



Geisenheimer Absatzanalyse

[www.geisenheim-portal.de](http://www.geisenheim-portal.de)

# ABSATZENTWICKLUNG DEUTSCHER WEIN

ERGEBNISSE GEISENHEIMER ABSATZANALYSE JANUAR – MAI 2022

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

## Absatzentwicklung

Die Corona-Jahre 2020 und 2021 haben bei den Selbstvermarktern im ersten Halbjahr jeweils zu starken Umsatzzuwächsen im LEH und in der Direktvermarktung geführt.

Gastronomie und Fachhandel erlitten über beide Corona-Jahre teils drastische Rückgänge von bis zu 80%.

### 1. Halbjahr 2022

- **LEH** unter Vor-Corona Niveau (2019) gefallen, im Vergleich zu starkem Vorjahr 2021 starker Einbruch
- **Direktvermarktung** über Vor-Corona-Niveau aber deutlich unter dem starken Vorjahr
- **Fachhandel** deutlich über und **Gastro** teils über Vor-Corona Niveau, im Vergleich zum schwachen Vorjahr deutliche Erholung

Selbstvermarkter profitieren im 1. HJ vom **steigenden Umsatz in Fachhandel und Gastronomie**. Diese weichen fundamental vom stark abgeschwächten Absatz in den LEH ab. Auch die Direktvermarktung liegt noch über Vor-Corona Niveau.

## Entwicklung von Preisen und Erlösen

Preise und Erlöse entwickelten sich von 2019-2022 im Durchschnitt mit starken saisonalen Schwankungen moderat positiv.

In der Direktvermarktung und Gastronomie stiegen sie im Durchschnitt pro Jahr um ca. 0,20 €, in FH und LEH um 0,10 € pro Jahr.

Diese Steigerungsrate von jährlich ca. 4% reicht nicht aus, um die aktuellen Kostensteigerungen zu kompensieren: +30% Preise Betriebsmittel der Landwirtschaft, 7,9% Inflation (alle DeStatis).

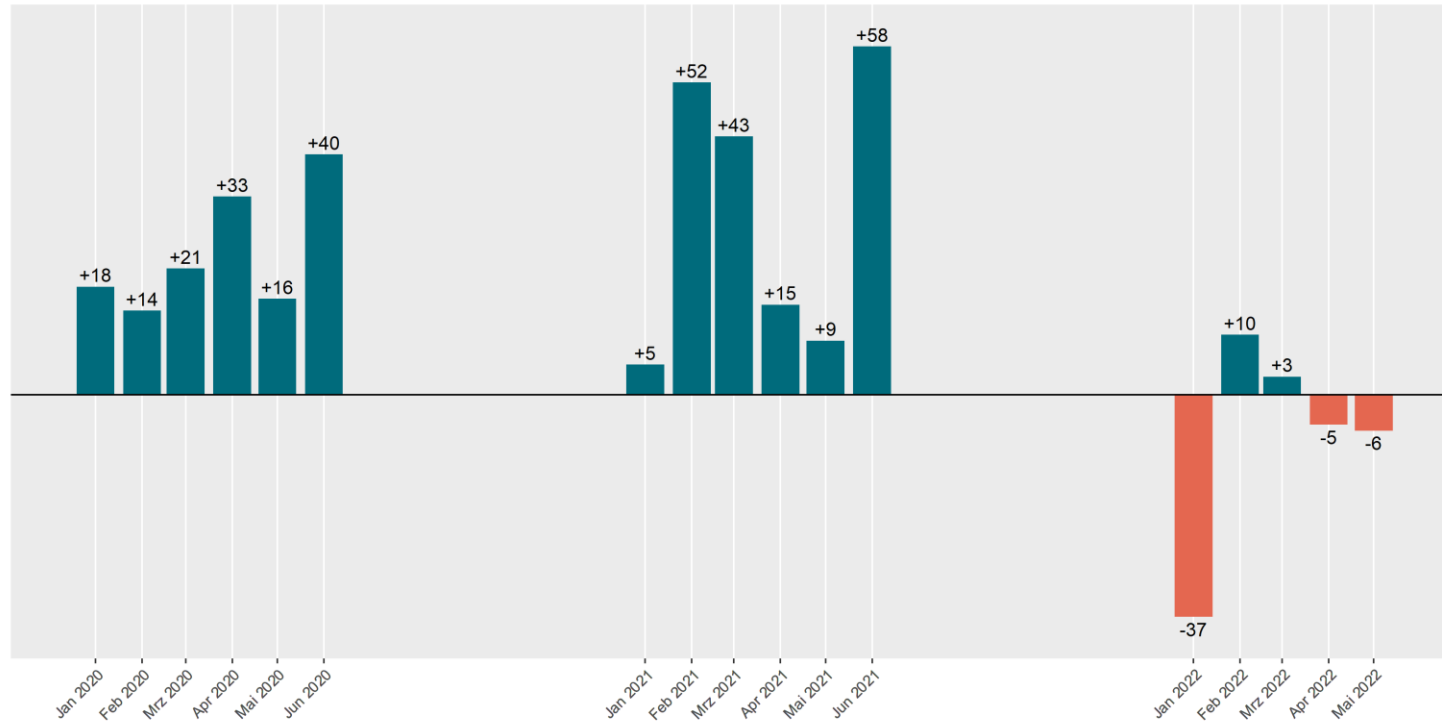
Aktuell ist kein ähnlich beschleunigter Anstieg der Erlöse und Preise beobachtbar.

