



Geisenheimer Absatzanalyse

www.geisenheim-portal.de

UMSATZ- UND ABSATZENTWICKLUNG

ERGEBNISSE GEISENHEIMER ABSATZANALYSE

2. QUARTAL 2022

Prof. Dr. Simone Loose, Antoine Wetzler, Anthony Bennett
Hochschule Geisenheim, Institut für Wein- und Getränkewirtschaft

Umsatzentwicklung 2. Quartal 2022

Leicht positive Gesamtentwicklung

Die 158 ausgewerteten Betriebe der Geisenheimer Absatzanalyse zeigen für das 2. Quartal 2022 eine leicht positive Entwicklung des Gesamtumsatz im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Die Zuwächse gegenüber 2021 fallen jedoch zunehmend geringer aus. Bei den meisten Absatzkanälen (FH, Gastro, Export) schwächt sich die Erholung nach Corona deutlich ab.

Direktvermarktung

- Nach starker pandemiebedingten starken Umsätzen bis 09/21 war diese bis 03/22 rückläufig, konnte aber in 04/22 und 05/22 leicht zulegen, für Juni leichter Rückgang.

Gastronomie und Fachhandel

- erholten sich deutlich seit Anfang 2022 vom starken Corona-Einbruch. In der Tendenz nimmt diese Erholung aber ab.

LEH

- entwickelt sich für kleine und große Betriebe gegenläufig. Große Betriebe müssen seit 11/21 starke Einbußen in den LEH hinnehmen. Bei den kleinen Betrieben wächst der Umsatz dagegen.

Export

- Die starke Erholung des Exports schwächt sich kontinuierlich ab und geht in Richtung Null.

Onlinehändler

- Nach der extrem starken Corona-Steigerung des Absatzes an den Onlinehandel fällt dieser in 2022 etwas ab mit stärkeren monatlichen Schwankungen.

Großhandel

- Der Absatz in den Großhandel hat sich im 1. HJ 2022 überwiegend negativ entwickelt.

Große Betriebe mit hohem Vertriebsanteil in den LEH befinden sich noch im Prozess der Anbindung. Die starken Rückgänge im LEH lassen für sie eine insgesamt negative Entwicklung vermuten.

Erwartungen

Die unverändert hohe Inflation und die sich andeutende Rezession lassen insgesamt einen Rückgang des Umsatzes für Wein erwarten. Der Fachhandel berichtet von preissensibleren Kunden. Über den Sommer besteht Hoffnung auf Gastronomie und Weintourismus.

Der Koordinations- und Beschaffungsaufwand für Glas, Kartonagen und Verschlüsse ist enorm und kostet die Betriebe sehr viel Zeit. Jeder versucht Bestände aufzubauen. Die Kostenweitergabe an den LEH ist schwierig und aufwendig auszuhandeln.

Erste kleine Betriebe müssen Füllungen verschieben, weil sie nicht an Glas kommen oder die Kosten nicht tragen können.

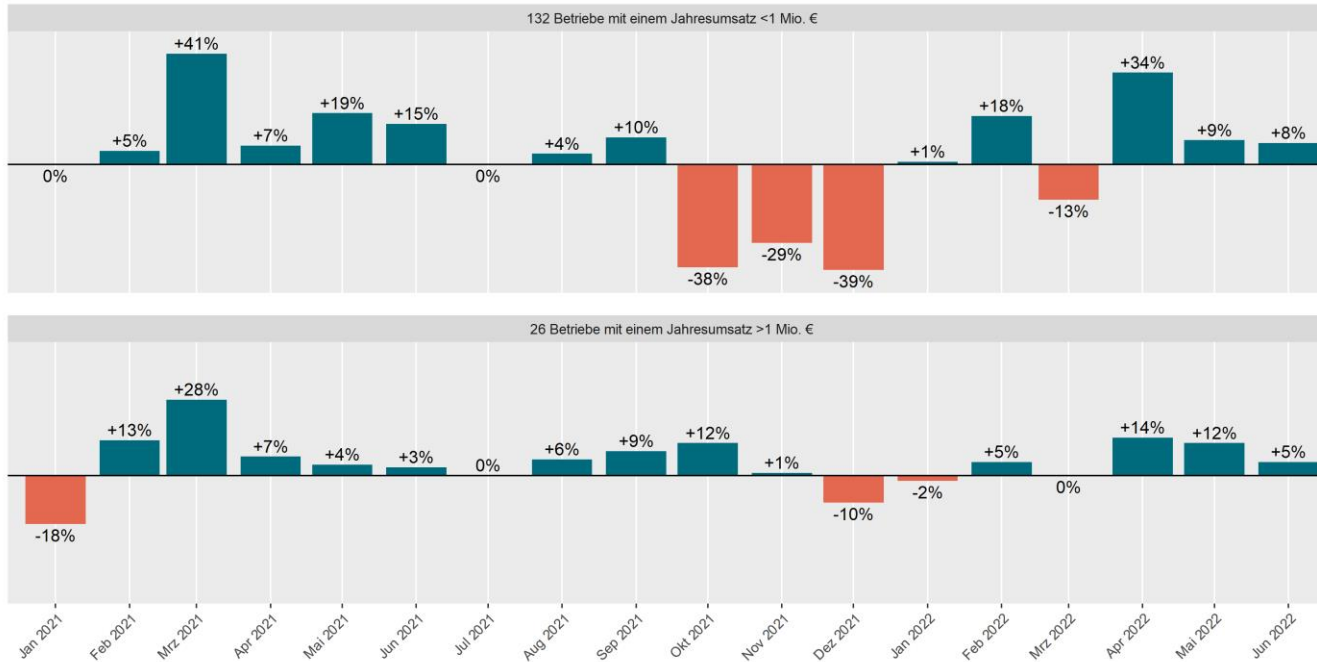
UMSATZ GESAMT

Veränderung zum Vorjahresmonat

Vergleich zum Vorjahresmonat

Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahresmonat

Veränderung in %



Datenbank vom 2022-07-26

kleine Betriebe

< 1 Mio. Jahresumsatz

Q2-22 die Umsätze der kleinen und großen Betriebe sind im Vergleich zu 2021 gestiegen. Ein Grund sind Preissteigerungen durch die Aktualisierung der Preislisten im März/April.

Der Umsatzeinbruch des Schockmonats März hat sich nicht weiter fortgesetzt. Die Zuwächse werden aber kleiner.

große Betriebe

> 1 Mio. Jahresumsatz

ABSATZKANÄLE

Kleine Betriebe < 1 Mio. € Jahresumsatz

Umsatzanteil 1. Halbjahr 2022

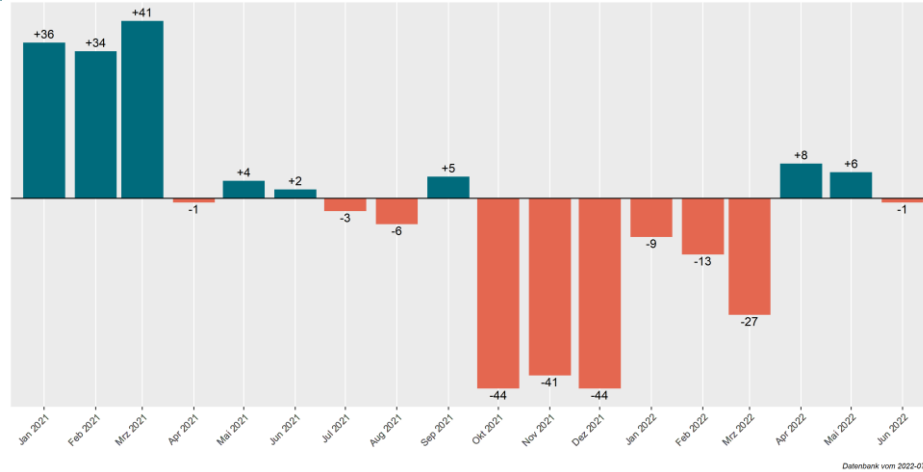
Kleine Betriebe mit Jahresumsatz <1 Mio. €

