



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



Hochschule
Geisenheim
University

AUSWERTUNG FÜR WÜRTTEMBERG

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 WÜRTEMBERG basiert auf 18 Weingütern aus WÜRTEMBERG mit Durchschnittsumsatz Flaschenwein von 477 T€ und mittlerem Umsatz von 525 T€. Ein Viertel der Betriebe hat Umsatz von über 527€. Betriebe sind noch nicht repräsentativ gewichtet.

Gesamtentwicklung

Gesamtumsatz im Mittel um 5% gestiegen, Absatz +2%. Mittlerer Erlös netto bei 5,14€ pro 0,75L.

Absatzkanäle

Direktvermarktung (45%) und Fachhandel (30%) sind umsatzstärkste Absatzkanäle gefolgt von Gastro (15%).

Direktvermarktung

Verluste in Q1/22 im Vergleich zum pandemiebedingt umsatzstarken Vorjahr 2021. Ab Q3 negative Folgen der ökonomischen Krise. Betriebe aus Württemberg entwickeln sich in Q1 und Q2 etwas besser als Weingüter aller Anbaugebiete.

Erlöse im Mittel bei 6,16€ pro 0,75L, die in 2022 im Mittel um 3% gestiegen sind.

Fachhandel

WÜRTEMBERGER Betriebe entwickeln sich in Q1 und Q2 deutlich besser als Weingüter insgesamt. Ab Q3 Verluste im Vergleich zum Vorjahr. Erlöse pro Flasche im Mittel bei 4,65 €/0,75L, im Mittel in 2022 um 2% gestiegen.

Gastronomie

Nach sehr schwachem Jahr 2021 deutliche Erholung über alle Quartale, am stärksten in Q1 und Q2. Erlöse pro Flasche im Mittel bei 5,02 €/0,75L, im Mittel in 2022 um 7% gestiegen.

Export

Hier liegt noch eine sehr schwache Datenlage vor. Es können noch keine verlässlichen Angaben gemacht werden.

