



RLP
SONDERBERICHT
Oktober 2024

Absatzentwicklung Rheinland-Pfalz

Repräsentativ gewichtete Auswertung für Weingüter sowie Auswertung für Genossenschaften und Kellereien

Zeitraum: Januar 2021 - August 2024



Rheinland-Pfalz

MINISTERIUM FÜR
WIRTSCHAFT, VERKEHR,
LANDWIRTSCHAFT
UND WEINBAU

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung	4
2	Weingüter - Repräsentative Auswertung	5
2.1	Datenbasis Weingüter	6
2.2	Absatzwege: Nutzung und Umsatzanteil 2023	7
2.3	Absatzwege: Erlösstruktur 2023	8
2.4	Entwicklung von Umsatz und Absatz im Vergleich zum Basisjahr 2019	9
2.5	Fokus: Endverbraucher	10
2.6	Fokus: Fachhandel	11
2.7	Fokus: Gastronomie	12
2.8	Fokus: Lebensmitteleinzelhandel	13
2.9	Fokus: Export	14
2.10	Veränderung des Umsatzes	15
2.11	Veränderung des Absatzes	16
2.12	Veränderung des Erlöses	17
3	Genossenschaften und Kellereien	18
3.1	Veränderung spezifischer Kennzahlen	19

Bitte zum Navigieren direkt auf die Überschrift klicken.

Vorwort

3

Sehr geehrte Damen und Herren,

dank der Unterstützung des Landes Rheinland-Pfalz bietet dieser Bericht der Geisenheimer Absatzanalyse Ihnen detaillierte Einblicke in die Entwicklung des Weinabsatzes in den Anbaugebieten von Rheinland-Pfalz.

Wir möchten uns herzlich bei allen Betrieben bedanken, die bereits ihre Absatzdaten anonymisiert über die digitale Absatzanalyse in Geisenheim zur Verfügung stellen. Sie leisten damit einen wertvollen Beitrag zur Unterstützung der Branche in der aktuellen, angespannten Marktlage.

Falls Sie noch nicht teilnehmen, laden wir Sie herzlich ein, sich kostenlos an der Absatzanalyse „von der Branche für die Branche“ zu beteiligen. Je mehr Betriebe teilnehmen, desto aussagekräftiger werden die Daten und Analysen für Ihr Anbaugebiet.

Mit freundlichen Grüßen,



Simone Loose



Antoine Wetzler



Christoph Kiefer

Zusammenfassung

4

Repräsentative Auswertung der Weingüter RLP

Dank der Teilnahme von 273 Weingütern kann die Absatzentwicklung für Rheinland-Pfalz insgesamt sowie für die Anbauggebiete Mosel, Pfalz und Rheinhessen repräsentativ dargestellt werden. Für die Genossenschaften und Kellereien ist jedoch eine repräsentative Gewichtung derzeit noch nicht möglich.

Bedeutung der Vertriebswege

Die drei wichtigsten Vertriebswege für den Umsatz der Weingüter sind: die Direktvermarktung (49%), der Fachhandel (24%) und die Gastronomie (8,6%). Export (5,8%) und LEH (2,2%) haben eher noch eine geringe Bedeutung. Weiterhin nutzen die Betriebe den Großhandel und bedienen sonstige Firmenkunden.

Starke Verschiebungen durch die Pandemie

Im Betrachtungszeitraum seit 2019 kam es durch die Pandemie zu starken Verschiebungen der Vertriebswege, die die einzelnen Betriebe unterschiedlich stark betroffen hat. Direktvermarktung und LEH nahmen deutlich zu, Gastronomie verlor stark. Fachhandel und Export verloren in 2020, holten aber schon 2021 deutlich über das Niveau von 2019 hinaus auf.

Umsatzwachstum 2019 bis 2022

Die Weingüter haben insgesamt von der Verschiebung der Vertriebswege profitiert. Ihr Gesamtumsatz stieg bis 2022 jährlich an: 2020/19 +3,6%, 2021/20 +9,4%, 2022/21 +3,8%. Insgesamt führt dies zu einem Umsatzwachstum von 18% im Vergleich zu 2019, vor allem durch den Zuwachs der erlösstarken Direktvermarktung. Der Absatz stieg nur in 2021 stärker an. Er lag 2022 insgesamt 6% über dem Niveau von 2019.

Deutliche Absatzverluste seit 2023

Seit Beginn der wirtschaftlichen Krise im Jahr 2022 verzeichnen die Weingüter deutliche Absatzverluste. Im ersten Krisenjahr konnten die Gewinne durch die Erholung der Gastronomie die Rückgänge in der Direktvermarktung sowie im Lebensmitteleinzelhandel und Fachhandel noch ausgleichen. So stieg der Umsatz 2022 im Vergleich zu 2021 um 3,7 %, während der Absatz um 0,6 % zunahm.

Im Jahr 2023 ging der Absatz jedoch auf allen wichtigen Vertriebswegen deutlich zurück (2023/22: Absatz -7,7 %). Dies wirkte sich auch auf den Fassweinmarkt aus, da die Weingüter ihre Zukäufe meist deutlich reduzierten. Zwar konnten die Erlöse gesteigert und der Umsatz dadurch stabil gehalten werden, jedoch reichte dies nicht aus, um die gestiegenen Kosten von etwa 30 % zu kompensieren. Im ersten Halbjahr 2024 setzt sich die rückläufige Entwicklung des Absatzes fort.

