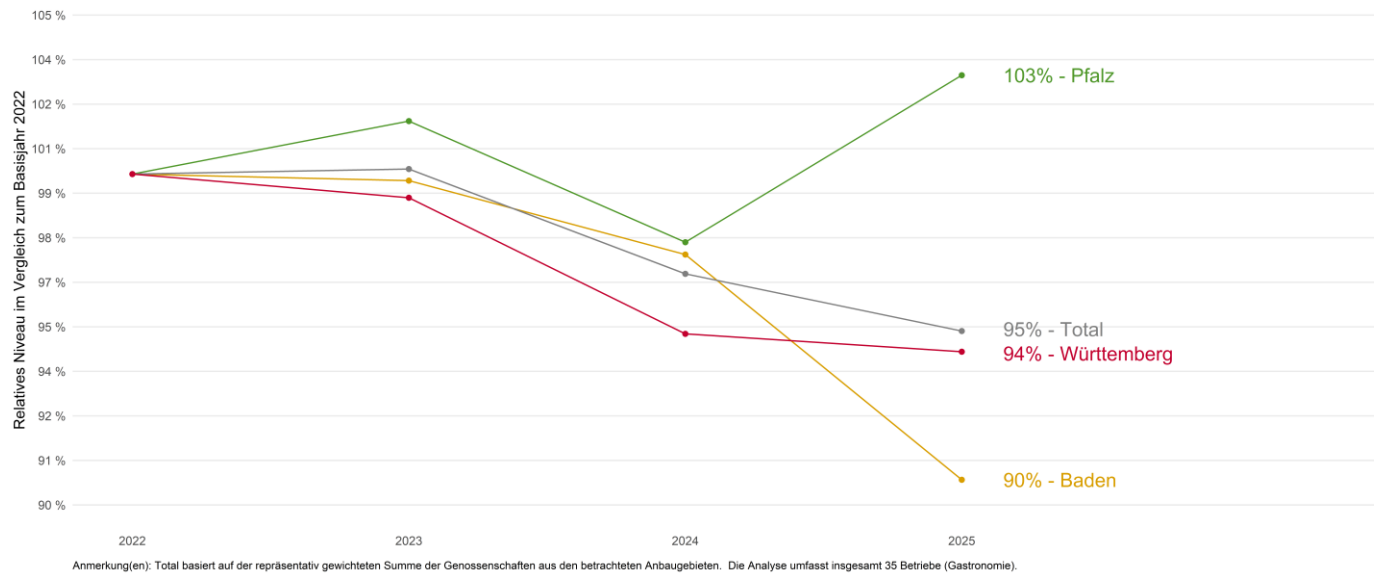
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Hier zeigen sich deutliche regionale Unterschiede im Gastronomieumsatz zwischen den Anbaugebieten. Während die Pfalz deutliche Umsatzzuwächse verzeichnen konnte, blieb Würtemberg weitgehend stabil. Baden hingegen musste im Jahr 2025 spürbare Umsatzverluste hinnehmen.

Gastronomie

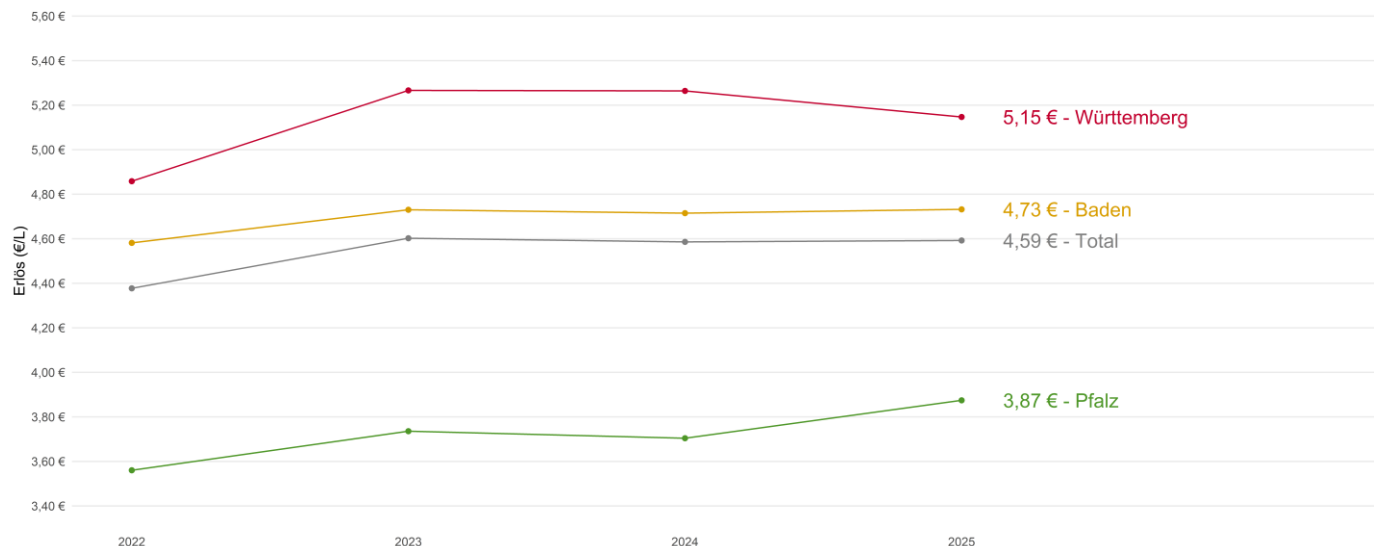
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die unterschiedlichen Erlösentwicklungen spiegeln sich deutlich in den Absatzentwicklungen wider. In der Pfalz ist der Absatz nur geringfügig gewachsen; der wesentliche Unterschied zum Umsatz liegt hier in der Erlössteigerung. In Württemberg konnte der Absatz weitgehend stabil gehalten werden. In Baden hingegen zeigt sich ein deutlicher Rückgang des Absatzes bei gleichzeitig fallenden Erlösen.