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

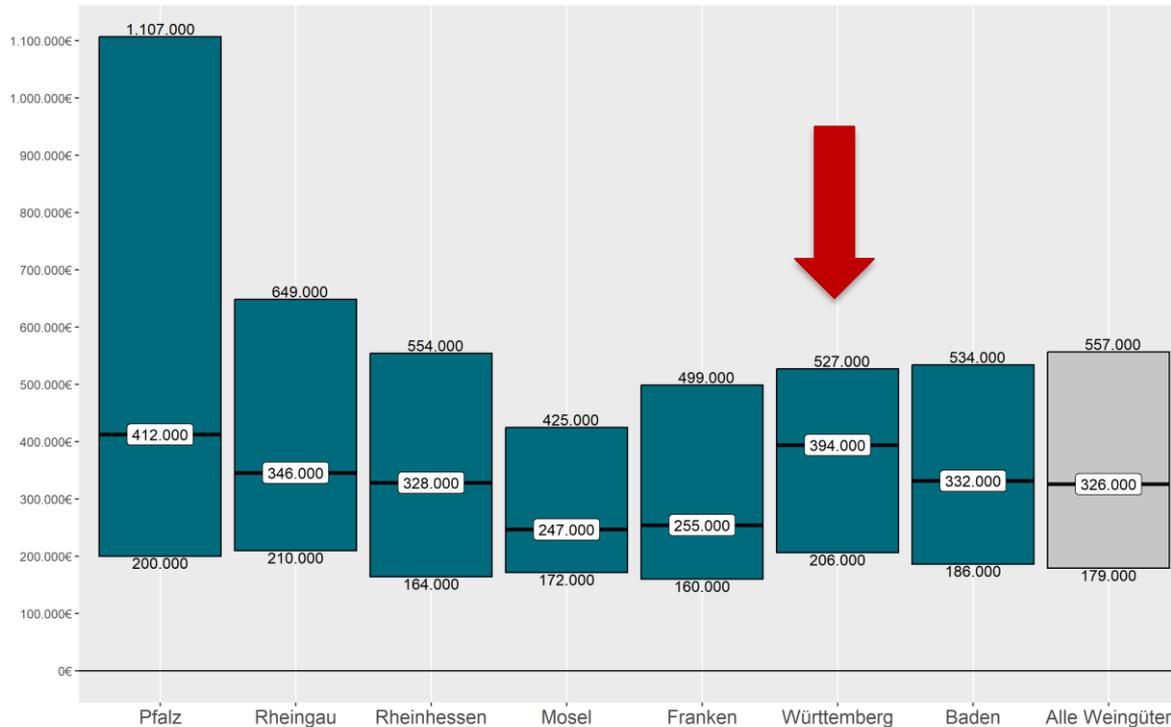
Datenbasis WÜRTTEMBERG

18 Weingüter mit mittlerem Umsatz 2022 aus Flaschenweinvermarktung von 394.000 €

Veränderung mittlerer Betrieb: +5% Umsatzwachstum und +2% Absatzwachstum gegenüber 2021

Durchschnittlicher Nettopreis Gesamtabsatz: 8,43 €/Liter = 6,32 €/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 Württemberg Umsatz 2022 aus Flaschenwein

Obere 25%	527 T€
Mittlerer Betrieb	394 T€
Untere 25%	206 T€

25% der Betriebe mit Umsatz > 527 T€
25% der Betriebe mit Umsatz < 206 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

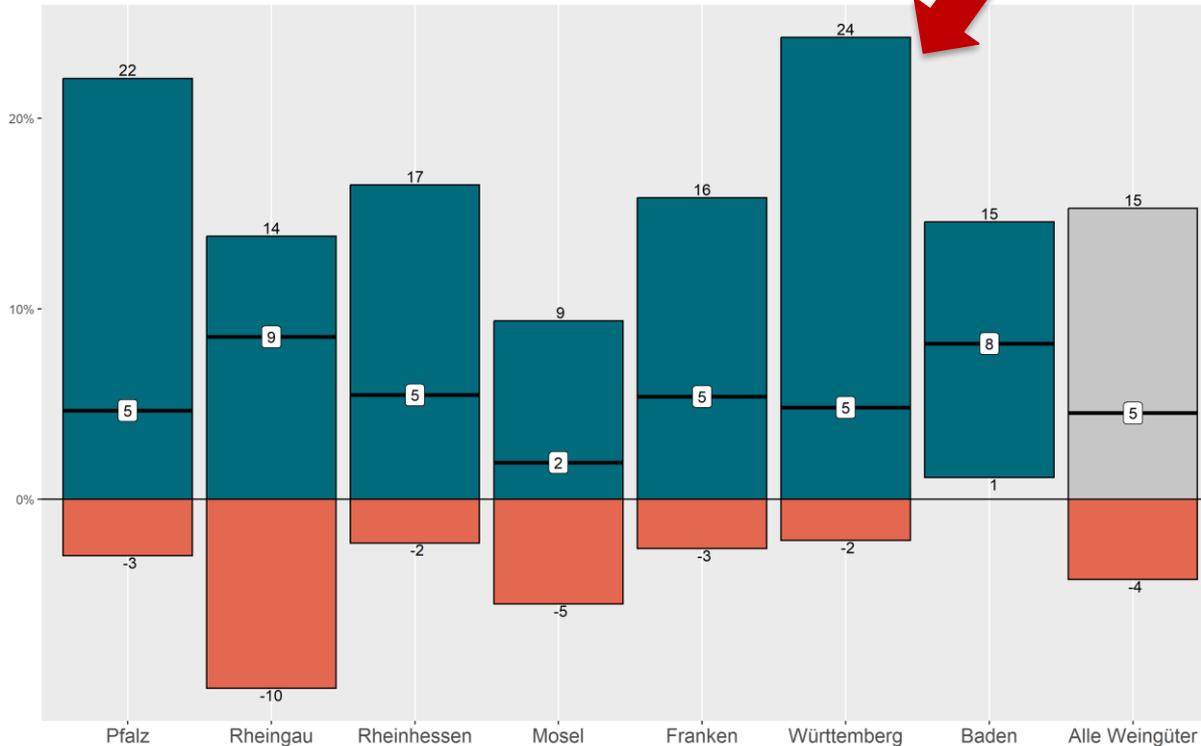
Umsatzanteil addiert sich nicht zu 100% durch fehlende Angaben und sonstige Absatzkanäle (Duty-Free, etc).

