



EUROPÄISCHE UNION:
Investition in Ihre Zukunft
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung



Hochschule
Geisenheim
University

AUSWERTUNG FÜR FRANKEN

GEISENHEIMER ABSATZANALYSE – JAHR 2022

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

Stand 16.01.2023

Umsatzentwicklung 2022

Datenbasis

Aktuelle Auswertung für FRANKEN basiert auf 25 Weingütern aus FRANKEN mit Durchschnittsumsatz Flaschenwein von 530 T€ und mittlerem Umsatz von 255 T€. Ein Viertel der Betriebe hat Umsatz von über 499 T€. Betriebe sind noch nicht repräsentativ gewichtet.

Gesamtentwicklung

Gesamtumsatz im Mittel um 5% gestiegen, Absatz +3%. Mittlerer Erlös netto bei 5,42€ pro 0,75L. Neben Weingütern aus dem Rheingau und von der Mosel haben Flaschenweinvermarkter aus Franken höchste Durchschnittserlöse aller Anbaugebiete.

Absatzkanäle

Direktvermarktung (41%) und Fachhandel (26%) sind umsatzstärkste Absatzkanäle gefolgt von Gastro (18%).

Direktvermarktung

Verluste in Q1/22 im Vergleich zum pandemiebedingt umsatzstarken Vorjahr 2021. Ab Q3 negative Folgen der ökonomischen Krise. Betriebe aus Franken entwickeln sich hier im Umsatz wie Weingüter aller Anbaugebiete. Erlöse im Mittel bei 6,07 € pro 0,75L, die in 2022 im Mittel um 2% gestiegen sind.

Fachhandel

Betriebe aus Franken entwickeln sich über alle Quartale deutlich besser als Weingüter insgesamt. Umsatz steigt über Q1-Q3 im Vergleich zum Vorjahr. Erlöse pro Flasche im Mittel bei 4,78 €/0,75L, im Mittel in 2022 um 4% gestiegen.

Gastronomie

Nach sehr schwachem Jahr 2021 deutliche Erholung über alle Quartale, am stärksten in Q1 und Q2. Umsatzwachstum für Fränkische Betriebe höhere als für Betriebe insgesamt. Erlöse pro Flasche im Mittel bei 4,83 €/0,75L, im Mittel in 2022 um 2% gestiegen.

Export

Deutliche Umsatzsteigerung in FRANKEN, deutlich höher als über Weingüter aus allen Anbaugebieten insgesamt. Im Kanal Export erzielen dort tätige Weingüter hohe Erlöse pro Flasche von 6,61 €/0,75L, die in 2022 im Mittel um 3% gestiegen sind.

Umsatz und Absatz der Regionen

Anbaugebiet	Betriebe	Umsatz Gesamt (€, netto)	Absatz Gesamt (Tsd. L)	Mittlerer Betrieb			
				Umsatz Median (€, netto)	Veränderung in %*	Absatz Median (Tsd. L)	Veränderung in %*
Pfalz	42	36.750.000	6.294	412.000	+ 5	87	+ 5
Rheingau	20	21.549.000	3.197	346.000	+ 9	39	- 1
Rheinhessen	43	20.516.000	2.742	328.000	+ 5	47	+ 3
Mosel	47	17.732.000	2.174	247.000	+ 2	31	- 2
Franken	25	13.244.000	1.880	255.000	+ 5	34	+ 3
Württemberg	18	9.464.000	1.122	394.000	+ 5	52	+ 2
Baden	16	8.489.000	1.057	332.000	+ 8	39	+ 6
Alle Weingüter	226	134.863.000	19.276	326.000	+ 5	42	+ 0,6

