

Absatzanalyse Halbjahresbericht 2026

Repräsentativ gewichtete Auswertung
für die Anbaugebiete Baden, Franken,
Mosel, Nahe, Pfalz, Rheingau,
Rhein Hessen und Württemberg

Zeitraum: Januar 2022 - Juni 2026



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de

20. Juli 2026

Inhaltsverzeichnis

- Vorwort
- Zusammenfassung
- Entwicklung deutscher Weingüter
 - Übersicht
 - Gesamtentwicklung
 - Erlösentwicklung
 - Preisgruppen
- Anbaugebiete
 - Überblick
 - Vertriebswege nach Anbaugebieten
 - Baden
 - Franken
 - Mosel
 - Nahe
 - Pfalz
 - Rheingau
 - Rheinhessen
 - Württemberg
- Vertriebswege
 - Direktvermarktung
 - Fachhandel
 - 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 Weingüter in Deutschland zwischen Januar 2022 und Juni 2026. Der Fokus liegt auf der Veränderung des ersten Halbjahres 2026 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 2025.

Die Auswertungen zeigen repräsentativ gewichtete Informationen aus den Verkaufstransaktionen von 389 Weingütern aus den acht größten Anbaugebieten von Deutschland. Im Vergleich zum letzten Halbjahresbericht hat sich die Zahl der ausgewerteten Weingüter gesteigert. Die Ergebnisse wurden dadurch noch zuverlässiger.

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

Leon Schütz

Christoph Kiefer

Zusammenfassung

Im ersten Halbjahr 2026 setzte sich die **rückläufige Entwicklung** des deutschen Weinmarktes fort. Die Absatzmenge der Weingüter sank gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 8,6 Prozent, der Umsatz um 7,4 Prozent. Da die durchschnittlichen Erlöse je Liter um 1,2 Prozent stiegen, fiel der Umsatzrückgang etwas geringer aus als der Mengenverlust. Im längerfristigen Vergleich liegt die Absatzmenge inzwischen 22 Prozent unter dem Niveau des ersten Halbjahres 2022. Der negative Absatztrend hat sich damit leicht beschleunigt, während die Erlösentwicklung insgesamt weitgehend stabil blieb.

Die **Direktvermarktung**, der wichtigste und in der Regel margenstärkste Absatzweg der Weingüter, war besonders stark von den Rückgängen betroffen. Der Absatz sank um 11 Prozent und der Umsatz trotz einer Erlössteigerung von 2,2 Prozent um 9 Prozent. Seit 2022 hat die Direktvermarktung 26 Prozent ihrer Absatzmenge verloren; ihr Anteil am Gesamtabsatz fiel erstmals deutlich unter 40 Prozent. Im **Fachhandel** und in der **Gastronomie** gingen die Mengen mit 7,7 beziehungsweise 7,1 Prozent weniger stark zurück als im Gesamtmarkt. Aufgrund leicht steigender Erlöse blieben auch die Umsatzverluste im Fachhandel mit 6,0 Prozent und in der Gastronomie mit 5,4 Prozent vergleichsweise begrenzt.

Als einziger Absatzweg entwickelte sich der **Export** im ersten Halbjahr 2026 positiv. Absatz und Umsatz stiegen um 3,2 beziehungsweise 3,9 Prozent, und auch die durchschnittlichen Erlöse konnten mit einem Plus von 0,7 Prozent leicht gesteigert werden. Dadurch wurde das Exportniveau von 2024 nahezu wieder erreicht. Der deutliche Rückgang des Jahres 2025, der insbesondere durch Verluste im US-Markt geprägt war, konnte fast ausgeglichen werden.

Deutlich schwächer entwickelten sich dagegen der Großhandel und der **Lebensmitteleinzelhandel**.

Zwischen den **Anbaugebieten** zeigen sich deutliche Unterschiede. Franken, Rheingau und die Pfalz verzeichneten im ersten Halbjahr 2026 geringere Rückgänge als der Gesamtmarkt und konnten die negative Entwicklung vergleichsweise stark abschwächen. Besonders hohe Einbußen bei Absatz und Umsatz mussten dagegen die Weingüter an der Nahe und in Württemberg hinnehmen. Im Export waren vor allem die Pfalz, Baden und Rheinhessen Wachstumstreiber, während Mosel und Rheingau ihre bereits hohen Exportanteile gegenüber 2022 nicht wesentlich ausbauen konnten. Insgesamt entwickelten sich die übrigen Anbaugebiete weitgehend im Einklang mit dem Gesamtmarkt.



ENTWICKLUNG DEUTSCHER WEINGÜTER

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 %	7,31 €	-7,4 %	-8,6 %	1,2 %
Direktvermarktung	43,5 %	36,5 %	8,71 €	-9,0 %	-11,0 %	2,2 %
Fachhandel	21,5 %	26,2 %	5,98 €	-6,0 %	-7,7 %	1,8 %
Gastronomie	12,6 %	12,5 %	7,34 €	-5,4 %	-7,1 %	1,9 %
LEH	3,6 %	5,4 %	4,88 €	-23,7 %	-17,1 %	-8,0 %
Großhandel	2,9 %	3,4 %	6,25 €	-10,7 %	-13,5 %	3,2 %
Export	11,7 %	11,4 %	7,47 €	3,9 %	3,2 %	0,7 %
Sonstige	4,4 %	4,6 %	6,90 €	-12,8 %	-9,3 %	-3,8 %

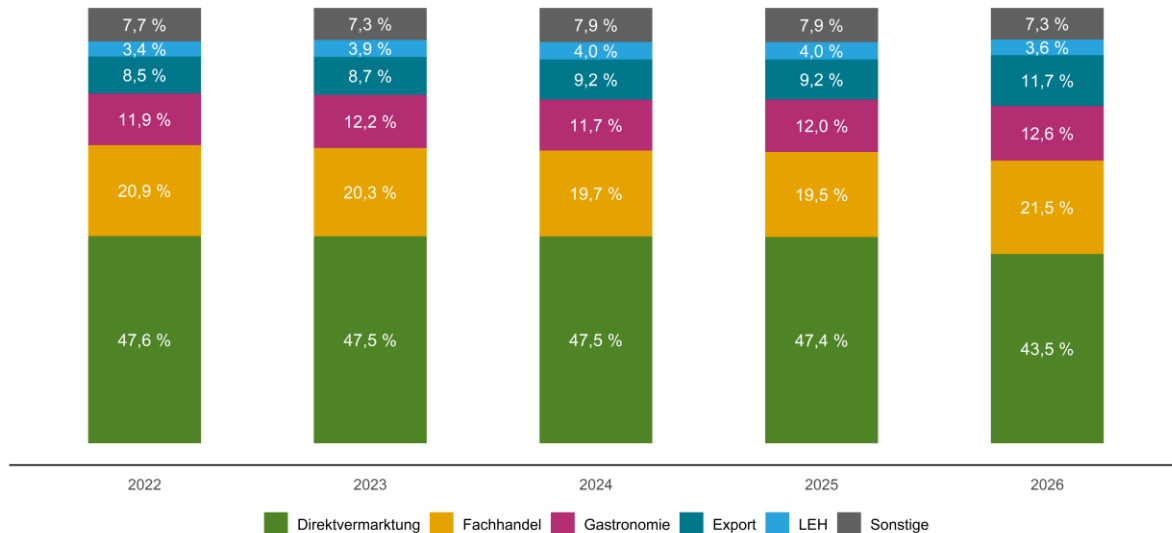
Anmerkung(en): Total ist die repräsentativ gewichtete Summe der selbstvermarktenden Weingüter aus den acht Anbaugebieten. Zu den sonstigen Vertriebswegen zählen bspw. der Onlinehandel, Duty-Free-Stores oder vorsteuerabzugsberechtigte Kunden wie Anwälte, Autohäuser oder Vereine. Die Analyse umfasst insgesamt 389 Betriebe.

Im ersten Halbjahr 2026 gingen die Absatzmengen um 8,6 Prozent und die Umsätze um 7,4 Prozent zurück. Die durchschnittlichen Erlöse blieben mit einem Anstieg von 1,2 Prozent weitgehend stabil.

Als einziger Absatzkanal entwickelte sich der Export positiv: Hier stiegen die Absatzmengen um 3,2 Prozent. Im Fachhandel und in der Gastronomie fielen die Absatzrückgänge mit jeweils weniger als 8 Prozent geringer aus als im Gesamtmarkt. Die Direktvermarktung verzeichnete dagegen einen etwas stärkeren Rückgang als der Gesamtmarkt. Die deutlichsten Einbußen entfielen auf den Großhandel und den Lebensmitteleinzelhandel. Im Lebensmitteleinzelhandel gingen neben den Absatzmengen auch die durchschnittlichen Erlöse spürbar zurück.

Gesamtentwicklung

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



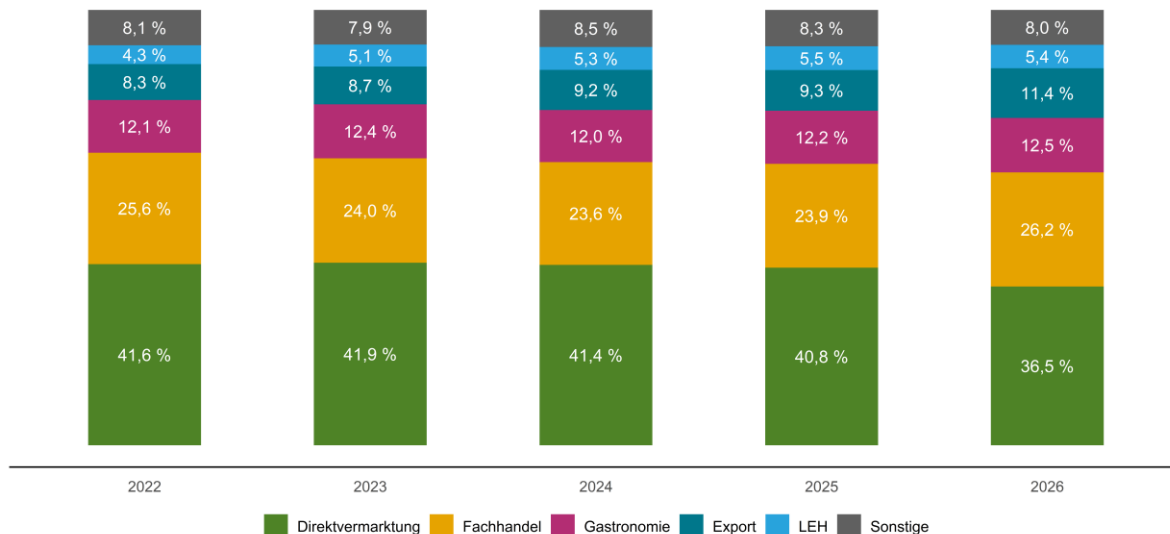
Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschließlich Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 389 Betriebe

Durch den überdurchschnittlich starken Rückgang der Direktvermarktung verringerte sich ihr Anteil am Gesamtumsatz. Dagegen nahmen die Umsatzanteile des Fachhandels und der Gastronomie leicht zu, da ihre Rückgänge geringer ausfielen als im Gesamtmarkt.

Diese Anteilsverschiebungen beziehen sich jedoch auf einen insgesamt rückläufigen Gesamtumsatz.

Gesamtentwicklung

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

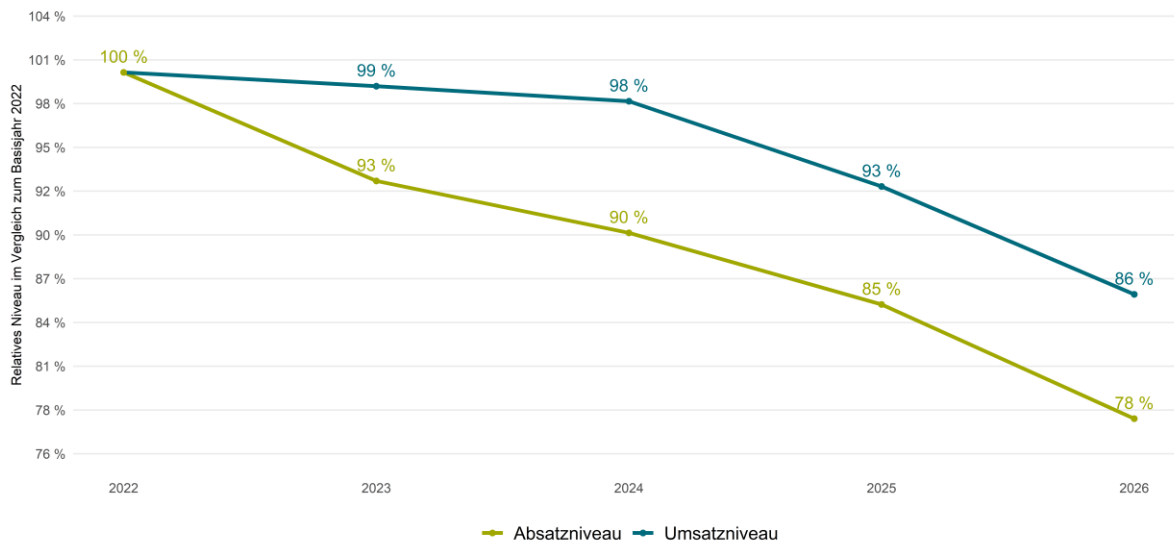


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschließlich Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 389 Betriebe

Auch bei den Absatzanteilen zeigen sich deutliche Verschiebungen. Aufgrund des überdurchschnittlich starken Rückgangs der Direktvermarktung sank ihr Anteil erstmals klar unter 40 Prozent. Damit verlor ausgerechnet der in der Regel margenstärkste Absatzweg deutlich an Bedeutung. Der Anteil des Fachhandels stieg dagegen auf mehr als 25 Prozent, während der Export inzwischen nahezu 12 Prozent des Gesamtabsatzes der Weingüter ausmacht.

