



Die junge Generation trinkt weniger Wein.

Foto: DWI

Warum ist diese Krise anders?

Wie ist es zur schwierigen Situation am Markt gekommen?

Was treibt die Veränderungen auf dem Weinmarkt an? Wann ist eine Umkehr in Sicht? Die Betriebe sind sehr unterschiedlich betroffen, besonders das Fassweinsegment leidet unter dem rückläufigen Weinkonsum. Warum die bisherigen Absatzmengen auf absehbare Zeit nicht mehr erreicht werden und warum es nötig ist, das Angebot aktiv zu steuern, erklärt Prof. Dr. Simone Loose von der Hochschule Geisenheim University.

Die Auswirkungen der seit dem Jahr 2022 deutlich sinkenden Absätze treffen die Betriebe der Weinbranche unterschiedlich stark (Grafik 1). Kellereien, die Wein für den Lebensmittelhandel (LEH) über den Fasswein- und Traubenmarkt beziehen, verzeichnen rückläufige Einkäufe. Laut einem aktuellen Bericht der Lebensmittelzeitung ist der Weinabsatz im LEH seit dem Vor-Pandemie-Niveau von 2019 um 29 Prozent gesunken. Infolgedessen reduzieren die Kellereien ihre Nachfrage nach Fasswein und Trauben. Dieser Druck hat bereits dazu geführt, dass in den letzten zwei Jahren drei der Top-10-Kellereien in Deutschland aufgeben mussten.

Brennpunkt Fassweinmarkt - Absatz stark rückläufig

Bei Weingütern, die ihren Wein direkt als Flaschenwein vermarkten, gibt es hingegen nach wie vor noch erfolgreiche Betriebe,

deren Absätze stabil oder sogar steigend sind. Die Geisenheimer Absatzanalyse zeigt jedoch, dass insgesamt mehr

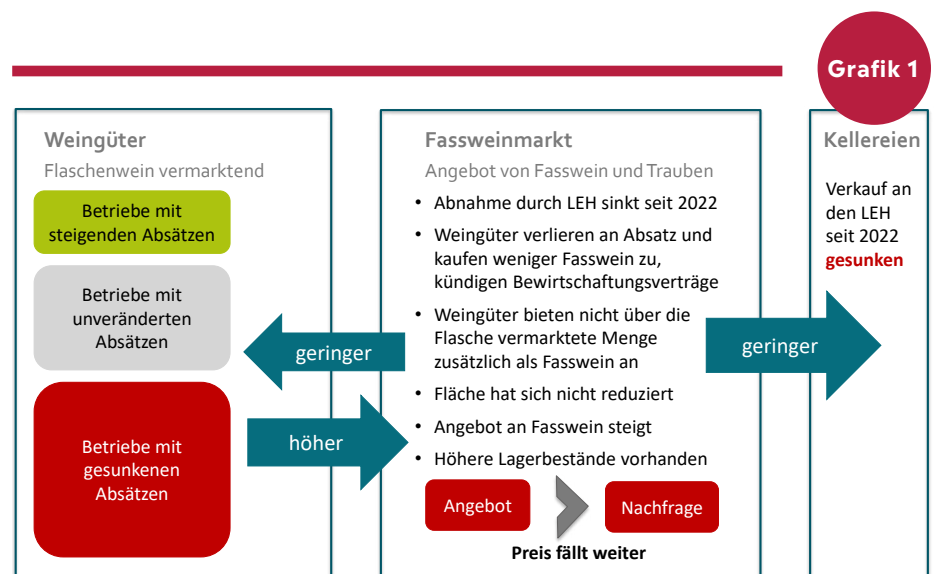
Weingüter und Genossenschaften rückläufige Weinabsätze verzeichnen. Diese Betriebe kaufen weniger Fasswein ein, verkaufen eigene Bestände auf dem Fassweinmarkt und lösen zudem teilweise sogar bestehende Bewirtschaftungsverträge auf.

In der Folge steigt das Angebot auf dem Fassweinmarkt kontinuierlich an, während die Nachfrage weiter zurückgeht. Nicht abgesetzte Mengen werden als Altbestände aus den Vorjahren gelagert. Übersteigt das Angebot die Nachfrage, sinkt der Preis sofort – trotz der kleinen Weinernte. Der Preisverfall belastet die Betriebe, die bereits mit den steigenden Bewirtschaftungskosten konfrontiert sind.