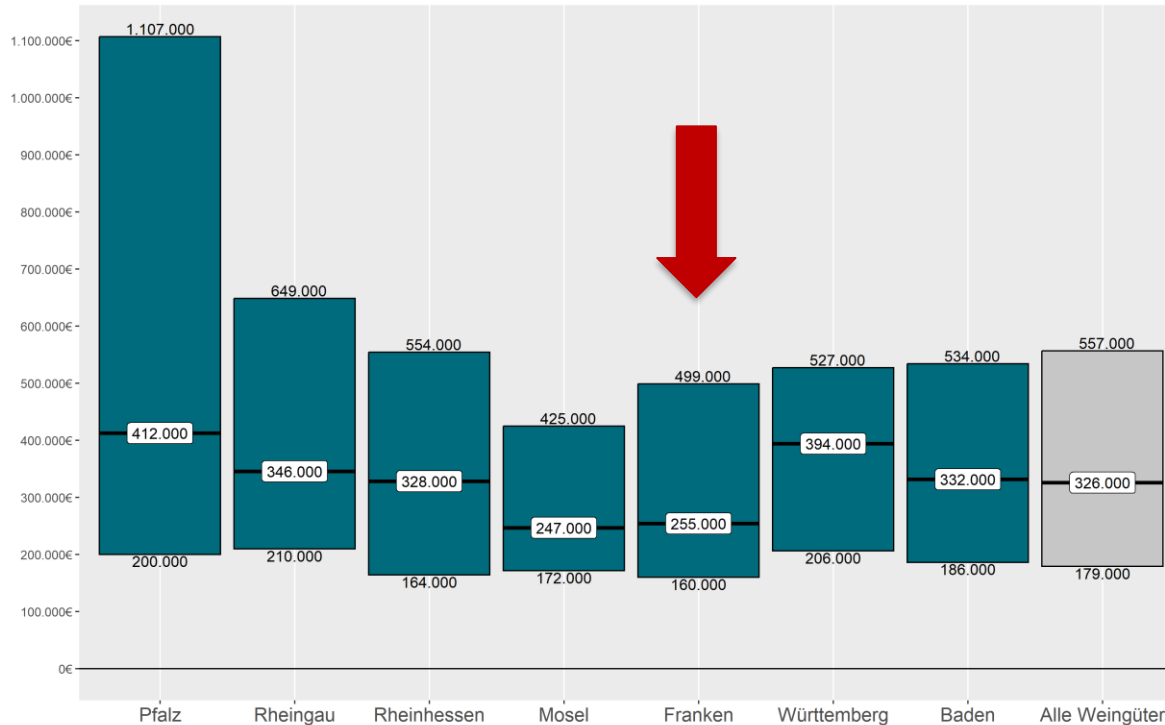
Datenbasis FRANKEN

25 Weingüter mit mittlerem Umsatz 2022 aus Flaschenweinvermarktung von 255.000 €

Veränderung mittlerer Betrieb: +5% Umsatzwachstum und +3% Absatzwachstum gegenüber 2021

Durchschnittlicher Nettopreis Gesamtabsatz: 7,04 €/Liter = 5,28 €/075 Liter – Achtung der Durchschnittspreis liegt durch positive Ausreißer höher als der mittlere Preis (Seite 12).

Umsatz der Betriebe in € im Zeitraum Q1-22 - Q4-22



Stichprobengröße:
Pfalz: 42, Rheingau: 20, Rheinhessen: 43, Mosel: 47, Franken: 25, Württemberg: 18, Baden: 16, Alle Weingüter: 226

Betriebsgröße Franken

Umsatz 2022 aus Flaschenwein

Obere 25%	499 T€
Mittlerer Betrieb	255 T€
Untere 25%	160 T€

25% der Betriebe mit Umsatz > 499 T€

25% der Betriebe mit Umsatz < 160 T€

Franken hat zusammen mit der Mosel eher kleinstrukturierte Flaschenweinvermarkter.

Die grüne Box zeigt die mittleren 50% der Betriebe: unterer Begrenzung = die unteren 25%, mittlerer Strich = der mittlere Betrieb, obere Begrenzung = und die oberen 25%.
Die 25% größten Betriebe liegen oberhalb der Box, die 25% kleinsten Betriebe liegen unterhalb der Box.