Gesamtentwicklung

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

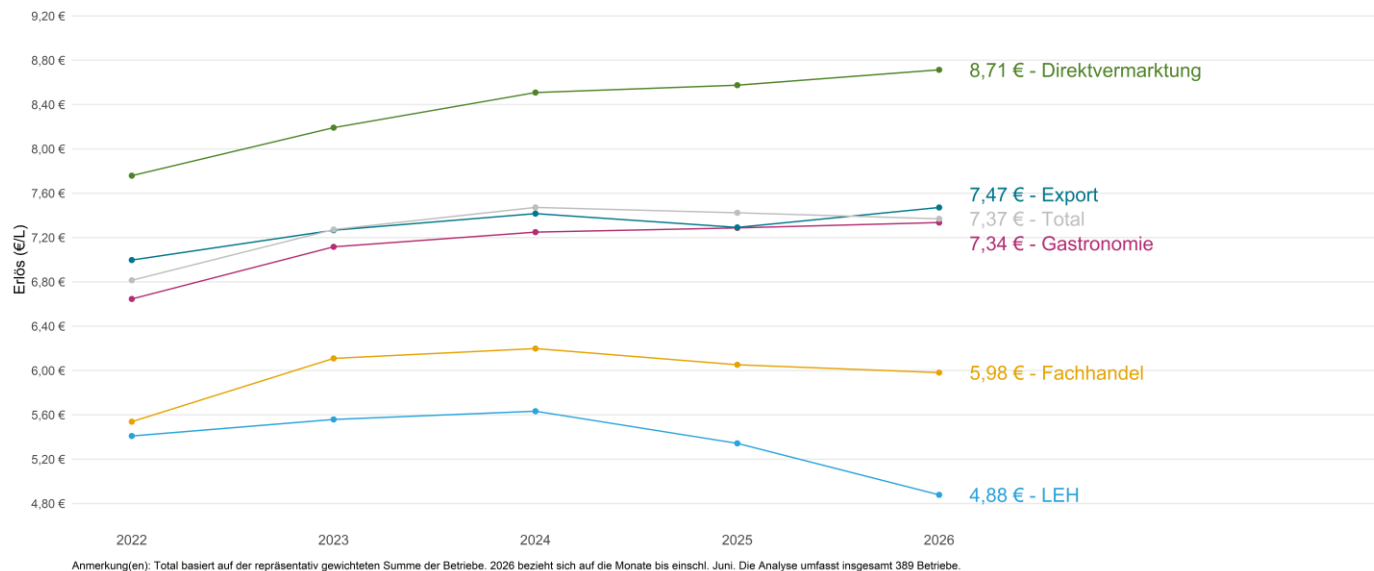


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 389 Betriebe.

Im ersten Halbjahr 2026 setzte sich der bereits im ersten Halbjahr 2025 erkennbare Umsatzrückgang fort. Der negative Absatztrend hat sich dabei leicht beschleunigt. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 ist das Absatzvolumen inzwischen um 22 Prozent gesunken.

Erlösentwicklung

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

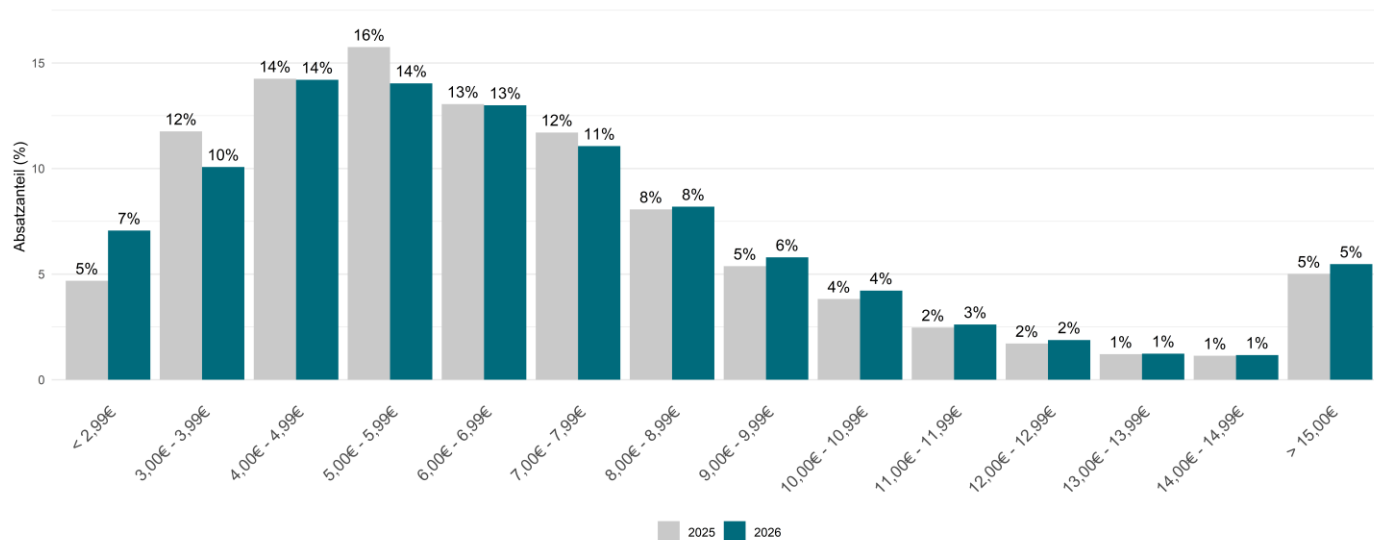


Die Abbildung verdeutlicht die unterschiedliche Entwicklung der durchschnittlichen Erlöse in den einzelnen Absatzwegen. In der Direktvermarktung und im Export konnten die Erlöse nochmals leicht gesteigert werden, während sie in der Gastronomie und im Fachhandel weitgehend stabil blieben.

Im Lebensmitteleinzelhandel zeigt sich dagegen ein deutlich rückläufiger Trend. Darin spiegeln sich sowohl die anhaltende Kaufzurückhaltung der Verbraucher als auch der zunehmende Verdrängungswettbewerb um die insgesamt schrumpfenden Regalflächen wider.

Preisgruppen

Absatzanteil pro Preisbereich (in €/L) gewichtet über alle Anbaugebiete 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 389 Betriebe.

Da die durchschnittlichen Erlöse insgesamt nur geringfügig gestiegen sind, verschieben sich die Preiskurven leicht nach rechts. Dies zeigt, dass ein Teil der Weine höhere Preisschwellen überschreiten konnte.

Eine Ausnahme bildet der Preisbereich unter 2,99 Euro, dessen Anteil leicht gestiegen ist.

Insgesamt fallen die Veränderungen jedoch gering aus und bestätigen damit die weitgehend stabile Erlösentwicklung.



ANBAUGEBIETE

Überblick

Hochrechnung des Umsatzes und Absatzes (H1/2026), Durchschnittliche Erlöse (H1/2026) sowie deren Veränderung zum Vorjahreszeitraum

	Hochrechnung (H1/2026)		Durchschnittserlöse (€)		Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz	0,75L	1L	Umsatz	Absatz	Erlös
Total	521 Mio. €	71 Mio. L	5,48 €	7,31 €	-7,4 %	-8,6 %	1,2 %
Baden	39 Mio. €	4 Mio. L	7,02 €	9,36 €	-5,4 %	-9,3 %	4,3 %
Franken	50 Mio. €	7 Mio. L	5,16 €	6,87 €	-3,2 %	-1,8 %	-1,4 %
Mosel	91 Mio. €	11 Mio. L	6,49 €	8,65 €	-8,0 %	-8,9 %	1,1 %
Nahe	25 Mio. €	4 Mio. L	5,14 €	6,85 €	-18,5 %	-21,2 %	3,4 %
Pfalz	130 Mio. €	19 Mio. L	5,08 €	6,78 €	-4,0 %	-5,1 %	1,1 %
Rheingau	48 Mio. €	6 Mio. L	5,67 €	7,56 €	-6,4 %	-4,9 %	-1,6 %
Rheinhessen	112 Mio. €	17 Mio. L	4,94 €	6,59 €	-8,7 %	-11,4 %	3,1 %
Württemberg	26 Mio. €	3 Mio. L	6,16 €	8,22 €	-16,2 %	-15,2 %	-1,2 %

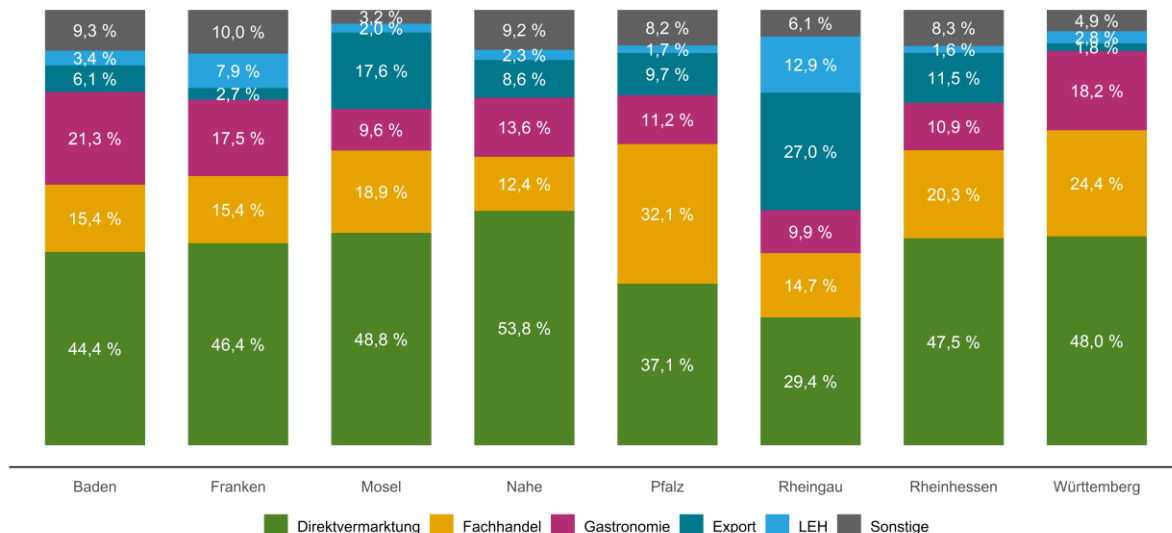
Anmerkung(en): Total ist die repräsentativ gewichtete Summe der selbstvermarktenden Weingüter aus den acht Anbaugebieten.

Die Anbaugebiete entwickelten sich im ersten Halbjahr 2026 unterschiedlich.

Franken, Rheingau und die Pfalz verzeichneten deutlich geringere Rückgänge als der Gesamtmarkt und schnitten damit vergleichsweise besser ab. Demgegenüber fielen die Einbußen bei den Weingütern an der Nahe und in Württemberg mit deutlich zweistelligen Rückgängen besonders stark aus. In den übrigen Anbaugebieten verlief die Entwicklung weitgehend im Einklang mit dem Gesamtmarkt.

Vertriebswege nach Anbaugebieten

Umsatzanteil der Vertriebswege in den Anbaugebieten (H1/2026)



Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschließlich Juni.

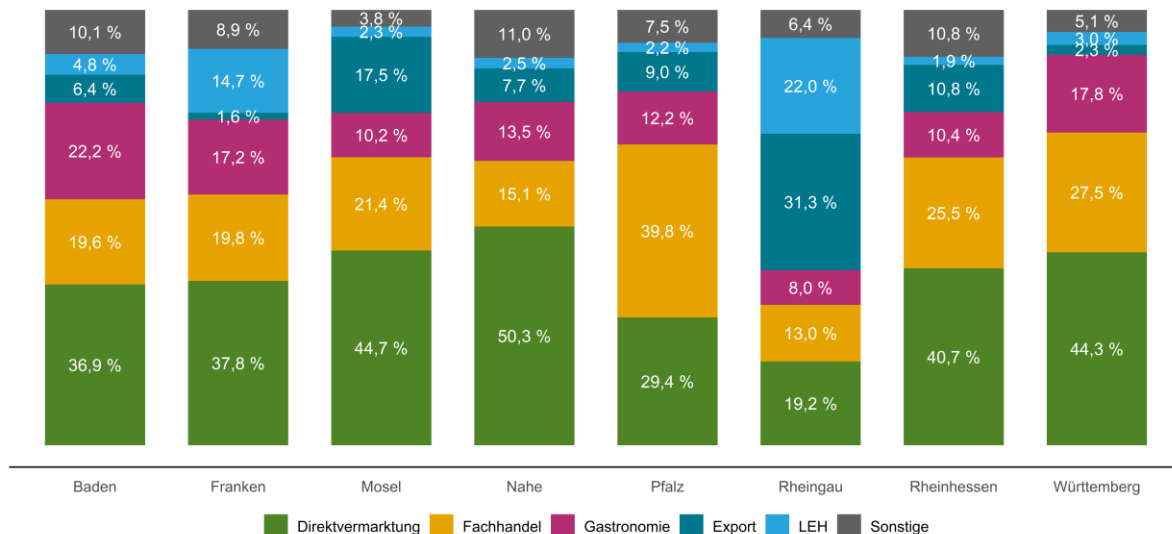
An der Nahe erzielen die Weingüter weiterhin mehr als die Hälfte ihres Umsatzes in der Direktvermarktung. Es folgen Mosel, Rheinhessen und Württemberg mit ebenfalls hohen Direktvermarktungsanteilen von deutlich über vierzig Prozent.

Im Rheingau näherte sich der Umsatzanteil des Exports dem Anteil der Direktvermarktung an.

Die Pfalz weist den höchsten Umsatzanteil im Fachhandel auf, während Baden, Franken und Württemberg besonders starke Umsatzanteile in der Gastronomie aufweisen.

Vertriebswege nach Anbaugebieten

Absatzanteil der Vertriebswege in den Anbaugebieten (H1/2026)



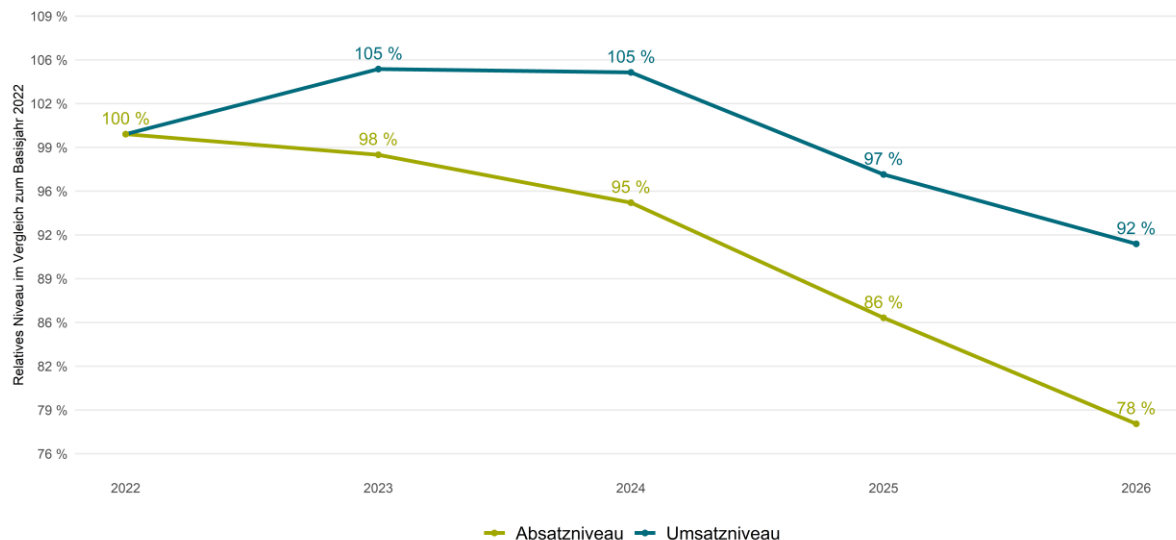
Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschließlich Juni.