Absatzentwicklung

**VERGLEICH ZU 2019**

## Vergleich zum Monat in 2019

Lebensmitteleinzelhandel: Umsatzentwicklung gegenüber 2019  
Veränderung in %

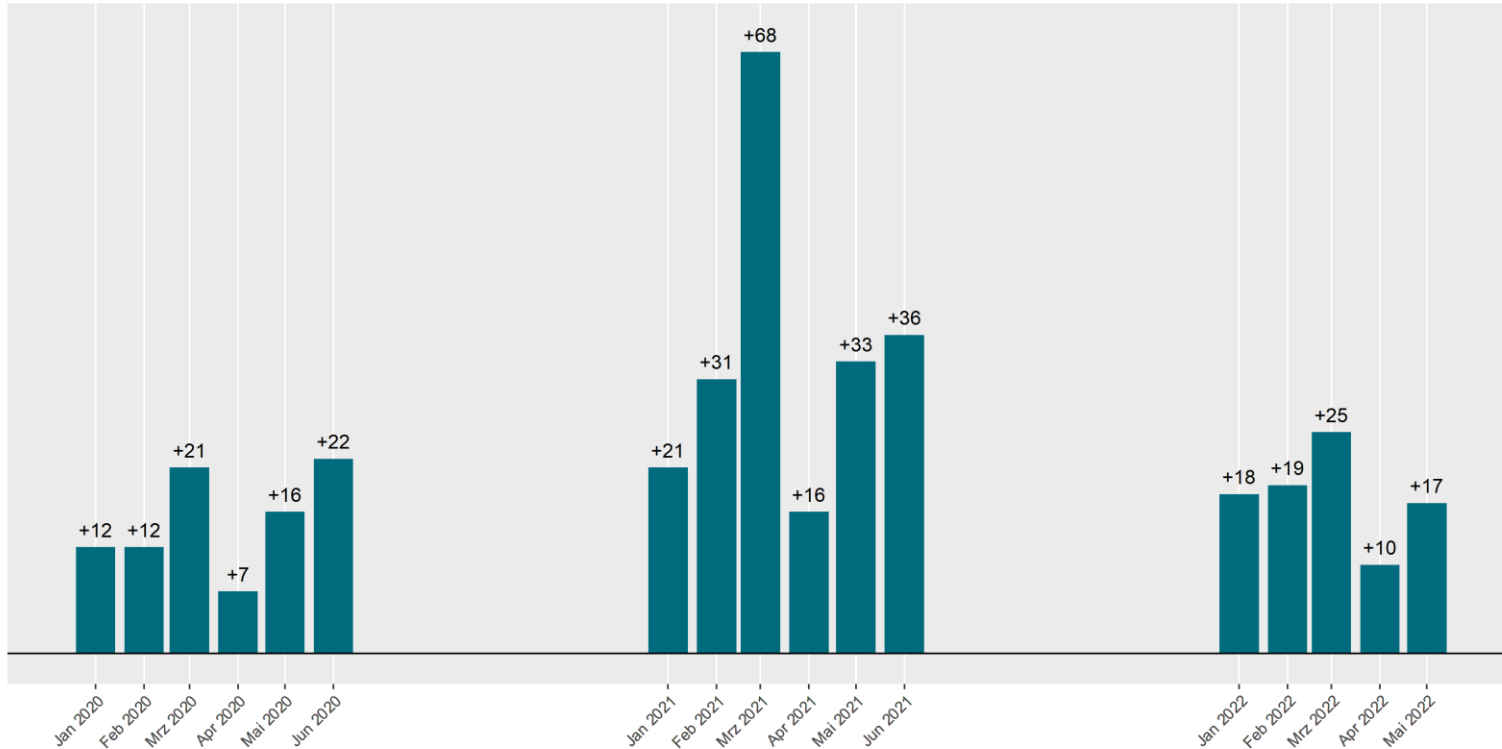


Datenbank\_vom\_2022-06-13

Im Vergleich zu 2019 wurden über die ersten Halbjahre 2020 und 2021 jeweils höhere Umsätze in den LEH erzielt.  
Im Januar, April und Mai 2022 lagen die Umsätze in den LEH unterhalb der Vergleichsmonate in 2019