Wie Dr. Jürgen Oberhofer, Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Rheinpfalz in Neustadt, in seinen für die Branche wichtigen Berechnungen feststellt, deckt der aktuelle Fassweinpreis in der Pfalz von 0,70 Euro pro Liter die Vollkosten von mindestens 1,30 Euro pro Liter bei Weitem nicht. Die Betriebe können schon länger keine Abschreibungen oder Löhne für die eigene Arbeitszeit mehr erwirtschaften. Angesichts eines kostenintensiven Pflanzenschutzjahres 2024 befinden sich inzwischen sogar die variablen Kosten über den Erlösen.

Wann ist die aktuelle Krise im Weinbereich vorbei?

Immer häufiger wird deshalb in der Branche der Begriff „Krise“ verwendet. Viele Betriebe fragen sich, wann diese Krise vorbei sein wird und endlich wieder Nor-



Ungleichgewicht auf dem Fassweinmarkt verstärkt sich

malität einkehrt. Dabei wird oft auf frühere Schwankungen verwiesen: „Das hatten wir schon in den 80er Jahren, das wird schon wieder.“ Dahinter steht die irri- ge Annahme, es gebe unveränderliche Muster, die sich im Laufe der Zeit wiederholen. Man müsse nur durchhalten, dann gehe es vorüber.

Doch solche konstanten Muster gibt es in der Geschichte des Weinbaus nicht. Jede Krise hat andere Ursachen und das Ende einer Krise hängt davon ab, wann diese Ursachen beseitigt oder überwunden sind. Niemand kann die Zukunft genau vorhersagen. Doch wer die wirtschaftlichen Treiber einer Krise versteht, kann zumindest eine grobe Einschätzung abgeben, wann und durch welche Maßnahmen sich die Lage wieder verbessern könnte.

Wirtschaftliche Treiber für Veränderungen

Die aktuelle Krise in der Weinwirtschaft unterscheidet sich von früheren. Eine Vielzahl sozialer und wirtschaftlicher Faktoren trifft gleichzeitig aufeinander und verstärkt sich gegenseitig – eine Konstellation, die es seit dem Zweiten Weltkrieg in Deutschland nicht gegeben hat (Grafik 2). Tabelle 1 listet die wesentlichen fünf

Veränderung des Angebots
Höhere Kosten
 Lohnkosten
 Energie, Glas, Karton, ...
 Maschinen, Reparaturen
 Seit 2019: +30-40%



Veränderung der Nachfrage
Geringeres verfügbares Einkommen
Gesundheitstrend
Neue Getränke
Demografie

Grafik 2

Fünf wesentliche Faktoren beeinflussen das Marktgleichgewicht –das sind die Gründe für den Rückgang des Weinkonsums. *Quelle: generiert mit Chatgpt-40*

Treiber der Veränderung der Nachfrage nach Wein auf und gibt eine Einschätzung für die zukünftige Entwicklung.

Kostensteigerung der Weinproduzenten

In der Geisenheimer Unternehmensanalyse beobachten wir seit der Finanzkrise 2008 eine deutliche Kostensteigerung in den Weinbaubetrieben, die sich durch die

Einführung und Erhöhung des Mindestlohns stark beschleunigt hat. Ab 2022 kamen die Energiekrise und die allgemeine Inflation hinzu. Lange Zeit konnte die Weinbranche die steigenden Kosten durch Effizienzgewinne aus Größenzunahme und Mechanisierung kompensieren. Während die realen, inflationsbereinigten Preise für Flaschenwein kaum gestiegen sind, sind die Preise für Fasswein sogar kontinuierlich gesunken. Der