Unterschiede zwischen den Anbaugebieten

Der größte Unterschied zwischen den Weingütern zeigt sich in den durchschnittlichen Erlösen, die an der Mosel am höchsten sind. Besonders im Export erzielen die Weingüter von der Mosel überdurchschnittlich hohe Erlöse.

Insgesamt gibt es bei der Entwicklung von Umsatz, Absatz und Erlösen nur geringe Unterschiede zwischen den Anbaugebieten. Die Weingüter folgen größtenteils ähnlichen Trends und Entwicklungen.



2

**Weingüter
Repräsentative Auswertung**



Datenbasis Weingüter

Anzahl der Betriebe, Gesamtumsatz/-absatz und Umsatz-/Absatzanteil RLP (2023)

6

Anbaugebiet	Anzahl Betriebe	Umsatz (2023)		Absatz (2023)	
		Absolut (Mio.€)	Relativ	Absolut (Mio.L)	Relativ
<i>Weingüter RLP</i>	273	153,5	100,0 %	22,8	100,0 %
Mosel	87	35,1	22,9 %	4,2	18,4 %
Pfalz	82	65,1	42,4 %	10,5	46,0 %
Rheinhessen	78	40,7	26,5 %	6,3	27,9 %

Anmerkung(en): Bericht enthält nur Betriebe mit vollständigen Daten im Zeitraum von Januar 2021 - August 2024.

*Weingüter RLP ist die Summe aus den repräsentativ gewichteten Anbaugebiete Mittelrhein, Mosel, Nahe, Pfalz und Rheinhessen. Für die Ahr liegen nicht genügend Teilnehmer vor.

Für 273 Weingüter aus RLP liegen komplette Absatzdaten für den Zeitraum Januar 2021 bis August 2024 vor.

Die Daten für „Weingüter RLP“ umfassen die Absatz- und Umsatzdaten für die Anbaugebiete Mittelrhein, Mosel, Nahe, Pfalz und Rheinhessen. Diese wurden auf Grundlage der Anstelltdaten aus der Qualitätsweinprüfung repräsentativ gewichtet, sodass alle im Bericht dargestellten Werte eine repräsentative Grundlage bieten.

Für die Ahr (<1% der Rebfläche von RLP) liegen nicht genügend teilnehmende Betriebe vor.

Dank der hohen Teilnehmerzahlen können die Gebiete Mosel, Pfalz und Rheinhessen in diesem Bericht separat und repräsentativ gewichtet ausgewiesen werden.

Die Weingüter der Pfalz verzeichnen den mit Abstand größten Anteil an Absatz und Umsatz unter den Weingütern in Rheinland-Pfalz, gefolgt von Rheinhessen und der Mosel.

Absatzwege: Nutzung und Umsatzanteil 2023

Relativer Anteil des Umsatzes sowie der Anteil der Nutzung des Vertriebswegs der Weingüter in Prozent

Nutzung	Pfalz		Rheinhessen		Mosel		Gesamt	
	Anteil Betriebe	Anteil Umsatz						
Endverbraucher	100,0 %	42,0 %	100,0 %	53,0 %	100,0 %	53,8 %	100,0 %	49,1 %
Fachhandel	97,6 %	29,2 %	94,9 %	23,1 %	94,3 %	20,3 %	93,8 %	24,4 %
Gastronomie	95,1 %	9,1 %	97,4 %	7,7 %	96,6 %	8,8 %	96,3 %	8,6 %
Export	78,0 %	5,5 %	69,2 %	6,7 %	77,0 %	5,3 %	73,3 %	5,8 %
LEH	48,8 %	2,5 %	51,3 %	1,7 %	46,0 %	2,2 %	49,1 %	2,2 %

Anmerkung(en): Alle Angaben beziehen sich auf 2023.

Die Spalte „Nutzung“ gibt den Anteil der Weingüter an, die im Jahr 2023 mindestens einmal in diesen Vertriebsweg abgesetzt haben.

Die Differenz zu 100% wird in andere Vertriebswege, wie Großhandel und Sonstige Firmenkunden abgesetzt.

Nutzung der Absatzwege

Die linke Spalte zeigt den Prozentsatz der Betriebe, die im Laufe des Jahres 2023 mindestens einmal über den jeweiligen Vertriebsweg abgesetzt haben. Nahezu alle Weingüter verkaufen direkt an Endverbraucher sowie an den Fachhandel und die Gastronomie.

Die rechte Spalte gibt den Umsatzanteil eines Vertriebsweges an. Gemeinsam machen diese drei Absatzwege 75 % des Gesamtumsatzes der Weingüter aus.

Endverbraucher

Rund die Hälfte des Gesamtumsatzes der Weingüter wird durch Direktvermarktung an Endverbraucher erzielt. Der Anteil ist in den Anbaugebieten Mosel und Rheinhessen am höchsten.

Fachhandel

Ein Viertel des Umsatzes der Weingüter wird im Fachhandel erzielt. Der Anteil ist am höchsten in der Pfalz.

Gastronomie

Die Weingüter erzielen 8,6% ihres Umsatzes in der Gastronomie. Der Anteil ist am höchsten in der Pfalz und geringer in Rheinhessen.

Export

Drei Viertel der Weingüter verkaufen an Absatzmittler im Ausland. Der Exportanteil beträgt aber nur 5,8% des Umsatzes.

LEH

Fast jedes zweite Weingut verkauft an den Lebensmitteleinzelhandel. Dieser hat mit 2,2% aber nur eine geringe Bedeutung für den Umsatz.