## Vergleich zum Monat in 2019

Endverbraucher: Umsatzentwicklung gegenüber 2019  
Veränderung in %

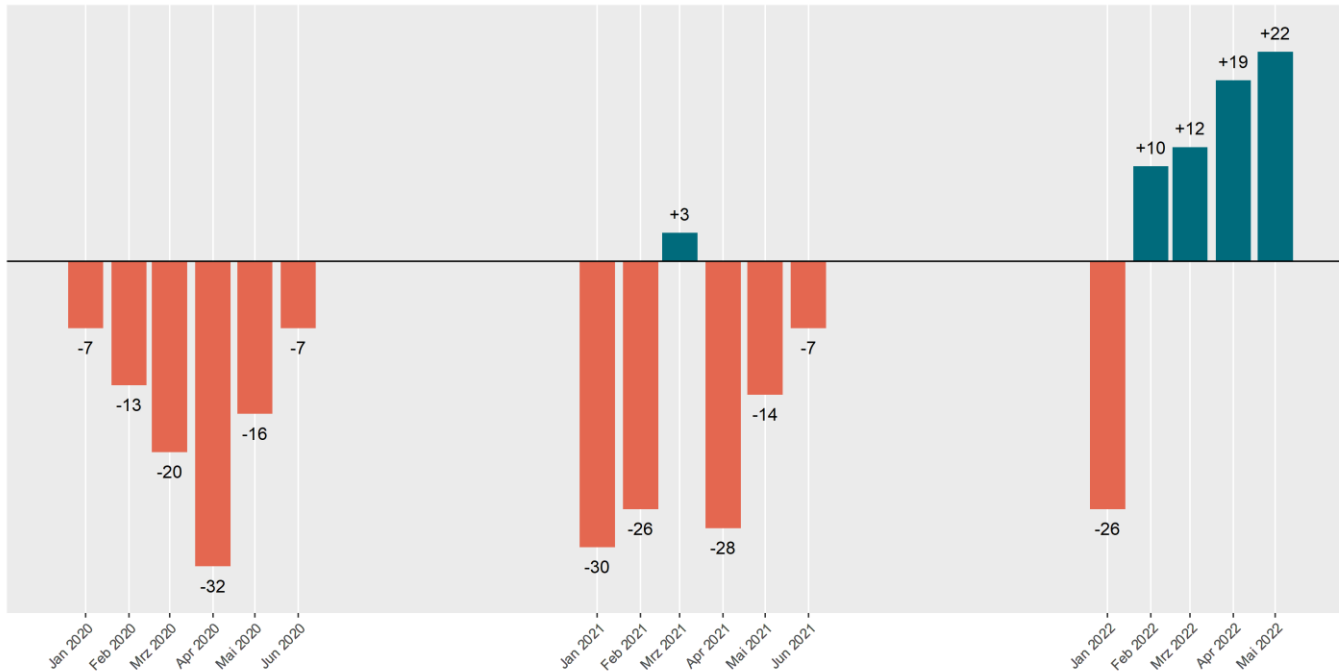


Datenbank\_vom\_2022-06-13

Im Vergleich zu 2019 wurden über die ersten Halbjahre 2020 und 2021 jeweils höhere Umsätze über die Direktvermarktung erzielt. Die Umsätze in 2022 liegen deutlich unterhalb von 2021, aber noch über den Vergleichsmonaten in 2019.

