



# BRANCHENSTUDIE WEINBAU

Aus der Strukturkrise im Weinbau gestärkt  
hervorgehen



Februar 2026 | Frankfurt am Main



## Inhalt

- 1 Aktuelle Marktlage und Branchenstruktur
- 2 Herausforderungen im Weinbau
- 3 Handlungsempfehlungen
- 4 Unser Leistungsangebot

## Ihre Ansprechpartner



**DR. KLAUS BUCHHOLTZ**  
Partner, [k.buchholtz@splusv.de](mailto:k.buchholtz@splusv.de)



**TIMO FEY**  
Partner, [t.fey@splusv.de](mailto:t.fey@splusv.de)

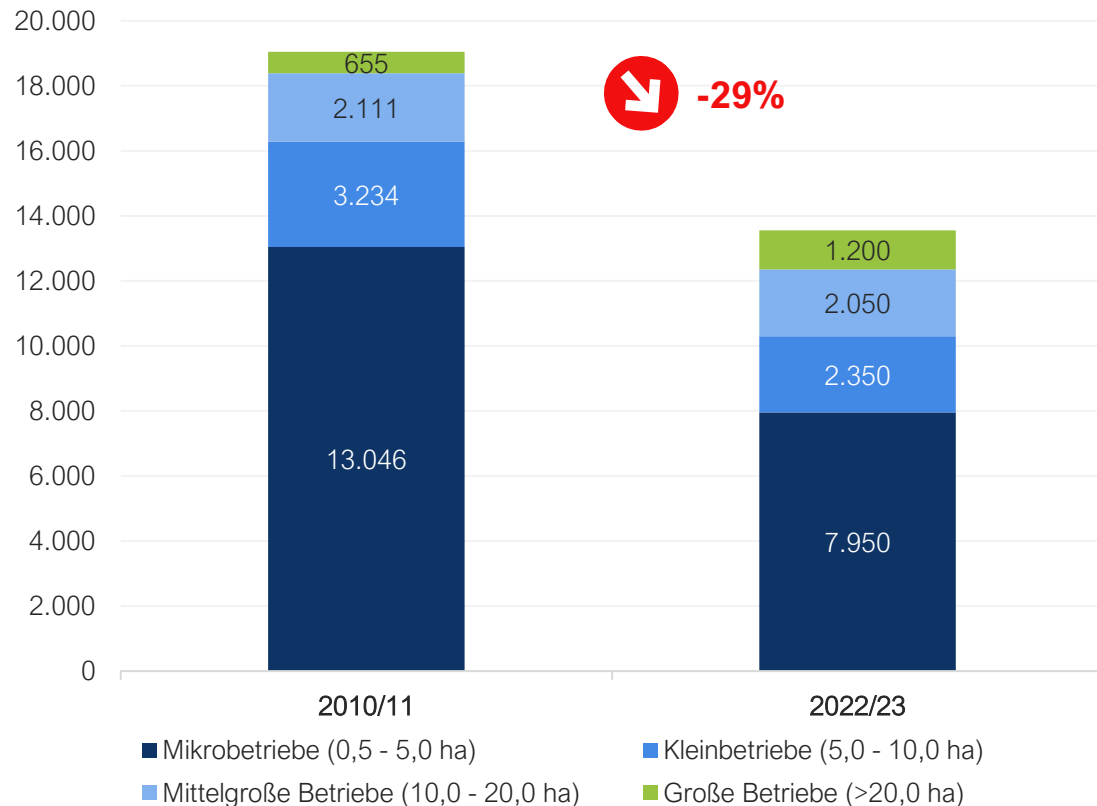
Die aktuellen Entwicklungen im Weinbau sind kein kurzfristiger Trend, sondern Ausdruck eines dauerhaften Strukturwandels, der Unternehmen zu Anpassungen zwingt

## VOM NACHFRAGEKNICK ZUR STRUKTURKRISE – DIE WEINBAUBRACHNE STEHT VOR GROßEN HERAUSFORDERUNGEN

	NACHFRAGEPROBLEM	➤➤➤	Weinverbrauch sinkt seit Jahren; jüngere Generationen konsumieren deutlich weniger Wein als ältere.
	WETTBEWERBS- & PREISDRUCK	➤➤➤	Marktanteil deutscher Weine fällt auf historisch niedrige 42 %, Konsumenten weichen auf günstigere Importe aus.
	PROFITABILITÄTSDRUCK	➤➤➤	Gleichzeitig: <b>Kosteninflation</b> durch gestiegene Energie-, Personal- und Materialkosten.
	PLANUNGSSICHERHEIT	➤➤➤	<b>Unklarheit</b> in Bezug auf politische und regulatorische <b>Perspektiven</b> erschweren Investitions- und Zukunftsentscheidungen.