	Umsatzanteil in % Betriebe <1 Mio. (n = 132)	Umsatzanteil in % Betriebe 1 Mio.+ (n = 26)
Endverbraucher	46	25
Fachhandel	29	35
Gastronomie	15	4
Lebensmitteleinzelhandel	3	26
Export	6	6
Großhändler DE	0,2	3
Onlinehandel	0,1	0,6
Summe	100	100

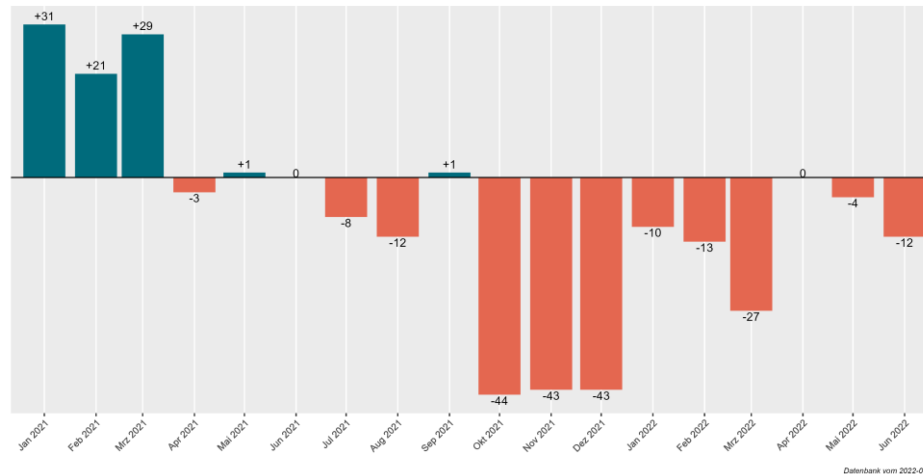
Werte gerundet

Die Absatzkanäle werden absteigend nach ihrer Bedeutung vorgestellt.

Endverbraucher: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 132 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



Endverbraucher: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 132 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



Umsatz

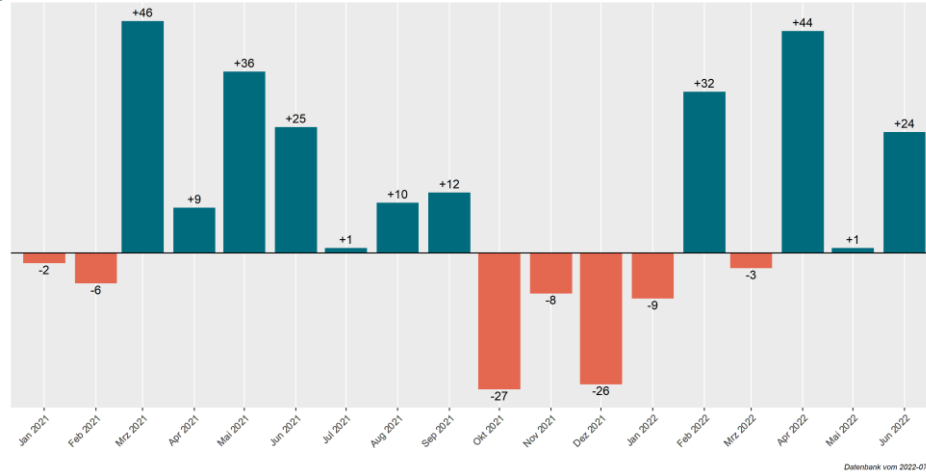
- Neue Preislisten ab 04/2022 führen zu leichter Umsatzsteigerung
- Preissteigerungen können Absatzrückgang nur in 04/22 und 05/22 kompensieren, danach schlägt Absatzrückgang durch

Absatz

- Bis 03/21 Corona-bedingte Absatzsteigerung
- Weihnachtsgeschäft 10/21 – 12/21 deutlich unter starkem Vorjahr
- Starker Einbruch in 3/22 direkt nach Kriegsbeginn
- für 5+6/22 weiter rückläufig

Fachhandel: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 127 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €

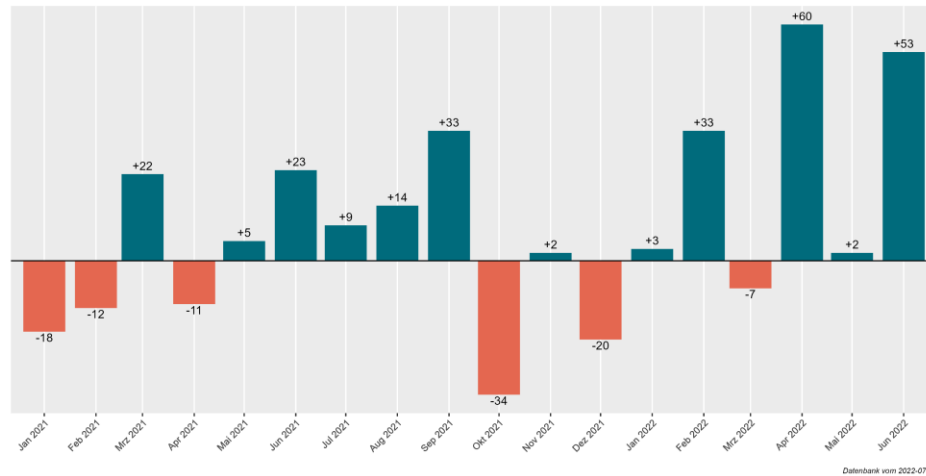


Umsatz

- Q2-2022 insgesamt positiv nach schwachem Q4/21 und Q1/22
- Umsatzwachstum < Absatzwachstum = Preise sinken

Fachhandel: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 127 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €

