

## Weinmarkt aktuell – vom Erntesegen zum Vermarktungsfluch

**Bernd Wechsler,**

Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing  
Rheinland-Pfalz

Die Qualitätswein-Anstellungen in Rheinland-Pfalz lagen zum 30.06.2018 bei rund 2,68 Mio. hl und damit deutlich unter der Menge des Vorjahres (-5,2%). Seit nunmehr 13 Jahren wertet das Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing in Oppenheim die Halbjahresdaten der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz aus und noch nie war die geprüfte Qualitätsweinmenge so niedrig wie zur Jahresmitte 2018. Dieser deutliche Rückgang ist natürlich vor allem der viel zu klein geratenen Ernte im Jahr 2017 geschuldet. Gleichwohl ist der eigentlich positive Trend bei den Anstellungen nach 2010 damit zunächst einmal gebrochen.

### ■ *Rund 25 Mio. Liter Qualitätswein-anstellungen weniger in 2018*

Aus den Erfahrungen der vergangenen Jahre wissen wir, dass es Unterschiede im Anstellungsverhalten zwischen Kellereien und Weingütern gibt. Weingüter haben einen Füllschwerpunkt im Frühjahr, so dass bis Ende Juni in der Regel 70 % der Jahresmenge angestellt worden sind. Kellereien wie auch die Winzergesellschaften arbeiten kontinuierlicher und sehr bedarfsorientiert. In der Regel haben diese Unterneh-

men zur Jahresmitte rund die Hälfte ihrer Gesamtmenge eines Jahres gefüllt und von der LWK prüfen lassen. Diese Quoten sind sehr konstant und erlauben es deshalb, die Anstellungsmenge auf das ganze Jahr hochzurechnen. Unter der Voraussetzung, dass es zu keinen außergewöhnlichen Marktverwerfungen kommt, wird die Qualitätsweinmenge aus Rheinland-Pfalz im Jahr 2018 wohl bei rd. 4,75 Mio. hl liegen. Das würde einen Rückgang um rund 25 Mio. Litern oder 5,2% gegenüber dem Vorjahr bedeuten. Wie bereits ausgeführt, sind diese rückläufigen Anstellungsmengen vor allem eine Folge der kleinen Ernte im Jahr 2017 und noch kein Zeichen für einen nachhaltig schwächelnden Qualitätsweinmarkt.

Interessant sind die Veränderungen der Anstellungsmengen im Vergleich der Anbaugebiete untereinander. Nur noch einmal zur Erinnerung: Die Erntemengen im Jahr 2017 lagen in allen rheinland-pfälzischen Anbaugebieten deutlich unter dem Vorjahresniveau. Das Statistische Landesamt meldete für Rheinhessen und die Mosel eine Weinmosternte, die um 23 % niedriger war als 2016. An der Nahe wurden 18 % weniger geerntet. Von den großen Anbaugebieten kam die Pfalz mit einem Minus von 6 % noch vergleichsweise glimpflich davon. Dieser Fakt darf sicher zu einem großen Teil als Erklärung für die deutlichen Unterschiede bei den Anstellungen zwischen der Pfalz und allen anderen Anbaugebieten im Land herhalten.