Gastronomie

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



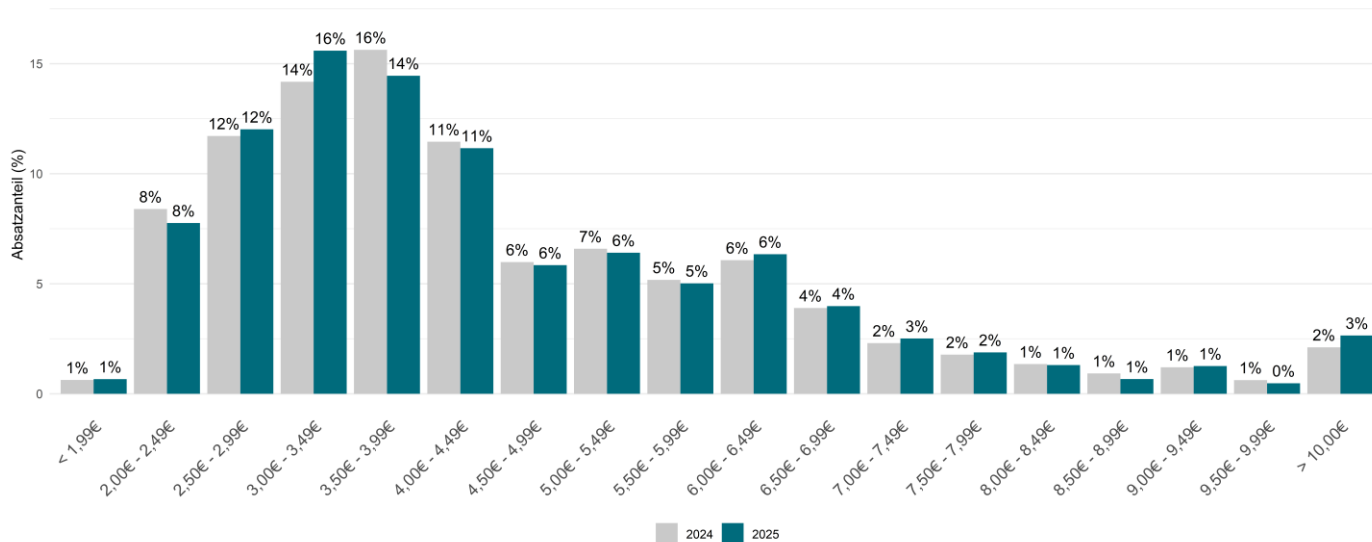
Anmerkung(en): Total basiert auf der repräsentativ gewichteten Summe der Genossenschaften aus den betrachteten Anbaugebieten. Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe (Gastronomie).

Insgesamt ist der Erlös in der Gastronomie im Jahr 2025 weitgehend stabil geblieben.

Während die Genossenschaften in der Pfalz ihre Erlöse leicht steigern konnten, verzeichneten die Genossenschaften in Württemberg einen leichten Rückgang.

Gastronomie

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiete (2025)



Anmerkung(en): Die Analyse umfasst insgesamt 35 Betriebe.

In der Gastronomie entfallen rund zwei Drittel des Absatzes auf den Preisbereich bis 4,99 Euro pro Liter.

Im Vergleich zu 2024 zeigen sich lediglich geringfügige Verschiebungen zwischen den Segmenten.

Die deutlichste Veränderung ist ein leichter Anstieg im Bereich von 3,00 bis 3,49 Euro je Liter bei gleichzeitigem Rückgang im Segment von 3,50 bis 3,99 Euro.



DATENBASIS

Datenbasis

Anzahl der Betriebe sowie die Betriebsstruktur in 2025 nach Anbaugebiet

	Anzahl Betriebe	Betriebsstruktur 2025	
		Umsatz (Median)	Absatz (Median)
Total	35	4.767.046 €	1.105.553 L
Württemberg	17	4.694.968 €	932.174 L
Baden	9	5.033.343 €	1.105.553 L
Pfalz	9	4.902.569 €	1.189.302 L

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

Für 35 Genossenschaften aus Baden, der Pfalz und Württemberg konnten vollständige Absatzdaten der Jahre 2022 bis 2025 in diesem Bericht aggregiert ausgewertet und für die drei Anbaugebiete repräsentativ verrechnet werden. Zahlreiche weitere Betriebe arbeiten derzeit an der Übertragung historischer Daten, ein kleiner Teil befindet sich noch in der technischen Anbindung. Dadurch wird sich die Datengrundlage künftig deutlich weiter verbessern.

Danke für Ihre Teilnahme an der Geisenheimer Absatzanalyse

Die Geisenheimer Absatzanalyse ist eine Lösung von der Branche für die Branche. Bereits **791 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,

Sarah Uhlmann, Christoph Kiefer

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