## Vergleich zum Monat in 2019

Fachhandel: Umsatzentwicklung gegenüber 2019  
Veränderung in %

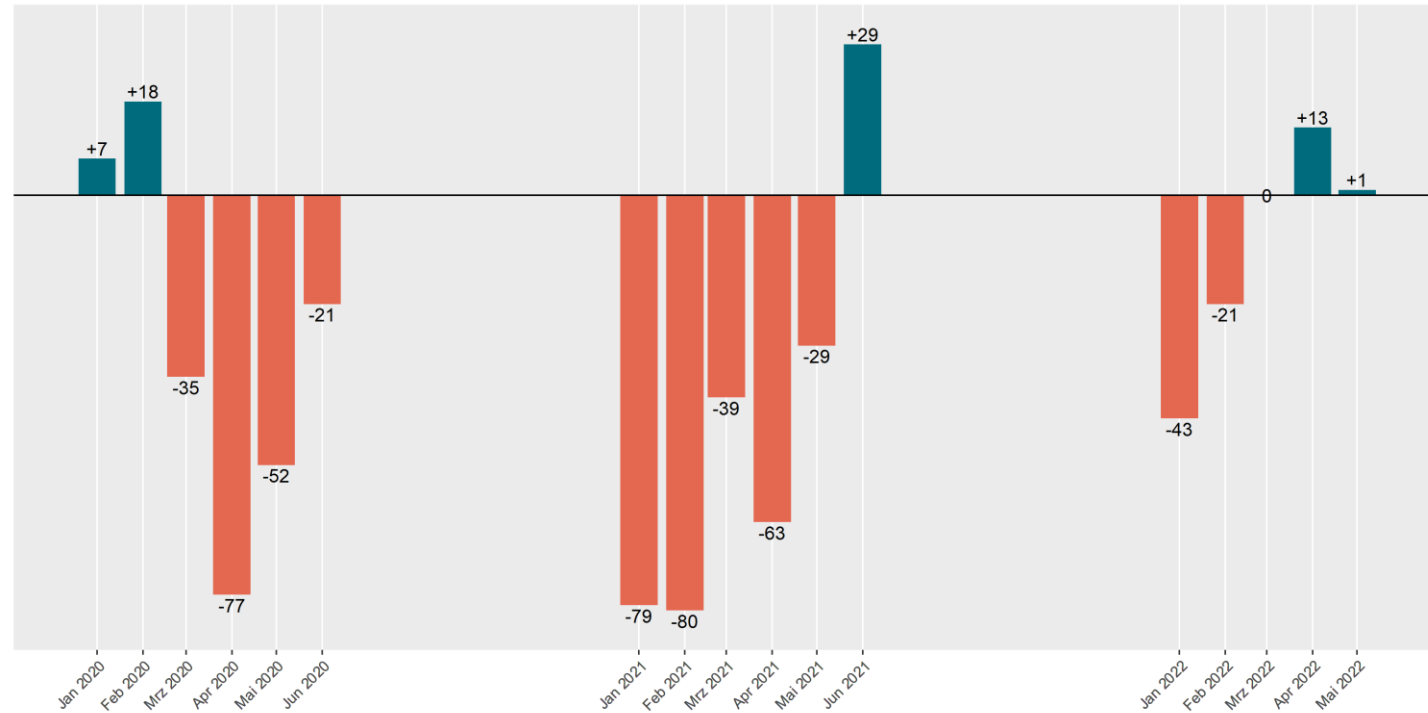


Datenbank\_vom\_2022-06-13

Im Vergleich zu 2019 wurden über die ersten Halbjahre 2020 und 2021 deutliche geringere Umsätze in den FH erzielt. Seit Feb 2022 liegen die Umsätze über den Vergleichsmonaten in 2019.

## Vergleich zum Monat in 2019

Gastronomie: Umsatzentwicklung gegenüber 2019  
Veränderung in %



Datenbank\_vom\_2022-06-13

Im Vergleich zu 2019 wurden über die ersten Halbjahre 2020 und 2021 (Ausnahme Juni 2021) deutliche geringere Umsätze in die Gastronomie erzielt. In April und Mai 2022 liegen die Umsätze leicht über den Vergleichsmonaten in 2019.

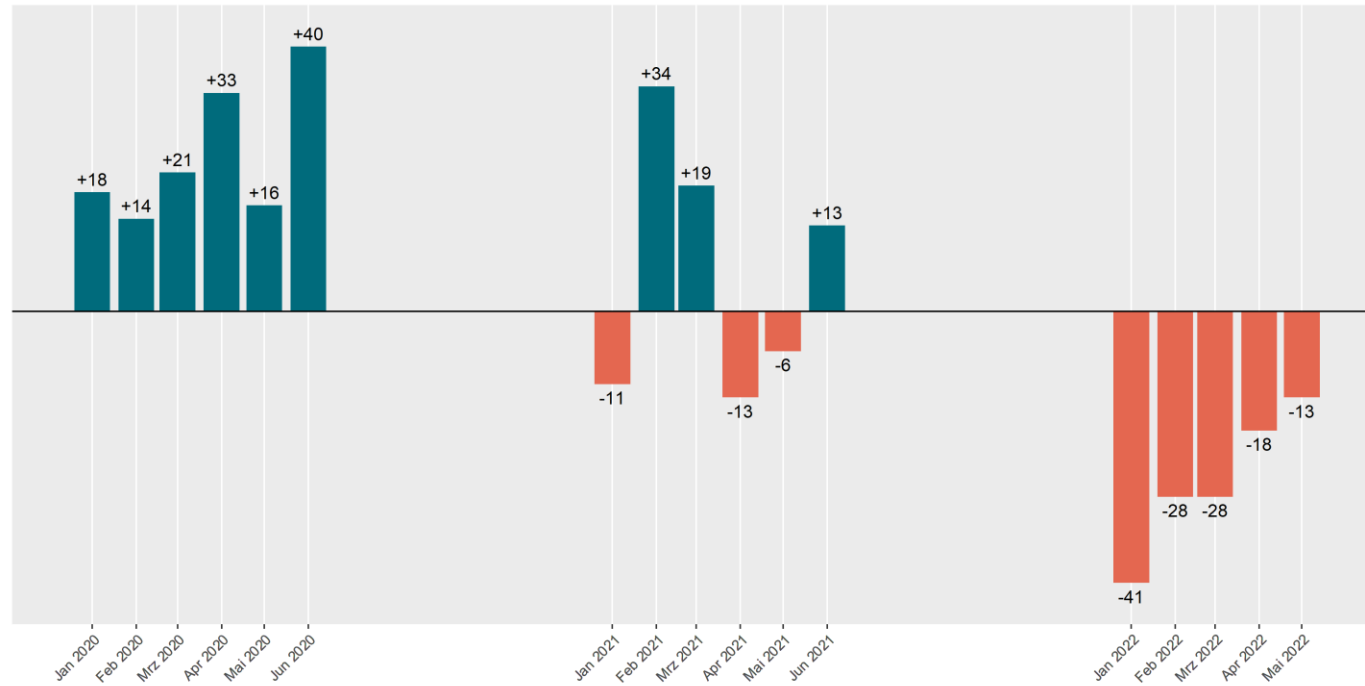
Absatzentwicklung

# VERGLEICH ZUM VORJAHR



## Gleitender Vergleich zum Vorjahresmonat

Lebensmitteleinzelhandel: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr  
Veränderung in %