Umsatzanteile der Kanäle im Zeitraum Q1-22 - Q4-22

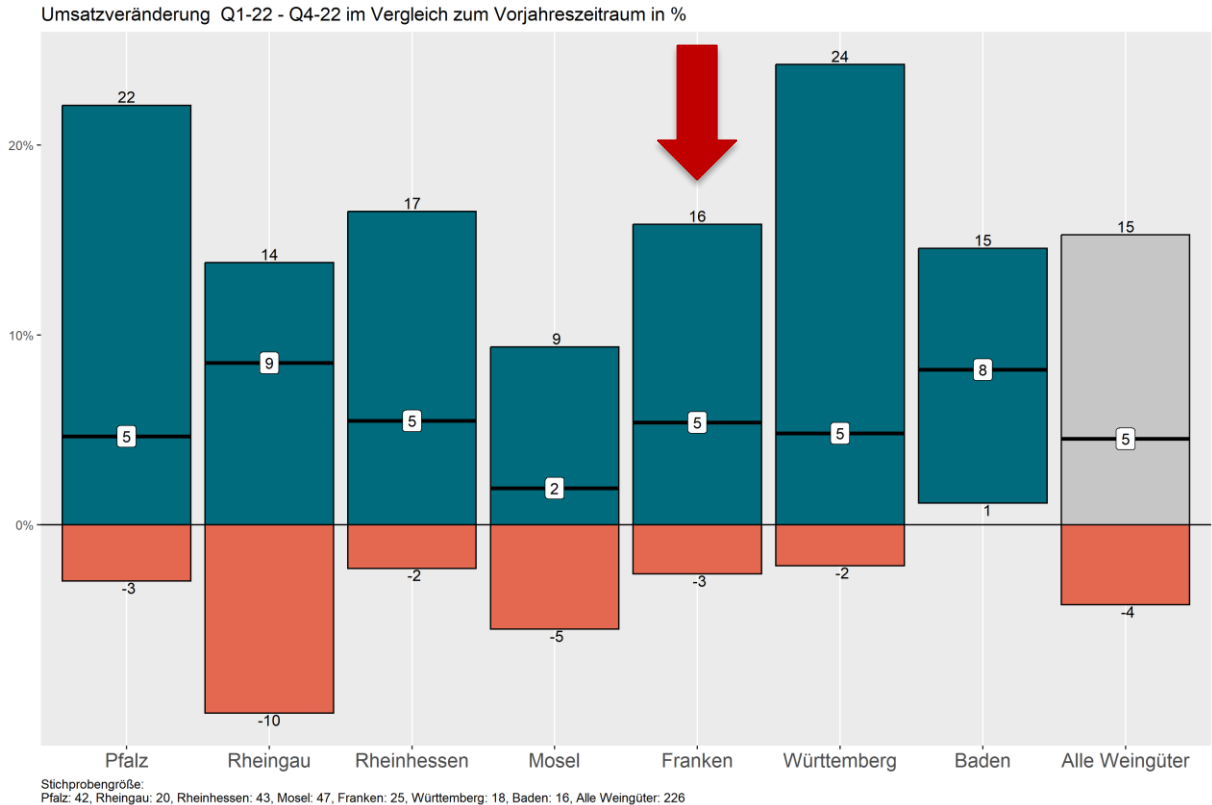
Anbaugebiet	Endverbraucher (%)	Fachhandel (%)	Gastronomie (%)	Export (%)	Großhändler (%)	LEH (%)	Onlinehandel (%)
Pfalz	33	37	9	6	6	4	1
Rheingau	16	15	6	41	18	2	0
Rheinhessen	44	28	10	9	0	3	0
Mosel	52	25	9	5	0	6	0
Franken	41	26	18	2	0	3	6
Württemberg	45	30	15	1	0	3	0
Baden	28	15	13	28	0	4	0
Alle Weingüter	37	26	11	12	5	4	1

Umsatzanteil addiert sich nicht zu 100% durch fehlende Angaben und sonstige Absatzkanäle (Duty-Free, etc).

Umsatzanteil über alle Absatzkanäle FRANKEN

Schwerpunkte sind Endverbraucher und Fachhandel (zusammen 67%) gefolgt von Gastronomie (18%).

UMSATZENTWICKLUNG 2022



Umsatzveränderung 2022
Nur Umsatz aus Flaschenwein
im Vergleich zu 2021

Obere 25%	+16%
Mittlerer Betrieb	+5%
Untere 25%	-3%

25% haben Umsatz um mehr als 16% gesteigert
25% haben mehr als 3% Umsatz verloren

Die mittlere Umsatzveränderung in FRANKEN
entspricht dem mittleren Wert über alle
Weingüter.

Die grüne Box zeigt die mittleren 50% der Betriebe: untere Begrenzung = die unteren 25%, mittlerer Strich = der mittlere Betrieb, obere Begrenzung = die oberen 25%.
Die 25% Betriebe mit höchster Umsatzsteigerung liegen oberhalb der Box, die 25% Betriebe mit stärksten Umsatzverlusten liegen unterhalb der Box.

Umsatzentwicklung Direktvermarktung nach Quartal 2022

Gesamtumsatzentwicklung im Kanal Endverbraucher in %

Anbaugebiet	Q1-22	Q2-22	Q3-22	Q4-22
Pfalz	- 11	+ 8	- 3	+ 1
Rheingau	- 23	+ 10	- 6	- 9
Rheinhessen	- 16	+ 10	+ 8	- 7
Mosel	- 20	+ 2	- 10	- 11
Franken	- 28	+ 7	- 5	- 6
Württemberg	- 5	+ 16	- 3	+ 0,7
Baden	- 22	+ 35	+ 12	- 8
Alle Weingüter	- 16	+ 9	- 4	- 6