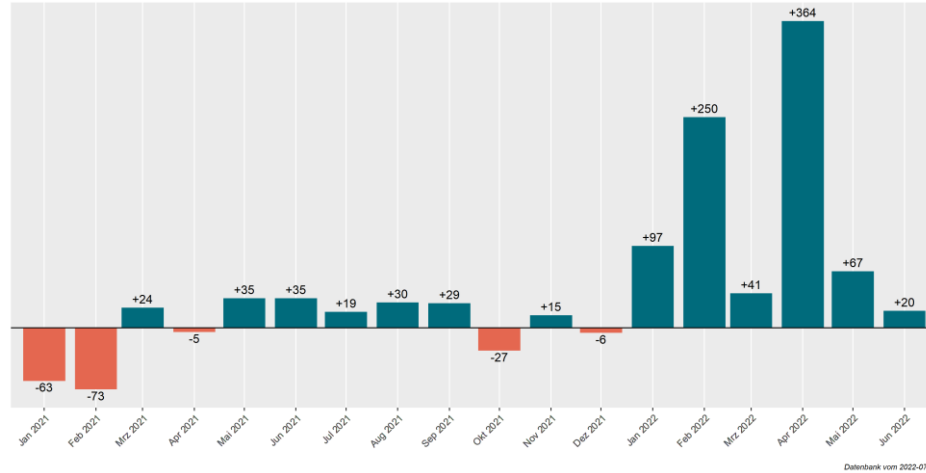


Absatz

- Erholung des Absatzes nur unterbrochen direkt nach Kriegsbeginn in 03/22

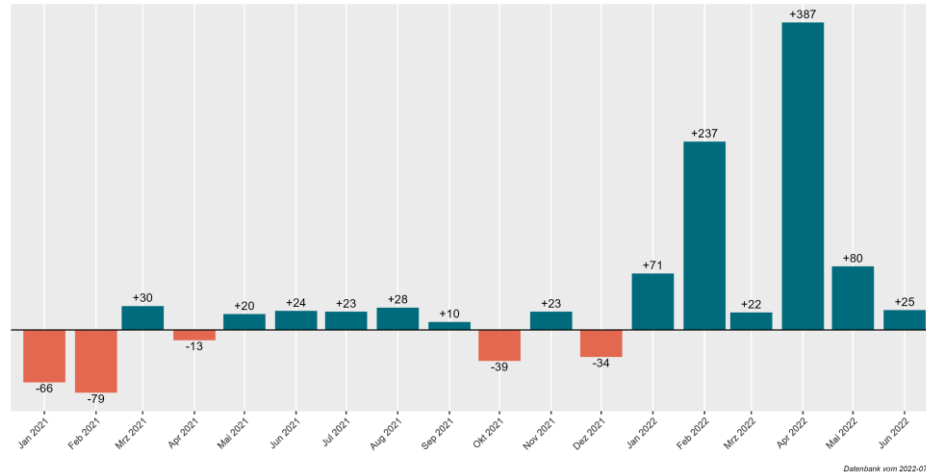
Gastronomie: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 129 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



Gastronomie: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 129 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



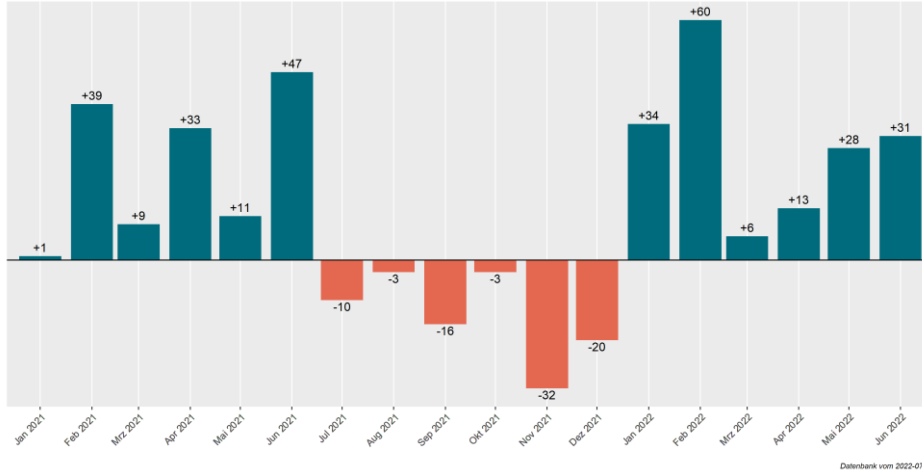
Umsatz

- Q1/22 und Q2/22 starke Erholung, die im Mai nachlässt
- Umsatzwachstum < Absatzwachstum = Preise sinken

Absatz

- Erholung des Absatzes unterbrochen direkt nach Kriegsbeginn in 03/22
- Nachlassende Erholung

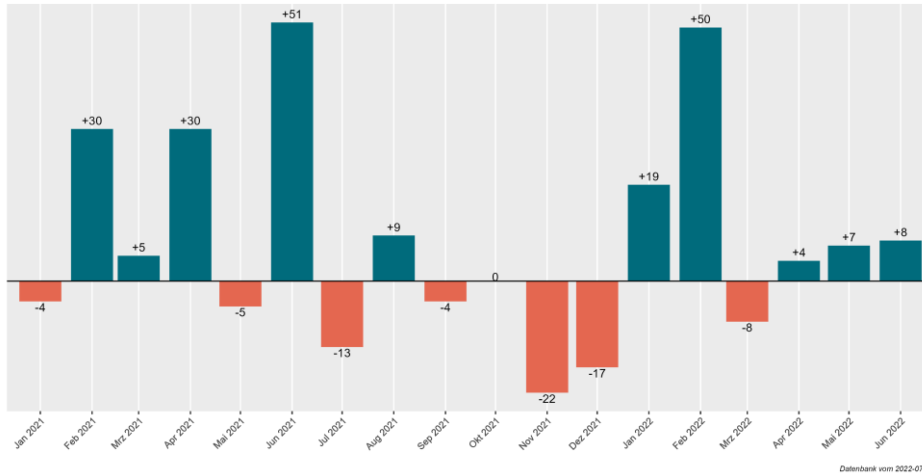
Lebensmitteleinzelhandel: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 60 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



Umsatz

- LEH nur geringer Absatzanteil der kleinen Betriebe (3%)
- seit 01/22 Zuwächse
- Umsatzwachstum > Absatzwachstum = Preise steigen ab im 1. HJ 2022

Lebensmitteleinzelhandel: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 60 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €

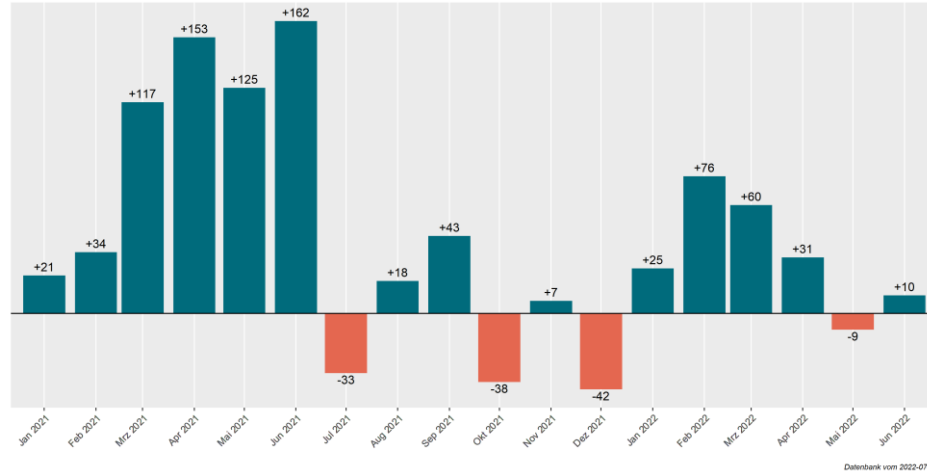


Absatz

- Moderater Anstieg Q2/22
- Schockmonat März unterbricht starken Anstieg 01+02/22

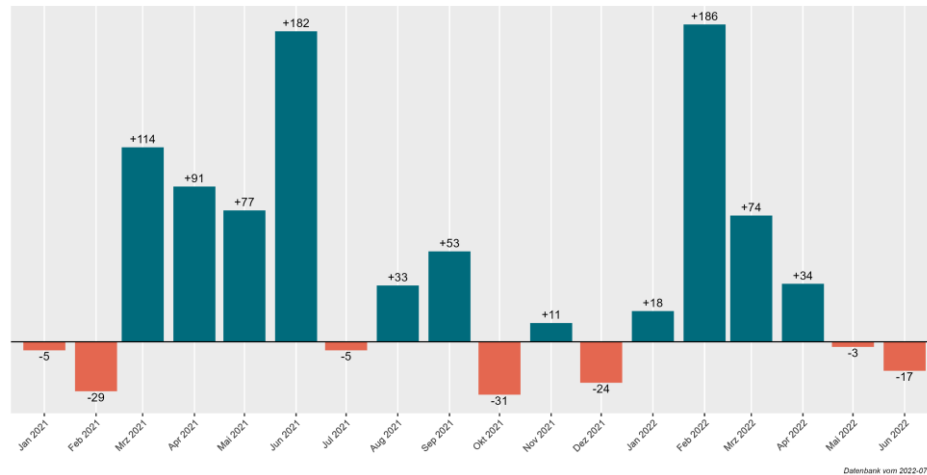
Export: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 75 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



Export: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 75 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



