

A black and white photograph of a steep hillside covered in stone terracing and vineyards. The terracing consists of several levels of stone walls, with a central stone staircase leading up the slope. The vineyards are planted in rows, with some vines supported by wooden stakes. The overall scene is a traditional agricultural landscape.

„ROLLING TO THE FUTURE“

Verbesserung der Wirtschaftlichkeit von Steillagen
Wissenstransfer Projekt 13.11.24
JANEK SCHUMANN MW

KEY MESSAGES IWSR REPORT



1. Veränderter Lebensstil
2. Konkurrenz mit anderen Getränken
3. Weinkonsum wird seltener
4. Premium-Weine auch im leichten Abwärtstrend
5. Super Premium Weine zeigen mehr Resilienz

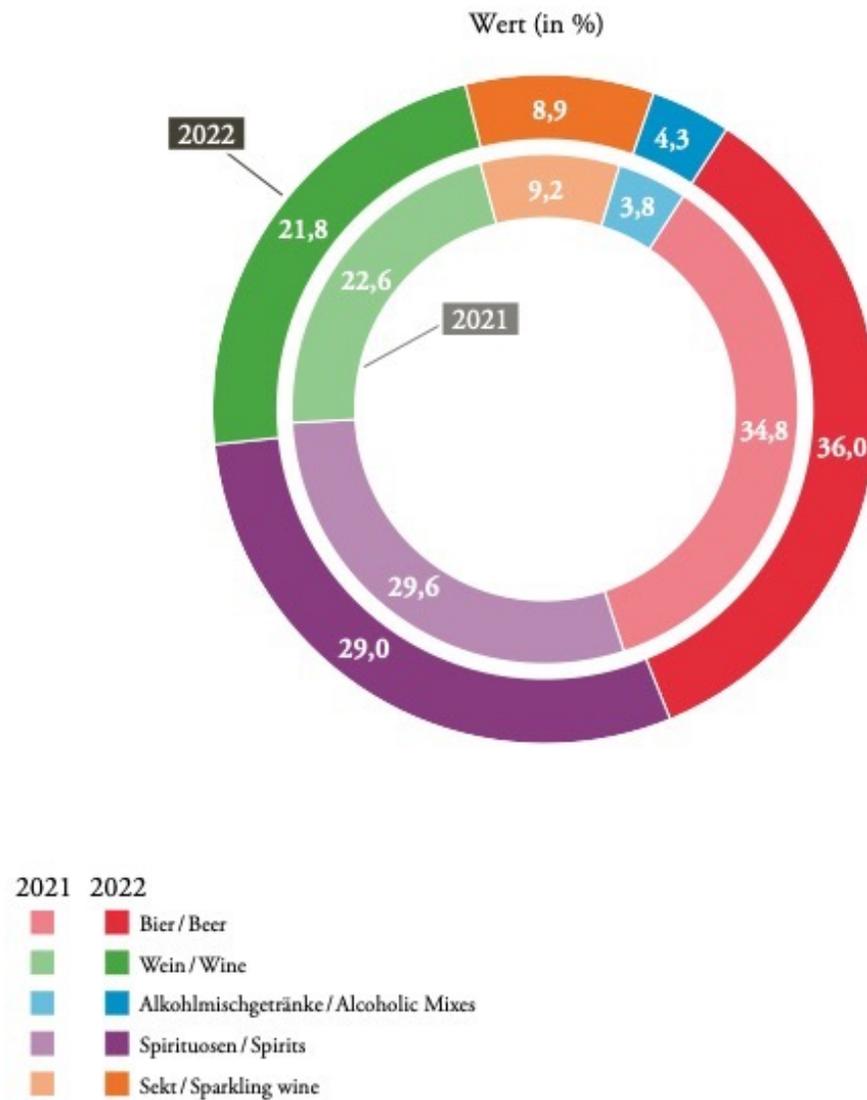
Top 10 Wine Consuming Countries Ranked by Millions of 9L Cases

Rank	Market	2015	2020	2021	2022	Vol. Chg. 2015-2023
1	United States	324.0	344.5	340.0	329.1	5.1
2	France	303.3	257.8	276.7	281.1	-22.2
3	Italy	237.8	268.9	268.9	255.6	17.8
4	Germany	217.8	220.0	221.1	215.6	-2.2
5	United Kingdom	142.2	146.7	145.6	142.2	0.0
6	Russia	107.8	114.4	116.7	120.0	12.2
7	Spain	108.9	102.2	114.4	114.4	5.5
8	China	201.1	137.8	116.7	97.8	-103.3
9	Argentina	114.4	104.4	93.3	92.2	-22.2
10	Portugal	53.3	48.9	58.9	66.7	13.4

Source: Shanken Impact Data Bank, 2023

Übersicht / Table 25

Marktanteile (Wert) verschiedener alkoholischer Getränke 2021 / 2022
Market shares (value) of various alcoholic beverages 2021 / 2022