Umsatzentwicklung Direktvermarktung nach Quartalen im Vergleich zu 2021

Gesamtumsatz FRANKEN aus Flaschenwein in
die Direktvermarktung

Q1: durch starke Pandemiegewinne in 2021
Rückgang und Normalisierung in 2022

Q2: positive Umsatzentwicklung

Q3 und Q4: leichte Verluste durch
ökonomische Krise

Gesamtumsatzentwicklung im Kanal Fachhandel in %

Anbaugebiet	Q1-22	Q2-22	Q3-22	Q4-22
Pfalz	+ 22	+ 21	+ 17	+ 4
Rheingau	- 63	- 56	- 49	- 24
Rheinhessen	+ 26	+ 10	- 5	- 9
Mosel	- 5	+ 8	+ 45	- 6
Franken	+ 12	+ 55	+ 73	- 0,8
Württemberg	+ 30	+ 38	- 3	- 20
Baden	+ 21	- 6	+ 6	- 23
Alle Weingüter	- 4	+ 5	+ 5	- 6

Umsatzentwicklung Fachhandel nach Quartalen im Vergleich zu 2021

Gesamtumsatz FRANKEN aus Flaschenwein in
den Fachhandel

Über alle Quartale deutlich stärkere Steigerung
als der Durchschnitt

Q2 und Q3 besonders starker Zuwachs
Q4: von allen Anbaugebieten geringster
Rückgang

Gesamtumsatzentwicklung im Kanal Gastronomie in %

Anbaugebiet	Q1-22	Q2-22	Q3-22	Q4-22
Pfalz	+ 89	+ 74	+ 11	- 6
Rheingau	+ 199	+ 128	+ 9	+ 12
Rheinhessen	+ 184	+ 45	+ 12	+ 25
Mosel	+ 109	+ 65	+ 7	+ 7
Franken	+ 174	+ 124	+ 8	+ 37
Württemberg	+ 239	+ 114	+ 33	+ 31
Baden	+ 217	+ 111	- 9	+ 10
Alle Weingüter	+ 129	+ 86	+ 6	+ 20

Umsatzentwicklung Gastronomie nach Quartalen im Vergleich zu 2021

Gesamtumsatz FRANKEN aus Flaschenwein in
die Gastronomie

Q1: deutliche Erholung im Vergleich zum sehr
schwachen Vorjahr

Q2: weiterhin starke Erholung, über
Gesamtdurchschnitt

Q3: weiterhin leichter Wachstum

Q4: Wachstum liegt über Gesamtdurchschnitt

Umsatzentwicklung Export nach Quartal 2022

Gesamtumsatzentwicklung im Kanal Export in %

Anbaugebiet	Q1-22	Q2-22	Q3-22	Q4-22
Pfalz	+ 27	+ 20	- 19	+ 12
Rheingau	+ 53	+ 45	+ 1	+ 10
Rheinhessen	+ 139	+ 19	+ 40	+ 52
Mosel	- 5	+ 14	- 9	+ 100
Franken	+ 24	+ 93	- 34	+ 9
Württemberg	- 87	+ 1	+ 183	- 87
Baden	+ 26	+ 17	- 8	- 7
Alle Weingüter	+ 40	+ 33	- 0,7	+ 13