Datenbank\_vom\_2022-06-13

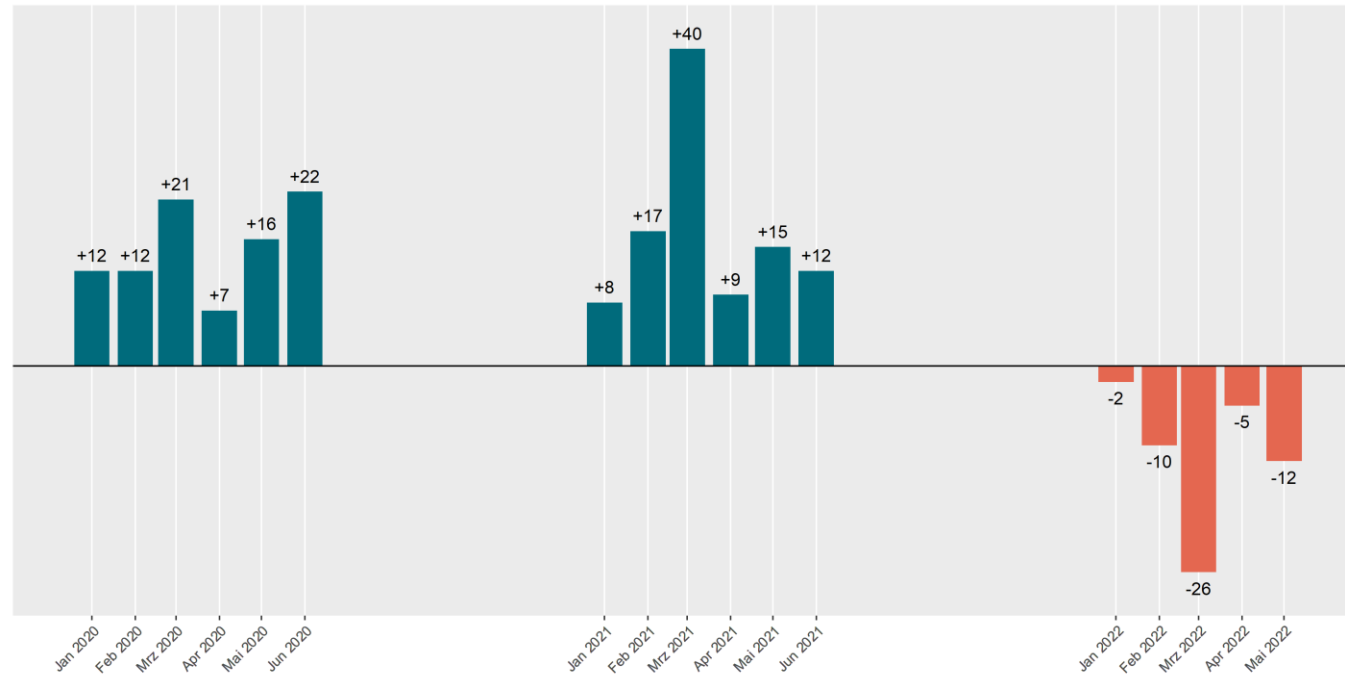
Die Umsätze in den LEH lagen im ersten Halbjahr 2020 konsequent über 2019.

In 2021 wurden in drei Monaten mehr als im Vorjahr im LEH umgesetzt.

In 2022 ist der Umsatz in den LEH im Vergleich zum Vorjahr 2021 deutlich eingebrochen, der Rückgang wird aber schwächer.

## Gleitender Vergleich zum Vorjahresmonat

Endverbraucher: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr  
Veränderung in %