Tab. 1: Überblick über die fünf wichtigsten Treiber für Veränderungen		
Treiber	Bisherige Veränderung	Weiterer Trend
1. Produktionskosten	Starker Anstieg der Produktionskosten seit 2019 (um 30-40 %) durch: 1) erhöhten Mindestlohn 2) steigende Energiekosten 3) allgemeine Inflation (Glas, Verpackung, Reparaturen)	- Kostensenkung im Basissegment durch weitere Mechanisierung (Minimalschnitt) und Piwis - Deutscher Verarbeitungsw Wein mit höheren Hektarerträgen - Inflation seit 2024 auf normalem Niveau, weiterhin Gefahr steigender Mindestlöhne - Fachkräftemangel verstärkt Konkurrenz um Personal
2. Verfügbares Einkommen und Zuversicht	- Seit 2022 starke Inflation und steigende Energiekosten führen zu höherer Preissensibilität - Wirtschaftliche Unsicherheit steigert Sparneigung und reduziert Ausgabenbereitschaft	- Wirtschaftliche Erholung in Deutschland nicht absehbar - Anhaltende wirtschaftliche und globale Unsicherheiten erhöhen wahrgenommenes Risiko
3. Gesundheitstrend	- Seit über 20 Jahren rückläufige Käuferreichweite von Wein in Deutschland - Ältere Verbraucher achten vermehrt auf Gesundheit (verstärkt durch Pandemie) - Junge Generation distanziert sich zunehmend von Alkohol	- Keine Umkehr des Gesundheitstrends erwartet - Zunahme digitaler Tools (z.B. Apps, die Gesundheitsdaten wie Schlafqualität messen) - Gefahr von Einschränkungen auf Alkohol durch WHO-Gesundheitspolitik
4. Neue Getränke	- Wachstum von (teil-)entalkoholisierendem Wein und Schaumwein von sehr niedriger Basis aus - Erste Fortschritte in der Technologie von (Teil)Entalkoholisierung	- Erlebnisse in der Natur, im Weinberg und Weingut weiterhin nachgefragt - Wein steht im verstärkten Wettbewerb mit innovativen Getränken, die höhere Margen für Kommunikation und Handelspartnerschaften bieten
5. Demografie	- Niedrige Geburtenrate in Deutschland wird seit Jahrzehnten nur teilweise durch Einwanderung kompensiert - Aktuelle Weinkonsumenten (50-75 Jahre) sind geburtenstärkste Jahrgänge mit geringem Migrationsanteil	- Nachfolgende Generation ist deutlich kleiner und hat einen höheren Anteil an Menschen mit Migrationshintergrund, die tendenziell eine größere Distanz zu Alkohol haben

Kostenanstieg von 30 bis 40 % seit 2020 kann jedoch nicht mehr auf die gleiche Weise ausgeglichen werden.

Wenn die Kosten steigen, müssen auch die Preise steigen, was bei preissensitiver Nachfrage zu einem Rückgang der verkauften Menge führt. Nach den wirtschaftlichen Grundsätzen müssen Betriebe, deren Produkte zu teuer sind, den Markt verlassen. Doch aufgrund der bereits getätigten Investitionen in Rebflächen und der Hoffnung auf eine baldige Erholung (die Krise ist bald vorbei) hat bislang keine Angebotsanpassung stattgefunden. Stattdessen herrscht ein ruinöser Preiswettbewerb.

Selbst die effizientesten Betriebe, die zum Beispiel Minimalschnittsysteme nutzen, können ihre Vollkosten bei den aktuellen Fassweinspreisen nicht decken. Je länger die Verringerung der Rebflächen ausbleibt, desto mehr Betriebe stehen vor dem wirtschaftlichen Aus. Zwar bieten eine neue Mechanisierungswelle in Flachlagen und verstärktes Pflanzen von pilzwiderstandsfähigen Rebsorten (Piwis) noch Potenzial für Kostensenkungen, doch es ist fraglich, ob damit die Kosten von 0,40 Euro pro Liter erreicht werden können, zu denen spanischer Fasswein derzeit angeboten wird. Ob und wann es in Spanien oder Italien aufgrund des Klimawandels und wirtschaftlicher Anpassungen zu einer Preissteigerung kommen wird, ist schwer vorherzusagen.

Auch wenn die Inflation Ende 2024 eingedämmt wurde, steht die Weinbranche vor weiteren Kostensteigerungen, besonders durch steigende Löhne aufgrund des Fachkräftemangels und des möglichen Anstieg des Mindestlohns. Es bleibt zu

hoffen, dass die Lohnsteigerungen zumindest teilweise durch weitere Mechanisierung ausgeglichen werden können.