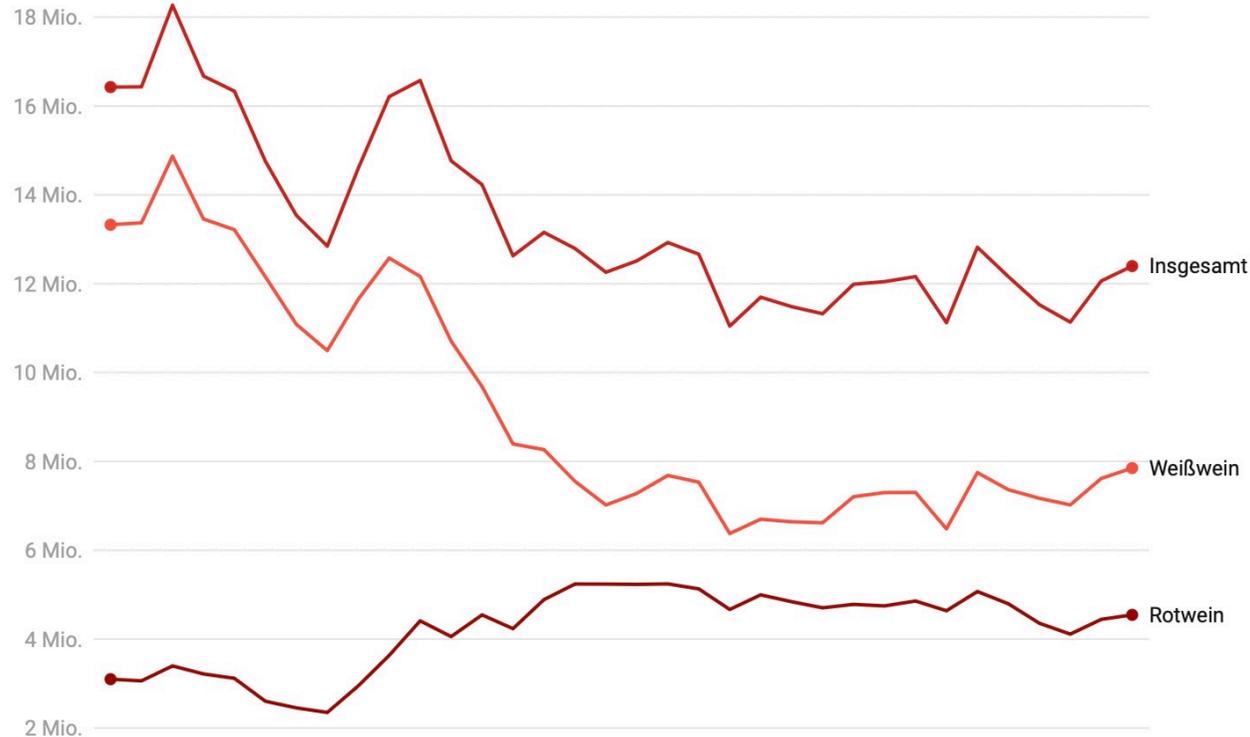


Quelle / Source: NielsenIQ Handelspanel

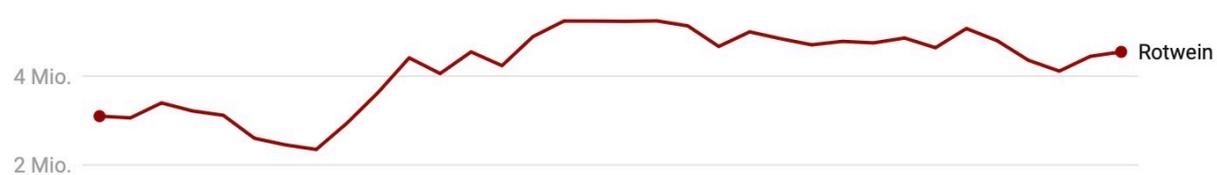
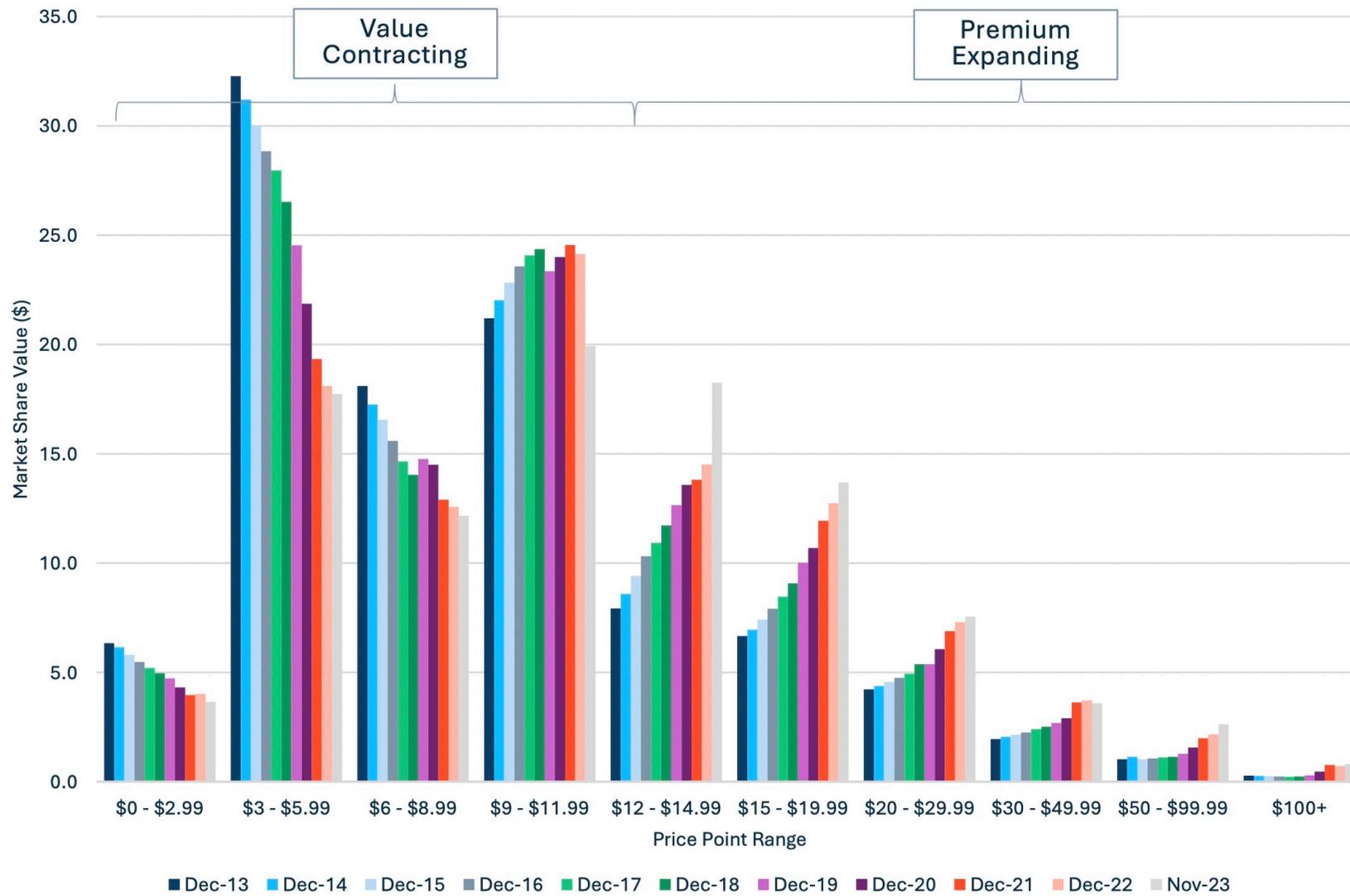
Weinbestände nehmen zu