Umsatzentwicklung Export nach Quartalen im Vergleich zu 2021

Gesamtumsatz FRANKEN aus Flaschenwein in
den Export

Q1: sehr starker Zuwachs, deutlich über
Gesamtdurchschnitt

Q2: Erholung, etwas geringer als
Gesamtdurchschnitt

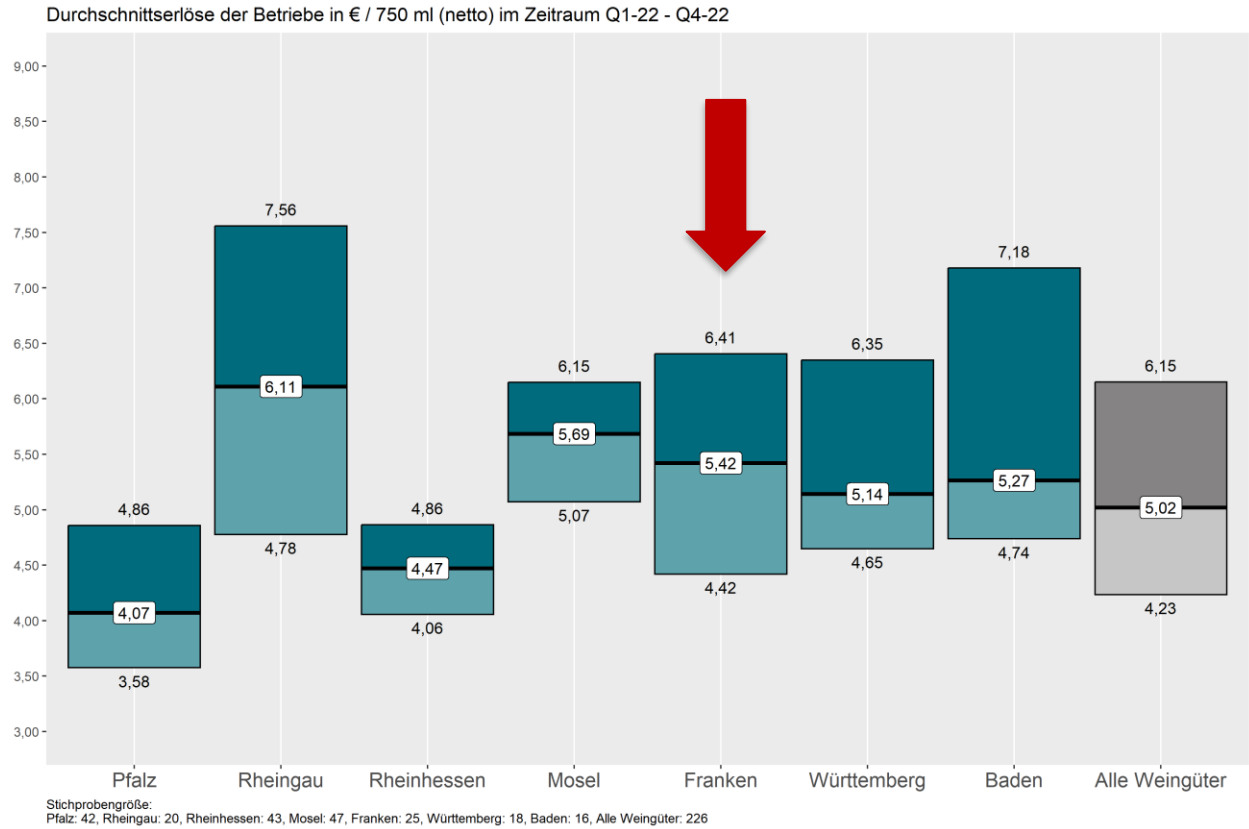
Q3: starker Zuwachs, über Gesamtdurchschnitt

Q4: Wachstum über Gesamtdurchschnitt

ERLÖSE PRO FLASCHE

(NETTO PRO 0,75L)

Durchschnittserlöse pro Flasche Gesamtumsatz



Durchschnittserlös Netto pro
Flasche über alle Umsätze eines
Betriebes liegt im Mittel in
FRANKEN bei 5,42 € pro 0,75L

Die grüne Box zeigt die mittleren 50% der Betriebe: untere Begrenzung = die unteren 25%, mittlerer Strich = der mittlere Betrieb, obere Begrenzung = die oberen 25%.
Die 25% Betriebe mit höchstem Erlös pro Flasche liegen oberhalb der Box, die 25% Betriebe mit geringsten Durchschnittserlösen liegen unterhalb der Box.

Netto-Erlöse in den Kanälen im Zeitraum Q1-22 - Q4-22

Anbauggebiet	Endverbraucher € (netto)	Fachhandel € (netto)	Gastronomie € (netto)	Export € (netto)	Großhändler € (netto)	LEH € (netto)	Onlinehandel € (netto)
Pfalz	5,20	3,30	4,10	4,75	4,65	4,04	5,24
Rheingau	8,32	5,69	5,82	6,01	5,45	5,89	7,47
Rheinhessen	5,06	3,98	4,40	6,14	4,72	4,02	3,85
Mosel	6,09	5,05	5,06	6,61	6,31	5,27	7,14
Franken	6,07	4,78	4,83	6,61	1,16	4,83	6,08
Württemberg	6,16	4,65	5,02	6,02	0	4,98	0
Baden	6,31	5,23	6,18	6,95	0	5,30	0
Alle Weingüter	6,37	5,12	5,12	6,44	4,65	5,21	6,42