Verfügbares Einkommen der Verbraucher gesunken

Wein ist kein lebensnotwendiges Gut, weshalb die Menschen darauf verzichten oder preissensibler einkaufen, wenn ihr verfügbares Einkommen – wie während der Inflationskrise – sinkt. Der kurzfristige Weinboom während der Pandemie war vor allem darauf zurückzuführen, dass Verbraucher weniger Geld für Außer-Haus-Essen und Reisen ausgaben und mehr verfügbares Einkommen hatten.

Die wirtschaftliche Lage in Deutschland hat sich jedoch deutlich verschlechtert, und aufgrund der gravierenden strukturellen Probleme erwarten Wirtschaftsexperten auch mittelfristig keinen deutlichen Aufschwung. Ein Anstieg des verfügbaren Einkommens, das für Wein ausgegeben wird, ist daher nicht absehbar. Aus Vorsicht schränken die Verbraucher ihre Ausgaben weiter ein. Aufgrund des weltweiten Überangebots an Wein und der damit verbundenen rückläufigen Preise für importierte Weine ist deren Absatz bisher nicht so stark zurückgegangen wie der von deutschem Wein.

Käuferreichweite sinkt seit 20 Jahren kontinuierlich

Der Anteil der Haushalte in Deutschland, der im Lebensmitteleinzelhandel Wein kauft, ist seit 20 Jahren stetig rückläufig (Daten des DWI in Grafik 3). Dies liegt zum einen am demografischen Wandel,

insbesondere an einem höheren Anteil von Einwanderern aus Kulturen, in denen Wein eine geringere Rolle spielt. Zum anderen distanziert sich die junge Generation zunehmend vom Alkohol, ein Trend, der laut Experten nicht mehr umkehrbar ist. Die Zeiten, in denen jeden Abend „ein Viertele“ getrunken wurde, sind vorbei und werden nicht wiederkommen.

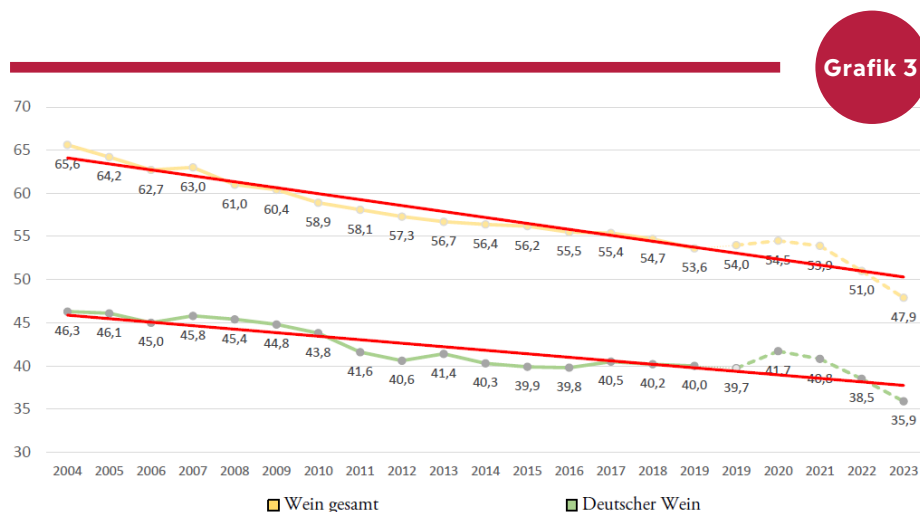
Wein und Alkohol werden zunehmend als Genussmittel und Begleiter seltener gesellschaftlicher Anlässe wahrgenommen, bei denen auch alkoholfreie oder entalkoholisierte Getränke immer beliebter werden. Neue digitale Tools, wie Fitnessuhren, die den Tiefschlaf überwachen, machen den Einfluss von Alkohol noch bewusster. Auch die Altersgruppe zwischen 50 und 70 Jahren, die traditionell zu den Hauptkonsumenten von Wein zählt, geht seit der Pandemie aus gesundheitlichen Gründen vorsichtiger mit dem Alkoholkonsum um.

Die Branche hat den Trend zu teil- und entalkoholisierten Weinen bereits erkannt, die im Bereich der Schaumweine schon einen beträchtlichen Marktanteil erreicht haben. Für Stillwein besteht jedoch weiterhin Bedarf an technologischen Innovationen, um das entalkoholisierte Produkt geschmacklich näher an das Original heranzuführen. Große Unternehmen der Branche, sowohl in Deutschland als auch international, investieren intensiv in neue Produktentwicklungen. Dabei sind nicht nur neue Verfahren von Bedeutung, sondern auch moderne Kommunikationswege und ausreichende Margen für den Handel als wichtigen Partner.