Aufgrund der höheren durchschnittlichen Erlöse in der Direktvermarktung fallen ihre Absatzanteile geringer aus als ihre Umsatzanteile. An Nahe und Mosel sowie in Rheinhessen und Württemberg entfallen dennoch weiterhin mehr als 40 Prozent der Absatzmenge auf diesen Vertriebsweg.

Besonders auffällig ist der hohe Fachhandelsanteil der Pfalz von fast 40 Prozent. Im Export weist der Rheingau mit 31 Prozent den höchsten Absatzanteil auf, gefolgt von der Mosel mit 17 Prozent.

Baden

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

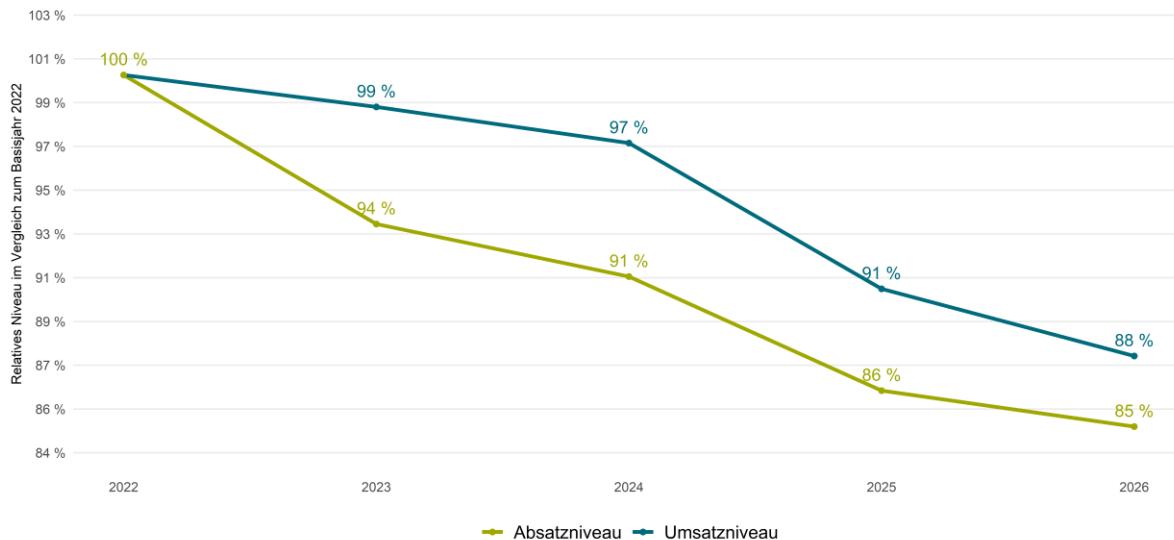


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 26 Betriebe.

Die badischen Weingüter setzten im ersten Halbjahr 2026 die rückläufige Entwicklung von Absatz und Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum nahezu unverändert fort. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 ist ihre Absatzmenge inzwischen um 22 Prozent gesunken. Der Umsatz verlor weniger stark.

Franken

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



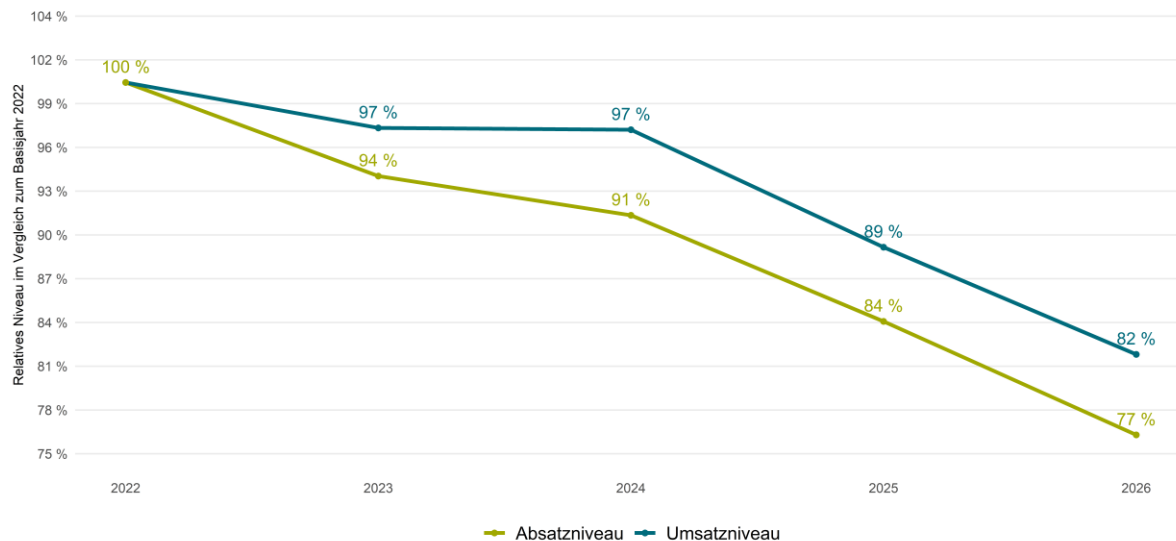
Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 46 Betriebe.

Die fränkischen Weingüter konnten die rückläufige Entwicklung im ersten Halbjahr 2026 deutlich abschwächen. Die Einbußen bei Absatz und Umsatz fielen geringer aus als im Vorjahreszeitraum.

Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 ist die Absatzmenge dennoch um 15 Prozent gesunken; der Umsatzrückgang liegt in einer vergleichbaren Größenordnung.

Mosel

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau an der Mosel in Prozent zum Basisjahr 2022

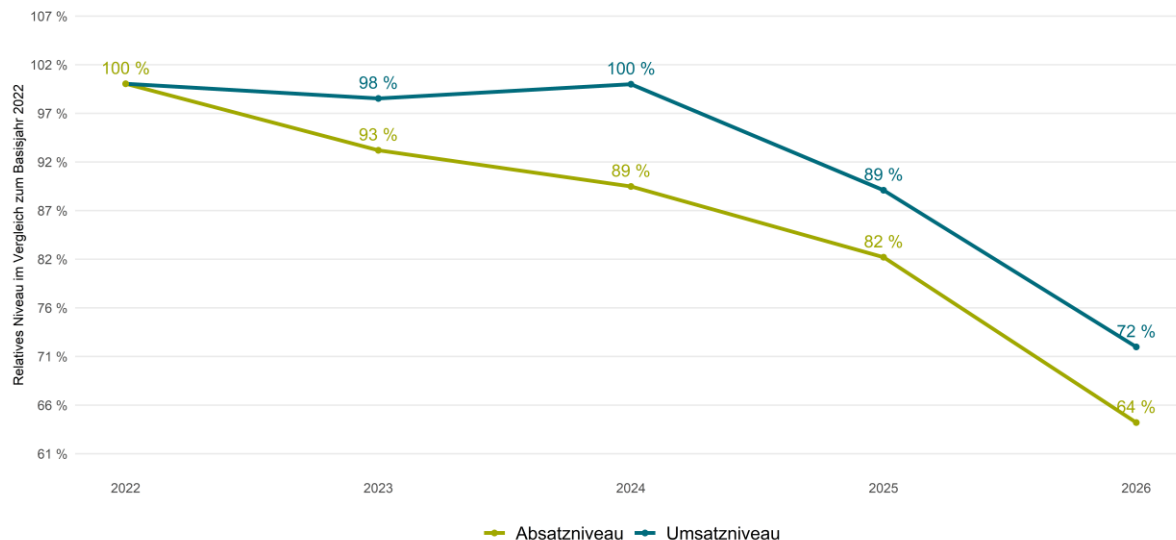


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 90 Betriebe.

Die Weingüter an der Mosel verzeichneten im ersten Halbjahr 2026 eine weitere Fortsetzung des rückläufigen Trends. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 ist die Absatzmenge inzwischen um 23 Prozent gesunken. Der Umsatz gab durch steigende Erlöse im Jahr 2024 mit 18 Prozent weniger stark nach.

Nahe

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau an der Nahe in Prozent zum Basisjahr 2022

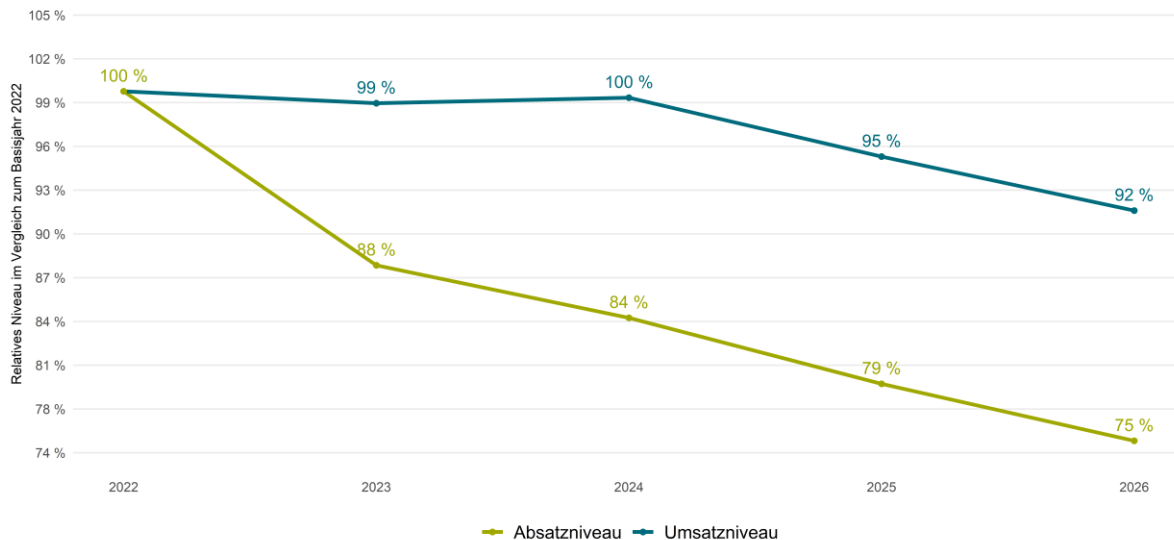


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 21 Betriebe.

Für die Weingüter an der Nahe hat sich die rückläufige Entwicklung im ersten Halbjahr 2026 deutlich beschleunigt. Die Einbußen bei Absatz und Umsatz fielen stärker aus als im Vorjahreszeitraum. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 ist die Absatzmenge inzwischen um 36 Prozent gesunken, der Umsatz um 28 Prozent.

Pfalz

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

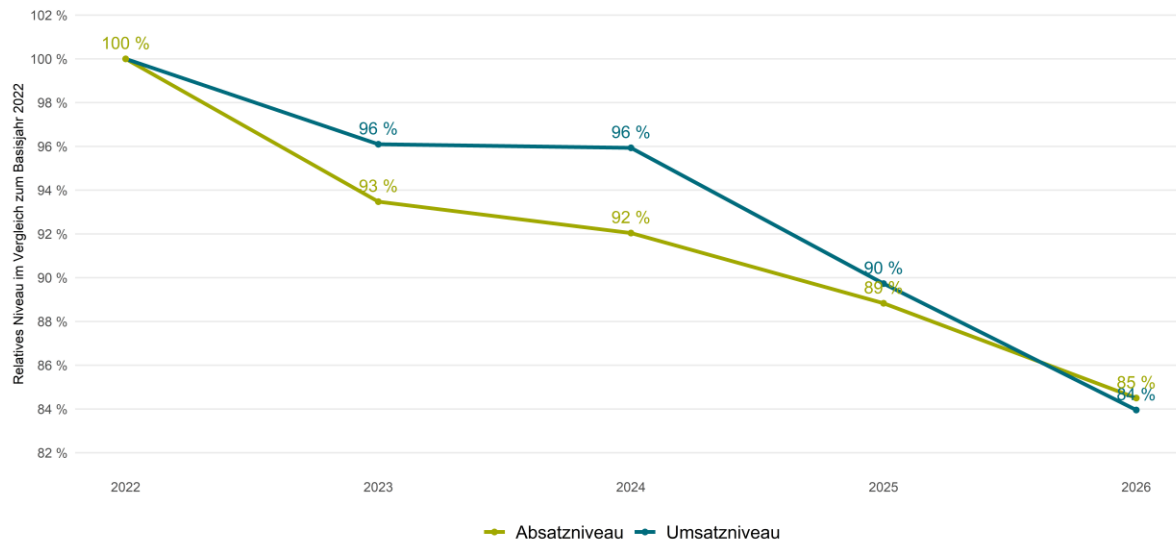


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 75 Betriebe.

Die Weingüter aus der Pfalz setzten den negativen Trend im ersten Halbjahr 2026 fort – sowohl bei Absatz als auch beim Umsatz. Vergleichsweise stabil zeigt sich dabei die Umsatzentwicklung: Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 ist der Umsatz lediglich um 8 Prozent gesunken. Die Absatzmenge liegt dagegen, vor allem infolge des starken Rückgangs im Jahr 2023, inzwischen 25 Prozent unter dem Niveau von 2022.