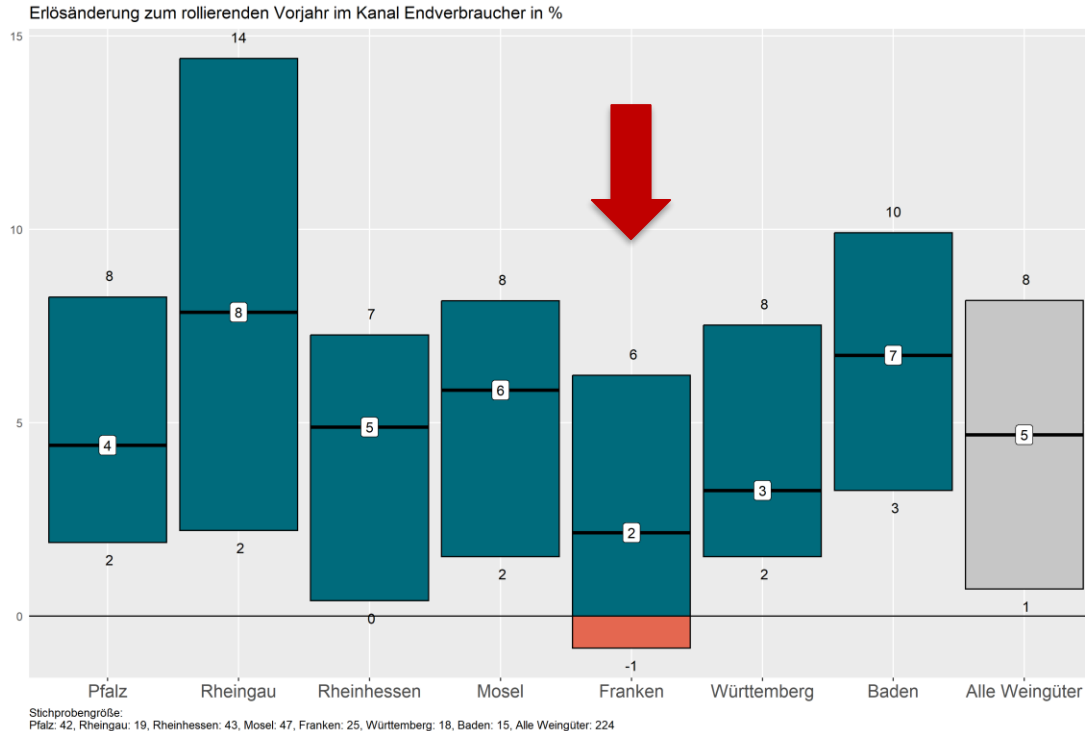
Durchschnittswert aller Verkäufe in den Absatzkanal.

Gelbe Werte – wenige Beobachtungen

Rote Werte – keine Beobachtungen

Mittlere Erlöse netto pro 0,75L pro Absatzkanal

- Endverbraucher und Gastro vergleichbares Erlösniveau zur Mosel
- Betriebe aus FRANKEN, die exportieren erzielen dort hohen Erlös



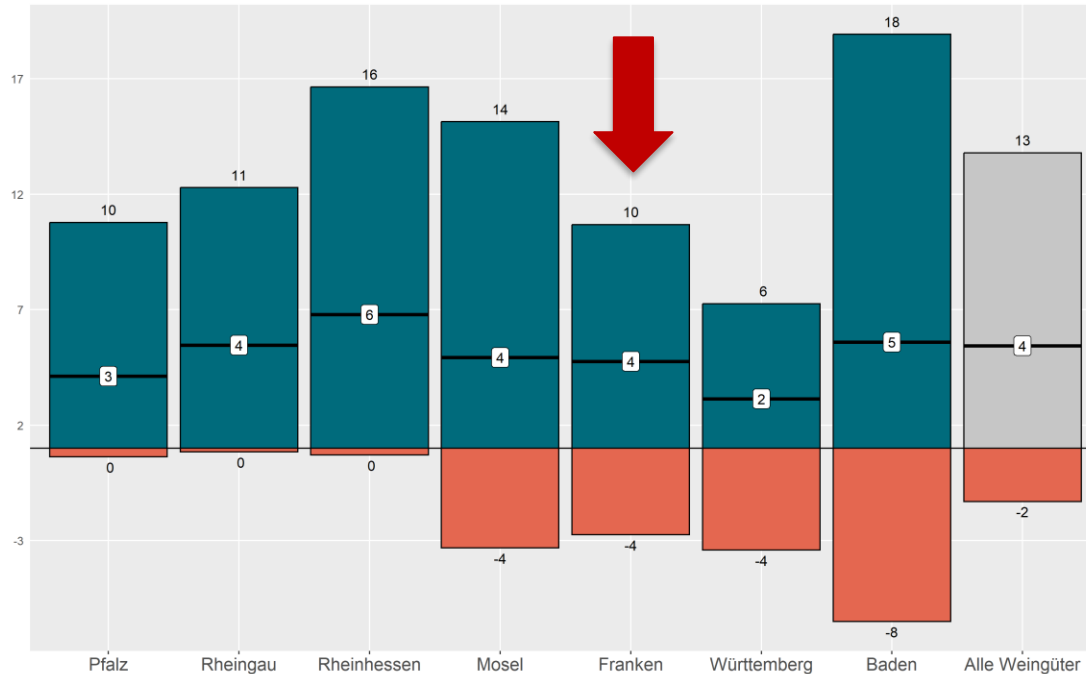
Der mittlere Betrieb in FRANKEN konnte Nettoerlös pro Flasche in der Direktvermarktung um 2% steigern.

