



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



Hochschule  
**Geisenheim**  
University

# AUSWERTUNG FÜR RHEINGAU

## 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 RHEINGAU basiert auf 20 Weingütern aus dem RHEINGAU mit Durchschnittsumsatz Flaschenwein von 1.077 T€ und mittlerem Umsatz von 346 T€. Ein Viertel der Betriebe hat Umsatz von über 649 T€. Betriebe sind noch nicht repräsentativ gewichtet.

### Gesamtentwicklung

Gesamtumsatz im Mittel um 9% gestiegen, Absatz -1%. Mittlerer Erlös netto bei 6,11€ pro 0,75L. Weingüter aus dem Rheingau haben höchste Durchschnittserlöse aller Anbaugebiete.

### Absatzkanäle

Für aktuell teilnehmende Weingüter aus dem Rheingau sind Export (41%), Großhandel (18%) und Direktvermarktung (16%) umsatzstärkste Absatzkanäle gefolgt von FH (15%) und Gastro (6%).

### Direktvermarktung

Verluste in Q1/22 im Vergleich zum pandemiebedingt umsatzstarken Vorjahr 2021. Ab Q3 negative Folgen der ökonomischen Krise.

Erlöse im Mittel bei 8,32 € pro 0,75L, die in 2022 im Mittel um 8% gestiegen sind.

### Fachhandel

RHEINGAU Betriebe entwickeln sich in 2022 über alle Quartale deutlich schlechter als Weingüter insgesamt. Über alle Quartale deutliche Verluste im Vergleich zum Vorjahr. Erlöse pro Flasche im Mittel bei 5,69 €/0,75L, die im Mittel in 2022 um 4% gestiegen sind. Das sind die höchsten mittleren Erlöse im Fachhandel aller Anbaugebiete

### Gastronomie

Nach sehr schwachem Jahr 2021 deutliche Erholung über alle Quartale, am stärksten in Q1 und Q2. Erlöse pro Flasche im Mittel bei 5,82 €/0,75L, im Mittel in 2022 um 6% gestiegen. Das sind die zweithöchsten Erlöse in der Gastronomie nach Baden.

### Export

Deutliche Umsatzsteigerung in RHEINGAU, vergleichbar zu Weingütern aus allen Anbaugebieten insgesamt.

Im Kanal Export erzielen dort tätige Weingüter hohe Erlöse pro Flasche von 6,01 €/0,75L, die in 2022 im Mittel um 4% gestiegen sind. Mittlere Erlöse liegen leicht unter dem Mittel über alle Betriebe.

## 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 RHEINGAU

20 Weingüter mit mittlerem Umsatz 2022 aus Flaschenweinvermarktung von 346.000 €

Veränderung mittlerer Betrieb: +9% Umsatzwachstum und -1% Absatzverlust gegenüber 2021

Durchschnittlicher Nettopreis Gesamtabsatz: 6,74€/Liter = 5,06 €/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 Rheingau