Aufgrund der technologischen Anforderungen wird der Großteil der zukünftigen Produktion dieser Produkte jedoch weniger bei den Weingütern, sondern eher bei den Kellereien und Sektkellereien liegen. Wenn die Anforderungen an Preis, Qualität und zuverlässige Lieferbarkeit erfüllt werden, könnten deutsche Zulieferer von Grundweinen dabei in Zukunft eine Rolle spielen.

In Zukunft weniger Menschen, die pro Kopf weniger Wein trinken

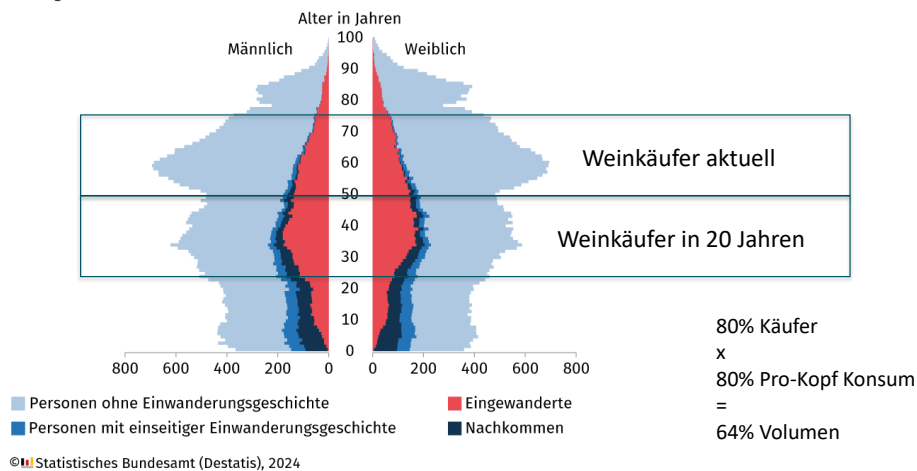
Die größte Herausforderung für die deutsche Weinbranche liegt in der Kombination aus demografischem Wandel und zunehmendem Gesundheitsbewusstsein. Wenn die ohnehin wenigen Weinkäufer in 20 Jahren pro Kopf weniger Wein konsumieren, hat dies einen erheblichen



Die Käuferreichweite von Wein im LEH sinkt in Deutschland seit 20 Jahren. Hier der Anteil der Wein kaufenden Haushalte im Handel 2004 bis 2023 (in %). *Quelle: DWI 2024*

Grafik 4

Alterspyramide 2023 nach Einwanderungsgeschichte
Erstergebnisse des Mikrozensus



Demografie in Deutschland und Weinkäufer heute und in 20 Jahren.

Quelle: Destatis

Effekt auf die gesamte nachgefragte Menge. Selbst bei der sehr optimistischen Annahme, dass in Zukunft 80 % der heutigen Weinkonsumenten pro Kopf noch 80 % der aktuellen Menge trinken, ergibt sich daraus ein Absatzvolumen von nur 64 % der heutigen Menge. Falls jeweils nur 75 % angenommen werden, sinkt das Volumen auf 56 % – etwas mehr als die Hälfte des heutigen Niveaus.