Absatzwege: Erlösstruktur 2023

Durchschnittlicher Erlös in €/Liter nach Anbaugebiet und Vertriebsweg in Prozent

	Vertriebsweg (€/Liter)					Gew. Mittelwert (€/Liter)
	Endverbraucher	Fachhandel	Gastronomie	LEH	Export	
<i>Weingüter RLP</i>	7,71 €	5,76 €	6,46 €	5,93 €	6,64 €	6,74 €
Mosel	8,77 €	8,07 €	7,66 €	6,78 €	8,89 €	8,38 €
Rheinhessen	7,25 €	5,38 €	6,27 €	4,89 €	6,37 €	6,41 €
Pfalz	7,49 €	5,39 €	6,00 €	5,75 €	5,83 €	6,22 €

Anmerkung(en): Alle Angaben beziehen sich auf 2023.

*Weingüter RLP ist die Summe aus den repräsentativ gewichteten Anbaugebiete Mittelrhein, Mosel, Nahe, Pfalz und Rheinhessen.

Alle angegebenen Erlöse sind netto vor Umsatzsteuer und nach Rabatten.

Im Mittel über alle Absatzwege erzielen die Weingüter in RLP 6,74 € pro Liter.

Die Erlöse der Weingüter von der Mosel liegen ungefähr zwei Euro über denen aus Rheinhessen und der Pfalz.

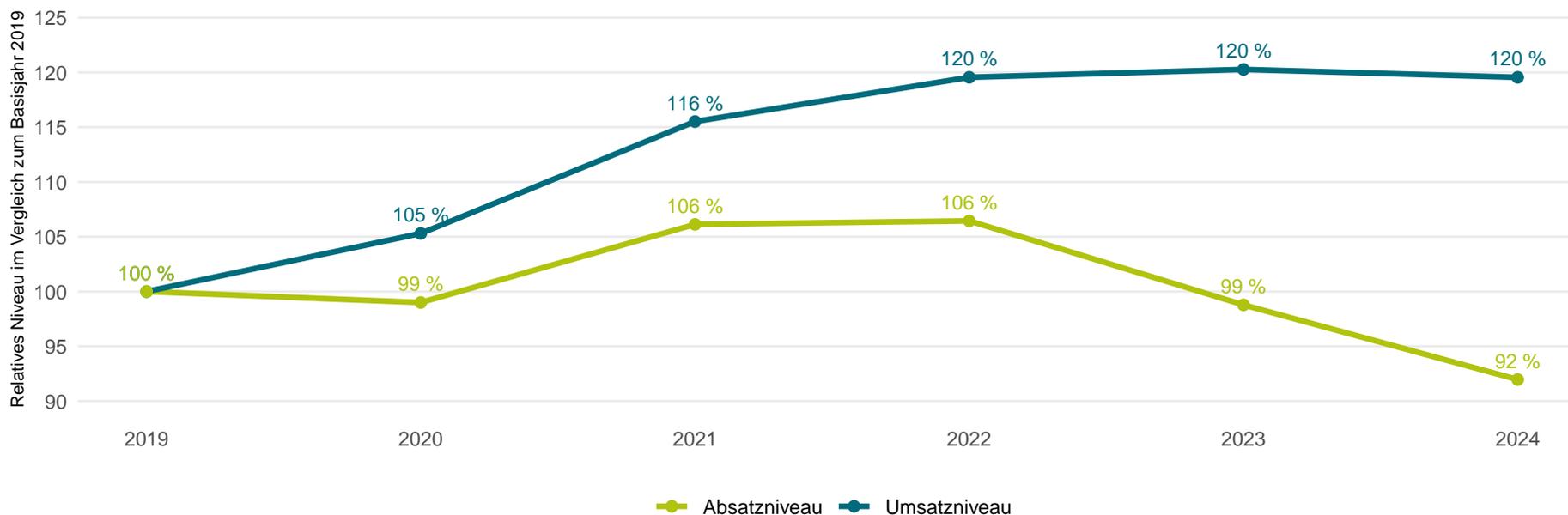
Erlöse aus der Direktvermarktung sind in der Regel am höchsten. Nur diejenigen Betriebe von der Mosel, die exportieren, erzielen dort höhere Erlöse. Die Erlöse im Fachhandel sind am geringsten, gefolgt vom LEH.

Weingüter aus Rheinhessen erzielen in der Gastronomie und im Export höhere Erlöse, als im Fachhandel und im LEH.

Weingüter aus der Pfalz erzielen ähnlich hohe Erlöse in der Gastronomie, im Export und im Fachhandel. Die Erlöse im Fachhandel sind am geringsten.

Entwicklung von Umsatz und Absatz im Vergleich zum Basisjahr 2019

Jährliches Niveau von Umsatz und Absatz aller Weingüter aus RLP in Prozent zum Basisjahr 2019



Anmerkung(en): 2024 bezieht sich explizit auf das 1. Halbjahr im Vergleich zum ersten Halbjahr 2023.

Die Grafik zeigt den relativen Stand von Absatz und Umsatz im Vergleich zum Basisjahr 2019, dem Jahr vor der Corona-Pandemie.

In 2020 ist der Umsatz der Weingüter durch die Zunahme der Direktvermarktung mit höheren Erlösen gestiegen. Die Absatzsteigerung in der Direktvermarktung und im LEH konnten die Absatzverluste in die Gastronomie und den Fachhandel fast kompensieren.

In 2021 haben sich viele Vertriebswege, mit Ausnahme der Gastronomie erholt. Absatz und Umsatz sind deutlich gestiegen.

In 2022 kam es zu einer Normalisierung, die Direktvermarktung ist gefallen, die Gastronomie hat sich deutlich erholt.