Umsatzanteil über alle Absatzkanäle WÜRTEMBERG

Schwerpunkte sind Endverbraucher und Fachhandel (zusammen 75%), dann Gastronomie (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%	+24%
Mittlerer Betrieb	+5%
Untere 25%	-2%

25% haben Umsatz um mehr als 24% gesteigert
25% haben mehr als 2% Umsatz verloren

Die mittlere Umsatzveränderung in
WÜRTTEMBERG 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.

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 WÜRTEMBERG aus Flaschenwein
in die Direktvermarktung

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

Q2: positive Umsatzentwicklung

Q3: Rückgang, wie im Durchschnitt über alle
Anbaugebiete

Q4: hohes Niveau des Weihnachtsgeschäftes
aus dem Vorjahr genau erreicht.

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 WÜRTEMBERG aus Flaschenwein
in den Fachhandel

Q1 und Q2: deutlicher Zuwachs und deutlich
besser als Gesamtdurchschnitt

Q3: leichter Rückgang

Q4: deutlicher Verlust

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 WÜRTEMBERG aus Flaschenwein in die Gastronomie

Umsatzentwicklung in allen Quartalen deutlich über dem Durchschnitt

Q1 und Q2: deutliche Erholung im Vergleich zum sehr schwachen Vorjahr

Q3 und Q4: Wachstum liegt über Gesamtdurchschnitt

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 WÜRTEMBERG aus Flaschenwein
in den Export

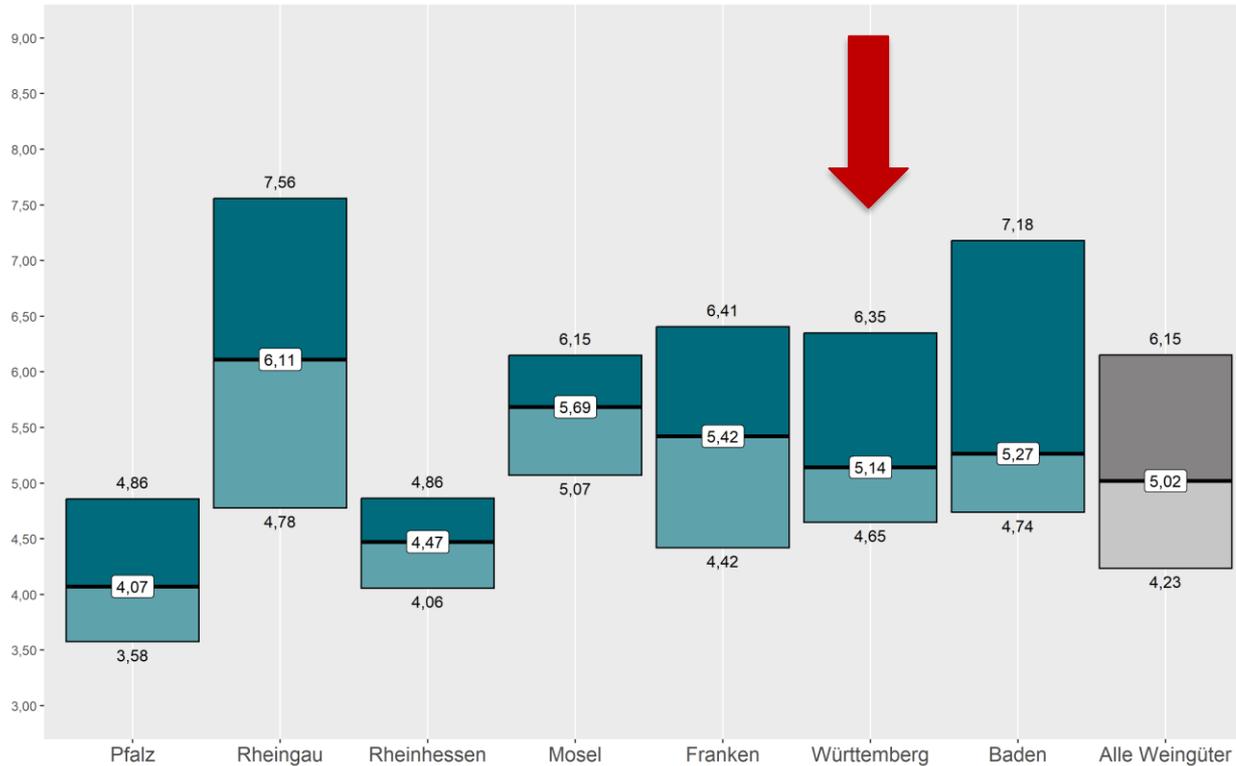
*Achtung: noch sehr kleine Datenbasis für
Exporteure in Württemberg*