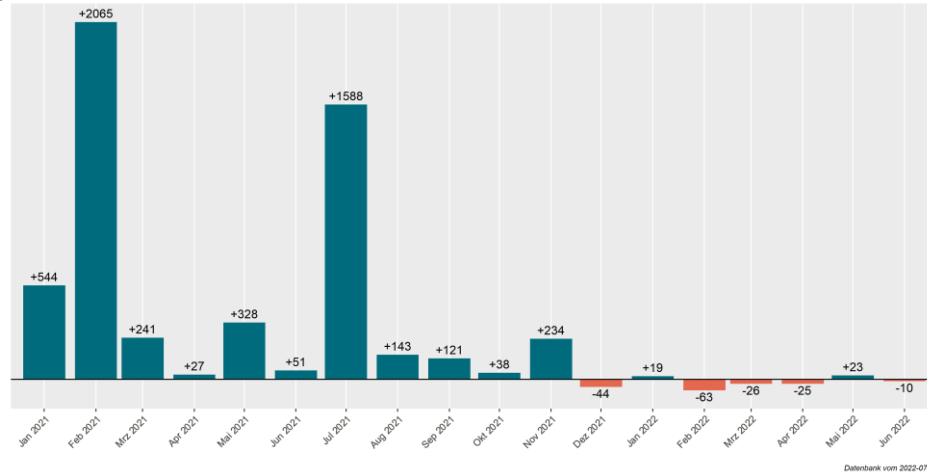
Umsatz

- im 1. Hj 2021 starke Erholung im Vergleich zu schwachem 2020
- In 2022 insgesamt positive Entwicklung mit sinkender Tendenz

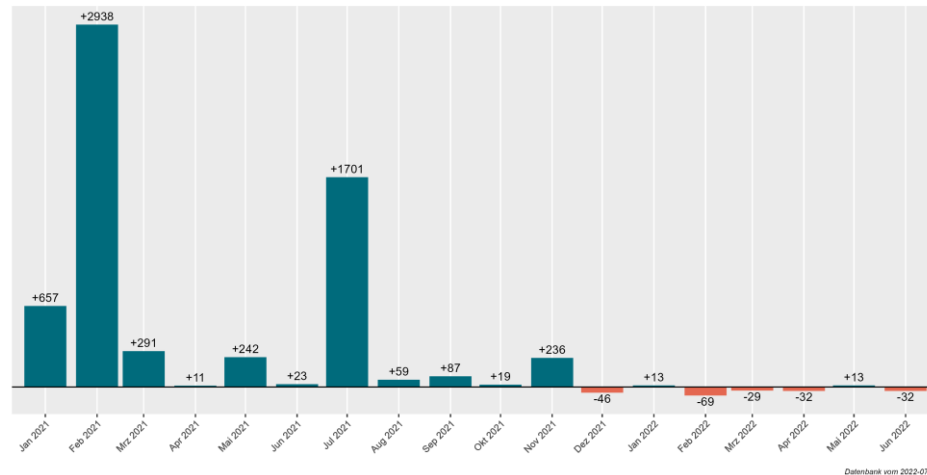
Absatz

- Starker Start in Q1-22
- Rückgang der Exportabsätze

Onlinehandel: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 4 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



Onlinehandel: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 4 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



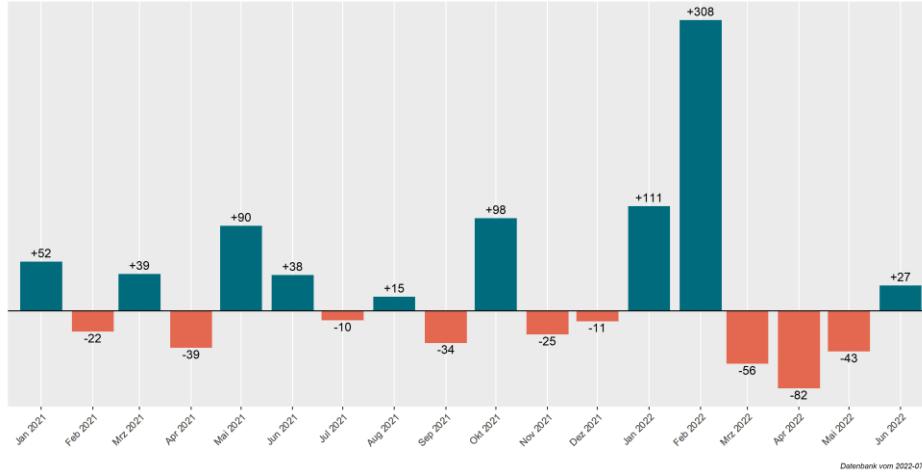
Umsatz

- *Noch sehr geringe Datenbasis*
- Extrem Steigerung in 2021
- Rückgang in 2022, aber noch deutlich höheres Niveau als vor Pandemie
- leichte Preissteigerung in 2022

Absatz

- Leicht Konsolidierung nach sehr hohem Anstieg

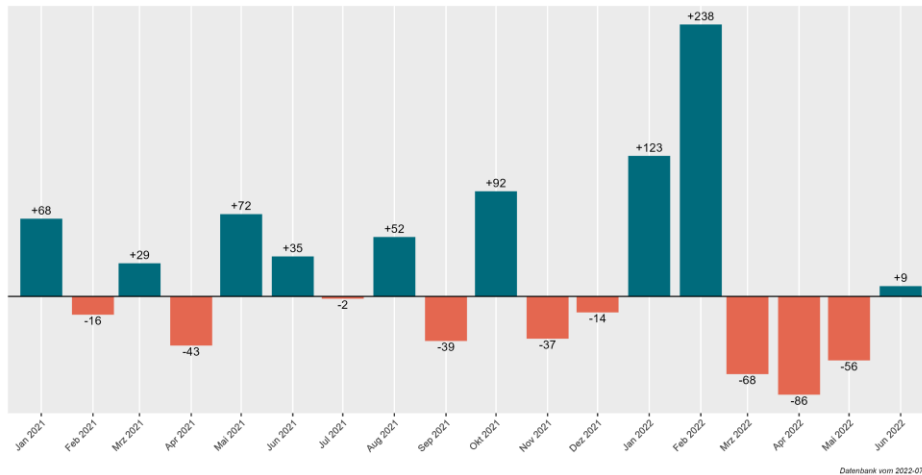
Großhändler DE: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 6 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



Umsatz

- *Noch geringe Datenbasis*
- Starke Erholung zu Beginn 2022,
- 03-05/22 negativ
- Hoffnung auf Erholung ab 06/22
- Leichte Preissteigerung in 2022

Großhändler DE: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 6 Betriebe mit einem Jahresumsatz <1 Mio. €



Absatz

- Unterbrechung der Erholung ab 03/22

ABSATZKANÄLE

Große Betriebe > 1 Mio. € Jahresumsatz

Umsatzanteile Kanal nach Betriebsgröße

Umsatzanteil 1. Halbjahr 2022

Große Betriebe mit Jahresumsatz >1 Mio. €

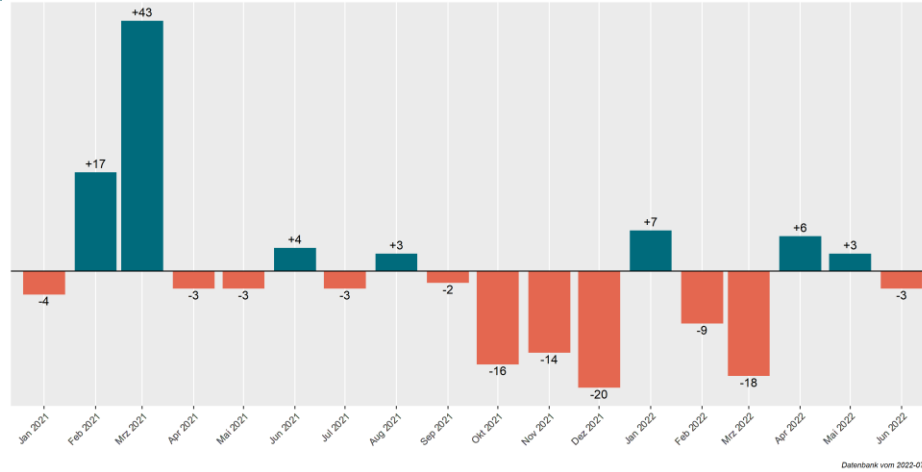
	Umsatzanteil in % Betriebe <1 Mio. (n = 132)	Umsatzanteil in % Betriebe 1 Mio.+ (n = 26)
Fachhandel	29	35
Lebensmitteleinzelhandel	3	26
Endverbraucher	46	25
Export	6	6
Gastronomie	15	4
Großhändler DE	0,2	3
Onlinehandel	0,1	0,6
Summe	100	100