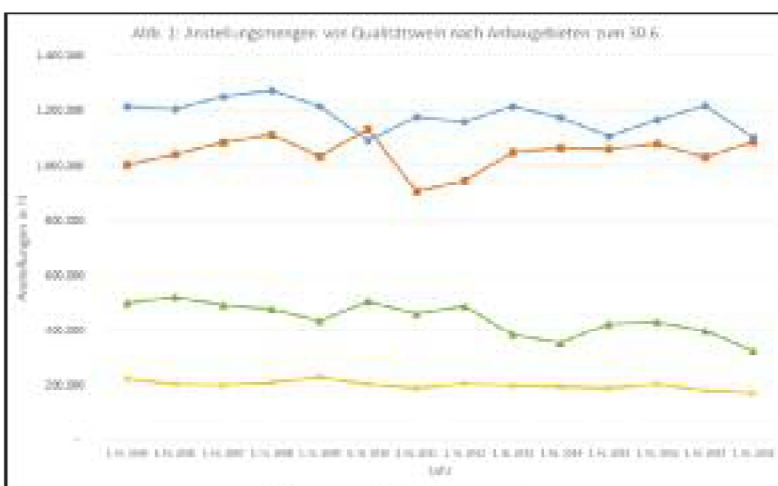


Abb. 1: Qualitätsweinanstellungen zum 30.6. nach Anbaugebieten

### ■ *Rheinhessen trifft die kleine Erntemenge besonders hart*

In den letzten Jahren war es immer wieder Rheinhessen, das von den vergleichsweise günstigen Fassweinspreisen und kleineren Ernten in der Pfalz oder an der Mosel profitieren konnte. Nicht so im Jahr 2018. Die Anstellungsmenge von Rheinhessenwein ist zur Jahresmitte um fast 10 % auf nur 1,1 Mio. hl zurückgegangen (siehe Abb. 2). Im Gegensatz zur Pfalz sind die Vorzeichen auch bei den Kellereien über alle Weinarten und Rebsorten negativ. Beim Riesling stellen die großen Verarbeiter 12 % weniger an. Auch Grauburgunder war offensichtlich in Rheinhessen nicht mehr zu beschaffen, denn die Anstellungen sanken erstmals seit Jahren um 11 %. Besonders drastisch sind aber die Einbrüche bei Dornfelder Rotwein aus Rheinhessen. Fast 7 Mio. Liter (- 40 %) füllten die Kellereien weniger. Ob das tatsächlich nur an der Verfügbarkeit lag oder ob hier die Präferenz der Kellereien für Dornfelder aus der Pfalz durchscheint, ist nicht mit Sicherheit zu sagen. Wer den schleppenden Abverkauf von Dornfelder Rotwein aus Rheinhessen im 1. Halbjahr 2018 beobachtet hat, darf sich diese Frage aber durchaus stellen.

### ■ *Qualitätswein aus der Pfalz widersteht dem Abwärtstrend*

Trotz der kleineren Ernte im letzten Jahr legt die Pfalz bei den Qualitätsweinanstellungen 2018 um insgesamt 5,2 % zu. Es sind die Kellereien, die für das positive Vorzeichen sorgen. Während die Anstellungsmengen von Pfälzer Weingütern (-5,3 %) und Winzergenossenschaften (-1,8 %) zurückgehen, stiegen die von Kellereien um beeindruckende 14,3 % an. Das entspricht einem Plus von rund 7,5 Mio. Litern.

Der Anstieg von Pfälzer Qualitätswein bei den Kellereianstellungen war über nahezu alle relevanten Weinarten und Rebsorten festzustellen. Nicht nur die klassischen Weißweinsorten wie Riesling (+ 32 % gg. Vj.) Grauburgunder (+11 %), Müller-Thurgau (+ 8%) oder Chardonnay (+ 68 %) sind gewachsen. Auch im eher schwächeren Rotweinsegment legten die Kellereien kräftig zu. So stiegen die Anstellungen von Dornfelder Rotwein aus der Pfalz um mehr als 2,5 Mio. l (+19 %) und Dornfelder Rosé um 0,5 Mio. l (+ 28 %) an.

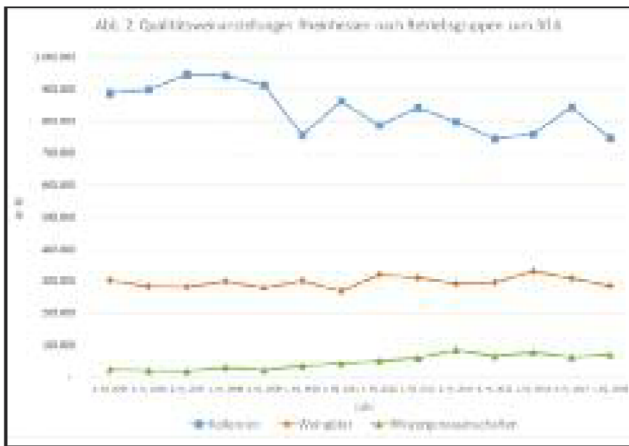
### ■ *GfK meldet sinkende Marktanteile von Rheinhessenwein*

Auch die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) informierte die Weinbranche über die Entwicklungen auf dem deutschen Weinmarkt mit Halbjahreszahlen. Die Nürnberger Marktforscher bestätigen den gleichen Trend, der bei den Anstellungen der Qualitätsweinprüfung zu erkennen ist. So hat die Pfalz den Marktanteil am Deutschweinssegment im LEH inkl. der Discounter von 27 % im 1. Halbjahr 2017 auf 30 % in 2018 ausgebaut. Im gleichen Betrachtungszeitraum ist der Marktanteil von Rheinhessen von 36 % auf 30 % und der von Moselwein von 7 % auf 5 % zurückgegangen. Die Entwicklungen bei den Qualitätsweinanstellung, die oben beschrieben wurden, sind damit bereits voll auf den Markt durchgeschlagen.

Grundsätzlich herrscht keine schlechte Stimmung am deutschen Weinmarkt, aber auch im 1. Halbjahr 2018 ist die von privaten Haushalten eingekaufte Menge Wein um 3,1 % zurückgegangen. Das liegt zum einen daran, dass die Zahl der Käuferhaushalte rückläufig war, zum anderen aber auch am preissensiblen Einkauf der Weintrinker. Und Preiserhöhungen gab es bei nahezu allen Anbietern. Nicht nur die deutsche Ernte 2017 war klein. In ganz Europa und bei einem Großteil der Weinproduzenten aus Übersee waren die Erntemengen gering. Kleines Angebot führt zu höheren Preisen und in der Folge zur Kaufzurückhaltung beim deutschen Verbraucher. So meldet die GfK einen Rückgang des mengenmäßigen Marktanteils von deutschem Wein auf 43 % im ersten Halbjahr. Trotz der leichten Rückgänge im Absatz war die Wertentwicklung von Deutschen Weinen aber insgesamt positiv. Der Umsatzanteil von Deutschland ist auf 50 % des Gesamtmarktes gestiegen, ein Plus von 2,1 %-Punkten. Alles in allem kein schlechtes Ergebnis für die deutschen Winzer und Kellereien. Trotzdem bleibt der deutsche Weinmarkt einer der am härtesten umkämpften Weinmärkte der Welt. Das Angebot ist riesig und die Konkurrenz groß.