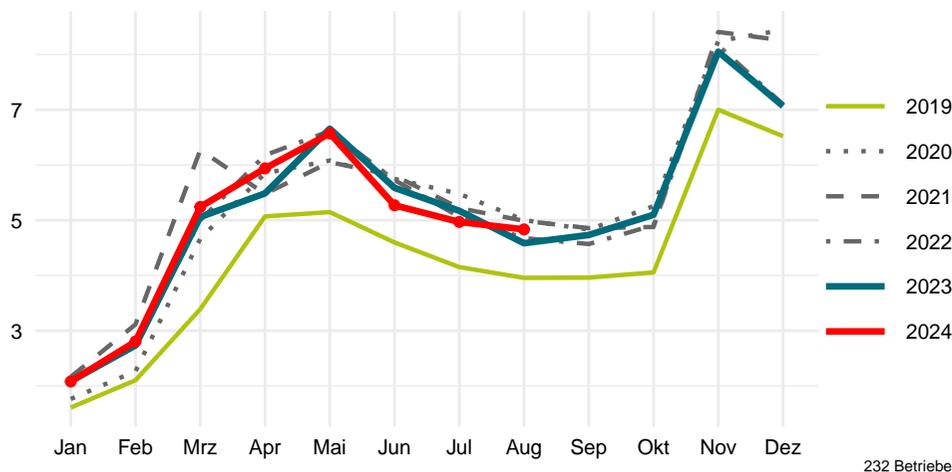
Seit 2023 fällt der Absatz deutlich durch Rückgänge auf allen Vertriebswegen. Durch Preissteigerungen konnte der Umsatz gehalten werden.

Fokus: Endverbraucher

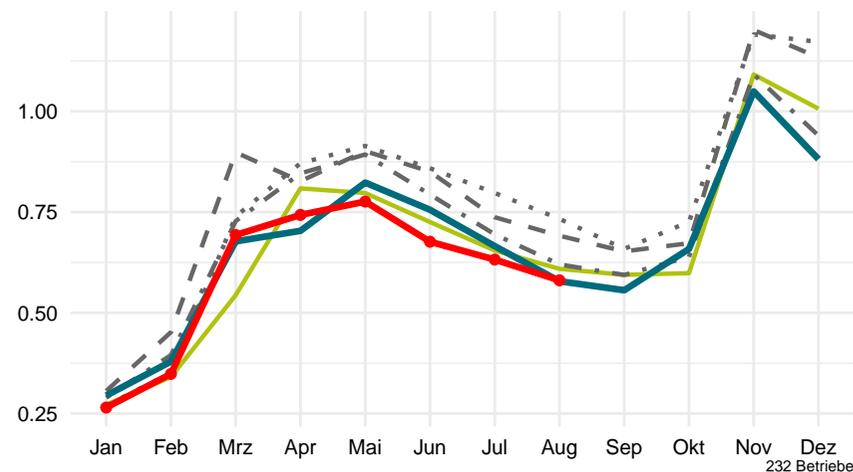
Monatlichen Entwicklung des Umsatzes sowie Absatzes an den Endverbraucher seit 2019

10

Umsatz (Mio. Euro)



Absatz (Mio. Liter)



Anmerkung(en): Das Jahr 2024 beinhaltet die Daten bis August.

Während der Corona-Pandemie, insbesondere im Jahr 2020, verzeichneten Absatz und Umsatz in der Direktvermarktung einen starken Anstieg. Mit der Normalisierung des Außer-Haus-Konsums und der anschließenden wirtschaftlichen Krise ging die Direktvermarktung jedoch seit 2022 zurück.

Alle Angaben als Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr

2020: Umsatz +23%, Absatz +15%

2021: Umsatz +3%, Absatz +/-0%

2022: Umsatz -4%, Absatz -9%

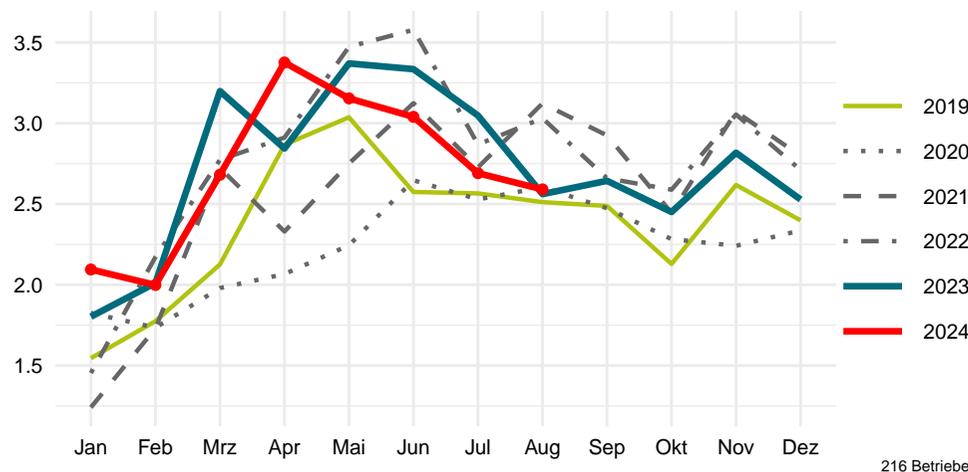
2023: Umsatz -1%, Absatz -6%

Im aktuellen Jahr 2024 bewegt sich der Absatz leicht unter dem Vorjahr, Umsatz kaum verändert.