Am 31.7.2024 befanden sich 12,4 Mio. hl Wein in den Kellern der Erzeugerbetriebe und des Handels. Damit sei der Weinbestand um 2,8% höher als im Vorjahr (+335.000 hl), heißt es in einer aktuellen Mitteilung des Statistischen Bundesamts, Wiesbaden. Für die Jahre 2014 bis 2023 ermittelte die Behörde einen Durchschnitt von 11,8 Mio. hl Wein. Gegenüber diesem langjährigen Mittel sei das Ergebnis im Jahr 2024 um 4,8% höher ausgefallen (+562.000 hl). 63% der aktuellen Weinbestände waren Weißweine und 37% Rotweine. Schaumweine machten mit 2,3 Mio. hl etwa 19% des gesamten Weinbestands aus. Zwei Drittel waren Weine mit geschützter Ursprungsbezeichnung. Weitere 4% hatten eine geschützte geografische Angabe. 53% lagerten bei den Erzeugern, das heißt in den Kellern und Lagerräumen der Weinbaubetriebe, Winzergenossenschaften und Kellereien. Die restlichen 47% entfallen auf Unternehmen des Großhandels. -red-

Weinbestände Deutschland 1991-2024



Annual off-Premise Value Share of Market by Price Range



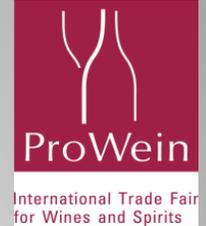
2024 State of the Wine Industry Report: The Future: Predictions for 2024



- Absent an external event, **the economy will unlikely enter a recession in 2024.**
- Tasting room visitation that was lower over the past two summers will **grow in 2024.**
- Slower in 2023 through October, **DTC sales will grow again modestly** in 2024.
- Total wine category **sales will end in 2023 with negative volume growth between minus 4% and minus 2%.** Volume growth will remain negative in 2024. Value sales will hover near 0% growth, plus or minus 1.5% in 2023, and remain in that range in 2024.
- Premium wineries will **end 2023 with slightly negative volume sales. Value sales growth between 1% to 4% is expected, strengthened by a good Q423. Total premium wine sales by value will improve in 2024.**

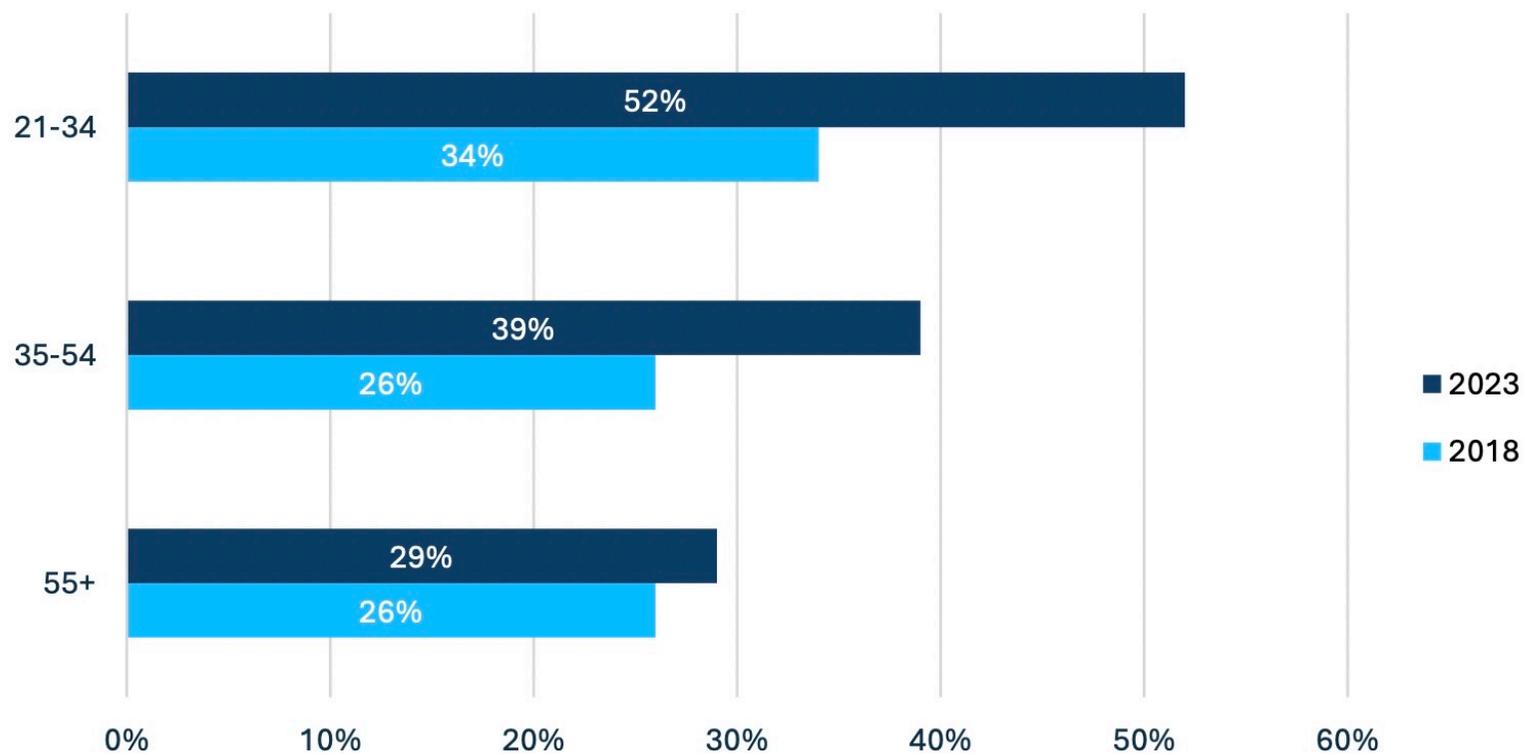


ProWein Business Report 2024



Steigende (*bzw. anhaltend hohe*) Kosten bei gleichzeitigem Nachfragerückgang stellen die Weinbranche derzeit vor große wirtschaftliche Herausforderungen, die durch den langfristigen Trend zu Gesundheit und veränderte Verbraucherpräferenzen noch verschärft werden.

Is Moderate Drinking Bad for your Health?