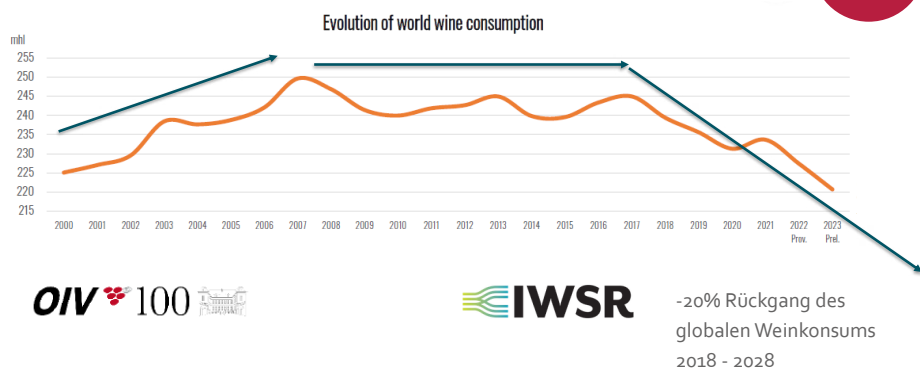
Die Branche muss sich bewusst machen, dass dies kein übertriebenes Schauer-szenario ist, das hoffentlich nie eintritt, sondern ein reales Zukunftsbild. Die demografische Struktur Deutschlands ist kaum veränderbar. Es ist unwahrscheinlich, dass durch Einwanderung gezielt Weintrinker hinzugewonnen werden können. Auch die meisten traditionellen Weinländer wie Italien, Spanien und Frankreich stehen vor einer ähnlichen Entwicklung. Der globale Rückgang des Weinkonsums zwischen 2018 und 2028 wird vom IWSR in London auf minus 20 % eingeschätzt.

Altes Niveau an Weinnachfrage wird nicht mehr erreicht werden

Von den vorgestellten Einflussfaktoren haben ohne Zweifel der Bevölkerungsrückgang und der sinkende Pro-Kopf-Konsum den stärksten Einfluss auf die in Zukunft nachgefragte Weinmenge. Beide Faktoren haben bereits jetzt einen stetig wachsenden Einfluss auf den Markt. Aufgrund dieses Rückganges muss aus heutiger Sicht davon ausgegangen werden, dass das alte Niveau des Weinkonsums in Zukunft wohl nicht mehr erreicht werden kann. Die Nachfrage nach Wein wird sich nach bestmöglichen Vorhersagen nicht mehr auf das alte Volumen erholen, sondern weiter stetig fallen. Die aktuelle Krise am Fassweinmarkt löst sich nicht von allein auf.

Auch in der Weinkrise der 1980er Jahre, die durch eine Kombination aus Angebotsüberschüssen nach zwei Rekorderten (16 Mio. hl im Jahr 1982 und 13 Mio. hl im Jahr 1983) sowie dem Glykolskandal 1985 ausgelöst wurde, hat die Branche reagiert. Massenträger wurden durch qualitätsorientierte Rebsorten ersetzt und das verlorene Vertrauen in den Export deutscher Weine wurde über lange Zeit hinweg schrittweise wieder aufgebaut. Die 1980er Jahre waren jedoch insofern anders als damals die Bevölkerung, das Einkommen und der Pro-Kopf-Konsum in Deutschland stabil blieben oder sogar anstiegen.

Grafik 5



Entwicklung des Weinkonsums und Prognose bis 2028

Quelle: OIV und IWSR

Die sozio-ökonomische Grundkonstellation war damals also deutlich stabiler als heute.

Große Herausforderung, die Anpassung zu bewältigen

Die aktuellen sozio-ökonomischen Treiber werden mit hoher Wahrscheinlichkeit weiter bestehen bleiben. Daraus folgt, dass das bloße Abwarten auf das Ende der Krise keine Lösung ist. Die Rebflächen und die Weinerzeugung in Deutschland müssen an die neue Realität angepasst werden. Dies erfordert eine tiefgreifende Veränderung des deutschen Weinbaus sowie der vor- und nachgelagerten Bereiche. Es steht eine Umstellung bevor, wie sie seit dem Zweiten Weltkrieg nicht mehr stattgefunden hat. Diese Veränderung wird eine enorme Heraus-

forderung für alle Beteiligten darstellen und bedarf politischer Unterstützung, um die sozio-ökonomischen Folgen für die Menschen, aber auch die Landschaften abzufedern.

Es mag nur ein kleiner Trost sein, aber jede Krise birgt auch die Chance für Erneuerung. Eine Neuausrichtung könnte die deutsche Weinbranche zukunftsfähig machen und ihren langfristigen Erfolg sichern. Andere Weinländer wie Neuseeland und Österreich haben dies bereits erfolgreich vorgemacht.

In der kommenden Ausgabe des Deutschen Weinmagazins werden erste Vorschläge gemacht, was Betriebe, Weinbaugebiete und die Politik tun können, um diese Anpassung zu bewältigen und welche Maßnahmen helfen, dass Unternehmen der Weinbranche weiterhin erfolgreich bestehen können.