### ■ *Auswirkungen der großen Weinernte 2018*

Die globale Weinproduktion 2018 schätzt das OIV auf 279 Mio hl, gegenüber 2017 ist dies ein Anstieg von 13 %. Die Produktion 2018 dürfte eine der höchsten



seit 2000 sein. Bekanntlich war das Jahr 2017 weltweit von schwierigen klimatischen Bedingungen geprägt, die die Weinerzeugung in vielen Ländern der Welt beeinträchtigt haben. Die noch vorläufigen Daten zur Weinproduktion 2017 wurden entsprechend den jüngsten aufgezeichneten Daten nach unten korrigiert.

Weltweit führendes Erzeugerland bleibt Italien (48,5 Mio hl). Es folgen Frankreich (46,4 Mio hl) und Spanien (40,9 Mio hl). Die Vereinigten Staaten (23,9 Mio hl) erzielen weiterhin ein hohes Produktionsniveau. In Südamerika zieht die Weinproduktion stark an: Argentinien (14,5 Mio hl), Chile (12,9 Mio hl) und Brasilien (3,4 Mio hl). In Südafrika (9,4 Mio hl) wurde die Weinerzeugung durch die Trockenheit beeinträchtigt.

In Deutschland wird die Weinmosternte derzeit auf rd. 10,7 Mio. hl geschätzt. Damit liegt die Ernte ca. 23 % über dem Durchschnitt der letzten 10 Jahre. Auch Rheinhessen bescherte das Jahr 2018 mit rd. 3 Mio. hl eine reiche Ernte. Ob aus dem Erntesegen ein Vermarktungsfluch wird, ist die spannende Frage in den nächsten Monaten. Möglicherweise wird die Branche in einem Jahr die Diskussion um eine neue Exportstrategie für deutschen Wein wieder aufnehmen, die aufgrund der fehlenden Weinmengen im letzten Jahr etwas eingeschlafen war.

Trifft ein großes Angebot auf eine rückläufige Nachfrage, bedeutet das fallende Preise. Das gilt vor allem für den Fassweinmarkt, der letztlich ein reines Mengengeschäft ist. Allenfalls attraktive Rebsorten können sich diesem Mechanismus entziehen. Die Herbstpreise haben deshalb die erwartete Entwick-

lung genommen. Allerdings waren die Preisrückgänge bei weitem nicht so schlimm, wie befürchtet. Zum einen waren die Keller nach der Missernte 2017 weitgehend leereräumt. Zum anderen reduziert die Mengenregelung, mit der Möglichkeit auch Landwein oder Verarbeitungswein auszuweisen, die vermarktete Qualitätsweinmenge.

### Mehr Kontinuität im Basissegment

Die Schwäche des Systems liegt darin, dass es nicht gelingt dauerhaft eine stabile Rohstoffbasis z. B. für Landwein zu sichern. Die schwankenden Erntemengen machen es den Kellereien schwer bis unmöglich zu planen und sich dauerhaft mit Produkten in diesem Marktsegment zu platzieren. Verträge könnten helfen, sind aber in der Branche unbeliebt.

### Regionales Profil von Rheinhessen weiter schärfen

Noch sind die Auswirkungen der großen Ernte 2018 nicht sicher abzuschätzen. Es wird aber keine leichte Aufgabe, verloren gegangene Marktanteile zurückzugewinnen. Hilfreich ist eine für den Verbraucher klar erkennbare regionale Profilierung, die auch im Rahmen der Schutzgemeinschaften weiter ausgebaut werden muss.

### Winzer/innen sind die besten Botschafter

Zu den eindeutigen Stärken Rheinhessens zählen natürlich die vielen Flaschenwein vermarktenden Weingüter und innovativen Winzer und Winzerinnen, die wesentlich zum Bild der Region beitragen. Mit klaren Markenkonzepten sind diese Betriebe die wichtigsten Botschafter Rheinhessens, die mit einer deutlichen Differenzierungsstrategie, nach der Qualitätsführerschaft im deutschen Weinbau streben.

### Herausforderung Export

Es wird erwartet, dass der Weinkonsum in Deutschland aufgrund sinkender Käuferzahlen auch künftig weiter zurückgeht. Die Erschließung neuer Märkte im Ausland gehört deshalb zu den größten Herausforderungen der nächsten Jahre. Nicht nur Kellereien, sondern auch Flaschenwein vermarktende Weingüter müssen sich dieser Situation stellen und mit attraktiven Produktkonzepten Marktchancen nutzen.