Das ist von allen Anbaugebieten die geringste mittlere Erlössteigerung.

25% der Betriebe konnten über 6% steigern
25% der Betriebe hatten fallenden Nettoerlös von mehr als -1%.

Die grüne Box zeigt die mittleren 50% der Betriebe: untere Begrenzung = die unteren 25%, mittlerer Strich = der mittlere Betrieb, obere Begrenzung = die oberen 25%.
Die 25% Betriebe mit höchster Erlössteigerung liegen oberhalb der Box, die 25% Betriebe mit der geringsten Erlössteigerung liegen unterhalb der Box.

Erlösänderung zum rollierenden Vorjahr im Kanal Fachhandel in %



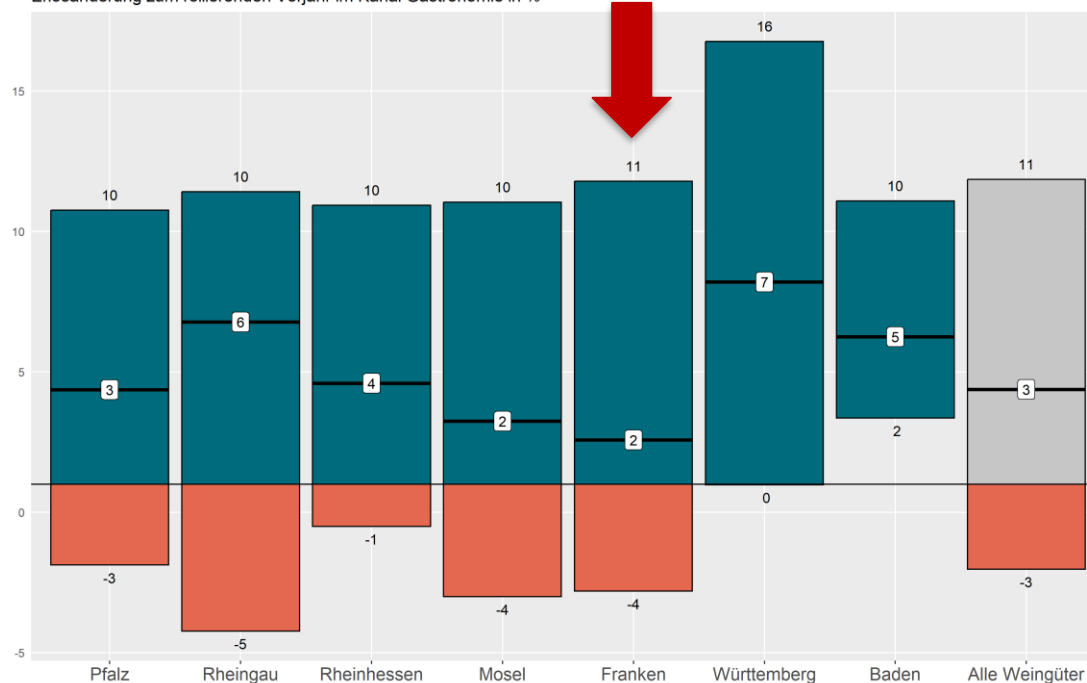
Stichprobengröße:
Pfalz: 38, Rheingau: 18, Rheinhessen: 41, Mosel: 37, Franken: 25, Württemberg: 18, Baden: 14, Alle Weingüter: 203

Der mittlere Betrieb in FRANKEN konnte Nettoerlös pro Flasche in den Fachhandel um 4% steigern.

25% der Betriebe konnten ihn über 10% steigern
25% der Betriebe Nettoerlös pro Flasche sank um mehr als 4%

Die grüne Box zeigt die mittleren 50% der Betriebe: untere Begrenzung = die unteren 25%, mittlerer Strich = der mittlere Betrieb, obere Begrenzung = die oberen 25%.
Die 25% Betriebe mit höchster Erlössteigerung liegen oberhalb der Box, die 25% Betriebe mit der geringsten Erlössteigerung liegen unterhalb der Box.