Werte gerundet

Für die aktuelle Stichprobe der 26 großen Betriebe sind FH, LEH und Endverbraucher die wichtigsten Kanäle. Mit dem bevorstehenden Anschluss vieler weiterer großer Betriebe wird es hier zu einer Verschiebung in Richtung LEH kommen.

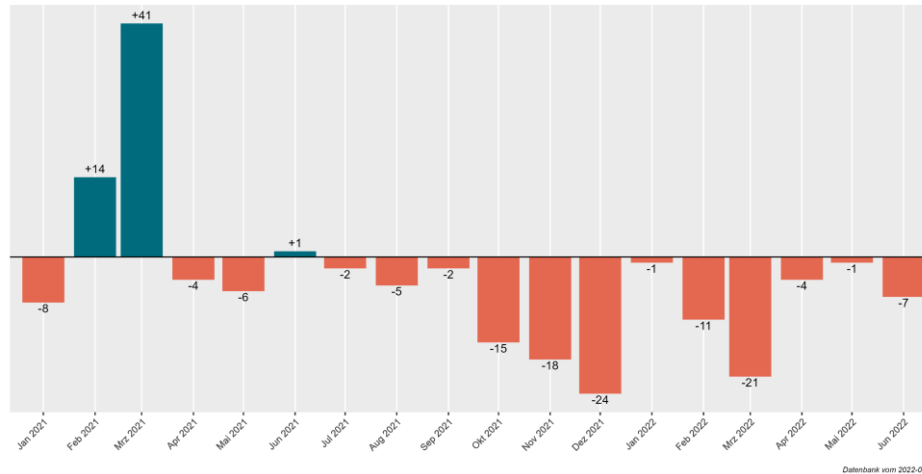
Endverbraucher: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 26 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €



Endverbraucher: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 26 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €



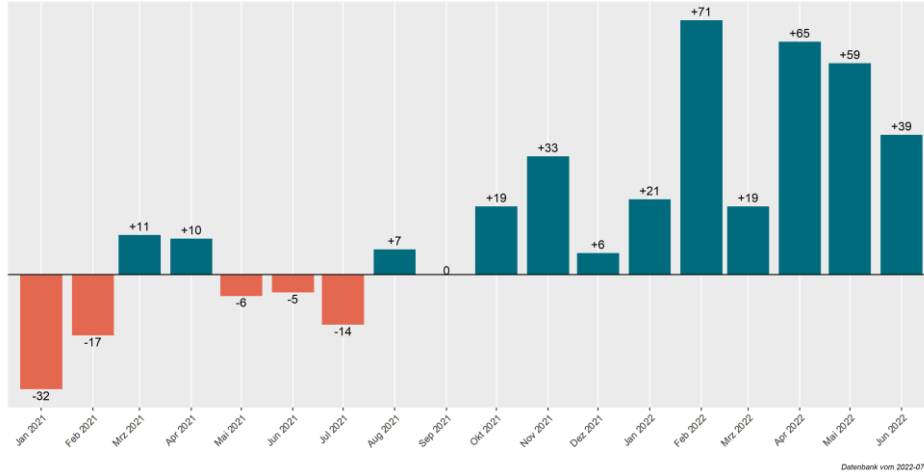
Umsatz

- Starke Übereinstimmung mit kleinen Betrieben
- Preissteigerungen zu 01/22 kompensieren teilweise den Absatzrückgang
- Fallende Tendenz

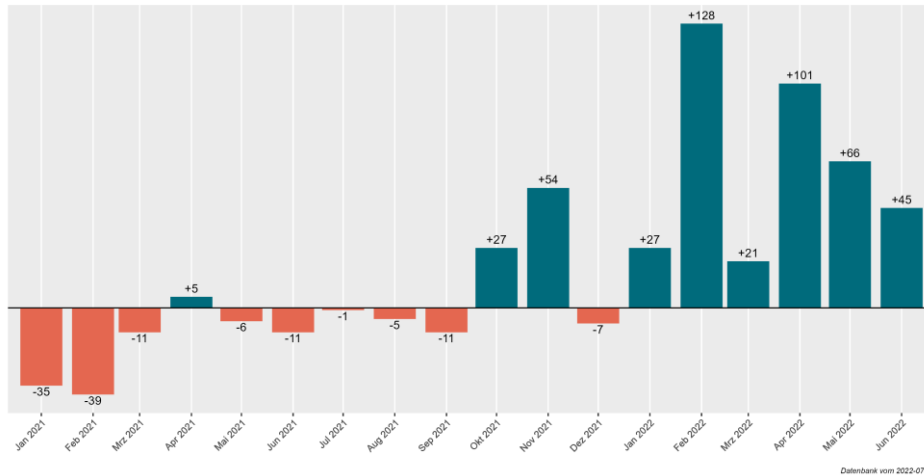
Absatz

- Deutliche Auswirkung Kriegsbeginn 03/22
- danach leichte Erholung aber noch unter 2021

Fachhandel: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 25 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €



Fachhandel: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 25 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €



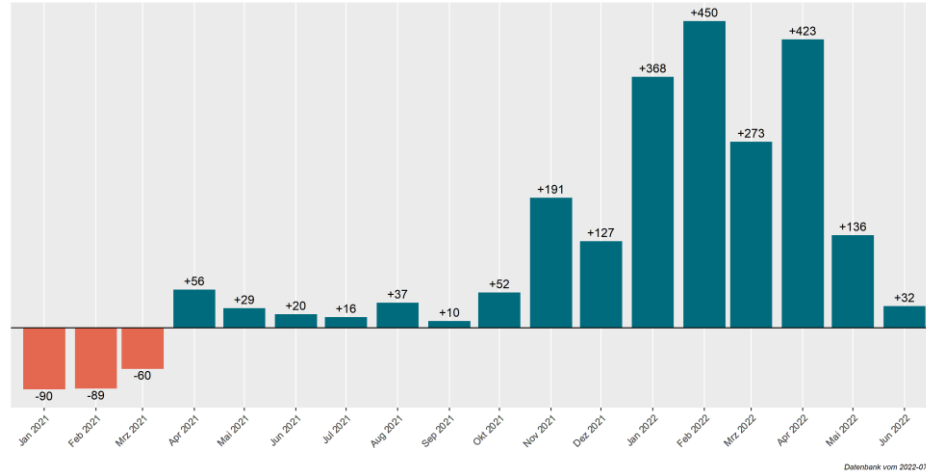
Umsatz

- Positive Entwicklung ab Q4/21
- Umsatzwachstum < Absatzwachstum = Preisrückgang