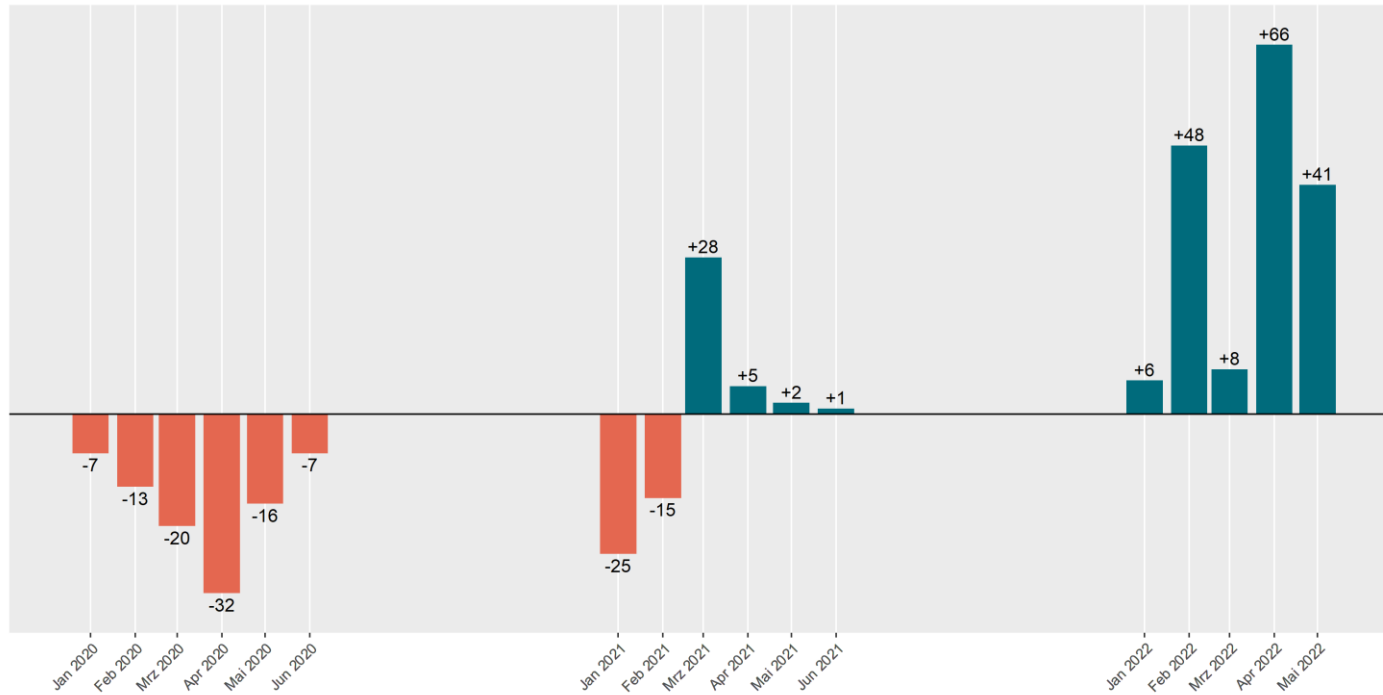


Datenbank\_vom\_2022-06-13

Die Umsätze aus der Direktvermarktung lagen im ersten Halbjahr 2020 konsequent über 2019. In 2021 wurden weitere Steigerungen in der Direktvermarktung im Vergleich zu 2020 erzielt. Im Vergleich zum hohen Niveau von 2021 ist der Umsatz in 2022 zurückgegangen, am stärksten im März 2022 direkt nach Kriegsbeginn.

## Gleitender Vergleich zum Vorjahresmonat

Fachhandel: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr  
Veränderung in %

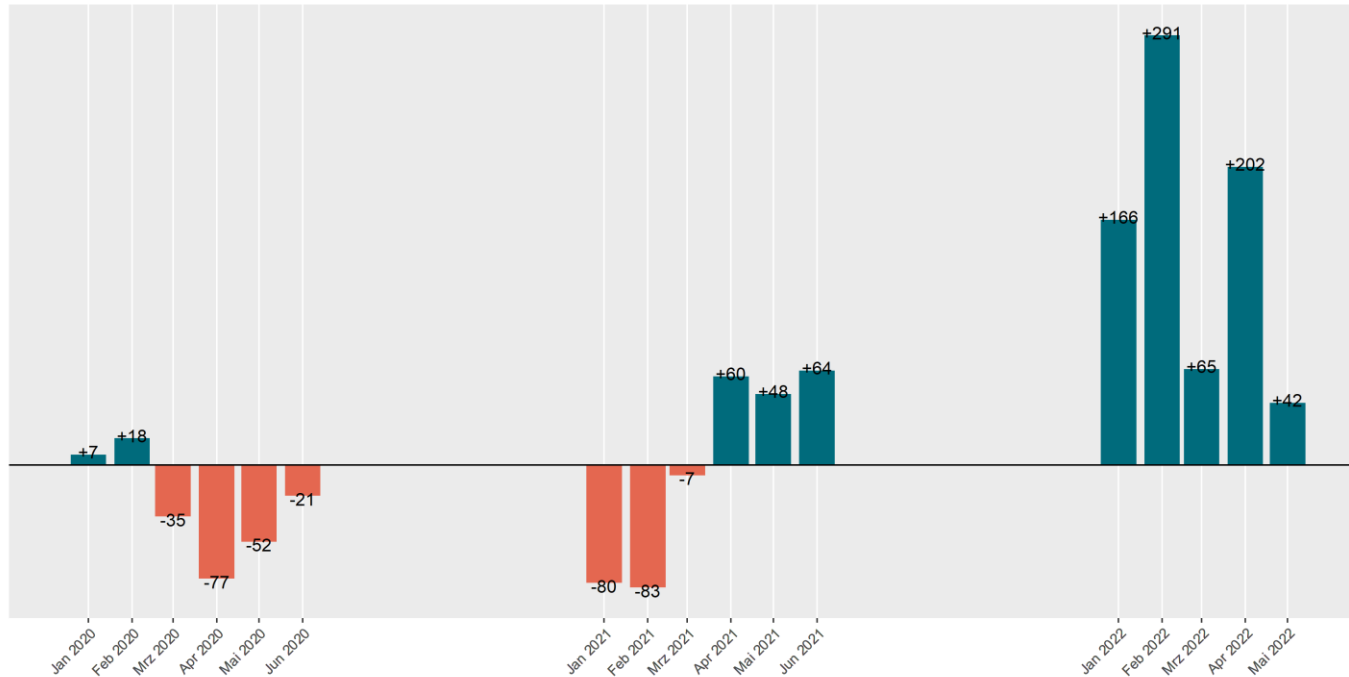


Datenbank\_vom\_2022-06-13

Die Umsätze in den FH lagen im ersten Halbjahr 2020 konsequent unter 2019.  
In 2021 gab es im Vergleich zum Vorjahr 2020 eine erste Erholung.  
In 2022 ist der Umsatz in den FH im Vergleich zum Vorjahr 2021 deutlich angezogen.