Umsatz 2022 aus Flaschenwein

Obere 25%	649 T€
<b>Mittlerer Betrieb</b>	<b>346 T€</b>
Untere 25%	210 T€

25% der Betriebe mit Umsatz > 649 T€

25% der Betriebe mit Umsatz < 210 T€

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

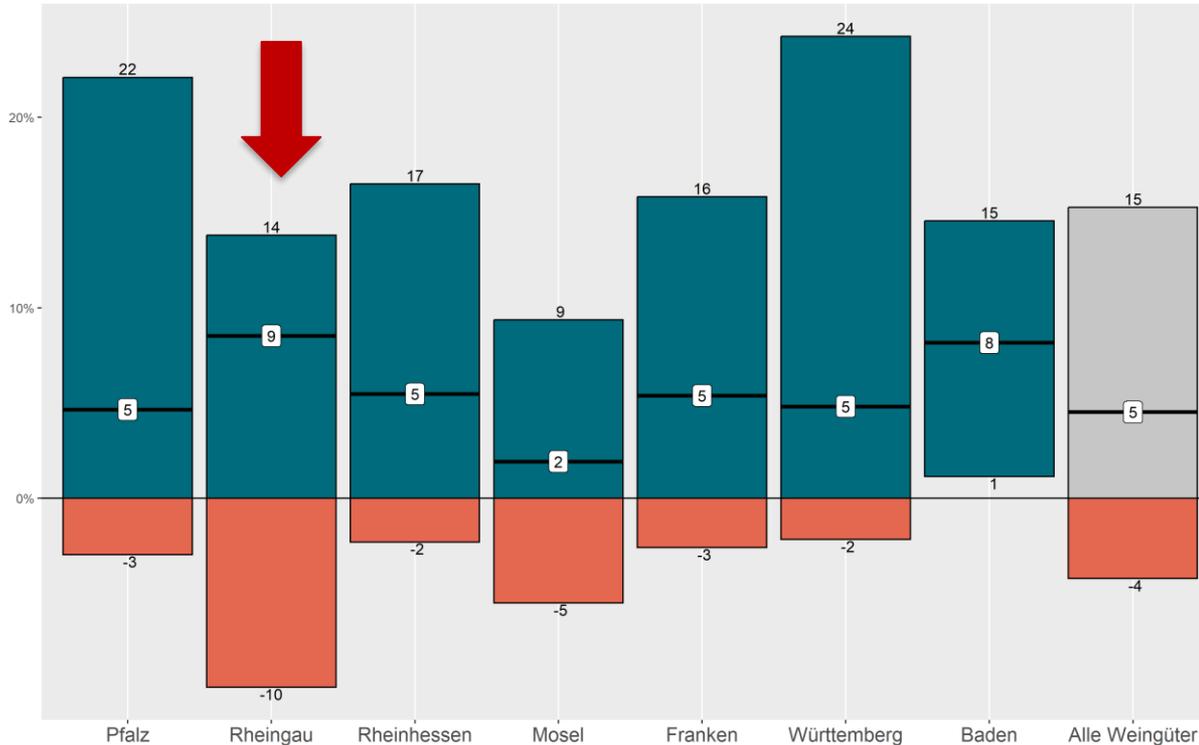
Umsatzanteil addiert sich nicht zu 100% durch fehlende Angaben und sonstige Absatzkanäle (Duty-Free, etc).

### Umsatzanteil über alle Absatzkanäle RHEINGAU

Die Absatzstruktur der bisher an der Absatzanalyse teilnehmenden Rheingauer Betriebe weicht grundlegend von andere Anbaugebieten ab. Schwerpunkte sind Export (41%), Großhändler (18%), Endverbraucher (16%) und Fachhandel (15%).

# UMSATZENTWICKLUNG 2022

Umsatzveränderung Q1-22 - Q4-22 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in %



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

## Umsatzveränderung 2022

Nur Umsatz aus Flaschenwein  
im Vergleich zu 2021

Obere 25%	+14%
<b>Mittlerer Betrieb</b>	<b>+9%</b>
Untere 25%	-10%

25% haben Umsatz um mehr als 14% gesteigert  
25% haben mehr als 10% Umsatz verloren

Die mittlere Umsatzveränderung in RHEINGAU ist  
höher als der Durchschnitt über alle Betriebe.

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.

## 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 RHEINGAU aus Flaschenwein in  
die Direktvermarktung

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

Q2: positive Umsatzentwicklung

Q3 und Q4 Rückgang durch ökonomische Krise,  
im Rheingau etwas stärker als im Durchschnitt

## 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 RHEINGAU aus Flaschenwein in  
den Fachhandel

Q1-Q4 deutsche Umsatzverluste, wesentlich  
stärker als für Durchschnitt der deutschen  
Weingüter.