Absatz

- Starke Erholung bis 02/22
- März als Schockmonat
- Rückläufige Erholung

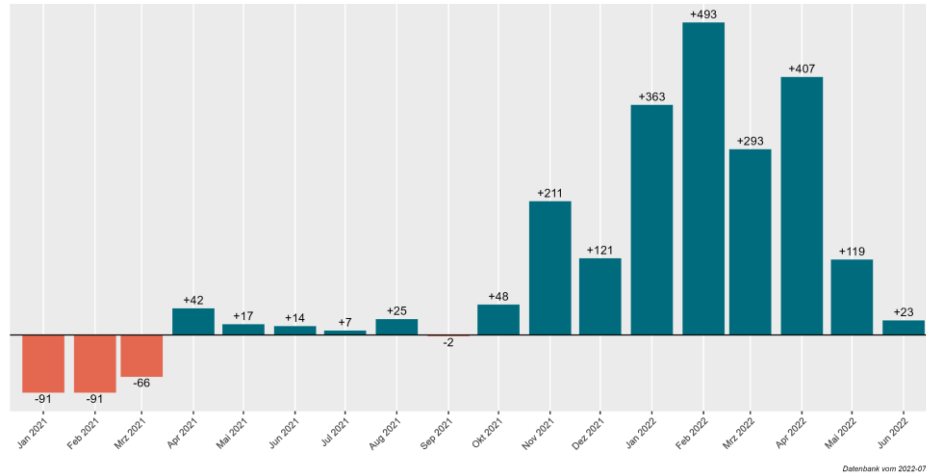
Gastronomie: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 24 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €



Umsatz

- Starke aber rückläufige Erholung ab Q4-21
- Preise stabil

Gastronomie: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr
Veränderung in %
n = 24 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €

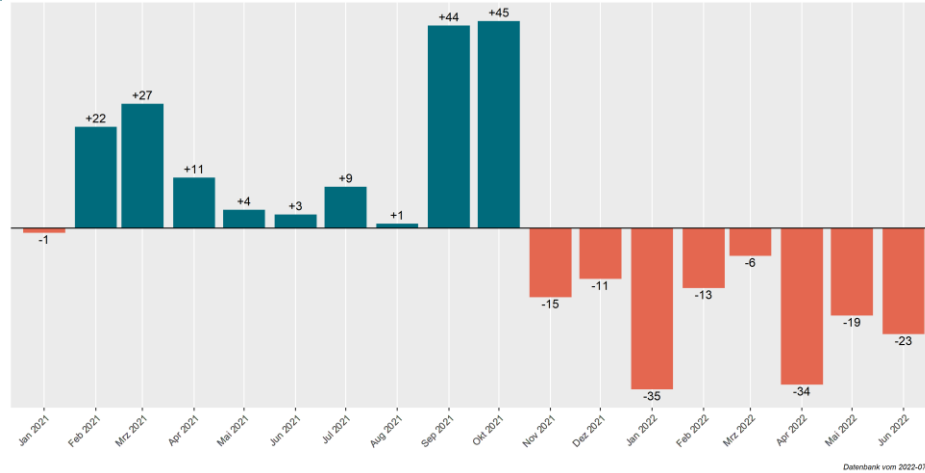


Absatz

- wie Umsatz

Lebensmitteleinzelhandel: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 23 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €

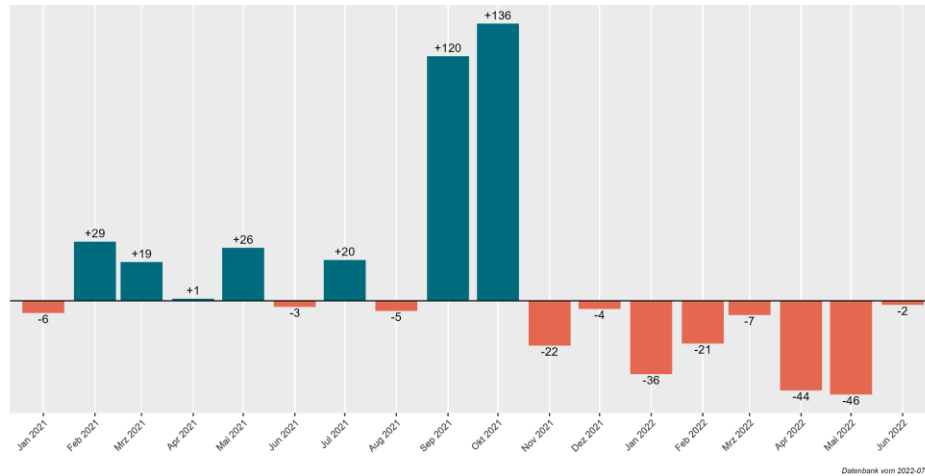


Umsatz

- seit 11/21 Verluste im Vergleich zum Vorjahresmonat
- Q2/22 insgesamt deutlich negativ

Lebensmitteleinzelhandel: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 23 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €

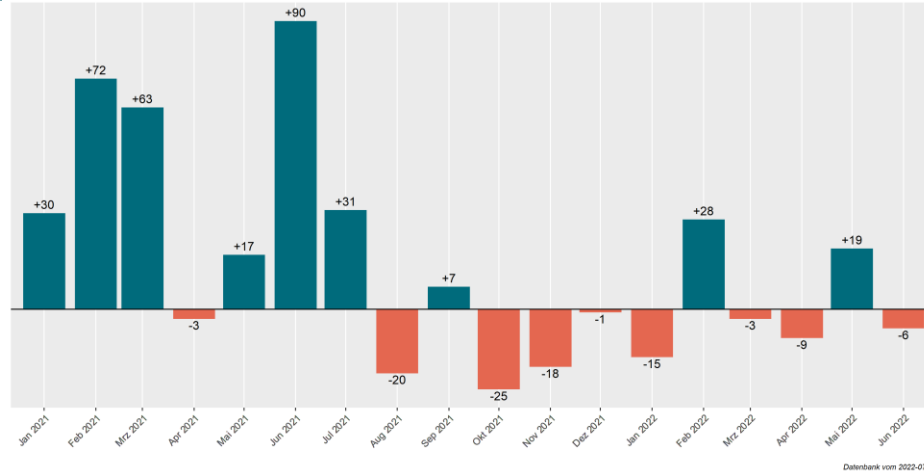


Absatz

- wie Umsatz
- Spitzen in 9/21 + 10/21 waren getrieben durch geringe Preise (Lieferung der Ware für Weihnachtsgeschäft an LEH)

Export: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr

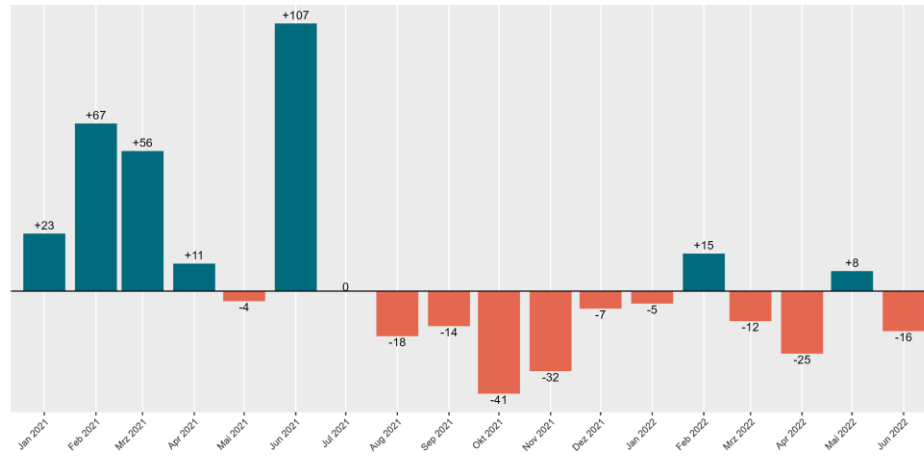
Veränderung in %
n = 24 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €



Datenbank vom 2022-07-26

Export: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 24 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €