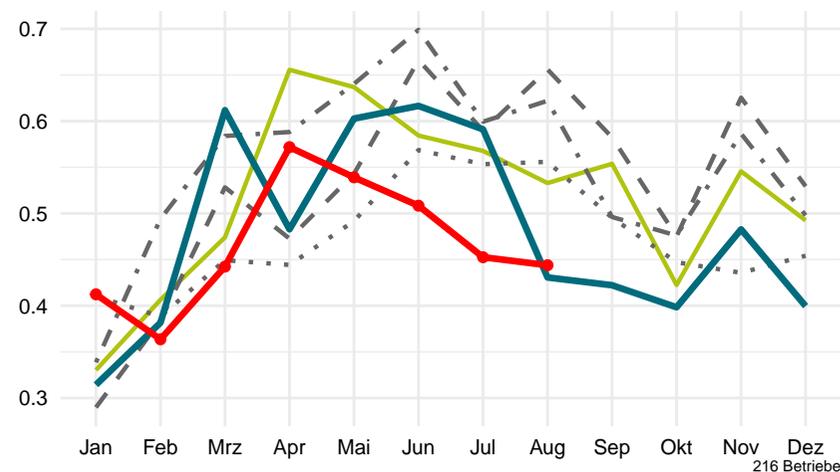
Fokus: Fachhandel

Monatliche Entwicklung des Umsatzes sowie Absatzes in den Fachhandel seit 2019

Umsatz (Mio. Euro)



Absatz (Mio. Liter)



Anmerkung(en): Das Jahr 2024 beinhaltet die Daten bis August.

Der Absatz im Fachhandel ging im ersten Jahr der Pandemie, 2020, deutlich zurück. Dank neuer Onlineangebote des Fachhandels setzte bereits im zweiten Jahr der Pandemie, 2021, eine Erholung ein, und der Wachstumstrend setzte sich auch 2022 fort. Im Jahr 2023 gingen Absatz und Umsatz jedoch wieder deutlich zurück.

Alle Angaben als Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr

2020: Umsatz -6%, Absatz -8%

2021: Umsatz +15%, Absatz +11%

2022: Umsatz +7%, Absatz +4%

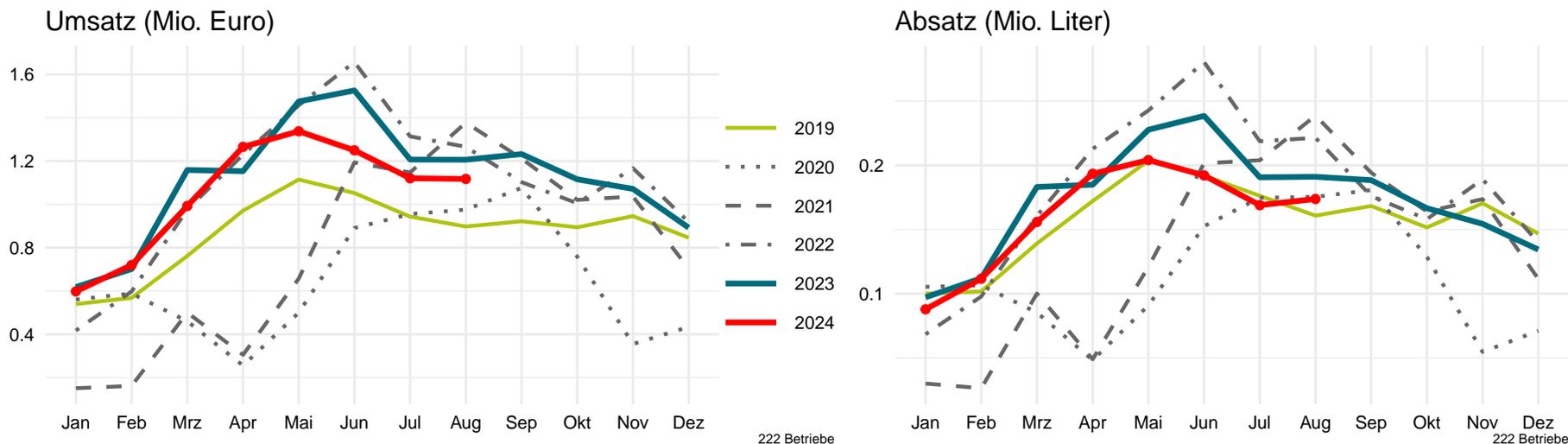
2023: Umsatz -2%, Absatz -13%

Auch im aktuellen Jahr 2024 liegt der Absatz unter dem Vorjahr, Umsatz kaum verändert.

Fokus: Gastronomie

Monatliche Entwicklung des Umsatzes sowie Absatzes in der Gastronomie seit 2019

1
2



Anmerkung(en): Das Jahr 2024 beinhaltet die Daten bis August.

Im ersten Jahr der Pandemie brachen Absatz und Umsatz in der Gastronomie stark ein. Im Jahr 2021 setzte eine erste Erholung ein, jedoch erreichte das Niveau noch nicht die Werte vor der Pandemie. Im Jahr 2022 kam es zu einem deutlichen Wachstum, da viele Konsumenten ihre Gastronomiebesuche nachholten. Dieser Wachstumstrend stagnierte jedoch im Jahr 2023.