## Gleitender Vergleich zum Vorjahresmonat

Gastronomie: Umsatzentwicklung gegenüber Vorjahr  
Veränderung in %



Datenbank\_vom\_2022-06-13

Die Umsätze in die Gastronomie lagen seit dem Lockdown im ersten Halbjahr 2020 deutlich unter 2019. In 2021 sind die Absätze bis März weiter gefallen, bis sie ab April im Vergleich zum sehr schwachen 2020 angezogen sind. Durch die geringe Vergleichsbasis im Vorjahr steigen die Absätze in die Gastronomie in 2022 deutlich an.

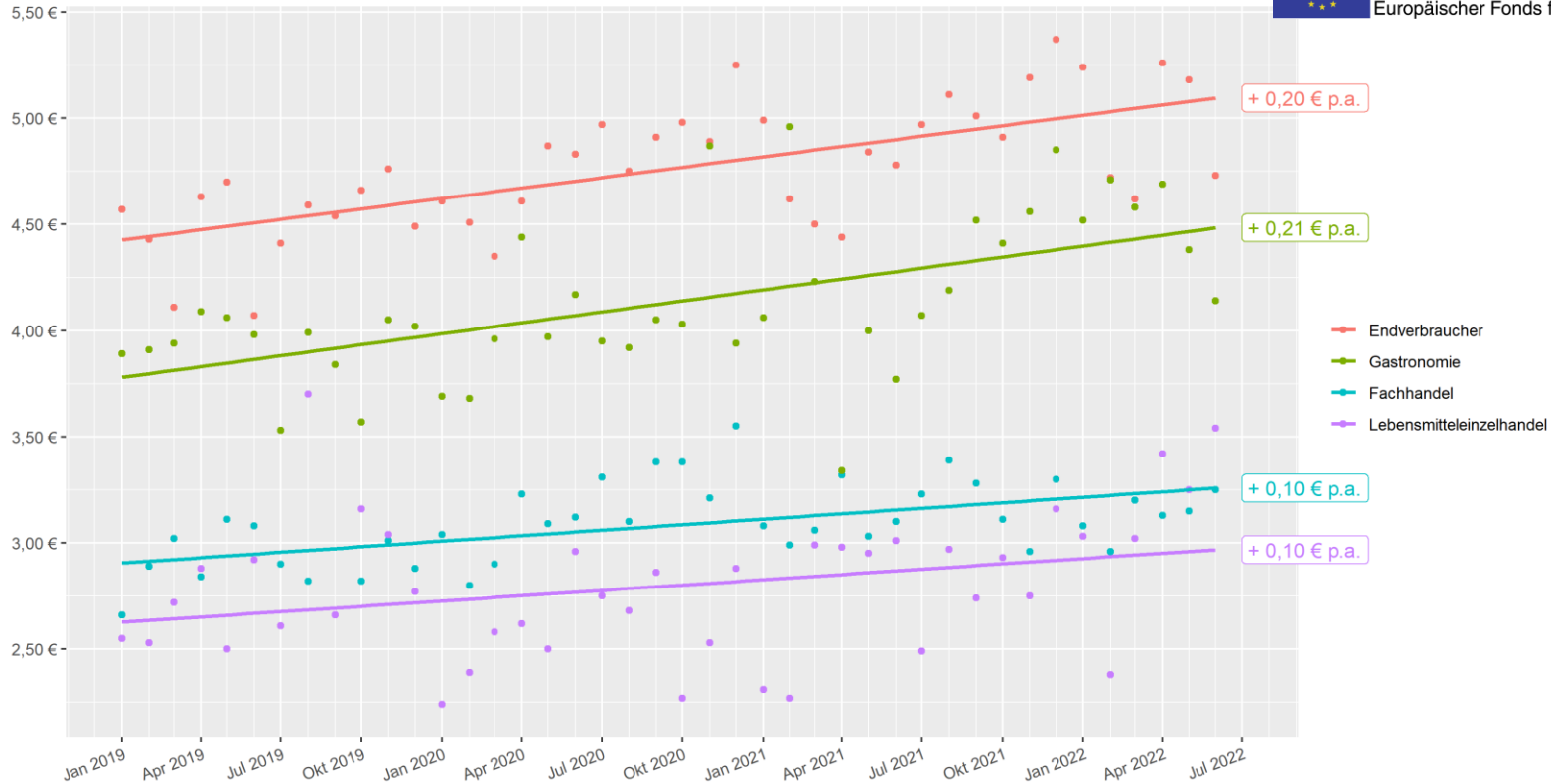
Erlöse der Weinproduzenten

# PREISENTWICKLUNG

# Durchschnittserlöse

Durchschnittserlöse €/0,75L  
nach Absatzkanälen und Monaten  
Netto ohne UST

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



Datenbank\_vom\_2022-06-13

Die Erlöse und Preise entwickeln sich noch stetig (mit starken saisonalen Schwankungen), keine aktuelle Beschleunigung des Anstiegs. Ein Anstieg von 0,20 € / Jahr deckt nicht den aktuellen Kostenanstieg. Das entspricht bei 5 € Durchschnittserlös einem Anstieg von 4% (bei Inflation von 7,9% und Anstieg Kosten Betriebsmittel der Landwirtschaft von 30%).