Datenbank vom 2022-07-26

Umsatz

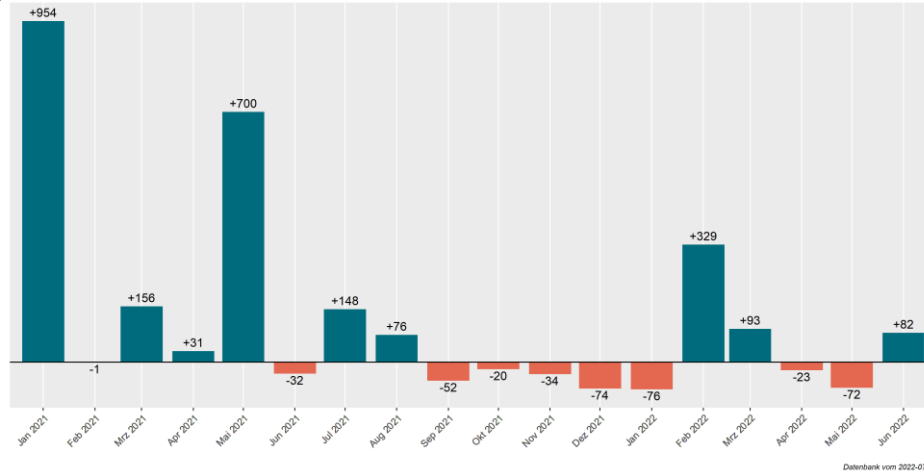
- starke Erholung im 1. HJ 2021, danach eher rückläufig
- leicht steigende Preise

Absatz

- wie Umsatz

Onlinehandel: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr

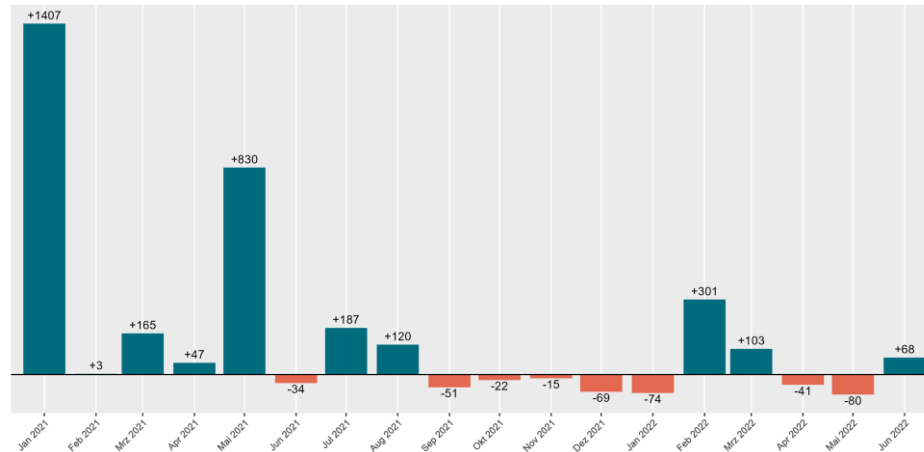
Veränderung in %
n = 3 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €



Datenbank vom 2022-07-26

Onlinehandel: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 3 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €



Datenbank vom 2022-07-26

Umsatz

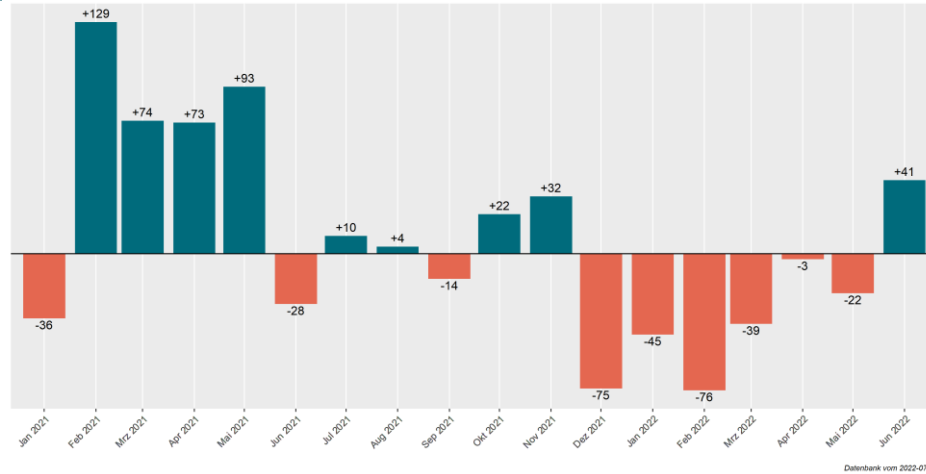
- *Sehr geringe Datenbasis*
- Starke Steigerung 2021, danach leichte Konsolidierung mit positiven Ausreißern

Absatz

- Wie Umsatz

Großhändler DE: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 9 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €

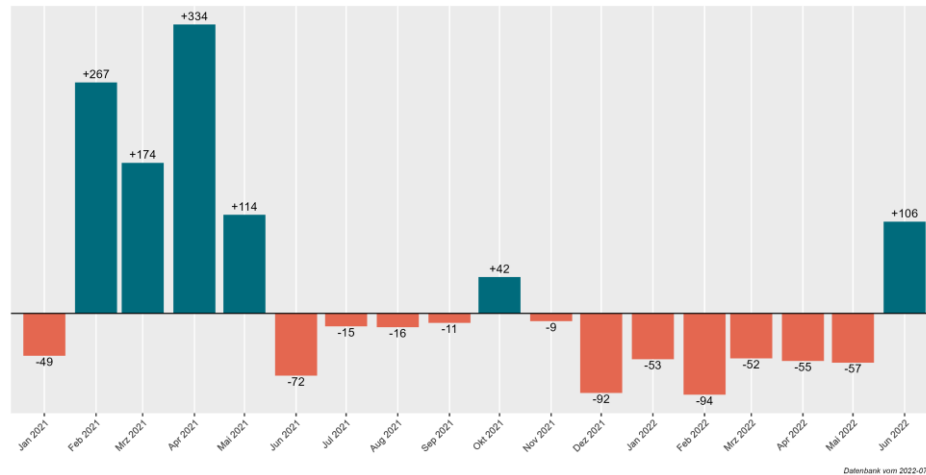


Umsatz

- *Noch geringe Datenbasis*
- Fallende Umsätze in Q1+Q2
- steigende Preise ab 3/22