Rheingau

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau im Rheingau in Prozent zum Basisjahr 2022

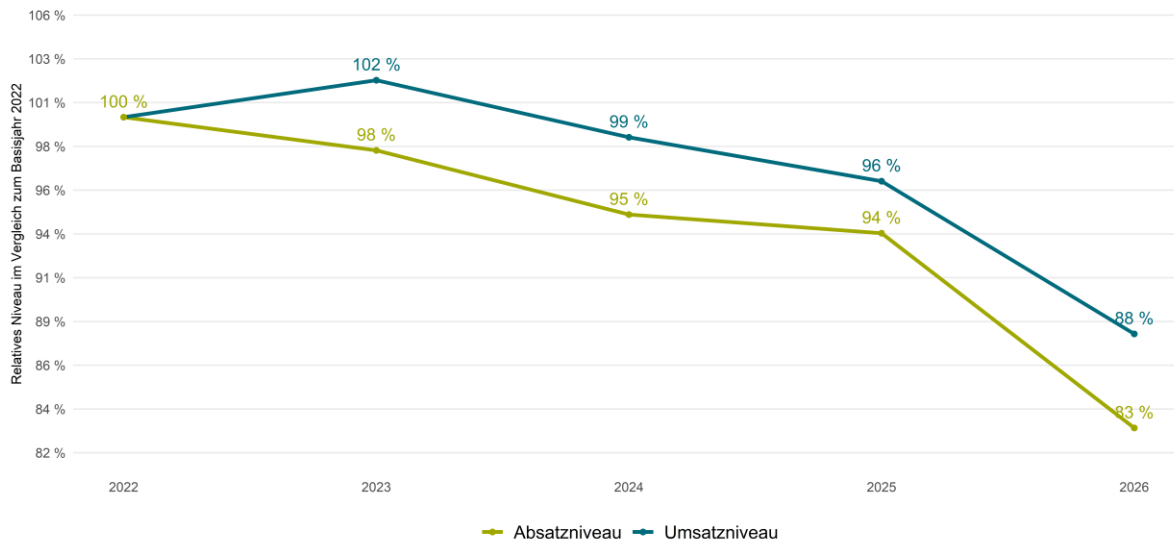


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 31 Betriebe.

Bei den Weingütern im Rheingau fiel der Absatzrückgang im ersten Halbjahr 2026 etwas stärker aus als im Vorjahreszeitraum. Der Umsatz fällt durch rückläufige Erlöse stärker als der Absatz. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 ist die Absatzmenge inzwischen um 15 Prozent gesunken.

Rheinhessen

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

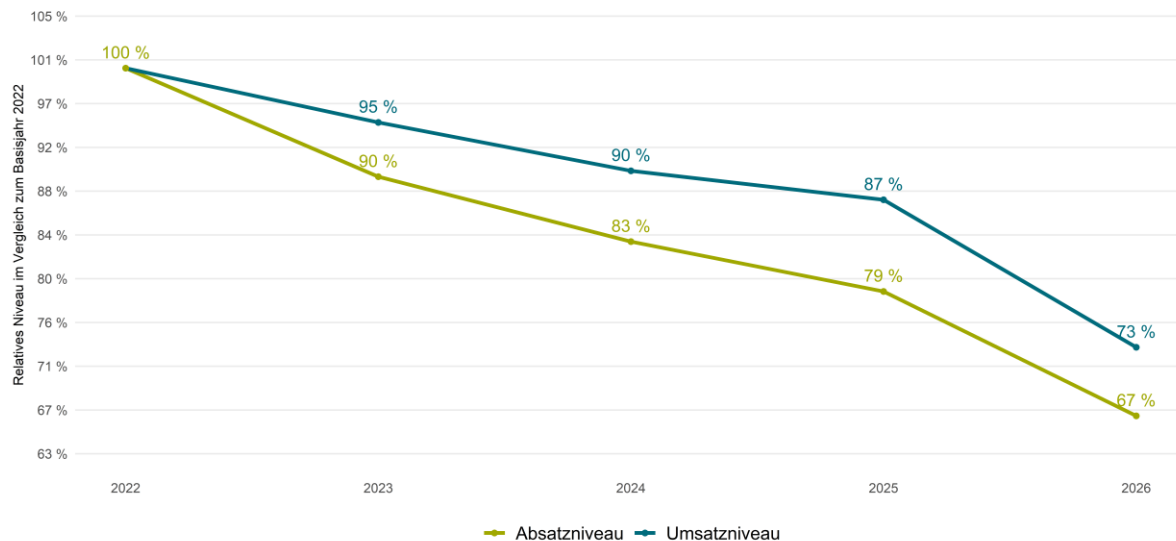


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 73 Betriebe.

Für die Weingüter in Rheinhessen hat sich der Rückgang von Absatz und Umsatz im ersten Halbjahr 2026 deutlich beschleunigt. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 ist die Absatzmenge inzwischen um 17 Prozent gesunken, der Umsatz um 12 Prozent.

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 27 Betriebe.

Für die Weingüter in Württemberg war das erste Halbjahr 2026 von deutlichen Rückgängen bei Absatz und Umsatz geprägt. Besonders markant fiel der Umsatzverlust aus. Der Umsatz erreichte Mitte 2026 nur noch 73 Prozent des Niveaus des ersten Halbjahres 2022. Die Absatzmenge ist im selben Zeitraum um 33 Prozent gesunken.



VERTRIEBSWEGE

Direktvermarktung

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

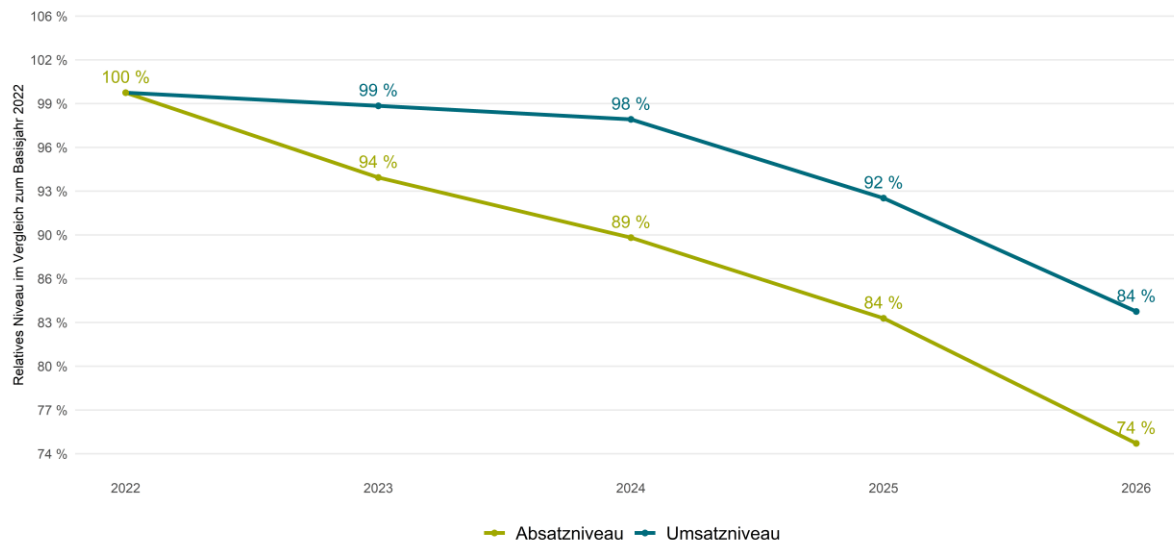
	Relativer Anteil (%)		Durchsch. Erlös (€/L)	Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz		Umsatz	Absatz	Erlös
Total	43,5 %	36,5 %	8,71 €	-9,0 %	-11,0 %	2,2 %
Nahe	53,8 %	50,3 %	7,34 €	-12,1 %	-11,4 %	-0,9 %
Mosel	48,8 %	44,7 %	9,43 €	-5,2 %	-5,8 %	0,6 %
Württemberg	48,0 %	44,3 %	8,89 €	-18,0 %	-19,4 %	1,7 %
Rhein Hessen	47,5 %	40,7 %	7,71 €	-13,5 %	-17,0 %	4,2 %
Franken	46,4 %	37,8 %	8,45 €	-3,5 %	-1,0 %	-2,5 %
Baden	44,4 %	36,9 %	11,27 €	-5,1 %	-8,7 %	3,9 %
Pfalz	37,1 %	29,4 %	8,57 €	-8,2 %	-10,3 %	2,4 %
Rheingau	29,4 %	19,2 %	11,54 €	-6,0 %	-7,6 %	1,7 %

Infolge der Iran-Krise zu Jahresbeginn und der extremen Hitze im Juni 2026 ging der Absatz in der Direktvermarktung um 11 Prozent zurück. Die durchschnittlichen Erlöse konnten dagegen um 2,2 Prozent gesteigert werden, sodass der Umsatz mit einem Minus von 9 Prozent etwas weniger stark sank.

Die Weingüter in Franken und an der Mosel waren von den Einbußen deutlich weniger betroffen als der Gesamtmarkt. Überdurchschnittlich hohe Absatzverluste von jeweils mehr als 10 Prozent verzeichneten dagegen die Weingüter in Württemberg, Rhein Hessen, Nahe und der Pfalz. In den übrigen Anbaugebieten entsprach die Entwicklung weitgehend dem Gesamtdurchschnitt.

Direktvermarktung

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022

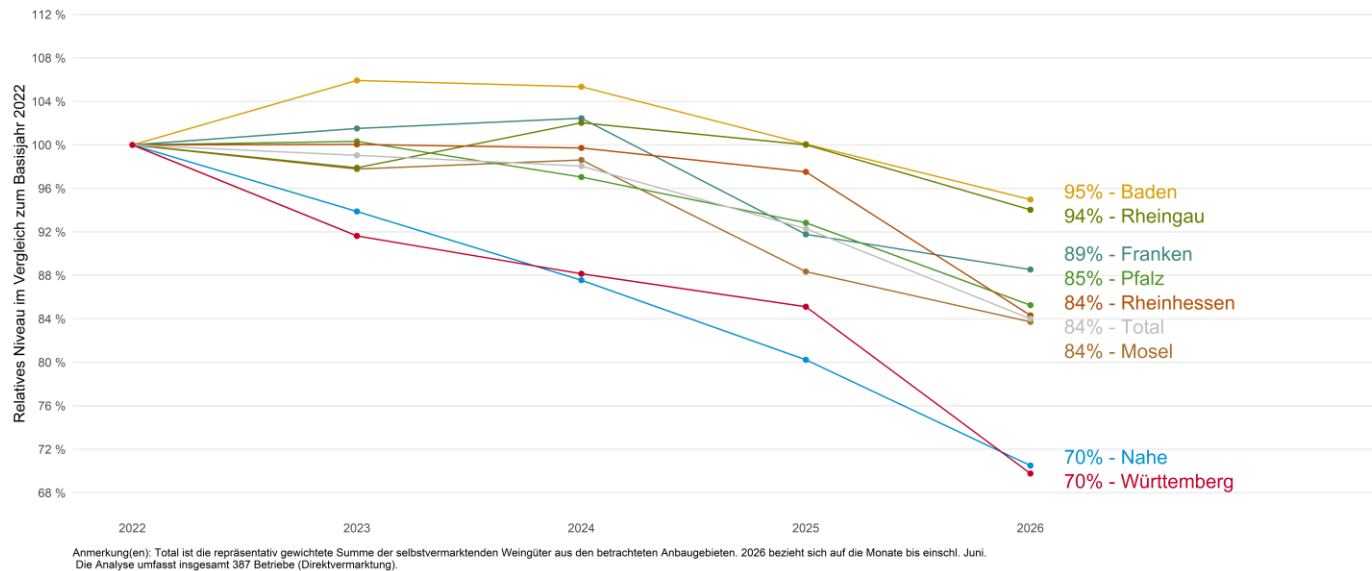


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 387 Betriebe (Direktvermarktung).

Der Absatz in der Direktvermarktung ging im ersten Halbjahr 2026 etwas stärker zurück als im Vorjahreszeitraum. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 ist die Absatzmenge inzwischen um 26 Prozent gesunken. Auch der Umsatzrückgang hat sich leicht beschleunigt; der Umsatz erreichte noch 84 Prozent des Niveaus von 2022.

Direktvermarktung

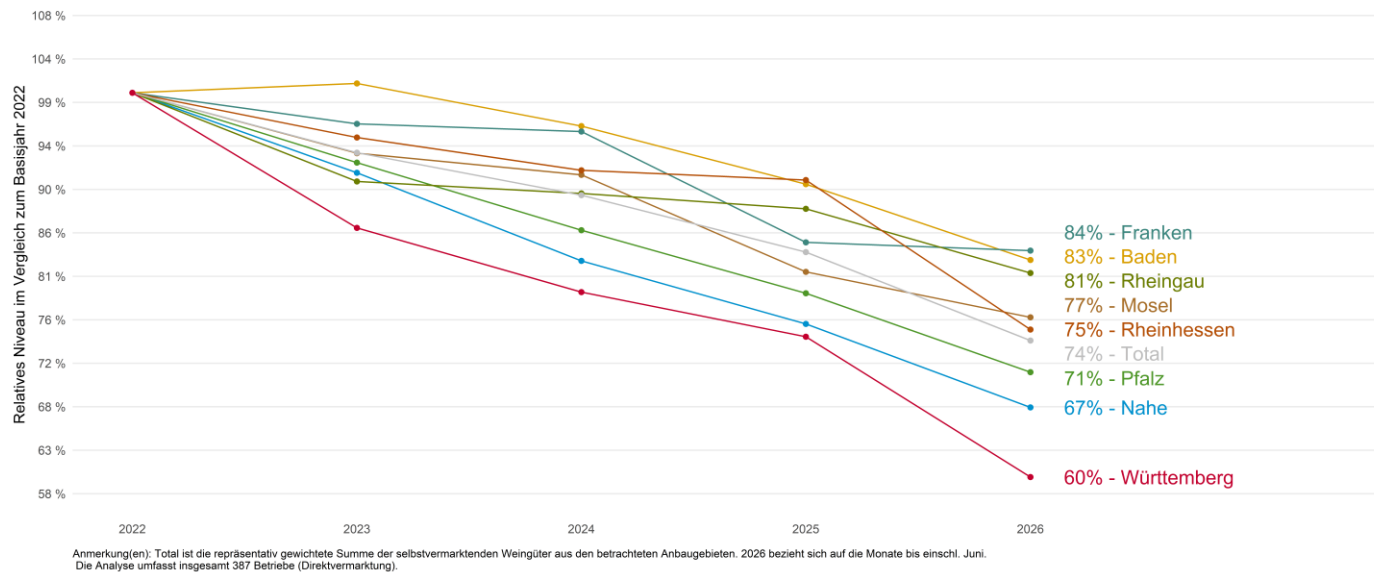
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Obwohl der Umsatz in der Direktvermarktung in allen Anbaugebieten rückläufig war, unterschied sich die Stärke der Einbußen deutlich. Im ersten Halbjahr 2026 beschleunigte sich der Umsatzrückgang insbesondere in Rheinhessen und Württemberg gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Weingüter an der Nahe verzeichneten erneut einen hohen Umsatzverlust, der in seiner Größenordnung weitgehend der Entwicklung der Vorjahre entsprach.