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
WÜRTTEMBERG bei 5,14 € 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

Anbaugebiet	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

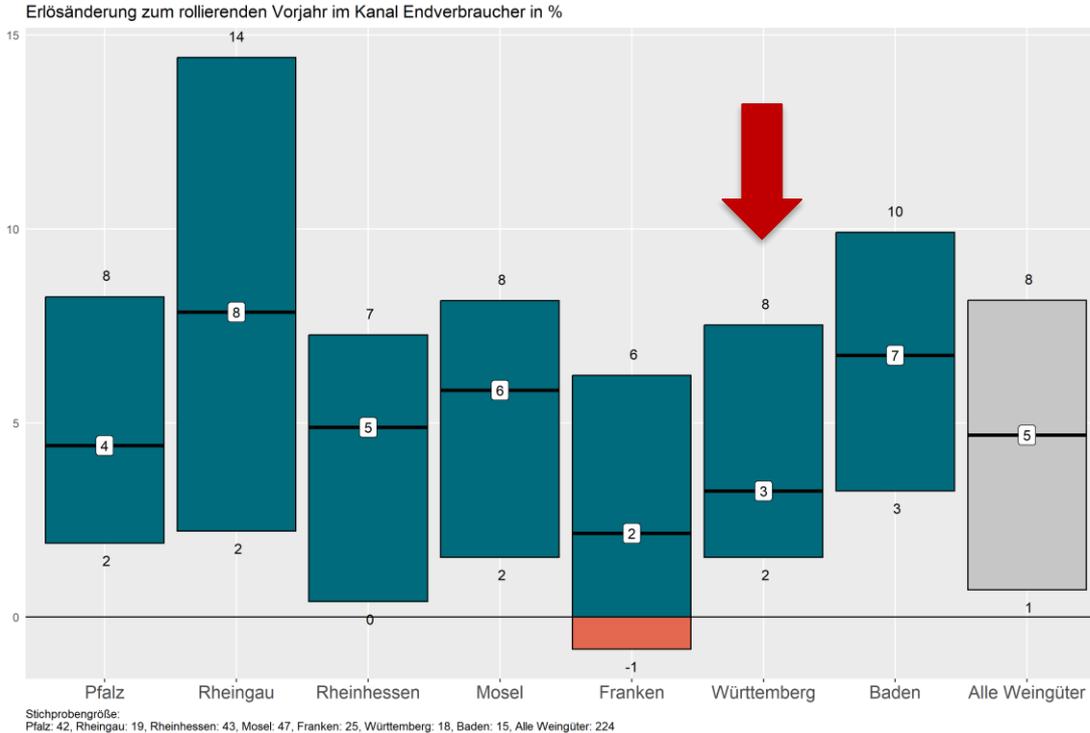
Durchschnittswert aller Verkäufe in den Absatzkanal.

Gelbe Werte – wenige Beobachtungen

Rote Werte – keine Beobachtungen

Mittlere Erlöse netto pro 0,75L pro Absatzkanal

- Nach Rheingau und Baden hohe Erlöse in Direktvermarktung an Endverbraucher
- FH und Gastronomie etwas unter Durchschnitt