Alle Angaben als Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr

2020: Umsatz -25%, Absatz -27%

2021: Umsatz +21%, Absatz +17%

2022: Umsatz +39%, Absatz +34%

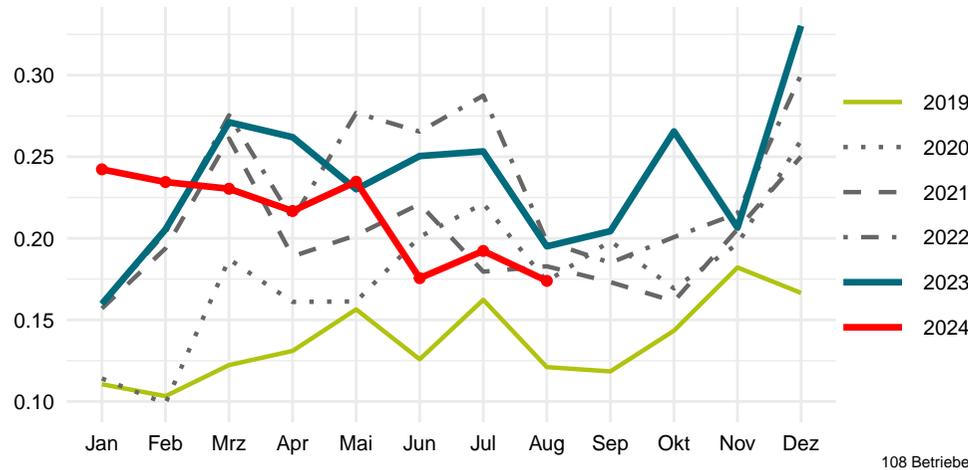
2023: Umsatz +2%, Absatz -5%

Im aktuellen Jahr 2024 liegen Absatz und Umsatz deutlich unter dem Vorjahr.

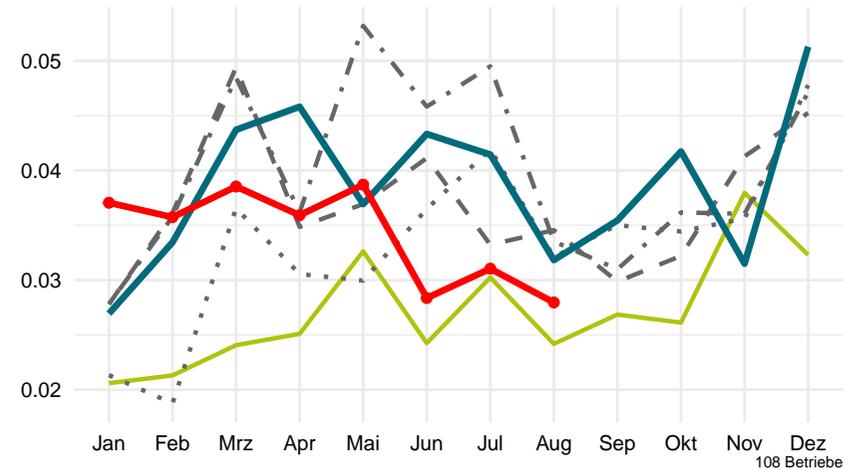
Fokus: Lebensmitteleinzelhandel

Monatliche Entwicklung des Umsatzes sowie Absatzes in den Lebensmitteleinzelhandel seit 2019

Umsatz (Mio. Euro)



Absatz (Mio. Liter)



Anmerkung(en): Das Jahr 2024 beinhaltet die Daten bis August.

Während der Pandemie konnten viele Weingüter neue Listungen erzielen und einen enormen Zuwachs in der einzigen durchgehend für Verbraucher geöffneten Einkaufsstätte verzeichnen. Dieser Wachstumstrend konnte im Jahr 2022 fortgesetzt werden - wurde jedoch in 2023 im Umsatz gebremst und ging gar beim Absatz zurück.

Alle Angaben als Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr

2020: Umsatz +30%, Absatz +23%

2021: Umsatz +11%, Absatz +11%

2022: Umsatz +17%, Absatz +9%

2023: Umsatz +2%, Absatz -4%

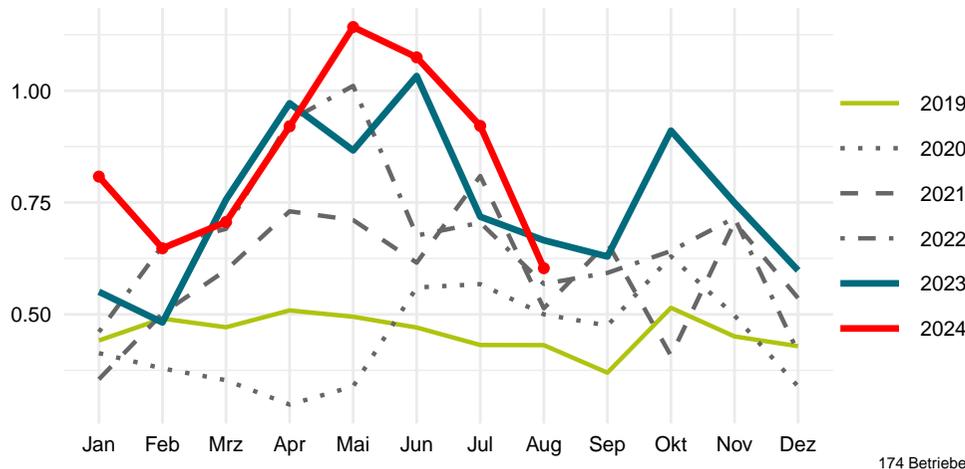
Auch im aktuellen Jahr 2024 sinken Absatz und Umsatz.