Direktvermarktung

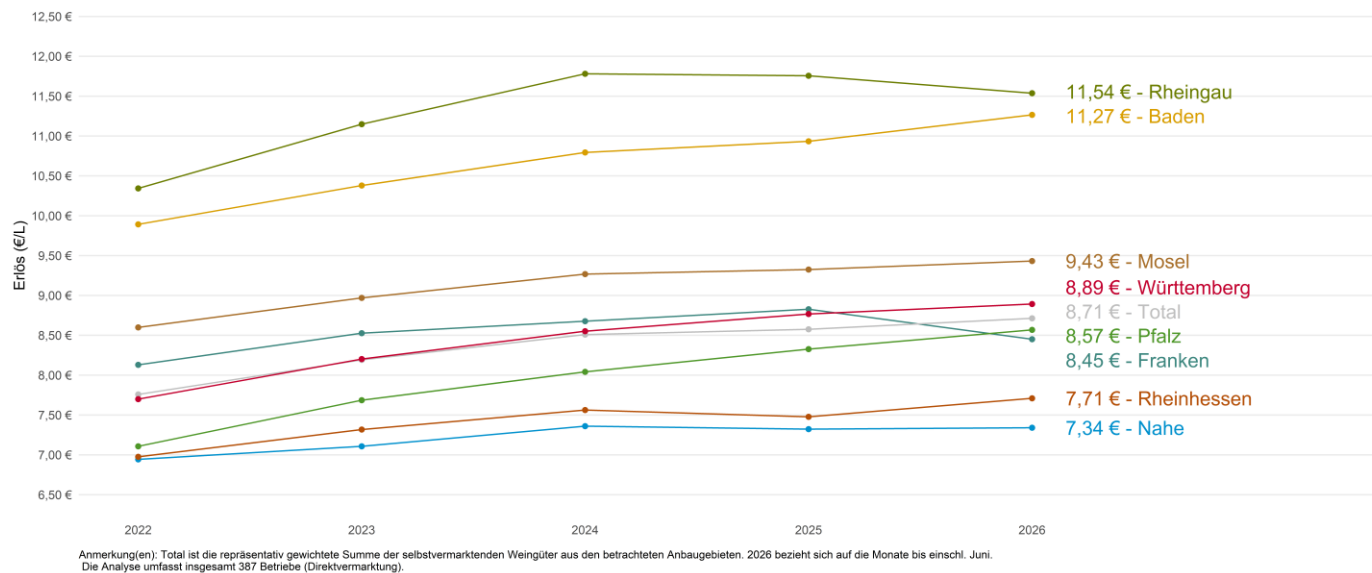
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Eine vergleichbare Entwicklung zeigt sich bei den Absatzmengen. Insbesondere in Rheinhessen und Württemberg hat sich der Rückgang im ersten Halbjahr 2026 gegenüber dem Vorjahreszeitraum beschleunigt. Franken, Baden und der Rheingau konnten im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 noch die höchsten Absatzanteile halten, gefolgt von der Mosel und Rheinhessen.

Direktvermarktung

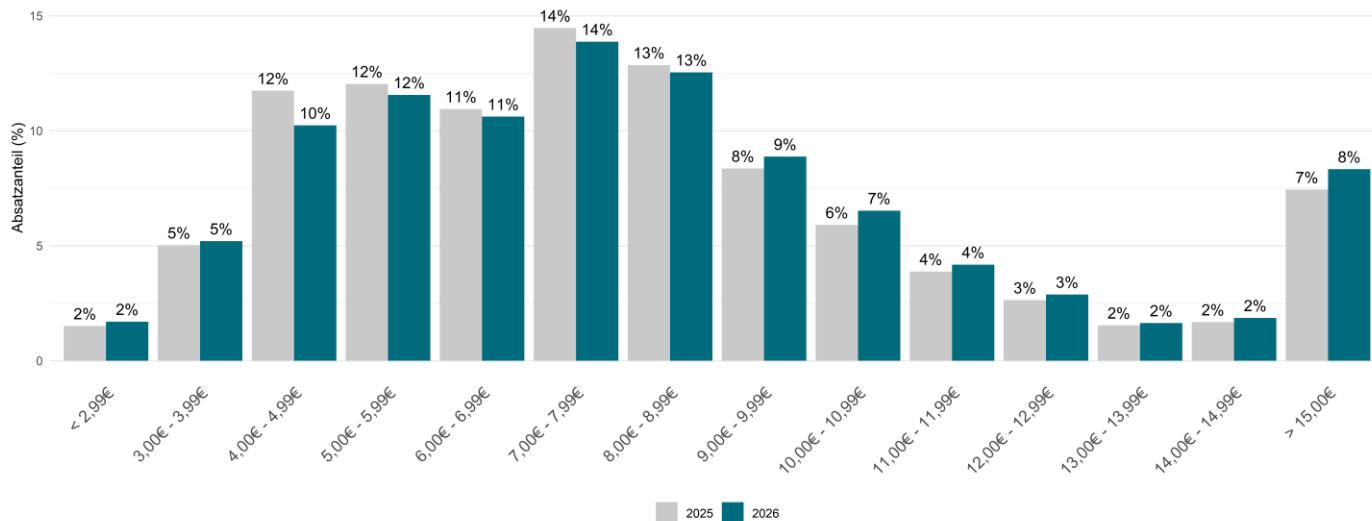
Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet



Die Abbildung zeigt, dass sich der Anstieg der durchschnittlichen Erlöse in der Direktvermarktung insgesamt seit 2024 deutlich verlangsamt hat. In Franken gingen die Erlöse im ersten Halbjahr 2026 leicht zurück. Die mit Abstand höchsten Erlöse erzielen weiterhin die Weingüter im Rheingau und in Baden, gefolgt von der Mosel und Württemberg.

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 387 Betriebe.

Der weiterhin leichte Anstieg der durchschnittlichen Erlöse in der Direktvermarktung führte zu einer geringfügigen Verschiebung der Absatzanteile in höhere Preissegmente.
Die Anteile der Weine mit Nettoerlösen von mehr als 9 Euro je Liter nahmen leicht zu, während sie im Preisbereich unter 9 Euro je Liter geringfügig zurückgingen.

Fachhandel

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

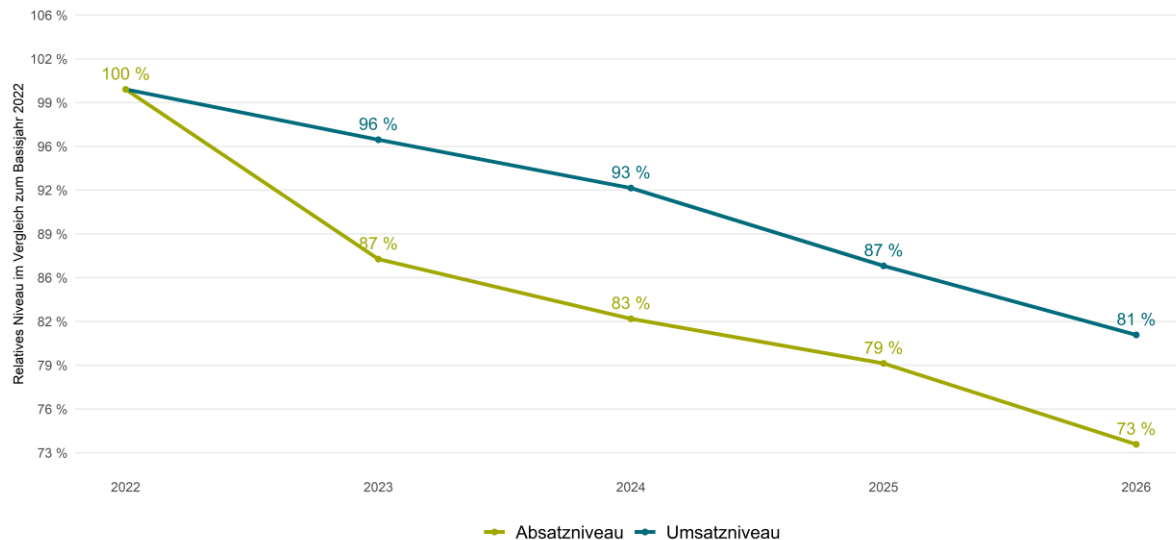
	Relativer Anteil (%)		Durchsch. Erlös (€/L)	Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz		Umsatz	Absatz	Erlös
Total	21,5 %	26,2 %	5,98 €	-6,0 %	-7,7 %	1,8 %
Pfalz	32,1 %	39,8 %	5,47 €	-3,7 %	-5,0 %	1,3 %
Württemberg	24,4 %	27,5 %	7,28 €	-14,3 %	-11,6 %	-3,0 %
Rheinhessen	20,3 %	25,5 %	5,24 €	-4,8 %	-6,9 %	2,3 %
Mosel	18,9 %	21,4 %	7,64 €	-11,3 %	-11,3 %	-0,0 %
Baden	15,4 %	19,6 %	7,40 €	-3,9 %	-10,7 %	7,6 %
Franken	15,4 %	19,8 %	5,34 €	-5,6 %	-3,6 %	-2,1 %
Rheingau	14,7 %	13,0 %	8,58 €	8,6 %	-2,0 %	10,9 %
Nahe	12,4 %	15,1 %	5,65 €	-24,0 %	-32,5 %	12,6 %

Im Fachhandel ging der Absatz im ersten Halbjahr 2026 um 7,7 Prozent zurück. Da die durchschnittlichen Erlöse mit einem Plus von 1,8 Prozent weitgehend stabil blieben, fiel der Umsatz mit 6,0 Prozent etwas weniger stark.

Die Weingüter im Rheingau verzeichneten einen geringen Absatzverlust und konnten ihren Umsatz dank höherer Erlöse deutlich steigern. Es folgte die Pfalz und Baden deren Umsatz leicht gefallen ist. Überdurchschnittlich hohe Einbußen bei Absatz und Umsatz verzeichneten dagegen die Weingüter an der Nahe sowie in Baden und Württemberg.

Fachhandel

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau im Fachhandel in Prozent zum Basisjahr 2022

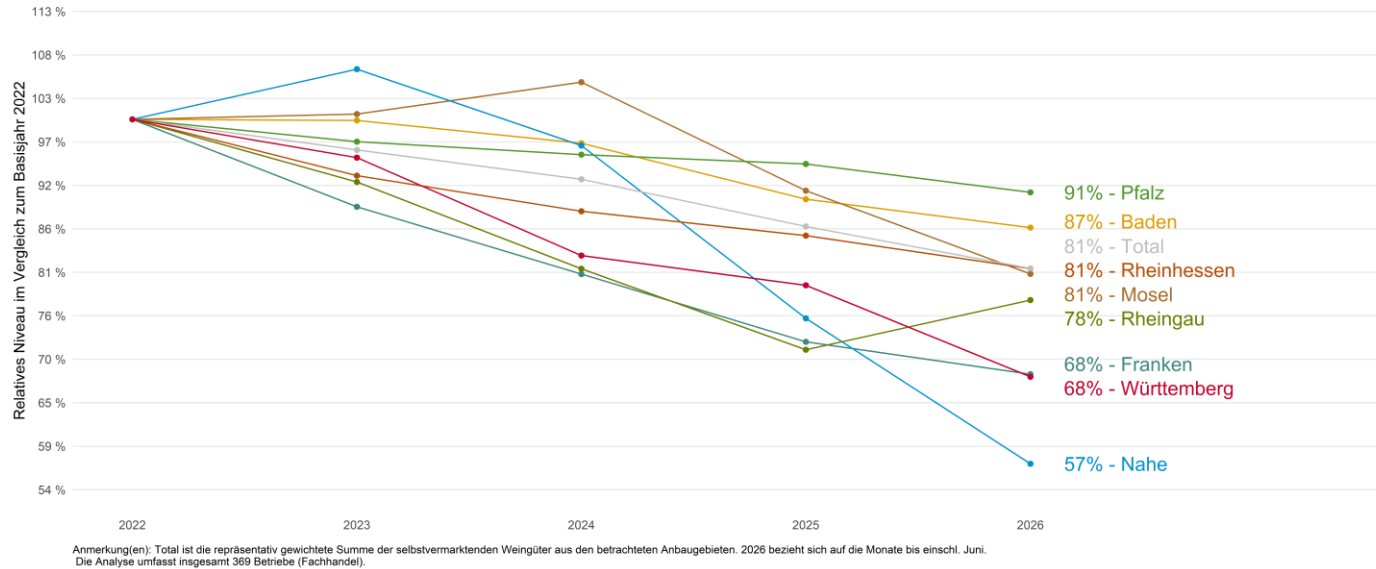


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 369 Betriebe (Fachhandel).

Die Entwicklung von Absatz und Umsatz im Fachhandel hat sich gegenüber den Vorjahren nur wenig verändert. Der Absatzrückgang verstärkte sich im ersten Halbjahr 2026 nur geringfügig. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 sank die Absatzmenge auf 73 Prozent des damaligen Niveaus, während der Umsatz mit einem Rückgang von 19 Prozent weniger stark nachgab.