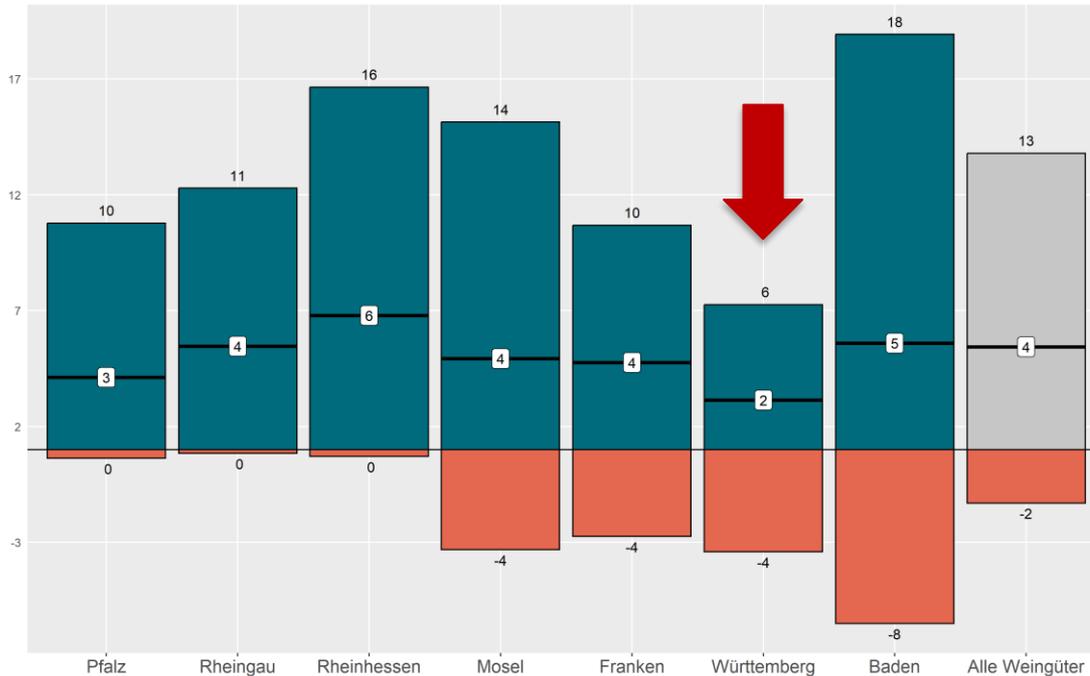


Der mittlere Betrieb in WÜRTEMBERG konnte Nettoerlös pro Flasche in der Direktvermarktung um 3% steigern.

25% der Betriebe konnten über 8% steigern
25% der Betriebe konnten Nettoerlös um weniger als 2% 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 %