Threats and challenges for the wine industry

2023 VS. 2022

What are the biggest threats and challenges for your company?

% who stated that the following threats and challenges to the wine industry will have a strong or very strong effect (2023 n=2,018; 2022 n=2,455)

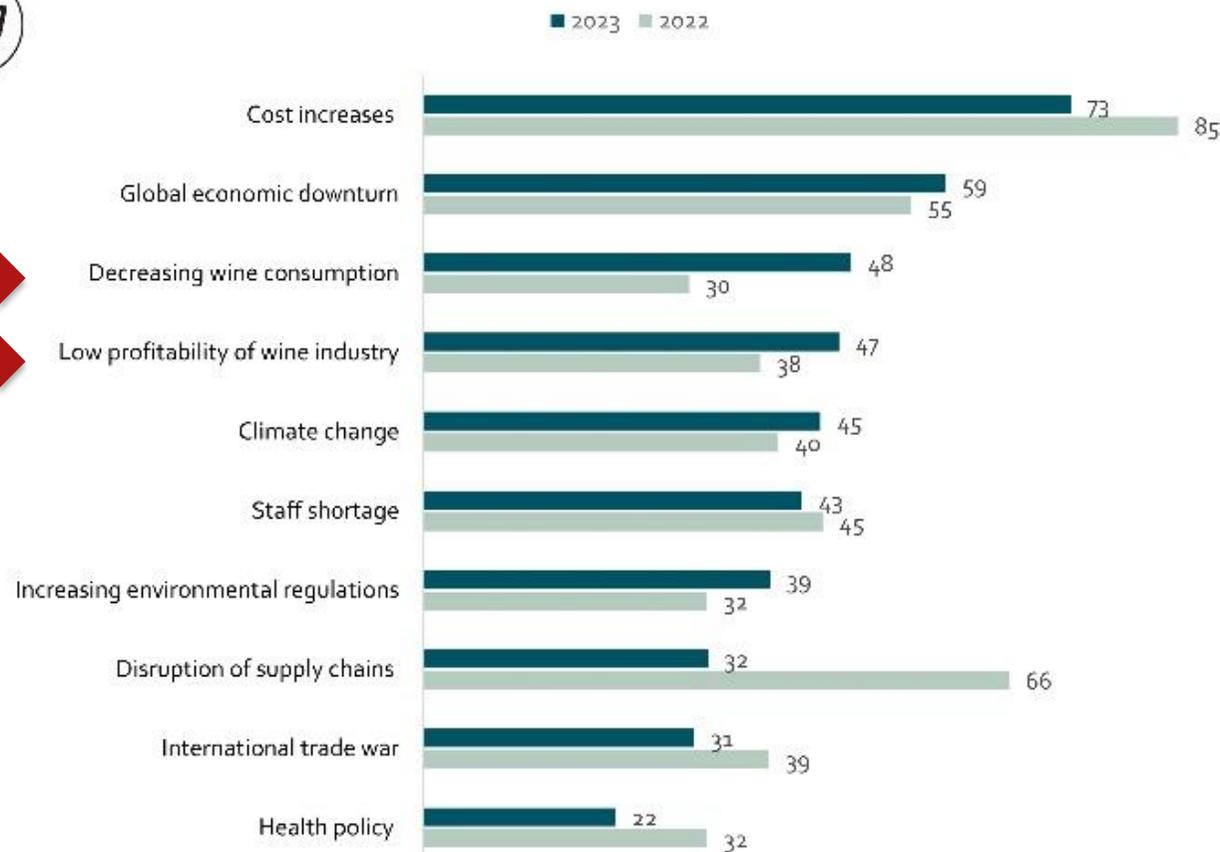
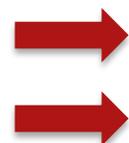
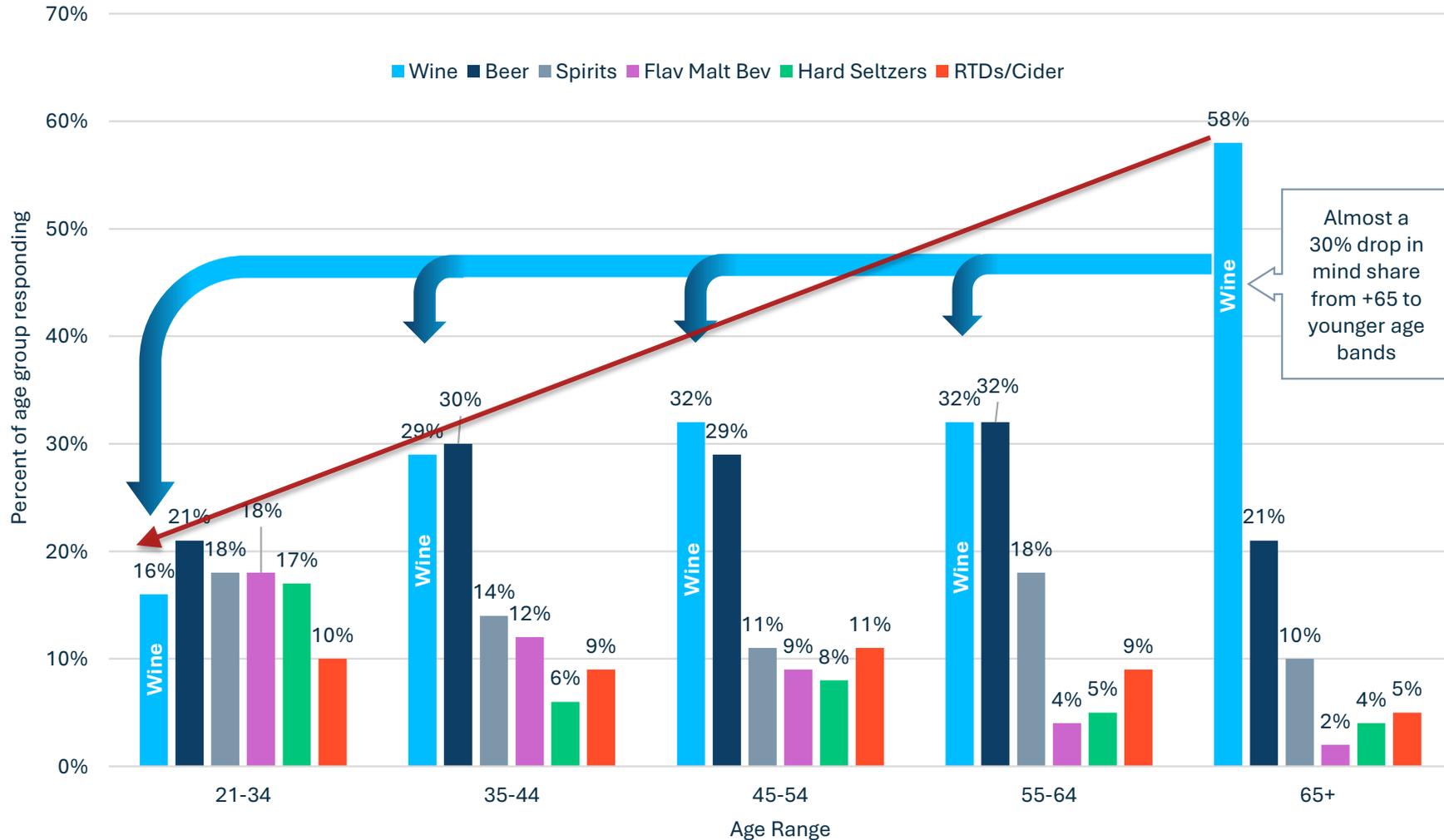