Hintergründe

# DIGITALE ABSATZANALYSE

<https://www.geisenheim-portal.de/was-teilnehmer-sagen/>

## Was Teilnehmer sagen

---



© Bild: Weingut Helmut Geil

### Andreas Geil

Weingut Helmut Geil, Monzernheim

„Der Vertrieb ist für die Zukunft unseres Betriebes am wichtigsten. Deshalb unterstützen wir die Geisenheimer Absatzanalyse, um neue Absatzpotentiale zu erkennen und marktgerechte Preise erzielen zu können.“



© Bild: Weingut Schönhals

### Hanneke Schönhals

Weingut Schönhals, Biebelnheim

„Wir unterstützen die Geisenheimer Absatzanalyse als Lösung von der Branche für die Branche, um zuverlässig aktuelle Absatzinformationen zu erhalten.“



© Bild: DIVINO

### Wendelin Grass

DIVINO, Nordheim/Main

„Wir freuen uns auf diese Zusammenarbeit, zumal eine derartige Datengrundlage zur Beurteilung der Weinmarktentwicklung uns dringend geboten erscheint. Indirekte Erhebungen über den Handel und Konsumenten sind einfach nicht differenziert genug, um die Entwicklungen im Weinmarkt ausreichend genau darzustellen. Insofern ist der gemeinsame Aufbau eines Datenpools direkt durch die deutschen Weinproduzenten für die Betriebe die deutlich bessere Alternative.“



<https://www.geisenheim-portal.de/teilnehmende-erp-anbieter/>

commendo **it**  
Softwarelösungen für die Weinwirtschaft



**sup** **soppe**  
+partner

  
**KCWEIN** 365  
SOFTWARE FÜR DIE WEINWIRTSCHAFT

**LexWARE**

 **WINESTRO**  
.cloud

  
**Magnum**

Weinhelp 7

 **WINITAS**  
Windows für Winzer

## Stand der Absatzdaten 13.06.2022

Wir haben die 4,6 Mio. Positionen von 110 Betrieben ausgewertet, die über den Gesamtzeitraum 2019-2022 vollständig vorlagen. Sie umfassen 77,3 Mio. Liter im Wert von 224 Mio. €. Details letzte Seite.

Damit verfolgen wir einen konservativen Ansatz und die Auswertung ist frei von Paneleffekten (keine Verzerrung durch ausscheidende oder später hinzukommende Betriebe).

81 Betriebe befinden sich noch im Prozess der Übertragung historische Daten. 32 Betriebe werden aktuell mit der Software angebunden . Durch ein hohes Interesse der Betriebe werden wir den Teilnehmern in Zukunft detailliertere Berichte bereitstellen können.

Teilnehmende Betriebe	223
Datenübertragung von Betrieben läuft bei	191
Anzahl Positionen im Datensatz insgesamt	7.584.514
<b>Vollständige Übertragung 2019 - 2022</b>	
Für Analyse berücksichtigte Betriebe	110
Für Analyse genutzte Positionen	4.575.563

### Wie gut ist die Datenlage?

Die 110 Betriebe entsprechen ca. 1,5 % aller Selbstvermarkter. Damit ist die Datenlage jetzt schon besser als beim Haushaltspanel von Nielsen, an dem 0,03 % der deutschen Haushalte teilnehmen.

## Ausgewertete Absatzdaten 13.06.2022 (n=110 Betriebe)

Umsatz pro Jahr	Anteil in %
Bis 250 T€	44
250 T€ bis 500 T€	30
500 T€ bis 750 T€	8
750 T€ bis 1 Mio. €	3
1 Mio. € bis 2 Mio. €	5
2 Mio. € bis 3 Mio. €	3
Über 3 Mio. €	6

Anbaugebiet	Anteil in %
Mosel	20
Pfalz	20
Rheinhessen	19
Franken	11
Württemberg	9
Baden	8
Rheingau	8
Hessische Bergstraße	1
Mittelrhein	1
Nahe	1
Saale-Unstrut	1
Sachsen	1

## Ausgewertete Absatzdaten 13.06.2022

(n=110 Betriebe)

		<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Endverbraucher</b>	Umsatz (Mio. €)	35,9	50,8	44,9	15,9
	Absatz (Mio. Liter)	5,9	7,7	6,8	2,4
<b>Fachhandel</b>	Umsatz (Mio. €)	34,7	35,0	31,2	15,4
	Absatz (Mio. Liter)	8,8	8,0	7,2	3,6
<b>Gastronomie</b>	Umsatz (Mio. €)	8,6	7,1	7,4	3,4
	Absatz (Mio. Liter)	1,6	1,3	1,3	0,5
<b>LEH</b>	Umsatz (Mio. €)	20,7	26,8	25,5	8,6
	Absatz (Mio. Liter)	5,6	7,7	6,9	2,2

## Kontakt

Prof. Dr. Simone Loose  
Head of Department of Wine and Beverage  
Business Research  
Geisenheim University  
Tel. +49 6722 502 382

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

[Geisenheim study programs](#) and new part time [MBA „Management in Wine Business“](#)