Großhändler DE: Absatzentwicklung gegenüber Vorjahr

Veränderung in %
n = 9 Betriebe mit einem Jahresumsatz >1 Mio. €



Absatz

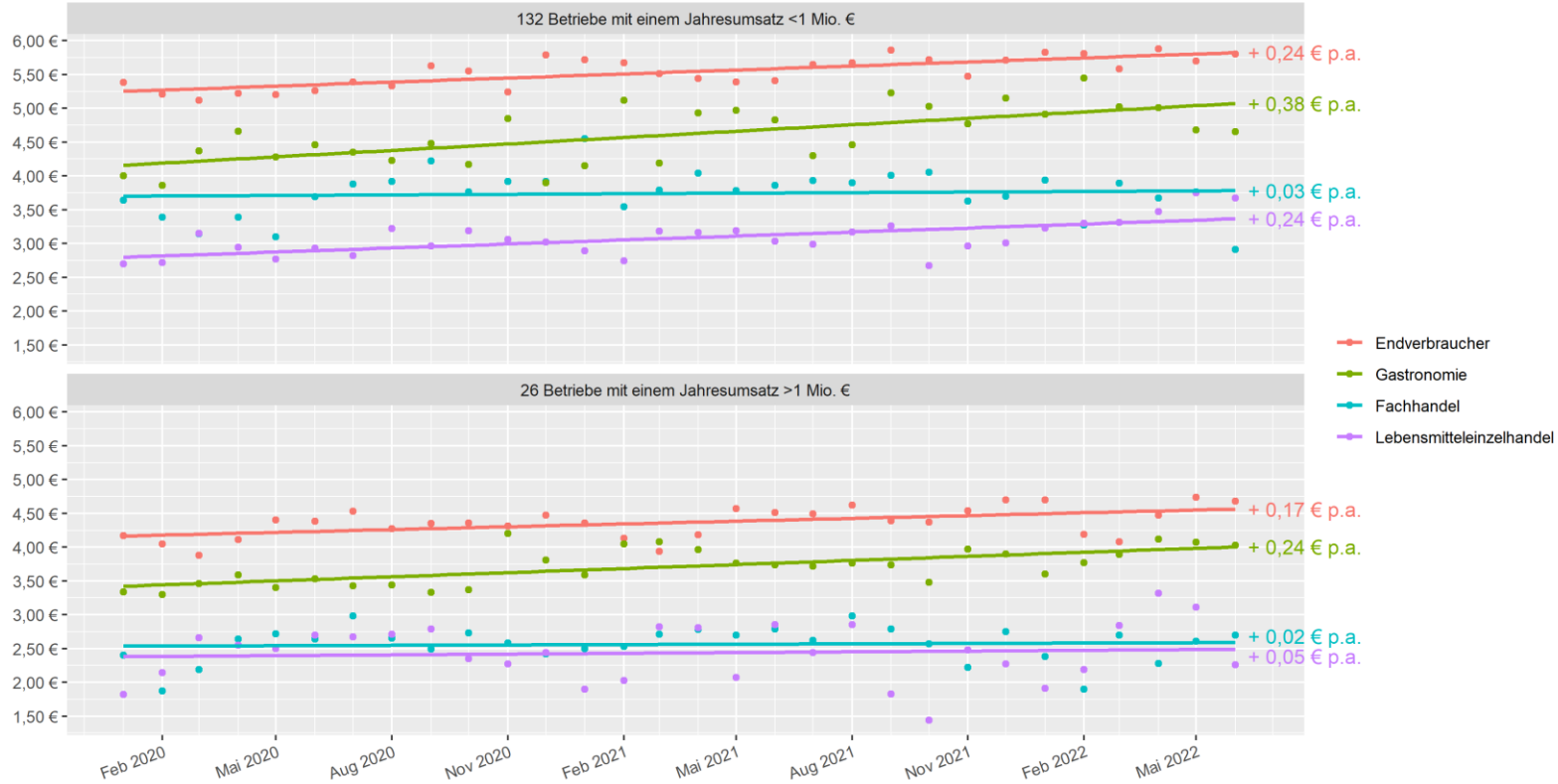
- fallende Tendenz mit positivem Ausreißer im Juni

Nach Kanal

ABSATZPREISE

Durchschnittserlöse Trend 2020-2022

Durchschnittserlöse €/0,75L
nach Absatzkanälen und Monaten



Datenbank vom 2022-07-26

Hintergründe

DIGITALE ABSATZANALYSE

<https://www.geisenheim-portal.de/was-teilnehmer-sagen/>

Was Teilnehmer sagen



© Bild: Weingut Helmut Geil

Andreas Geil

Weingut Helmut Geil, Monzernheim

„Der Vertrieb ist für die Zukunft unseres Betriebes am wichtigsten. Deshalb unterstützen wir die Geisenheimer Absatzanalyse, um neue Absatzpotentiale zu erkennen und marktgerechte Preise erzielen zu können.“



© Bild: Weingut Schönhals

Hanneke Schönhals

Weingut Schönhals, Biebelnheim

„Wir unterstützen die Geisenheimer Absatzanalyse als Lösung von der Branche für die Branche, um zuverlässig aktuelle Absatzinformationen zu erhalten.“



© Bild: DIVINO

Wendelin Grass

DIVINO, Nordheim/Main

„Wir freuen uns auf diese Zusammenarbeit, zumal eine derartige Datengrundlage zur Beurteilung der Weinmarktentwicklung uns dringend geboten erscheint. Indirekte Erhebungen über den Handel und Konsumenten sind einfach nicht differenziert genug, um die Entwicklungen im Weinmarkt ausreichend genau darzustellen. Insofern ist der gemeinsame Aufbau eines Datenpools direkt durch die deutschen Weinproduzenten für die Betriebe die deutlich bessere Alternative.“

<https://www.geisenheim-portal.de/teilnehmende-erp-anbieter/>

commendo **it**
Softwarelösungen für die Weinwirtschaft



sup **soppe**
+partner


KCWEIN 365
SOFTWARE FÜR DIE WEINWIRTSCHAFT

LexWARE

 **WINESTRO**
.cloud


Magnum

Weinhelp 7

 **WINITAS**
Windows für Winzer

Stand der Absatzdaten 26.07.2022

Wir haben 6,3 Mio. Positionen von 158 Betrieben ausgewertet, die über den Gesamtzeitraum 2020-2022 vollständig vorlagen. Sie umfassen 103,5 Mio. Liter im Wert von 428,7 Mio. €. Details letzte Seite.

Damit verfolgen wir einen konservativen Ansatz und die Auswertung ist frei von Paneleffekten (keine Verzerrung durch ausscheidende oder später hinzukommende Betriebe).

76 Betriebe befinden sich noch im Prozess der Übertragung historische Daten. 38 Betriebe werden aktuell mit der Software angebunden . Durch ein hohes Interesse der Betriebe werden wir den Teilnehmern in Zukunft detailliertere Berichte bereitstellen können.

Teilnehmende Betriebe	272
Datenübertragung von Betrieben läuft bei	234
Anzahl Positionen im Datensatz insgesamt	13.460.987
Vollständige Übertragung 2019 - 2022	
Für Analyse berücksichtigte Betriebe	158
Für Analyse genutzte Positionen	6.344.743

Wie gut ist die Datenlage?

Die 158 Betriebe entsprechen ca. 2,2 ‰ aller Selbstvermarkter. Damit ist die Datenlage jetzt schon besser als beim Haushaltspanel von Nielsen, an dem 0,03 ‰ der deutschen Haushalte teilnehmen.

Ausgewertete Absatzdaten 26.07.2022 (n=158 Betriebe)

Umsatz pro Jahr	Anteil in %
Bis 250 T€	41
250 T€ bis 500 T€	27
500 T€ bis 750 T€	13
750 T€ bis 1 Mio. €	3
1 Mio. € bis 2 Mio. €	5
2 Mio. € bis 3 Mio. €	4
Über 3 Mio. €	8

Anbaugebiet	Anteil in %
Pfalz	20
Rhein Hessen	20
Mosel	19
Franken	11
Baden	9
Württemberg	9
Rheingau	7
Hessische Bergstraße	1
Mittelrhein	1
Nahe	1
Saale-Unstrut	1
Sachsen	1

Ausgewertete Absatzdaten 26.07.2022 (n=158 Betriebe)

		2020	2021	2022
Endverbraucher	Umsatz (Mio. €)	60,1	55,3	23,7
	Absatz (Mio. Liter)	9,4	8,6	3,6
Fachhandel	Umsatz (Mio. €)	43,4	44,1	26,5
	Absatz (Mio. Liter)	11,7	11,3	7,6
Gastronomie	Umsatz (Mio. €)	8,5	8,8	5,5
	Absatz (Mio. Liter)	1,6	1,5	0,9
LEH	Umsatz (Mio. €)	40,7	44,3	16,1
	Absatz (Mio. Liter)	12,5	15,1	4,7

Kontakt

Prof. Dr. Simone Loose
Antoine Wetzler M. Sc.
Anthony Bennett M. Sc.

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

Simone.Loose@hs-gm.de