Abbildung 1 Bedrohungen und Herausforderungen für die Weinbranche

Survey Question: What would you most likely bring to share at a party?



Source: The Harris Poll.
 Survey conducted online by The Harris Poll on behalf of the Wine Executive Exchange November 9-11, 2021 among 1,949 U.S. adults ages 21+. The data represent the number of responses from those surveyed. Some did not respond and those were factored out from the denominator to create this chart.

Economic condition Trade

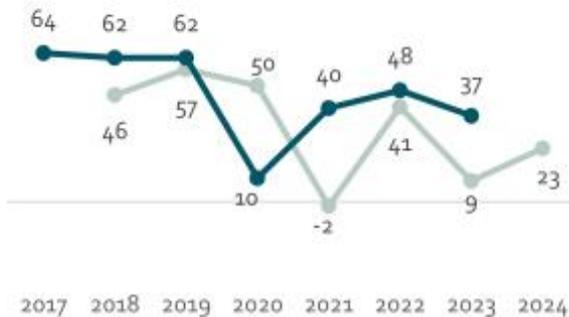


Current and future economic condition within the company

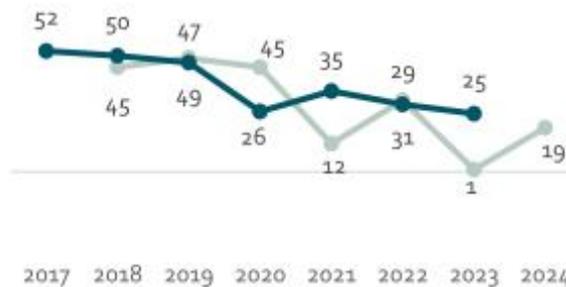
Saldo (positive minus negative opinions) for the current (now) and the future (in 12 months) economic condition within the company, 2017 to 2023 survey results.

—●— Actual condition —○— Expectation

Wholesalers



Specialty retailers



On-trade

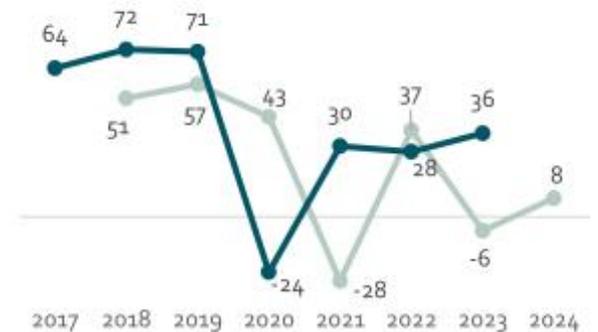


Abbildung 5 Wirtschaftliche Lage von Großhandel, Fachhandel und Hotel/Gastronomie



01 Aug 2024

Dehoga / Statistisches Bundesamt

„Sehr angespannte Lage im Gastgewerbe“

Nach aktuellen Informationen des statistischen Bundesamtes stagniert seit einiger Zeit die Wirtschaft in Deutschland. Das ist einer der Faktoren, warum sich auch die Stimmung im Gastgewerbe derzeit nicht verbessert. Eine Umfrage des Dehoga bestätigt die schwache Branchenkonjunktur.

GastroSpiegel, 01.08.2024 – Laut einer Umfrage des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands (Dehoga Bundesverband) setzten **Hotellers und Gastronomen** im ersten Halbjahr 2024 nominal **10,9 Prozent weniger** um als im Vorjahreszeitraum. Noch **dramatischer** sind die Gewinne zurückgegangen. Von Januar bis Juni beträgt das Minus 22,2 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2023. Auch im Juni lagen die nominalen Umsatzverluste bei 11,1 Prozent. „Die aktuellen Umfrageergebnisse verdeutlichen die weiter sehr angespannte Lage im Gastgewerbe“, sagt Dehoga-Präsident Guido Zöllick. Überdurchschnittlich hoch seien die Umsatz- und Gewinneinbußen bei Gasthöfen, speisengeprägten Gastronomiebetrieben sowie Clubs und Discotheken.