## 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 RHEINGAU aus Flaschenwein in  
die Gastronomie

Q1 und Q2: deutliche Erholung im Vergleich  
zum sehr schwachen Vorjahr, stärkerer  
Zuwachs als für Durchschnitt aller Weingüter

Q3 und Q4 moderate Zuwächse

## Gesamtumsatzentwicklung im Kanal Export in %

Anbaugebiet	Q1-22	Q2-22	Q3-22	Q4-22
Pfalz	+ 27	+ 20	- 19	+ 12
Rheingau	+ 53	+ 45	+ 1	+ 10
Rheinessen	+ 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 RHEINGAU aus Flaschenwein in den Export

Q1 und Q2 deutlich positiv

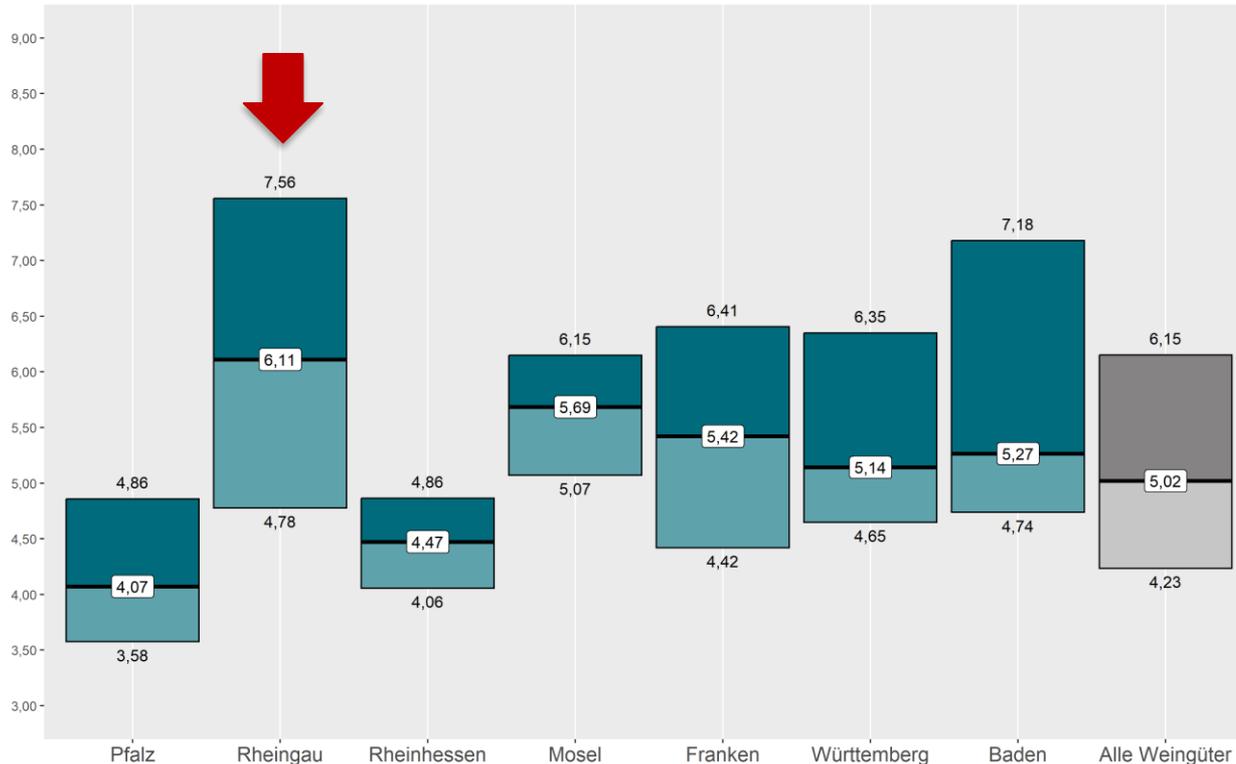
Q3 und Q4 geringe Zuwächse

# ERLÖSE PRO FLASCHE

(NETTO PRO 0,75L)

# Durchschnittserlöse pro Flasche Gesamtumsatz

Durchschnittserlöse der Betriebe in € / 750 ml (netto) im Zeitraum Q1-22 - Q4-22



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

Durchschnittserlös Netto pro Flasche über alle Umsätze eines Betriebes liegt im Mittel in RHEINGAU bei 6,11 € pro 0,75L

Höchster mittlerer Erlös aller Anbaugebiete.