Fokus: Export

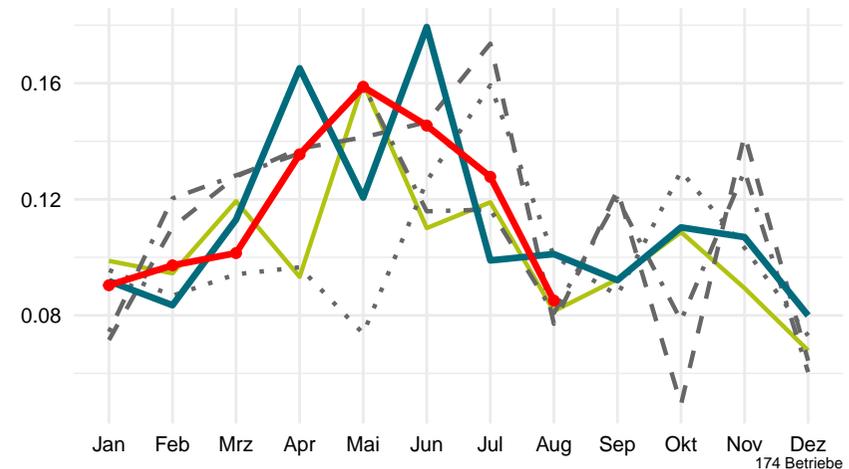
Monatliche Entwicklung des Umsatzes sowie Absatzes im Export seit 2019

14

Umsatz (Mio. Euro)



Absatz (Mio. Liter)



Anmerkung(en): Das Jahr 2024 beinhaltet die Daten bis August.

Der Export ging im Jahr 2020 aufgrund der Pandemie und der Strafzölle auf Wein in den USA leicht zurück. Seit 2021 verzeichnen die Exporte wieder eine positive Entwicklung. Allerdings zeigen die jährlichen Wachstumsraten im weltweit angespannten Weinmarkt eine rückläufige Tendenz.

Alle Angaben als Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr

2020: Umsatz -3%, Absatz -1%

2021: Umsatz +34%, Absatz +11%

2022: Umsatz +13%, Absatz -3%

2023: Umsatz +11%, Absatz +2%

Im aktuellen Jahr 2024 liegen Umsatz über und Absatz unter dem Vorjahr.

Veränderung des Umsatzes

Jährliche Veränderung des Umsatzes nach Anbaugebiet und Vertriebsweg in Prozent

	Vertriebsweg (%)					
	Endverbraucher	Fachhandel	Gastronomie	LEH	Export	Gesamt
Weingüter RLP						
2022 zu 2021	-3,6	7,5	38,7	8,7	11,6	3,7
2023 zu 2022	-0,6	-2,7	1,8	-1,8	12,6	0,1
2024 zu 2023	1,6	1,1	-7,2	-9,7	9,4	-0,1
Rheinhessen						
2022 zu 2021	-1,8	6,8	50,7	8,8	46,6	5,8
2023 zu 2022	-2,0	-4,6	2,8	-1,8	13,8	-0,0
2024 zu 2023	1,4	-7,2	-6,1	-5,5	-19,6	-4,2
Pfalz						
2022 zu 2021	-5,2	13,6	36,1	-2,9	-19,4	4,7
2023 zu 2022	1,0	-3,5	-0,9	-7,8	25,0	-0,2
2024 zu 2023	0,3	3,4	-7,0	-7,3	19,6	0,2
Mosel						
2022 zu 2021	-2,5	0,7	36,0	41,3	27,3	1,6
2023 zu 2022	-1,8	-0,8	1,4	6,7	-13,7	-0,5
2024 zu 2023	5,2	4,2	-5,7	-16,5	15,3	2,0

Anmerkung(en): 2024 zu 2023 bezieht sich explizit auf das 1. Halbjahr.

*Weingüter RLP ist die Summe aus den repräsentativ gewichteten Anbaugebiete Mittelrhein, Mosel, Nahe, Pfalz und Rheinhessen.

Veränderung des Absatzes

Jährliche Veränderung des Absatzes nach Anbaugebiet und Vertriebsweg in Prozent

1
6

	Vertriebsweg (%)					
	Endverbraucher	Fachhandel	Gastronomie	LEH	Export	Gesamt
Weingüter RLP						
2022 zu 2021	-8,1	4,4	35,2	0,6	-3,3	0,6
2023 zu 2022	-5,7	-13,9	-4,3	-7,3	3,0	-7,7
2024 zu 2023	-1,9	-2,4	-9,3	-8,7	-7,7	-5,4
Rheinhessen						
2022 zu 2021	-5,7	3,4	50,9	4,1	38,7	2,3
2023 zu 2022	-6,4	-9,3	-1,1	-7,4	7,2	-4,5
2024 zu 2023	-2,2	-5,4	-5,7	-11,1	-11,7	-5,0
Pfalz						
2022 zu 2021	-9,5	11,2	32,6	-10,6	-29,6	2,9
2023 zu 2022	-5,0	-19,0	-8,2	-13,5	4,2	-11,5
2024 zu 2023	-5,6	-3,0	-10,4	-0,8	-15,5	-8,9
Mosel						
2022 zu 2021	-8,2	-6,0	30,2	33,4	23,0	-3,7
2023 zu 2022	-6,2	-4,0	-2,5	3,8	-17,7	-4,3
2024 zu 2023	5,9	3,2	-9,4	-20,8	2,4	-0,4

Anmerkung(en): 2024 zu 2023 bezieht sich explizit auf das 1. Halbjahr.

*Weingüter RLP ist die Summe aus den repräsentativ gewichteten Anbaugebiete Mittelrhein, Mosel, Nahe, Pfalz und Rheinhessen.