Fachhandel

Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet

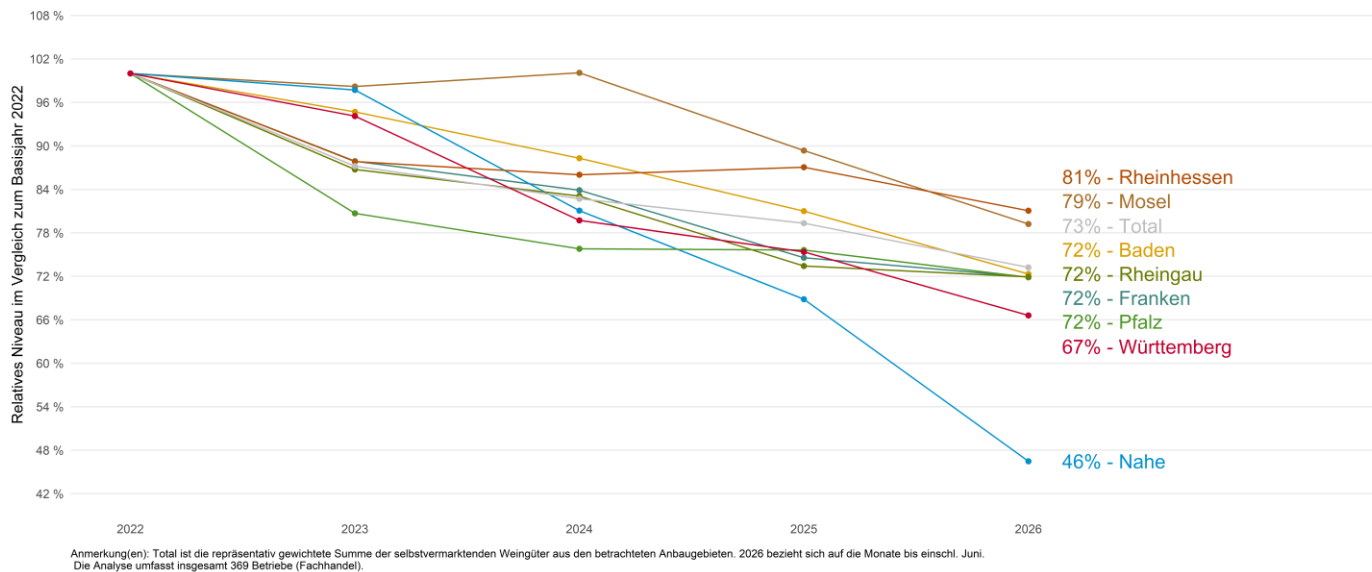


Obwohl sich der Umsatz im Fachhandel in den meisten Anbaugebieten rückläufig entwickelte, zeigen sich deutliche regionale Unterschiede. Der Rheingau konnte seinen Umsatz im ersten Halbjahr 2026 als einziges Anbaugebiet steigern. An der Nahe fielen die Rückgänge dagegen überdurchschnittlich stark aus.

Im längerfristigen Vergleich konnten die Pfälzer Weingüter ihren Fachhandelsumsatz seit 2022 als einziges Anbaugebiet nahezu stabil halten.

Fachhandel

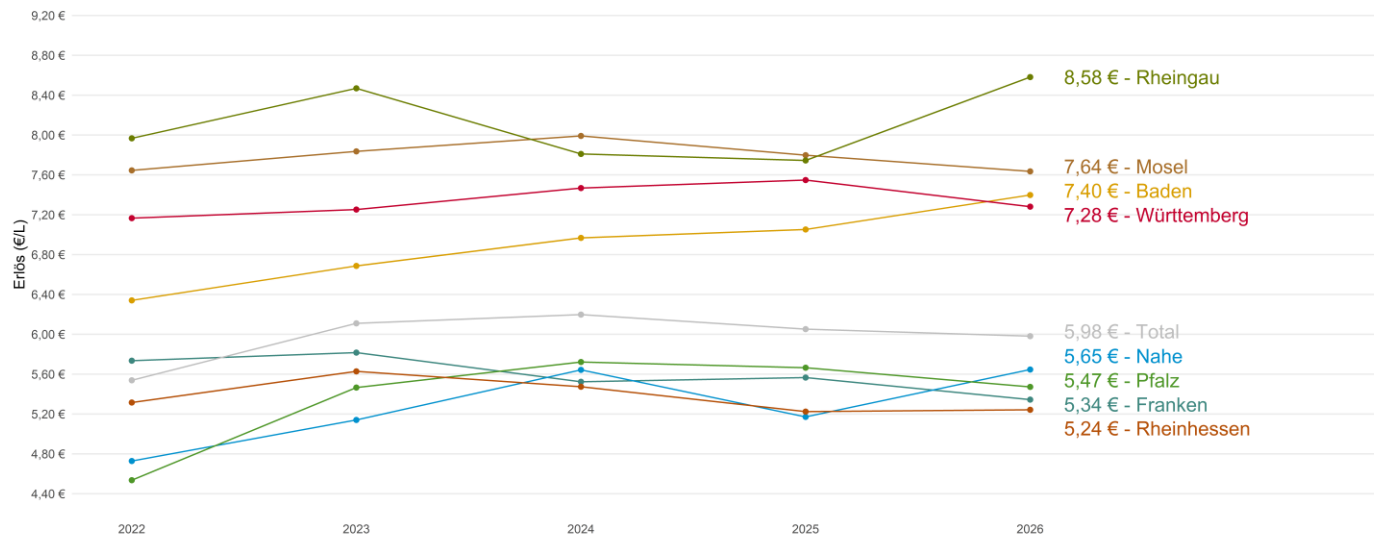
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Die Absatzentwicklung im Fachhandel verlief zwischen den Anbaugebieten etwas einheitlicher. Die Nahe verzeichneten jedoch die stärksten Mengenverluste. Im längerfristigen Vergleich erwiesen sich Rheinhesen und die Mosel seit 2022 als die stabilsten Anbaugebiete.

Fachhandel

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

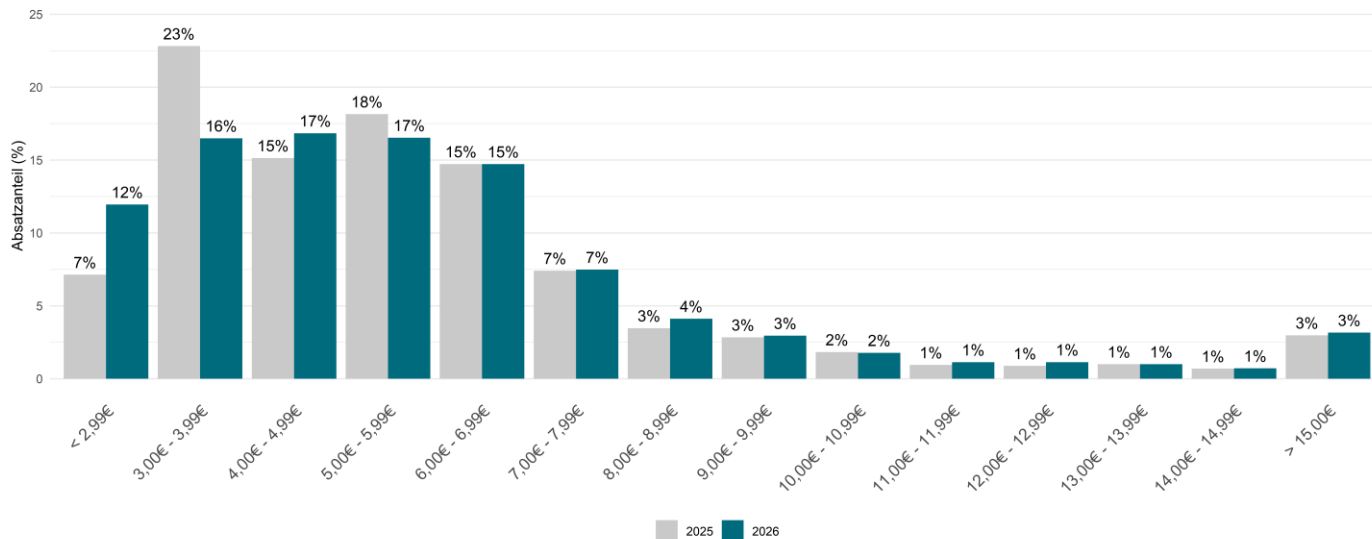


Anmerkung(en): Total ist die repräsentativ gewichtete Summe der selbstvermarktenden Weingüter aus den betrachteten Anbaugebieten. 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 369 Betriebe (Fachhandel).

Die durchschnittlichen Erlöse im Fachhandel sind seit 2024 insgesamt leicht rückläufig. Im ersten Halbjahr 2026 konnten lediglich die Weingüter im Rheingau und an der Nahe ihre Erlöse leicht steigern und Rheinhessen diese stabil halten.

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 359 Betriebe.

Die Veränderungen der durchschnittlichen Erlöse lassen keine eindeutige systematische Tendenz erkennen.

Sie sind vor allem auf geringfügige Verschiebungen über einzelne Preisschwellen zurückzuführen. So nahm der Absatzanteil im untersten Preisbereich von weniger als 2,99 Euro netto je Liter deutlich zu, während er im Segment bis 3,99 Euro je Liter zurückging.

Die übrigen Veränderungen fallen gering aus und sind nicht als klarer Trend zu interpretieren.

Gastronomie

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

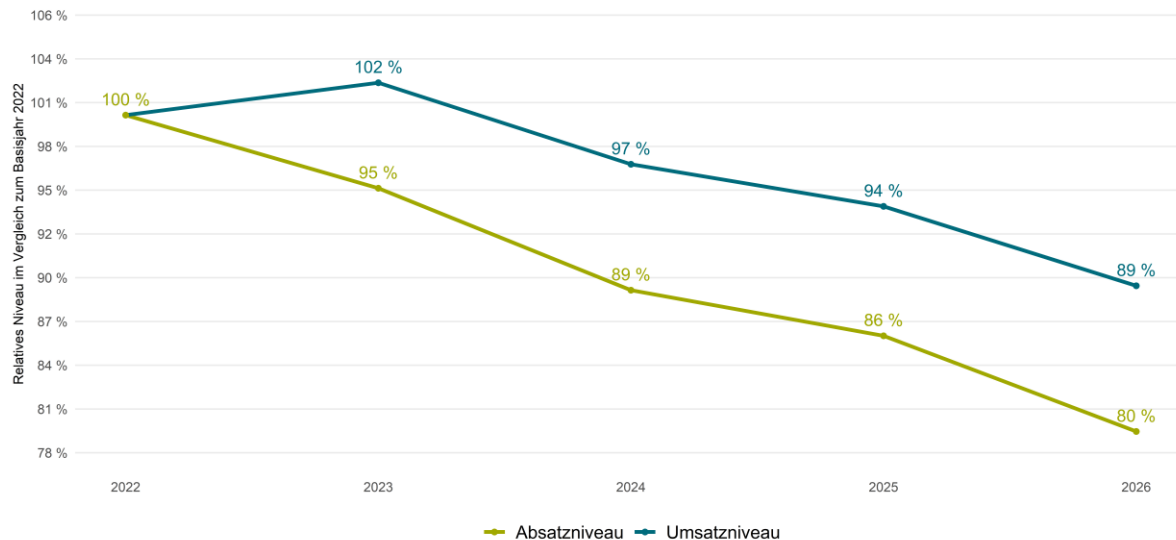
	Relativer Anteil (%)		Durchsch. Erlös (€/L)	Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz		Umsatz	Absatz	Erlös
Total	12,6 %	12,5 %	7,34 €	-5,4 %	-7,1 %	1,9 %
Baden	21,3 %	22,2 %	8,98 €	-8,2 %	-13,2 %	5,8 %
Württemberg	18,2 %	17,8 %	8,37 €	-10,7 %	-9,9 %	-0,9 %
Franken	17,5 %	17,2 %	7,01 €	-3,6 %	-3,6 %	-0,0 %
Nahe	13,6 %	13,5 %	6,88 €	3,3 %	6,8 %	-3,3 %
Pfalz	11,2 %	12,2 %	6,26 €	0,8 %	-0,6 %	1,4 %
Rheinhausen	10,9 %	10,4 %	6,85 €	-5,4 %	-13,4 %	9,2 %
Rheingau	9,9 %	8,0 %	9,38 €	-7,4 %	-6,1 %	-1,4 %
Mosel	9,6 %	10,2 %	8,13 €	-12,5 %	-12,1 %	-0,5 %

Die Entwicklung in der Gastronomie verlief nahezu analog zum Fachhandel. Der Absatz ging im ersten Halbjahr 2026 um 7,1 Prozent zurück. Aufgrund einer moderaten Steigerung der durchschnittlichen Erlöse um 1,9 Prozent fiel der Umsatz mit einem Minus von 5,4 Prozent etwas weniger stark.

Die Weingüter an der Nahe konnten sowohl Absatz als auch Umsatz steigern. Es folgte die Pfalz, wo der Umsatz bei weitgehend stabilem Absatz leicht zunahm. Auch die fränkischen Weingüter entwickelten sich besser als der Gesamtmarkt. Überdurchschnittlich hohe Absatzverluste in der Gastronomie verzeichneten dagegen die Weingüter in Rheinhausen, in Baden und an der Mosel.

Gastronomie

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau im Gastronomie in Prozent zum Basisjahr 2022



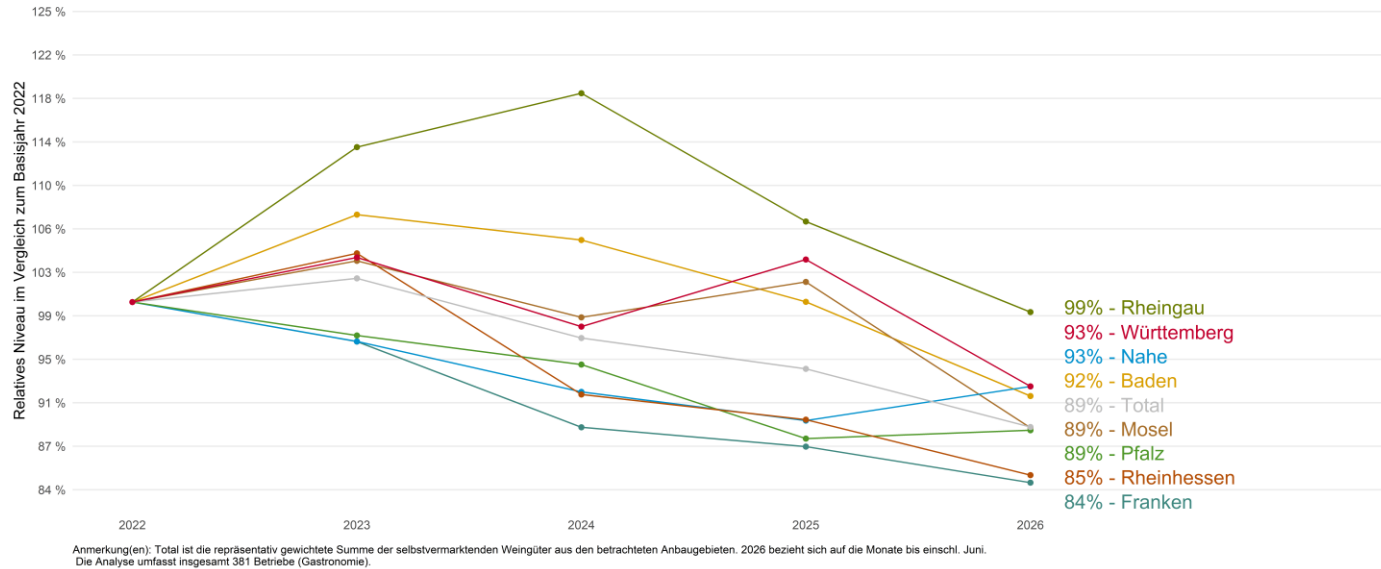
Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 381 Betriebe (Gastronomie).