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

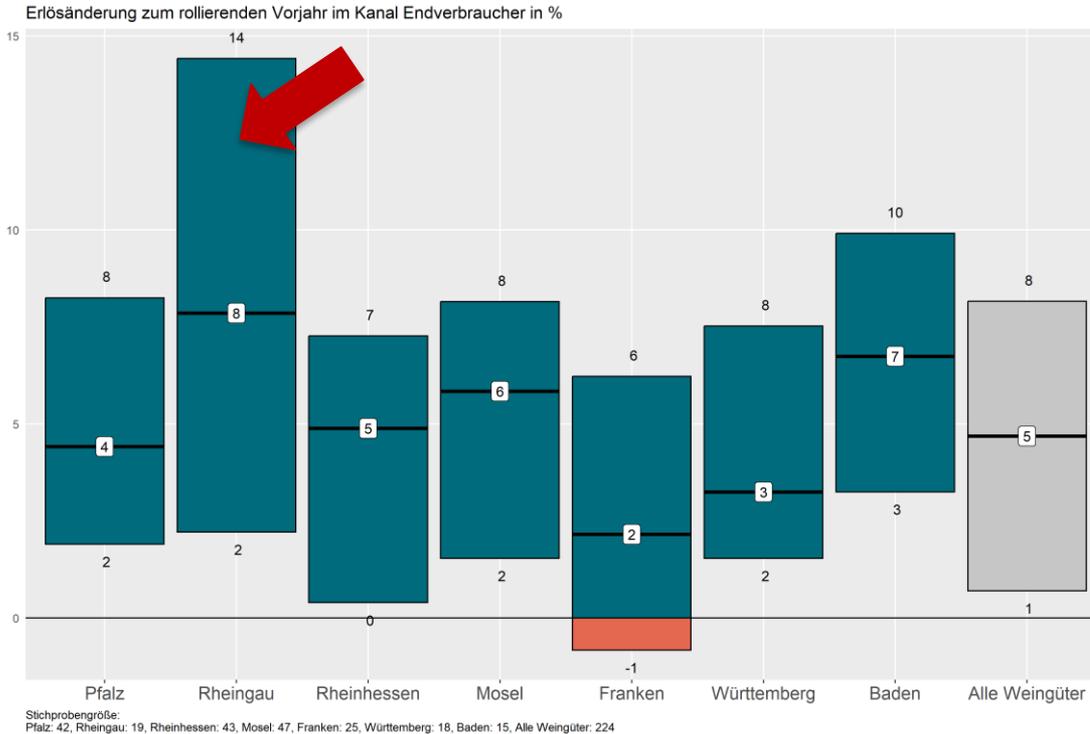
Durchschnittswert aller Verkäufe in den Absatzkanal.

Gelbe Werte – wenige Beobachtungen

Rote Werte – keine Beobachtungen

### Mittlere Erlöse netto pro 0,75L pro Absatzkanal

- Endverbraucher und FH höchster Erlös aller Anbaugebiete in RHEINGAU
- Gastro – zweithöchster Durchschnittserlös nach Baden

