

Weinverkauf neu gedacht: Direkt beim Winzer boomt wie nie zuvor!

Zunehmender Direktvertrieb von Spitzenweinen beim Winzer: VDP-Vorsitzender Christmann äußert sich zu Trends und Herausforderungen.



Mainz, Deutschland - Die Weinbranche in Deutschland verzeichnet einen bemerkenswerten Anstieg beim Direktvertrieb. Immer mehr Verbraucher entscheiden sich dafür, Spitzenweine direkt beim Winzer zu kaufen. Dies geht aus aktuellen Zahlen des Verbands Deutscher Prädikatsweingüter (VDP) hervor. Der Anteil des Ab-Hof-Verkaufs hat sich im Jahr 2024 um 3,5 Prozentpunkte erhöht und liegt jetzt bei beeindruckenden 33 Prozent. Besonders interessante Daten zeigen, dass einige Winzer sogar bis zu 80 Prozent ihres Umsatzes durch diesen Vertriebskanal erzielen. Diese Entwicklung ist besonders bemerkenswert, wenn man bedenkt, dass der Ab-Hof-Verkauf vor zehn Jahren als Auslaufmodell galt.

Die Bedeutung von Onlineshops bleibt ebenfalls nicht unbeachtet. Eigenen Onlineshops tragen mit 11 Prozent zum Direktvertrieb bei, während externe Onlineshops etwa 5 Prozent des Absatzes ausmachen. Die Fachhändler verkaufen über 25 Prozent der Weine und auch die Gastronomie hat mit 17 Prozent einen nicht unerheblichen Anteil am Absatz, während der Lebensmitteleinzelhandel lediglich 6 Prozent beisteuert. Zudem planen neun von zehn VDP-Weingütern, ihre digitalen Direktvertriebsaktivitäten deutlich zu intensivieren.

Die Rolle der Digitalisierung

Die zunehmende Digitalisierung spielt eine zentrale Rolle im Weinvertrieb. Social Media, insbesondere Instagram, wird als ausgesprochen wichtig erachtet. Laut dem aktuellen ProWein Business Report nutzen zwar nur 40 Prozent der Weinproduzenten digitale Tools in der Weinherstellung, dennoch besteht ein enormes Potenzial. So verwenden über 75 Prozent der Produzenten und Händler bereits Warenwirtschaftssysteme (ERP), während mehr als 50 Prozent auf Customer-Relationship-Management (CRM) Systeme zugreifen.

Die digitale Transformation erstreckt sich jedoch nicht nur auf die Herstellung. Viele Winzer stehen vor der Herausforderung einer geringen Akzeptanz neuer digitaler Marketinglösungen weniger als 15 Prozent planen Investitionen in diesem Bereich bis 2025. Dennoch nutzen über zwei Drittel der Unternehmen E-Mail und Social Media für ihre Marketingstrategien, während rund zwei Drittel eigene Online-Shops betreiben.

Marktentwicklungen und Herausforderungen

Trotz des positiven Trends ist die Branche nicht ohne Herausforderungen. Der Jahrgang 2024 zeichnet sich aufgrund von Frost und hohem Pilzdruck durch eine geringere Ernte aus das letzte Mal trat ein solches Szenario vor 15 Jahren ein.

Bezüglich der Preise für Weine wird jedoch ein Anstieg nicht erwartet. Durchschnittlich liegt der Preis für deutschen Wein bei 4,47 Euro pro Liter, während VDP-Gutsweine zwischen 11,50 Euro und 40 Euro kosten können.

Die aktuelle Marktlage zeigt einen Rückgang im Absatz der VDP-Weingüter im Jahr 2022 um 10 Prozent, was zu einem Umsatzrückgang von 3 Prozent auf etwa 446 Millionen Euro führte. Trotz dieser Herausforderungen sind die VDP-Prädikatsweingüter optimistisch und werden sich auf der kommenden Weinbörse in Mainz, der größten Fachmesse für deutsche Spitzenweine, präsentieren.

Details	
Ort	Mainz, Deutschland
Quellen	• www.suedkurier.de • www.prowein.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de