NEWS-ÜBERSICHT

08.11.2024: Alles für den Gast – Küchentechnik und Außer-Haus-Trends in Salzburg

08.11.2024: BMEL/Projekt Eat-OW - Klimaschutz in der GV

08.11.2024: Südback 2024 / Schneider – Trend Award als Qualitätssiegel

07.11.2024: Rational – Erfolgreiche erste neun Monate

31.10.24: Hobart / „Koch des Jahres“ - Glänzender Sonderpreis

30.10.24: Südback 2024 - „Sehr zufrieden mit dem Verlauf“

25.10.2024: Internorga

E-PAPER

9-2024



BELIEBTE BEITRÄGE

20.09.24: MKN - Innovatives Design- und Bedienkonzept

Reaction to economic crisis

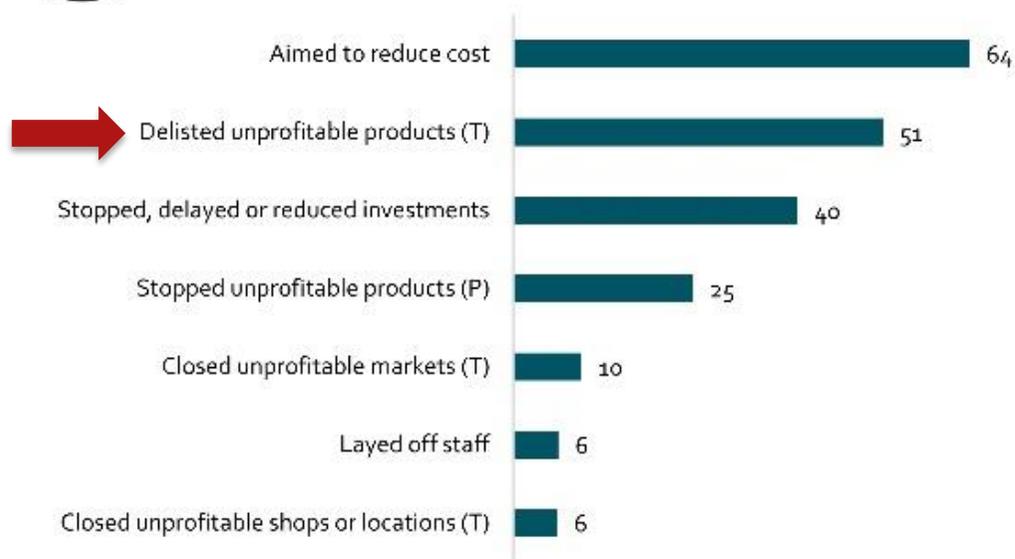


Over 2023, what has been your reaction to the current economic crisis?

Percentage of all respondents (P – Producers only, T – Trade only)



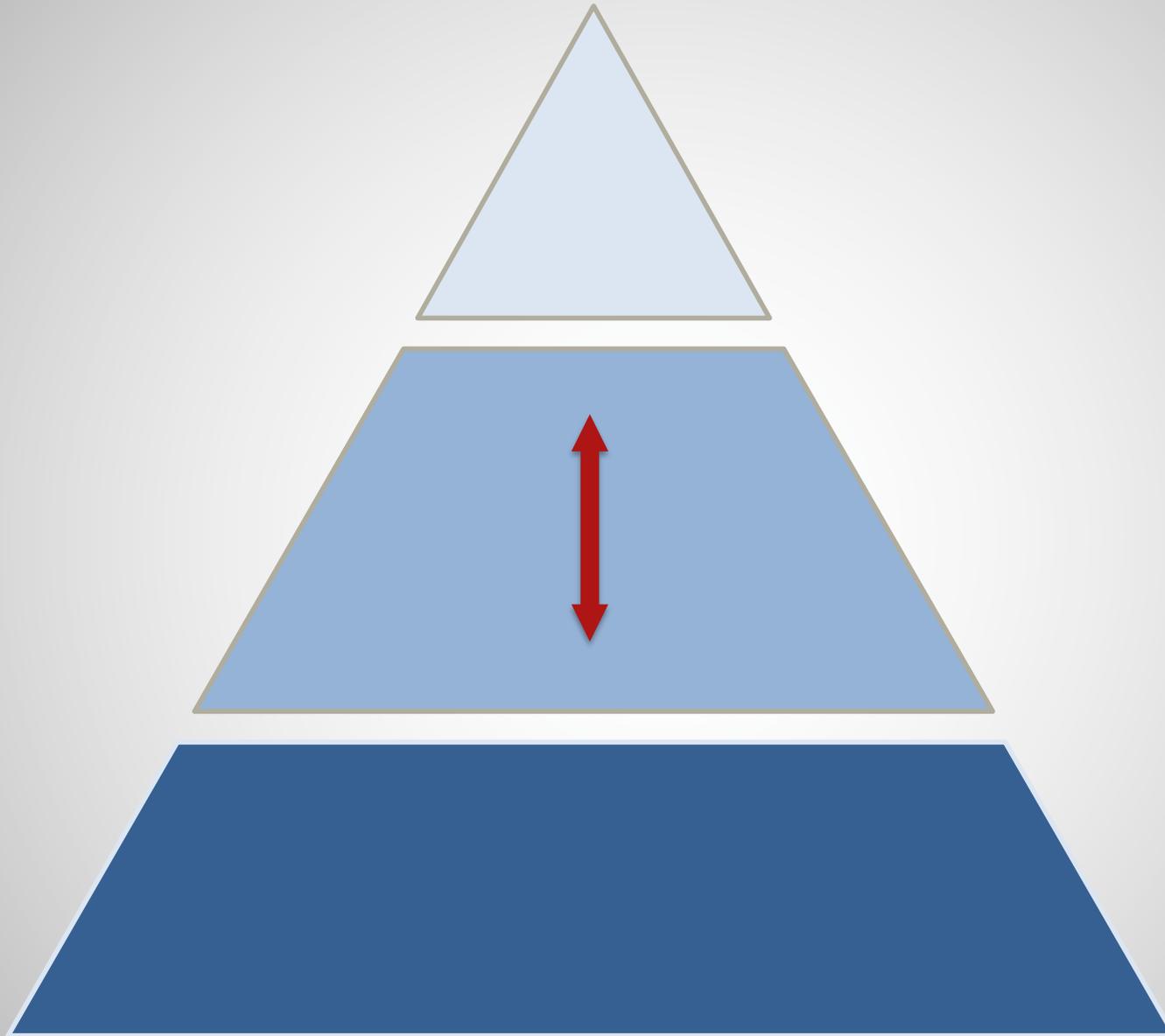
Measures focussed on cost and profitability



Measures focussed on revenue



Abbildung 2 Unternehmerische Reaktion der Branche auf die wirtschaftliche Krise



LÄNDER+REGIONEN



Sachsen und Saale-Unstrut

Robert Persing von der Gustav Müller GmbH, einer der umsatzstärksten Weingroßhändler im Raum Dresden, bemerkt dazu: „Was ging in den letzten zwei Jahren und in den ersten Monaten 2024 besonders gut? Das Einstiegs- und das Topsegment, hier haben wir eine stabile Entwicklung oder sogar einen leichten Zuwachs. Die Mitte dagegen bricht gerade weg.“ Ein gutes Signal für die Steil-

Future marketing of wine



Agreement with statements on future measures to market wine

All producers and trade



Abbildung 14 Weinmarketing der Zukunft aus Sicht des Handels und der Produzenten

Höhere Profitabilität?