## Die Branchenstruktur ist im Umbruch mit signifikanter Marktkonsolidierung – kleine Betriebe verlieren, große Betriebe wachsen und erobern Marktanteile

### ANZAHL WEINBAUBETRIEBE IN DEUTSCHLAND



Deutsches Weininstitut (DWI) (2025)., Deutscher Wein Statistik 24/25

### ANALYSE

- Gesamtzahl der Betriebe seit 2010/11 von 19.046 auf 13.550 um 29 % gesunken.
- Klein- und Mikrobetriebe sind besonders betroffen (-39 %).
- Größere Betriebe (>20 ha) wachsen signifikant (+83 %).
- ⇒ Konsolidierung in Bezug auf Betriebsgröße und -anzahl deutlich sichtbar.
- ⇒ Betriebsgröße scheint für die erfolgreiche Unternehmensentwicklung wichtiger zu werden.

”

*Wenn sich nichts grundlegend ändert, werden 50%-60% aller deutschen **Winzerfamilien** in den **Bankrott** rutschen!*

Zukunftsinitiative Deutscher Weinbau e.V., 2025

## Ohne klare Positionierung und kanalstrategische Disziplin lässt sich kein profitables Geschäftsmodell aufbauen

1

### Positionierung unscharf

Ohne klare Marke & Konsistenz in der Kommunikation sind stabile Preise kaum durchsetzbar.

2

### Qualität alleine reicht nicht

Langfristiger Unternehmenserfolg erfordert neben guter Arbeit im Weinberg & Weinkeller zunehmend Kompetenz in Marketing & Vertrieb.

3

### Vertrieb wird komplexer

Diversifikation der Absatzwege und Auswahl der zum Produkt passenden Vertriebskanäle gewinnt an Bedeutung.

### Zentrale Fragen für das Management

„Sind unsere Absatzwege & Zielkunden wirklich passend zur Positionierung?“

„Welcher Kanal bringt Ertrag – welcher nur Umsatz?“

„Wie stark ist unsere Marke – und ist sie für Kunden klar erkennbar?“

”

*49% der Betriebe gaben an, in den letzten 10 Jahren keine Kostenanalyse durchgeführt zu haben.*

*Damit steuert knapp die Hälfte der Weinbaubetriebe ohne belastbare Datenbasis!*

*Unklar ist: Wo wird Geld verdient und wo Geld verbrannt?*

Kurth, A. & Mengel, F. (2023). Kostenstrukturen und Margen von Weingütern.

Hochschule Geisenheim University, Geisenheim

## Viele Betriebe steuern im Blindflug, ohne belastbare Zahlen zu Kosten und Profitabilität – eine strategische Neuausrichtung ist so nicht möglich

1

### Fehlende Kostentransparenz

Rund die Hälfte der Betriebe steuert ohne belastbare Kostenanalyse und trifft Entscheidungen ohne Kenntnis der tatsächlichen Kostenstruktur.

2

### Margen unter Druck

Kostensteigerungen werden durch Preise nicht kompensiert, die Margen sinken spürbar und gefährden die wirtschaftliche Stabilität.

3

### Wirtschaftlichkeit unklar

Die Profitabilität einzelner Flächen, Weine und Vertriebskanäle ist unklar, wodurch Potenziale und Verlusttreiber unentdeckt bleiben.



### Fragen für das Management

„Nutzen wir das volle Preispotenzial unserer Weine und Angebote?“

„Welche Lagen, Weine und Vertriebskanäle verdienen Geld – und welche nicht?“

„Wo können wir Kosten entlang der Wertschöpfungskette reduzieren?“



# Klare Strategie und eindeutiger Fokus als Fundament für Erfolg – fehlt der Fokus, fehlt die Perspektive und die geordnete Betriebsaufgabe wird zur Option



## Mit dem Fahrplan von S+V zur Neuausrichtung: Klare Entscheidungen, höhere Profitabilität und eine nachhaltige Zukunft

### IN FÜNF SCHRITTEN ZU EINEM ZUKUNFTSFÄHIGEN GESCHÄFTSMODELL

1

#### STATUS-CHECK

Kosten, Liquidität, Cash-Burn, Verschuldung

2

#### PROFITABILITÄTS-SCAN

DB je Weinlinie / ha / Kanal; Eliminierung negativer Positionen

3

#### ARCHETYP WÄHLEN

Effizienz-, Marken- oder Nischenführer (oder geordneter Auslaufbetrieb)

4

#### GESCHÄFTSMODELL SCHÄRFEN

Kanäle, Preispunkte, Zielkunden, Investitionen

5

#### BANKEN- & INVESTORENSTORY

Umsetzung in Planungsrechnungen und Finanzierungskonzept

Eine Branche befindet sich im Wandel – Zeit zu handeln  
Wir helfen Weinbaubetrieben ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell aufzubauen



### Wie S+V unterstützt

- ✓ Wir schaffen Transparenz über Status und Potenziale Ihres Weinbaubetriebs.
- ✓ Gemeinsam entwickeln wir einen finanziell tragfähigen Zukunftsplan.
- ✓ In der Umsetzung bleiben wir an Ihrer Seite, bis Ergebnisse sichtbar werden.