Veränderung des Erlöses

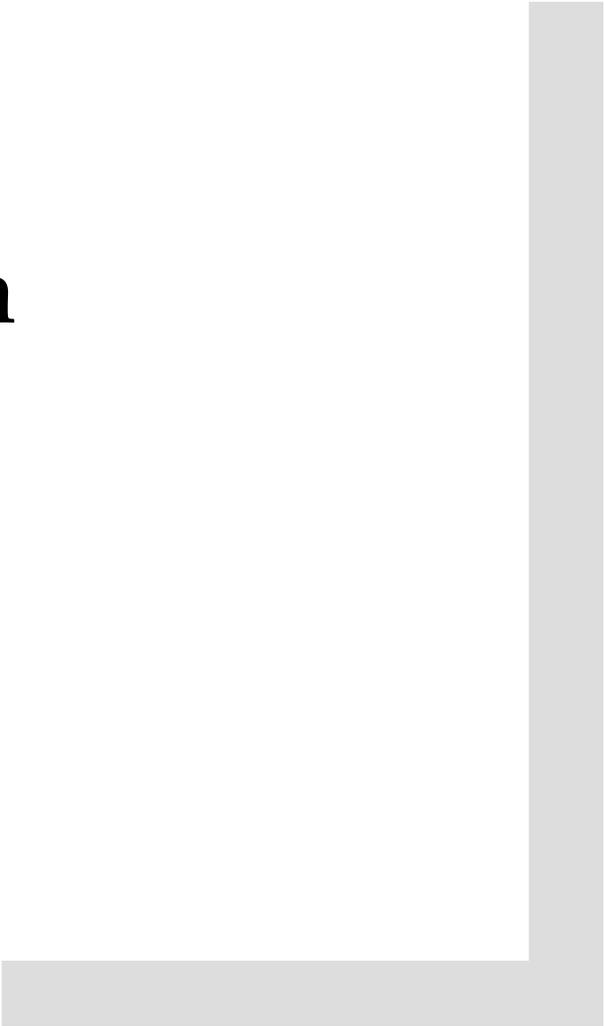
Jährliche Veränderung des durchschnittlichen Erlöses nach Anbaugebiet und Vertriebsweg in Prozent

1
7

	Vertriebsweg (%)					
	Endverbraucher	Fachhandel	Gastronomie	LEH	Export	Gesamt
Weingüter RLP						
2022 zu 2021	4,9	3,0	2,6	8,0	15,4	3,1
2023 zu 2022	5,1	13,2	6,4	6,0	10,5	8,5
2024 zu 2023	3,6	3,6	2,4	-1,1	18,5	5,7
Rheinhessen						
2022 zu 2021	4,1	3,3	-0,2	4,5	5,7	3,4
2023 zu 2022	4,6	5,2	4,0	6,2	6,0	4,7
2024 zu 2023	3,7	-1,9	-0,4	6,3	-8,9	0,9
Pfalz						
2022 zu 2021	4,7	2,2	2,7	8,5	14,6	1,8
2023 zu 2022	6,1	19,5	8,1	6,5	25,3	12,7
2024 zu 2023	6,2	6,6	3,8	-6,5	41,6	9,9
Mosel						
2022 zu 2021	6,2	7,1	4,4	6,0	3,5	5,5
2023 zu 2022	4,5	3,5	3,8	2,8	5,2	4,0
2024 zu 2023	-0,7	1,0	4,1	5,4	12,6	2,4

Anmerkung(en): 2024 zu 2023 bezieht sich explizit auf das 1. Halbjahr.

*Weingüter RLP ist die Summe aus den repräsentativ gewichteten Anbaugebiete Mittelrhein, Mosel, Nahe, Pfalz und Rheinhessen.



3

**Genossenschaften
und
Kellereien**

Veränderung spezifischer Kennzahlen

Jährliche Veränderung von Kennzahlen nach Anbaugebiet und Vertriebsweg in Prozent

19

	Vertriebsweg (%)					
	Endverbraucher	Fachhandel	Gastronomie	LEH	Export	Gesamt
Umsatzentwicklung						
2022 zu 2021	-3,8	8,3	60,1	-9,5	13,1	4,8
2023 zu 2022	-1,2	3,8	5,6	-8,3	5,3	-2,2
2024 zu 2023	-1,4	-2,5	-12,2	8,5	10,5	0,3
Absatzentwicklung						
2022 zu 2021	-5,4	4,6	56,3	-7,9	13,7	6,7
2023 zu 2022	-7,1	0,0	-0,3	-11,5	12,2	-8,5
2024 zu 2023	-4,5	-0,8	-14,8	4,3	19,0	2,6
Erlösentwicklung						
2022 zu 2021	1,7	3,6	2,5	-1,8	-0,5	-1,9
2023 zu 2022	6,2	3,7	5,9	3,7	-6,9	6,9
2024 zu 2023	3,3	-1,7	3,0	4,0	-7,1	-2,2

Anmerkung(en): Aktuell umfasst die Datenbasis nur 6 Genossenschaften und Kellereien, die nicht repräsentativ gewichtet werden können. Weitere Betriebe werden noch an die Datenschnittstelle angebunden. Im Jahr 2023 erzielten diese Betriebe einen Gesamtumsatz von 27,0 Mio.€ und einen Gesamtabsatz von 6,9 Mio.L. 2024 zu 2023 bezieht sich explizit auf das 1. Halbjahr.

Danke für Ihre Teilnahme an der Geisenheimer Absatzanalyse

Die Geisenheimer Absatzanalyse ist eine Lösung von der Branche für die Branche.

Bereits über 660 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 Anbaugebietes 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:

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

Emmeransstraße 39

55116 Mainz

poststelle@mwvlw.rlp.de

www.mwvlw.rlp.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