WINE MAKING PROCESS

Nature



Wine Maker



Harvest



Fermentation



Aging



Packaging &
Transport

Shop



Buy

Sell

Customer



Höhere Profitabilität?

Preis ↑

Menge ↑

Kosten ↓

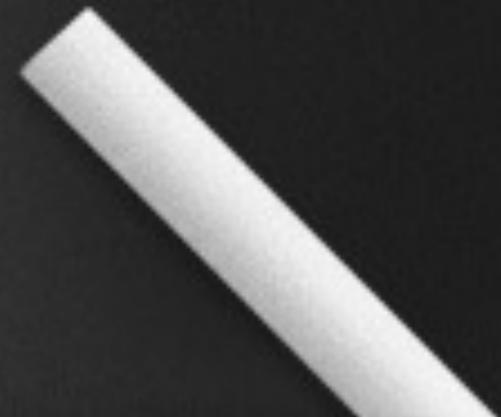


Die starke Verschiebung und Polarisierung der Marktsegmente hat grundlegende Auswirkungen auf die zukunftsfähigen Strategien der Weinproduzenten. Der Absatz im Basissegment ist vor allem über eine strikte Kostenführerschaft möglich, während der Absatz im mengenmäßig begrenzten Premiumsegment nur über hohe Qualität, Regionalität, Reputation und Storytelling möglich ist. Produzenten werden sich in Zukunft professionell auf eine dieser Strategien spezialisieren müssen, um wirtschaftlich überleben zu können.

Die starke Verschiebung und Polarisierung der Marktsegmente hat grundlegende Auswirkungen auf die zukunftsfähigen Strategien der Weinproduzenten. Der Absatz im Basissegment ist vor allem über eine strikte Kostenführerschaft möglich, während der Absatz im mengenmäßig begrenzten Premiumsegment nur über hohe Qualität, Regionalität, **Reputation** und Storytelling möglich ist.

Produzenten werden sich in Zukunft professionell auf eine dieser Strategien spezialisieren müssen, um wirtschaftlich überleben zu können.

sounds
awareness
tagline
colors
graphics
design
symbol
identity
logo
concept
advertising
BRAND
marketing
sales
business
name
scents
strategic
consumers





A **brand** is the most valuable piece of real estate in the world: a corner of someone's mind.

Sir John Hegarty

MARKE AUS DER KONSUMENTENPERSPEKTIVE

Orientierungshilfe innerhalb der vielen Angebote

schafft **Vertrauen**

stellt einen emotionalen Anker dar, d.h. vermittelt bestimmte **Gefühle** und Images

trägt zur Abgrenzung und Vermittlung eigener **Wertvorstellungen** bei

liefert Zusatzinformationen (z.B. über die Qualität) und verringert damit das wahrgenommene Kaufrisiko

WEIN & MARKE

Winzer / Weingut

Wein

Style

Rebsorte

Herkunft → Lage

MPIfG Discussion Paper 12/3

Quality Classifications in Competition
Price Formation in the German Wine Market

Jörg Rössel and Jens Beckert



MPIfG Discussion Paper

Identität, Status und Preisstruktur

Die Konstruktion einer bestimmten Identität ermöglicht die Etablierung einer Nische, was zu einer Monopol- oder Oligopolstellung führt

Produzenten mit einem hohen Status im Markt können höhere Preise verlangen, da der Status des Produzenten als Qualitätssignal dient und damit die Unsicherheit beim Kauf des Produktes reduziert werden kann (Benjamin und Podoiny, 1999).

WINE	REGION	AVERAGE PRICE
Domaine Leroy Musigny Grand Cru	Cote de Nuits, France	\$33,597
Domaine de la Romanee- Conti Romanee-Conti Grand Cru	Cote de Nuits, France	\$22,405
Domaine Georges & Christophe Roumier Musigny Grand Cru	Cote de Nuits, France	\$15,814
Domaine Leroy Chambertin Grand Cru	Cote de Nuits, France	\$10,695
Leroy Domaine d'Auvenay Les Bonnes-Mares Grand Cru	Cote de Nuits, France	\$10,217