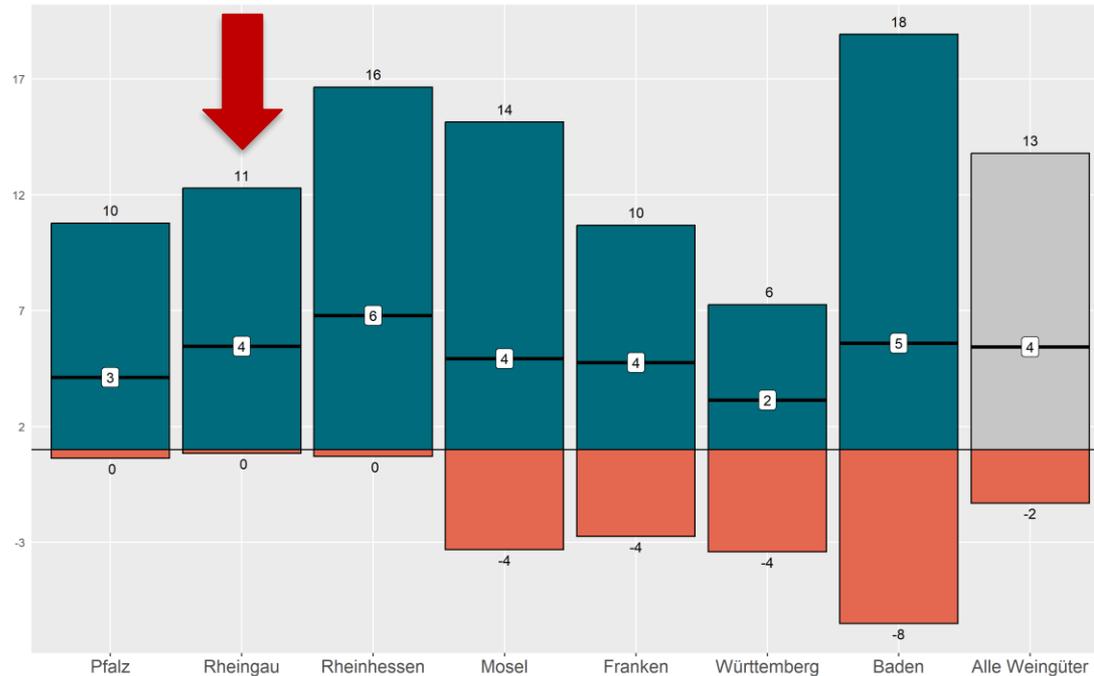


Der mittlere Betrieb in RHEINGAU konnte Nettoerlös pro Flasche in der Direktvermarktung um 8% steigern.

25% der Betriebe konnten über 14% steigern  
25% der Betriebe konnten Nettoerlös pro Flasche um 2% und weniger steigern.

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 %



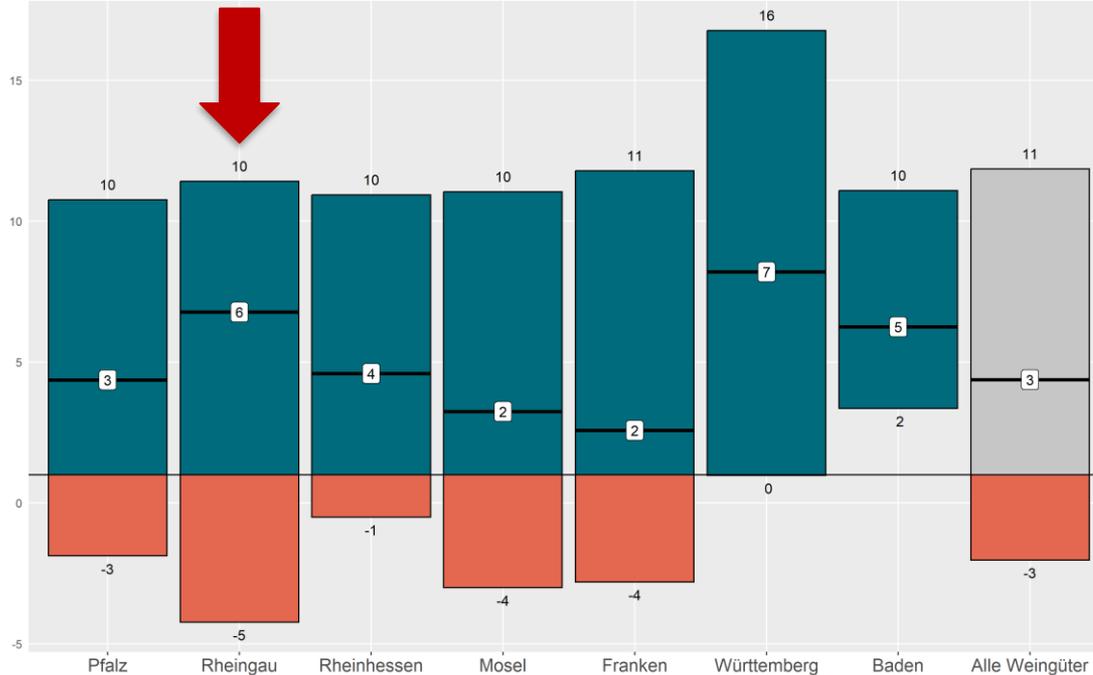
Stichprobengröße:  
Pfalz: 38, Rheingau: 18, Rheinhessen: 41, Mosel: 37, Franken: 25, Württemberg: 18, Baden: 14, Alle Weingüter: 203