Erlösänderung zum rollierenden Vorjahr im Kanal Gastronomie in %



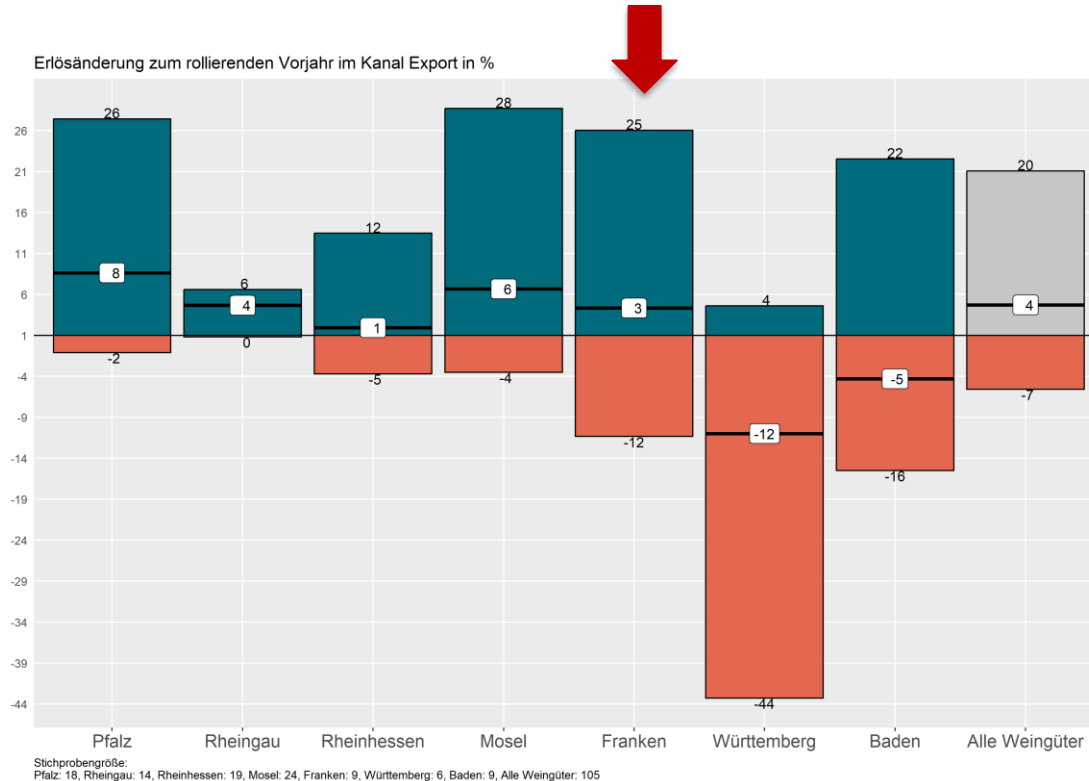
Stichprobengröße:
Pfalz: 37, Rheingau: 18, Rheinhessen: 40, Mosel: 38, Franken: 25, Württemberg: 18, Baden: 14, Alle Weingüter: 202

Der mittlere Betrieb in FRANKEN konnte Nettoerlös pro Flasche in die Gastronomie um 2% steigern.

25% der Betriebe konnten ihn über 11% steigern
25% der Betriebe Nettoerlös pro Flasche sank stärker als -4%

Die grüne Box zeigt die mittleren 50% der Betriebe: untere Begrenzung = die unteren 25%, mittlerer Strich = der mittlere Betrieb, obere Begrenzung = die oberen 25%.
Die 25% Betriebe mit höchster Erlössteigerung liegen oberhalb der Box, die 25% Betriebe mit der geringsten Erlössteigerung liegen unterhalb der Box.

Erlösänderung zum rollierenden Vorjahr im Kanal Export in %



Der mittlere Betrieb in FRANKEN konnte Nettoerlös pro Flasche aus dem Export um 3% steigern.

25% der Betriebe konnten ihn über 25% steigern
25% der Betriebe Nettoerlös pro Flasche sank stärker als -12%

Achtung: noch kleine Stichprobe an exportierenden Weingütern aus Franken.

Die grüne Box zeigt die mittleren 50% der Betriebe: untere Begrenzung = die unteren 25%, mittlerer Strich = der mittlere Betrieb, obere Begrenzung = die oberen 25%.
Die 25% Betriebe mit höchster Erlössteigerung liegen oberhalb der Box, die 25% Betriebe mit der geringsten Erlössteigerung liegen unterhalb der Box.



EUROPÄISCHE UNION:
Investition in Ihre Zukunft
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung



Hochschule
Geisenheim
University

Prof. Dr. Simone Loose

Institut für Wein- und Getränkewirtschaft

Hochschule Geisenheim

Tel. +49 6722 – 502 382

Simone.Loose@hs-gm.de