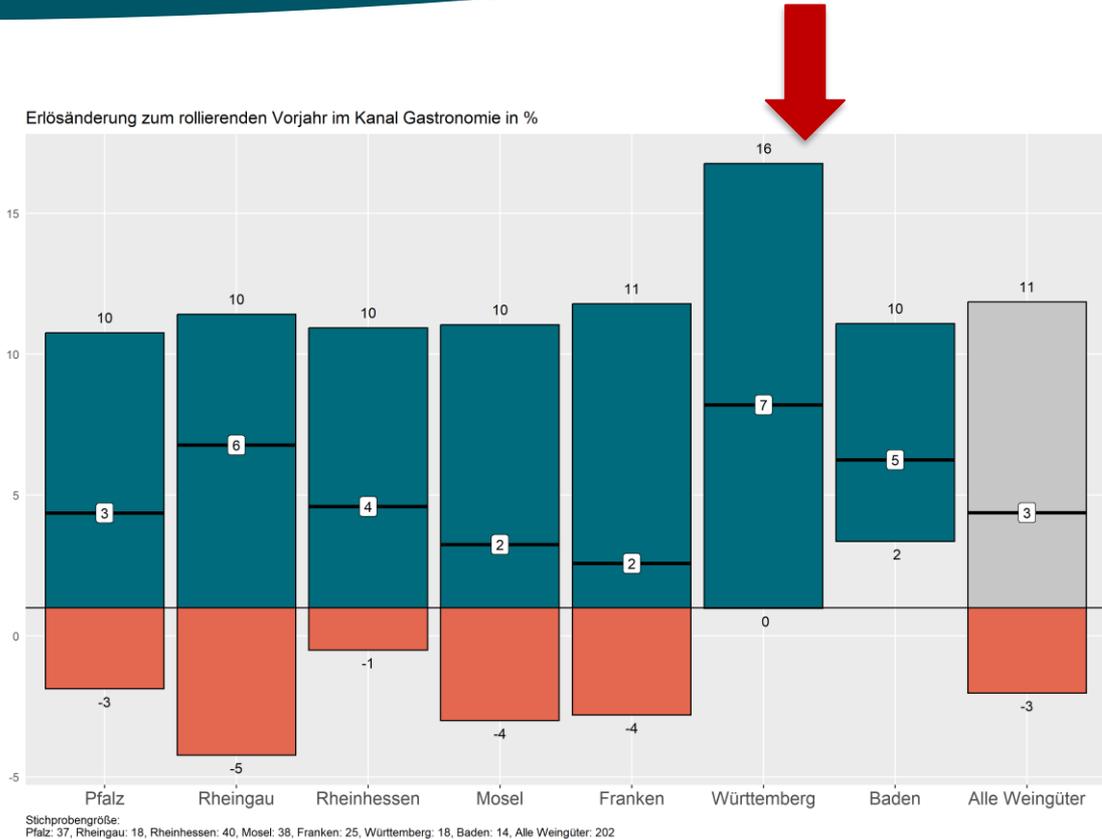


Stichprobengröße:
Pfalz: 38, Rheingau: 18, Rheinhessen: 41, Mosel: 37, Franken: 25, Württemberg: 18, Baden: 14, Alle Weingüter: 203

Der mittlere Betrieb in WÜRTEMBERG konnte Nettoerlös pro Flasche in den Fachhandel um 2% steigern.

25% der Betriebe konnten ihn über 6% 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.

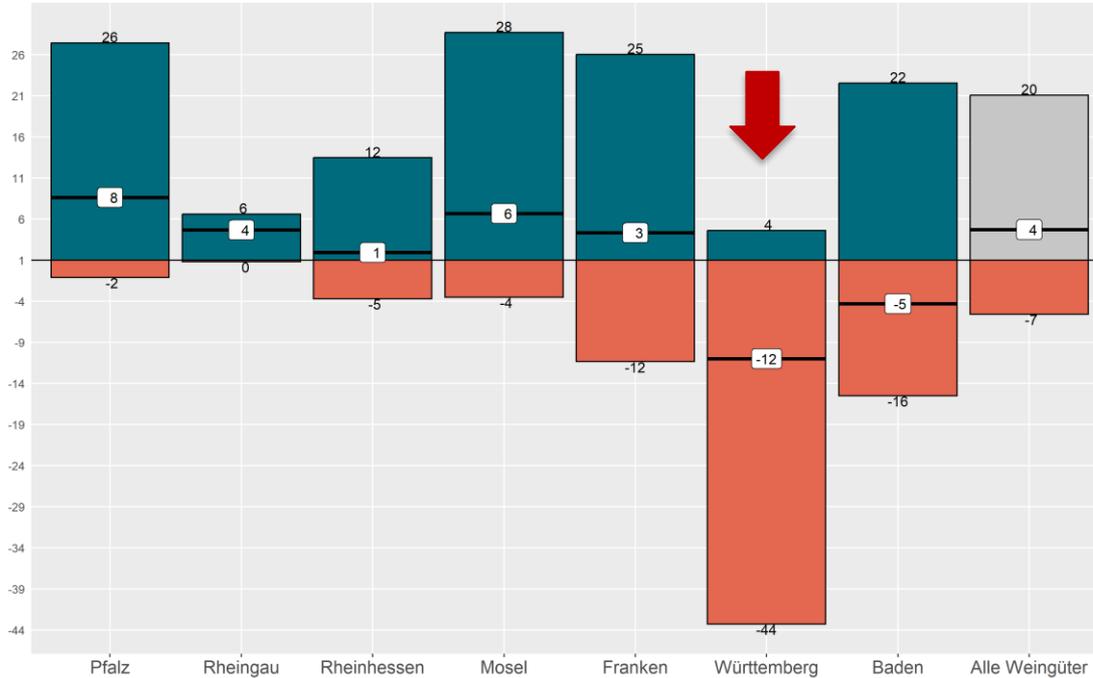


Der mittlere Betrieb in WÜRTEMBERG konnte Nettoerlös pro Flasche in die Gastronomie um 7% steigern.

25% der Betriebe konnten ihn über 16% 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 Export in %



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

Für Württemberg noch sehr kleine Datenbasis von nur 6 exportierenden Weingütern.

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