Die Abbildung zeigt, dass sich der Absatzrückgang in der Gastronomie im ersten Halbjahr 2026 leicht beschleunigt hat. Auch der Umsatz ging etwas stärker zurück als im Vorjahreszeitraum.

Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 sank die Absatzmenge auf 80 Prozent des damaligen Niveaus, während der Umsatz um 11 Prozent zurückging.

Gastronomie

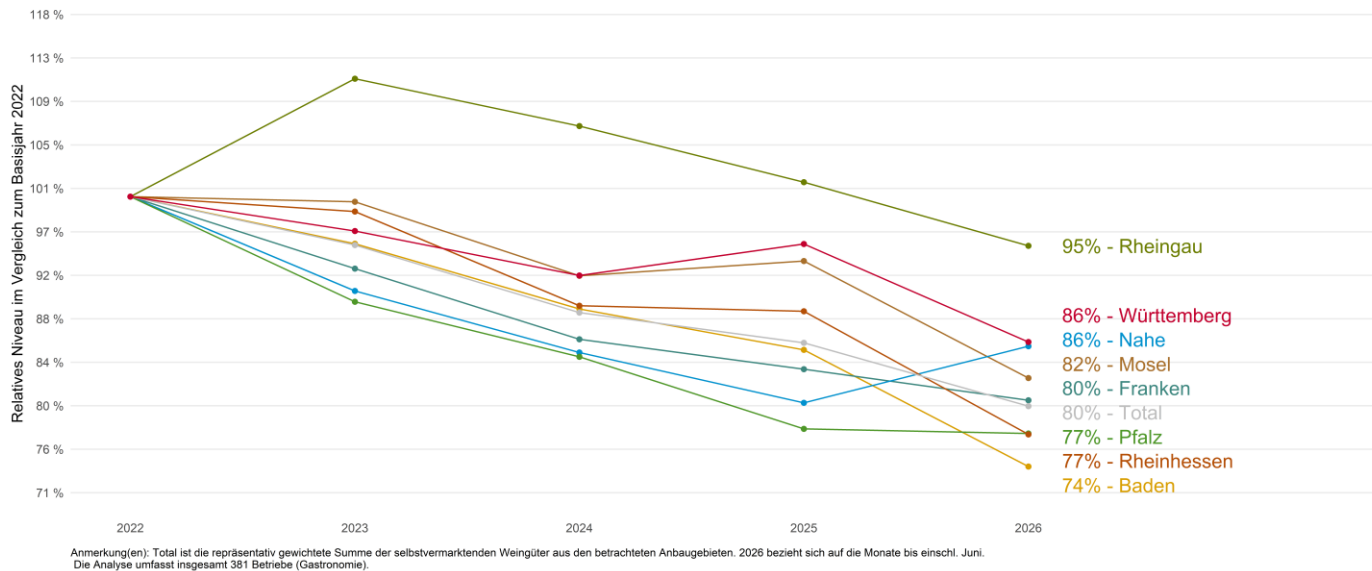
Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Im längerfristigen Vergleich ist der Umsatz in der Gastronomie in allen Anbaugebieten rückläufig. Im ersten Halbjahr 2026 entwickelten sich jedoch insbesondere die Nahe und die Pfalz vergleichsweise besser: An der Nahe stieg der Umsatz leicht, während der Rückgang in der Pfalz deutlich geringer ausfiel als im Gesamtmarkt.

Gastronomie

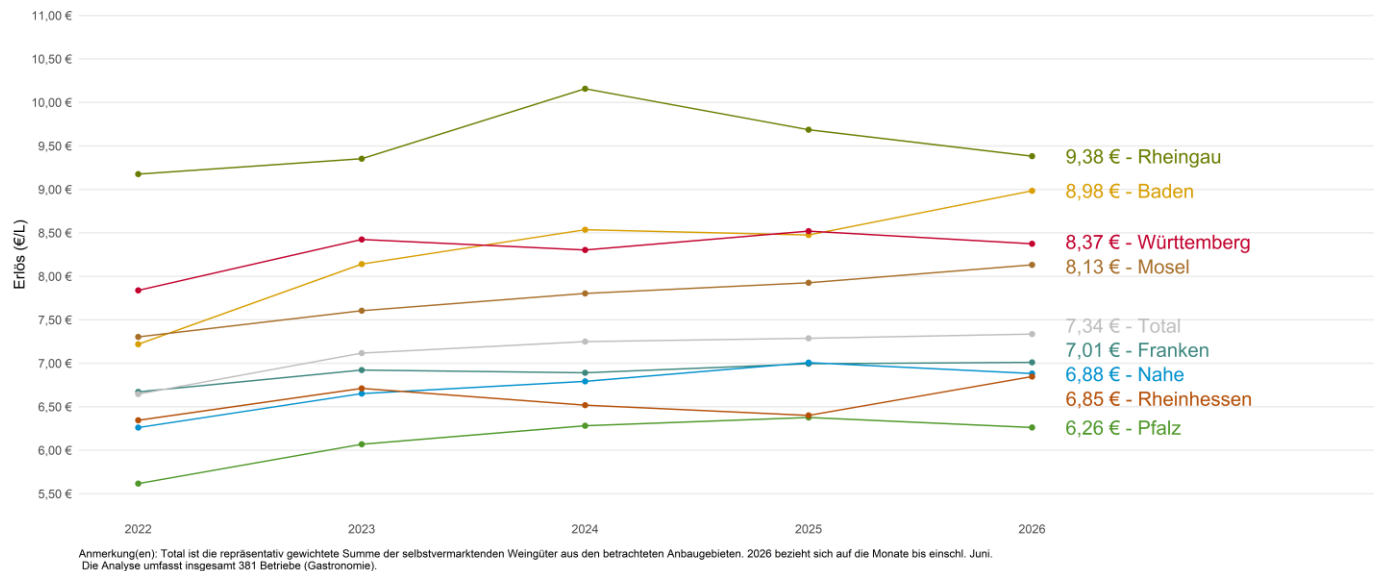
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Auch bei der Absatzentwicklung in der Gastronomie zeigt die Nahe eine gegenläufige Entwicklung: Während die Absatzmengen in den übrigen Anbaugebieten zurückgingen, konnte die Nahe ihren Absatz leicht steigern.

Gastronomie

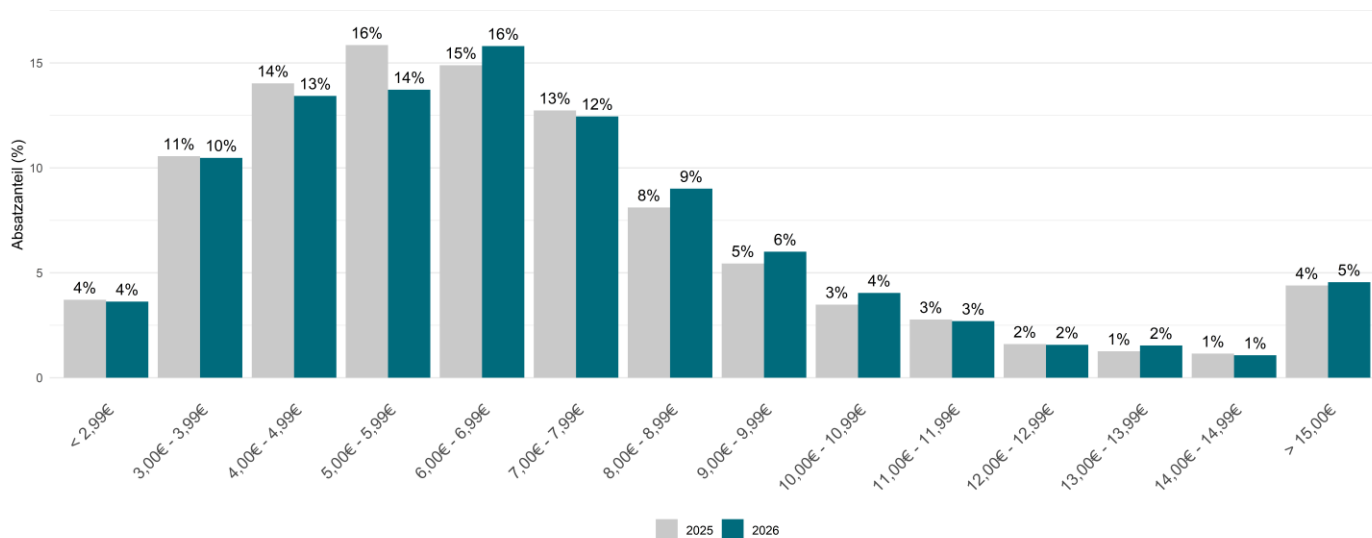
Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet



Analog zum Fachhandel blieb das durchschnittliche Erlösniveau in der Gastronomie seit 2024 insgesamt weitgehend stabil. Der Rheingau weist weiterhin die höchsten Erlöse auf, zuletzt jedoch mit leicht rückläufiger Tendenz. In Baden und in Rheinhessen stiegen die Erlöse insbesondere im ersten Halbjahr 2026 deutlich an und an der Mosel setzte sich der positive Trend fort. In Württemberg gingen sie dagegen zurück.

Gastronomie

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 375 Betriebe.

Auch in der Gastronomie zeigen sich nur geringe Verschiebungen zwischen den Preissegmenten. Die Absatzanteile von Weinen mit Nettoerlösen unter 6 Euro je Liter gingen leicht zurück, während die Anteile in einzelnen Preisbereichen oberhalb von 6 Euro je Liter geringfügig zunehmen. Angesichts der insgesamt nur moderaten Erlössteigerung von 1,5 Prozent fallen diese Veränderungen jedoch gering aus.

Export

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

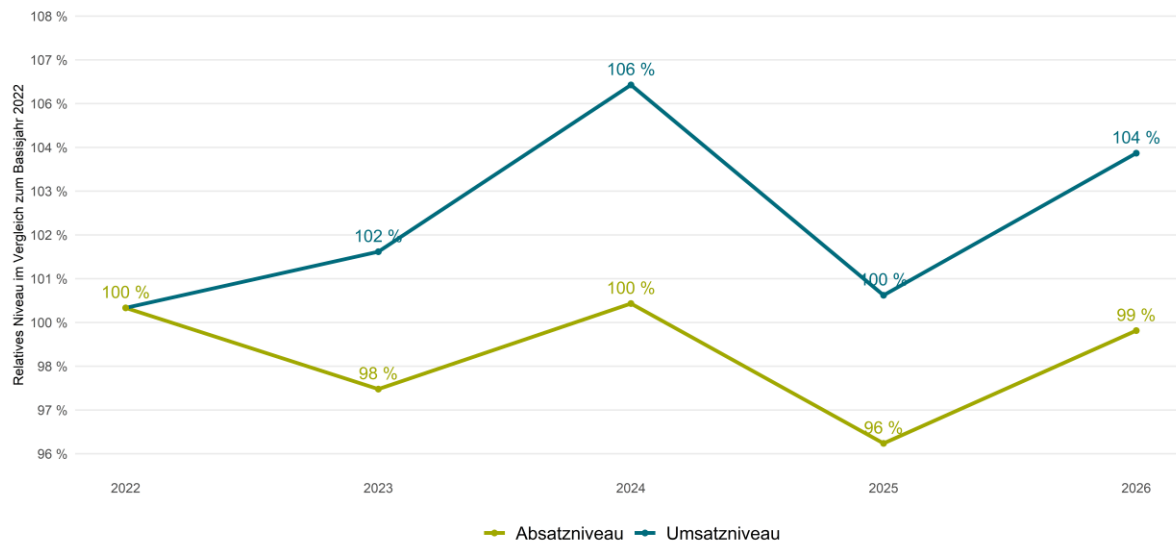
	Relativer Anteil (%)		Durchsch. Erlös (€/L)	Veränderung H1/2026 zu H1/2025 (%)		
	Umsatz	Absatz		Umsatz	Absatz	Erlös
Total	11,7 %	11,4 %	7,47 €	3,9 %	3,2 %	0,7 %
Rheingau	27,0 %	31,3 %	6,51 €	4,0 %	5,7 %	-1,6 %
Mosel	17,6 %	17,5 %	8,68 €	-5,6 %	-9,1 %	3,9 %
Rheinhessen	11,5 %	10,8 %	7,03 €	10,2 %	3,8 %	6,2 %
Pfalz	9,7 %	9,0 %	7,26 €	14,0 %	18,4 %	-3,7 %
Nahe	8,6 %	7,7 %	7,67 €	-22,1 %	-21,8 %	-0,3 %
Baden	6,1 %	6,4 %	8,84 €	12,1 %	23,5 %	-9,2 %
Franken	2,7 %	1,6 %	11,83 €	21,6 %	-9,9 %	34,9 %
Württemberg	1,8 %	2,3 %	6,40 €	31,9 %	103,5 %	-35,2 %

Die Weingüter konnten ihren Absatz und Umsatz im Export im ersten Halbjahr 2026 um jeweils mehr als 3 Prozent steigern. Die durchschnittlichen Erlöse konnten moderat um 0,7 Prozent gesteigert werden.

Besonders positiv entwickelte sich der Exportabsatz der Weingüter in Baden und der Pfalz, wo die Mengen um jeweils mehr als 18 Prozent zunahmen. Gleichzeitig gingen dort jedoch die durchschnittlichen Erlöse zurück. Auch die Weingüter in Rheinhessen und im Rheingau konnten im Export wachsen. Absatzverluste verzeichneten dagegen die Weingüter in Franken, an der Nahe und an der Mosel. Dabei stieg der Umsatz in Franken durch deutlich gestiegene Erlöse. Die starken prozentualen Ausschläge in Württemberg sind vor dem Hintergrund des sehr geringen Exportanteils zu interpretieren: Bereits kleine absolute Veränderungen führen hier zu hohen relativen Veränderungsraten.