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

25% der Betriebe konnten ihn über 11% steigern  
25% der Betriebe Nettoerlös pro Flasche sank

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 %



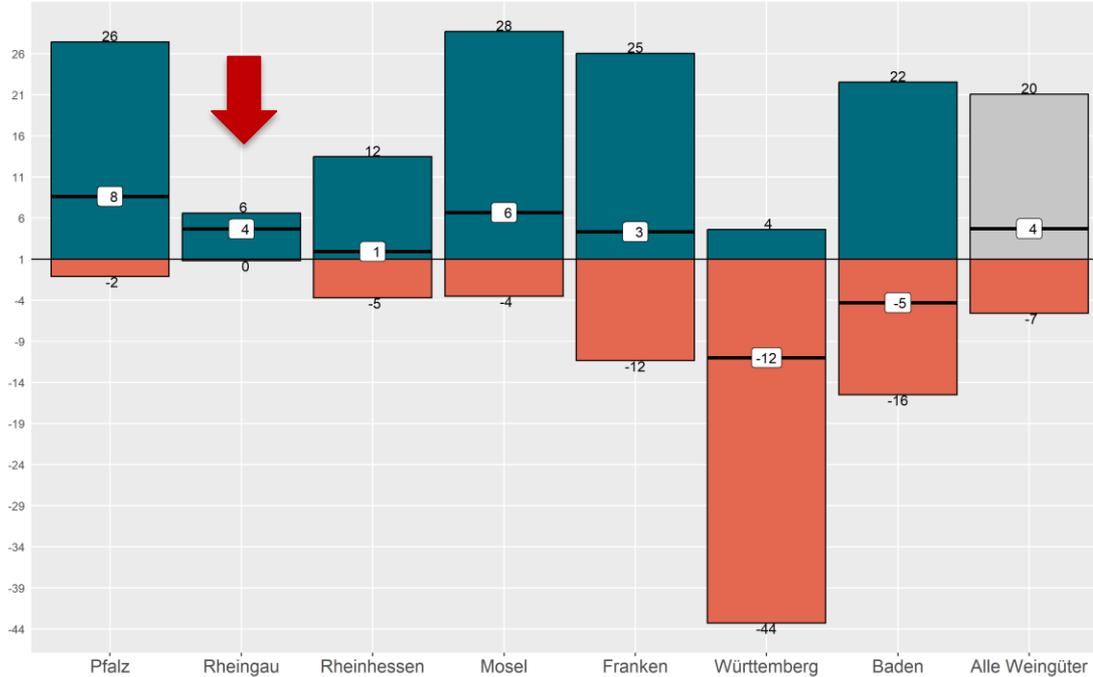
Stichprobengröße:  
Pfalz: 37, Rheingau: 18, Rheinhessen: 40, Mosel: 38, Franken: 25, Württemberg: 18, Baden: 14, Alle Weingüter: 202

Der mittlere Betrieb in RHEINGAU konnte Nettoerlös pro Flasche in die Gastronomie um 6% steigern.

25% der Betriebe konnten ihn über 10% steigern  
25% der Betriebe Nettoerlös pro Flasche sank stärker als -5%

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 %



Stichprobengröße:  
Pfalz: 18, Rheingau: 14, Rheinhessen: 19, Mosel: 24, Franken: 9, Württemberg: 6, Baden: 9, Alle Weingüter: 105

Der mittlere Betrieb in RHEINGAU konnte Nettoerlös pro Flasche aus dem Export um 4% steigern.

25% der Betriebe konnten ihn über 6% steigern  
25% der Betriebe Nettoerlös pro Flasche sank

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](mailto:Simone.Loose@hs-gm.de)