Export

Jährliches Umsatz- und Absatzniveau im Export in Prozent zum Basisjahr 2022

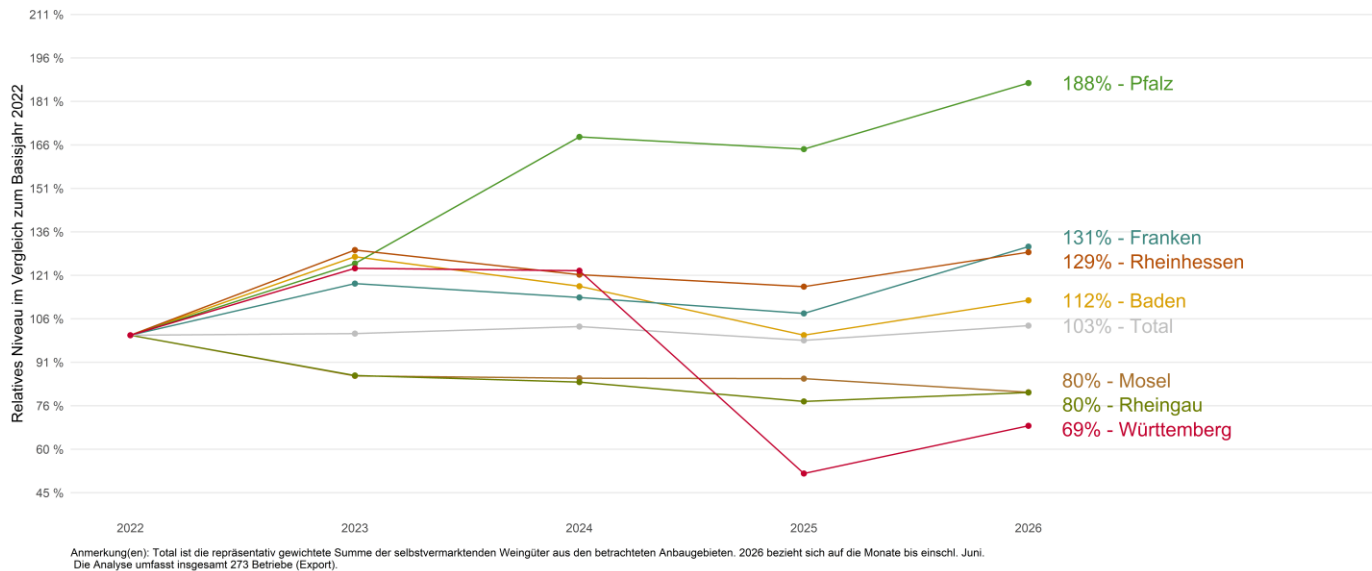


Anmerkung(en): 2026 bezieht sich auf die Monate bis einschl. Juni. Die Analyse umfasst insgesamt 285 Betriebe (Export).

Durch das Wachstum im ersten Halbjahr 2026 liegt der Export nur noch leicht unter dem Niveau von 2024. Damit wurde der deutliche Rückgang des Jahres 2025, der insbesondere auf Absatzverluste im US-Markt zurückzuführen war, zum Teil wieder ausgeglichen.

Export

Jährliches Umsatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet

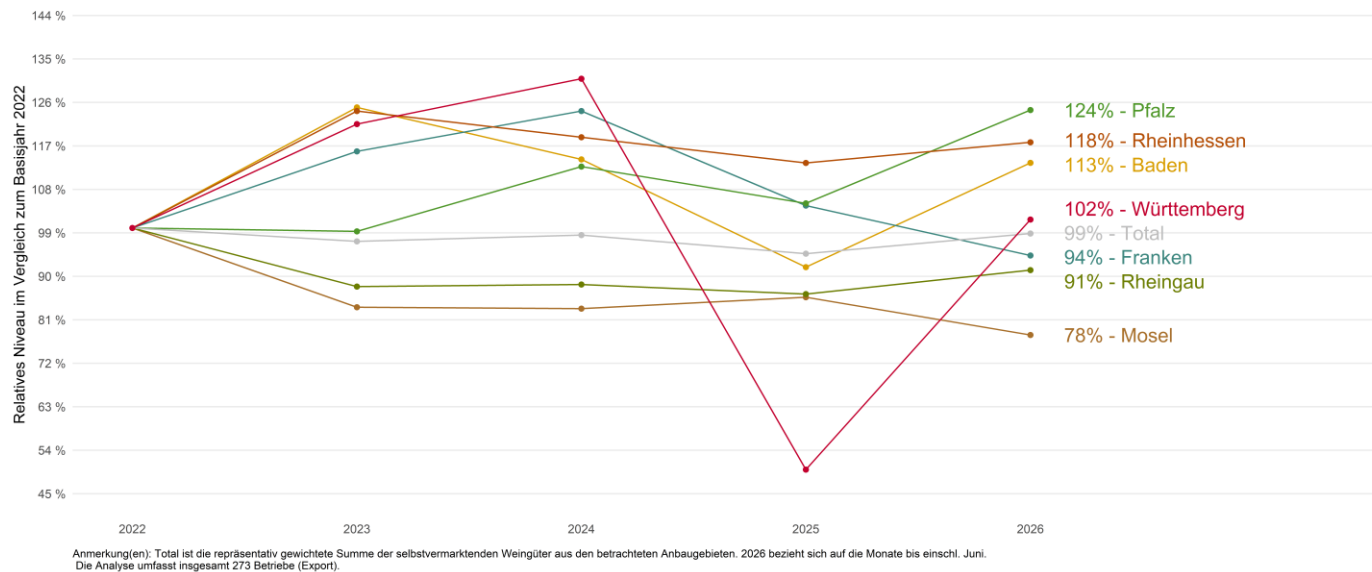


Die Abbildung zeigt deutliche Unterschiede in der langfristigen Exportentwicklung der Anbaugebiete. Die Pfalz erweist sich als stärkster Wachstumstreiber, gefolgt von Franken und Rheinhessen. Diese Anbaugebiete konnten ihren Export gegenüber 2022 deutlich ausbauen. Baden entwickelte sich weitgehend im Einklang mit dem Gesamtmarkt.

Die Mosel und der Rheingau, die bereits hohe Exportanteile aufweisen, konnten dagegen nicht im gleichen Maße wachsen beziehungsweise verzeichneten gegenüber 2022 Rückgänge. Die starken prozentualen Veränderungen in Württemberg sind aufgrund der sehr geringen Exportmengen nur eingeschränkt aussagekräftig.

Export

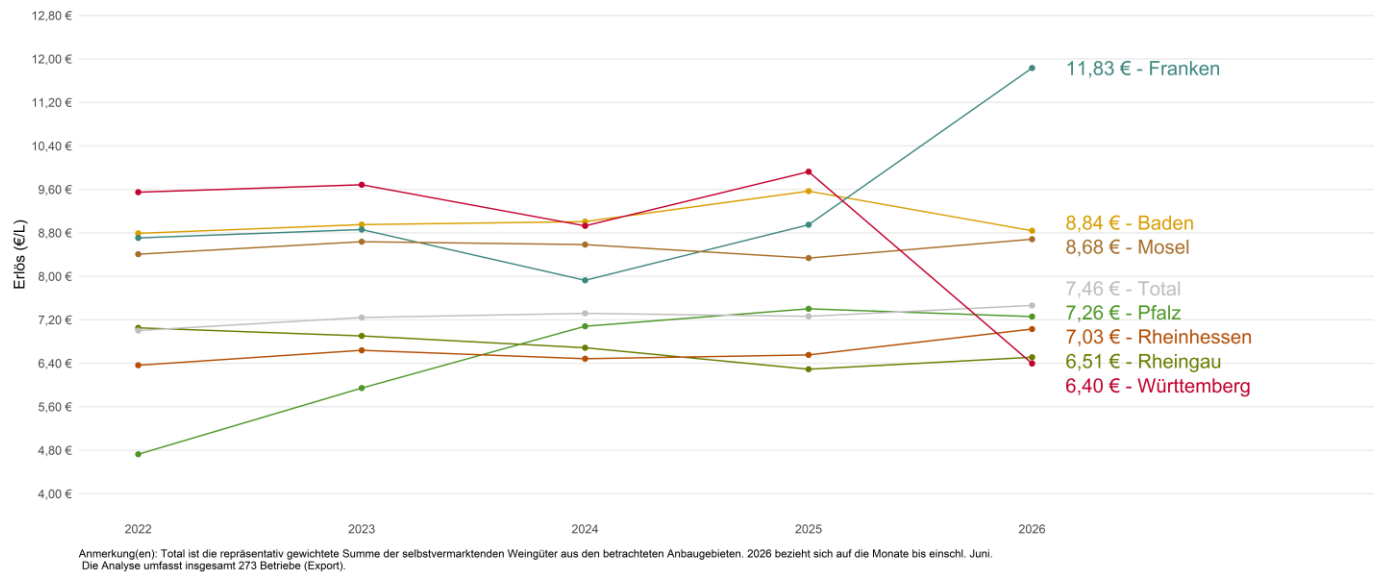
Jährliches Absatzniveau in Prozent zum Basisjahr 2022 nach Anbaugebiet



Auch bei der langfristigen Entwicklung der Exportmengen zeigen die Pfalz, Rheinhessen und Baden deutliche Zuwächse. Der Rheingau und die Mosel, die bereits hohe Exportanteile aufweisen, konnten ihre Exportmengen gegenüber 2022 dagegen nicht im gleichen Maße steigern.

Export

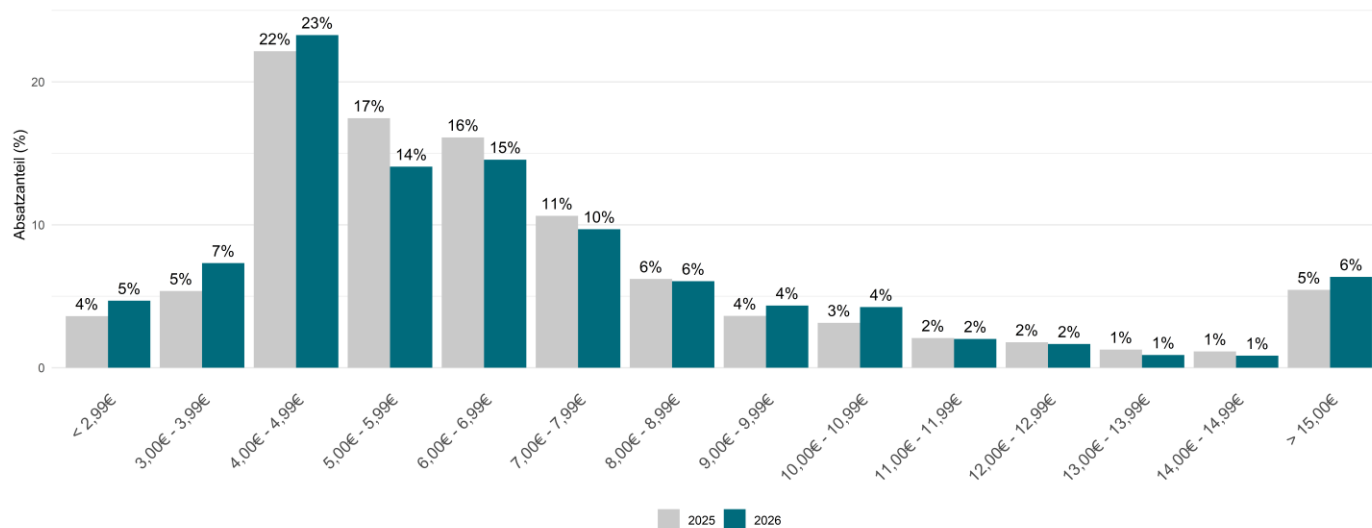
Jährliches Niveau des durchschnittlichen Erlöses (€/L) nach Anbaugebiet



Die Erlöse im Export sind insgesamt stabil. Badische Weine sind im Erlös gefallen, während Rheinhessen etwas gestiegen ist. Die starken relativen Veränderungen in Franken und Württemberg gehen nur auf sehr geringe absolute Exportmengen zurück.

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 226 Betriebe.

Die Absatzanteile von Weinen mit Nettoerlösen unter 5 Euro je Liter nahmen leicht zu, während die Anteile im Preisbereich zwischen 5 und 8 Euro je Liter etwas zurückgingen. Oberhalb von 8 Euro je Liter waren dagegen nur sehr geringe Veränderungen der Absatzanteile zu beobachten.



DATENBASIS

Datenbasis

Anzahl der Betriebe & Positionen sowie Gesamtumsatz und Betriebsstruktur in H1/2026 nach Anbaugebiet

	Anzahl Betriebe	Anzahl Positionen	Gesamtumsatz H1/2026	Betriebsstruktur H1/2026	
				Umsatz (Median)	Absatz (Median)
Total	389	10.921.363	100,0 Mio.€	123.569 €	16.619 L
Mosel	90	1.673.817	15,2 Mio.€	91.490 €	10.823 L
Pfalz	75	2.658.906	27,0 Mio.€	159.461 €	25.451 L
Rheinhessen	73	1.989.042	16,0 Mio.€	116.345 €	16.696 L
Franken	46	1.460.596	11,5 Mio.€	119.353 €	16.870 L
Rheingau	31	755.468	15,9 Mio.€	187.385 €	25.516 L
Württemberg	27	766.572	4,3 Mio.€	118.116 €	16.692 L
Baden	26	973.377	6,6 Mio.€	158.671 €	15.844 L
Nahe	21	643.585	3,7 Mio.€	127.959 €	19.695 L

Anmerkung(en): Total ist die Summe der selbstvermarktenden Weingüter aus den acht Anbaugebieten.

Die Auswertung basiert auf 389 Weingütern der Geisenheimer Absatzanalyse, für die vollständige Absatzdaten über einen Zeitraum von viereinhalb Jahren – vom 1. Januar 2022 bis zum 30. Juni 2026 – vorliegen. Für die dargestellten großen Anbaugebiete wurden die Betriebe entsprechend ihrer Größenstruktur repräsentativ gewichtet.

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