OVERVIEW CHAMPAGNE

A SIGNIFICANT ROLE, IN **THE FRENCH VINEYARDS**



4%
OF FRANCE'S TOTAL
VINEYARD AREA



20%
OF TURNOVER

A MAJOR PLAYER IN THE FRENCH
WINES AND SPIRITS SECTOR



N°1
PLAYER



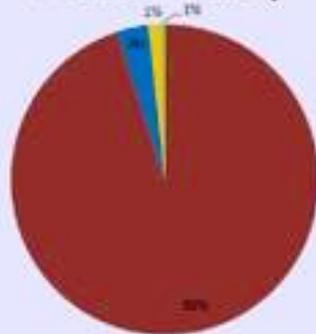
22% OF
THE EXPORT VALUE
OF FRENCH WINES
AND SPIRITS

Australia: Winegrape Growing Industry Profitability, 2014

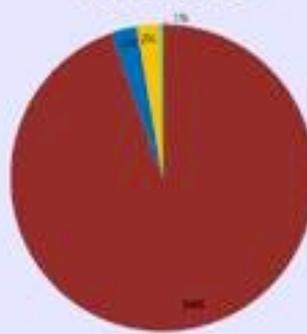
Mudgee



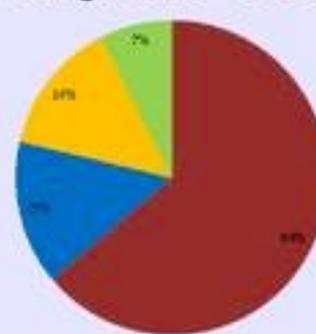
Hunter Valley



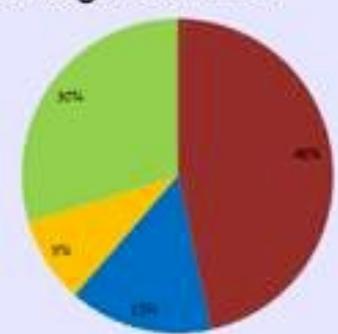
Riverland



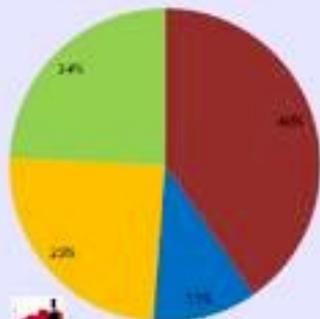
Langhorne Creek



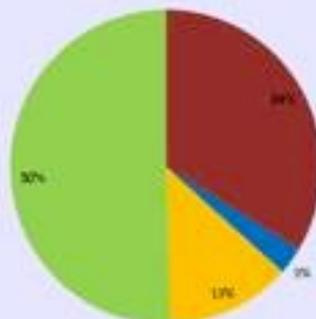
Margaret River



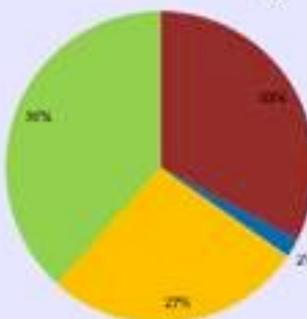
Coonawarra



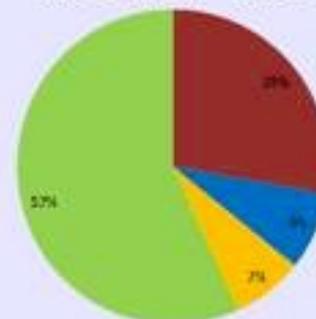
Barossa



Yarra Valley



McLaren Vale



Source: WFA (2014)



Status spirits set to overcome short-term headwinds

22/05/2024

Niedrige Marge

Niedriger Preis

**Kein Marketing
Budget**

Schwache Marke

```
graph TD; A[Hohe Marge] --> B[Hohes Marketing Budget]; B --> C[Hoher Markenwert]; C --> D[Preis basiert auf der Wertschätzung der Marke durch den Konsumenten]; D --> A;
```

Hohe Marge

**Preis basiert auf der
Wertschätzung der Marke
durch den Konsumenten**

**Hohes Marketing
Budget**

Hoher Markenwert





We X erg

Markt

Marketing-Mix

Produkt

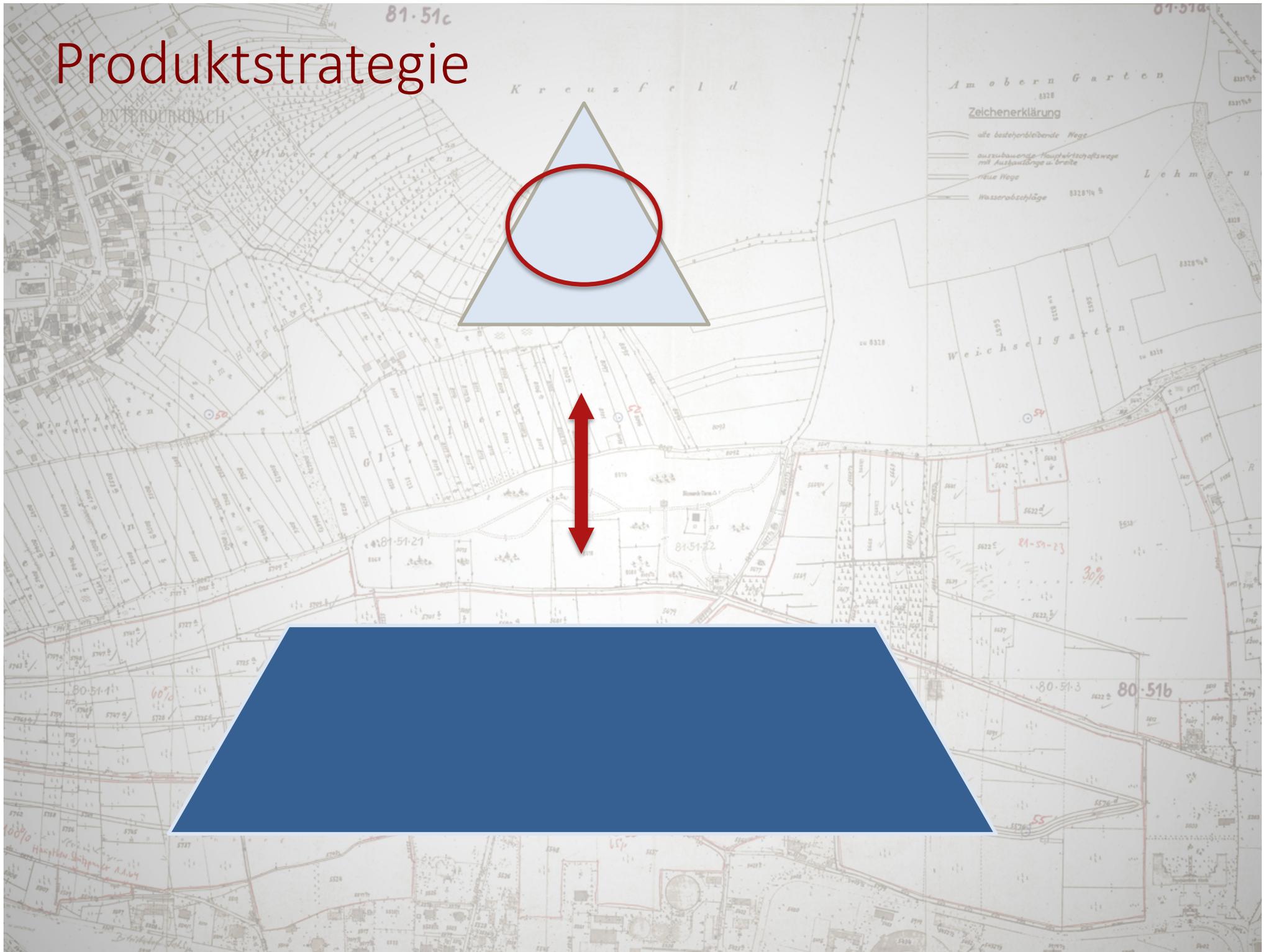
Preis

Platz

Promotion



Produktstrategie



Produktspezifikation

PREMIUM WEIN

LAGENWEIN

Komplexität

Konzentration

Tiefe / Intensität

Balance / F

Länge

Potential



VORSICHT!
Spannung



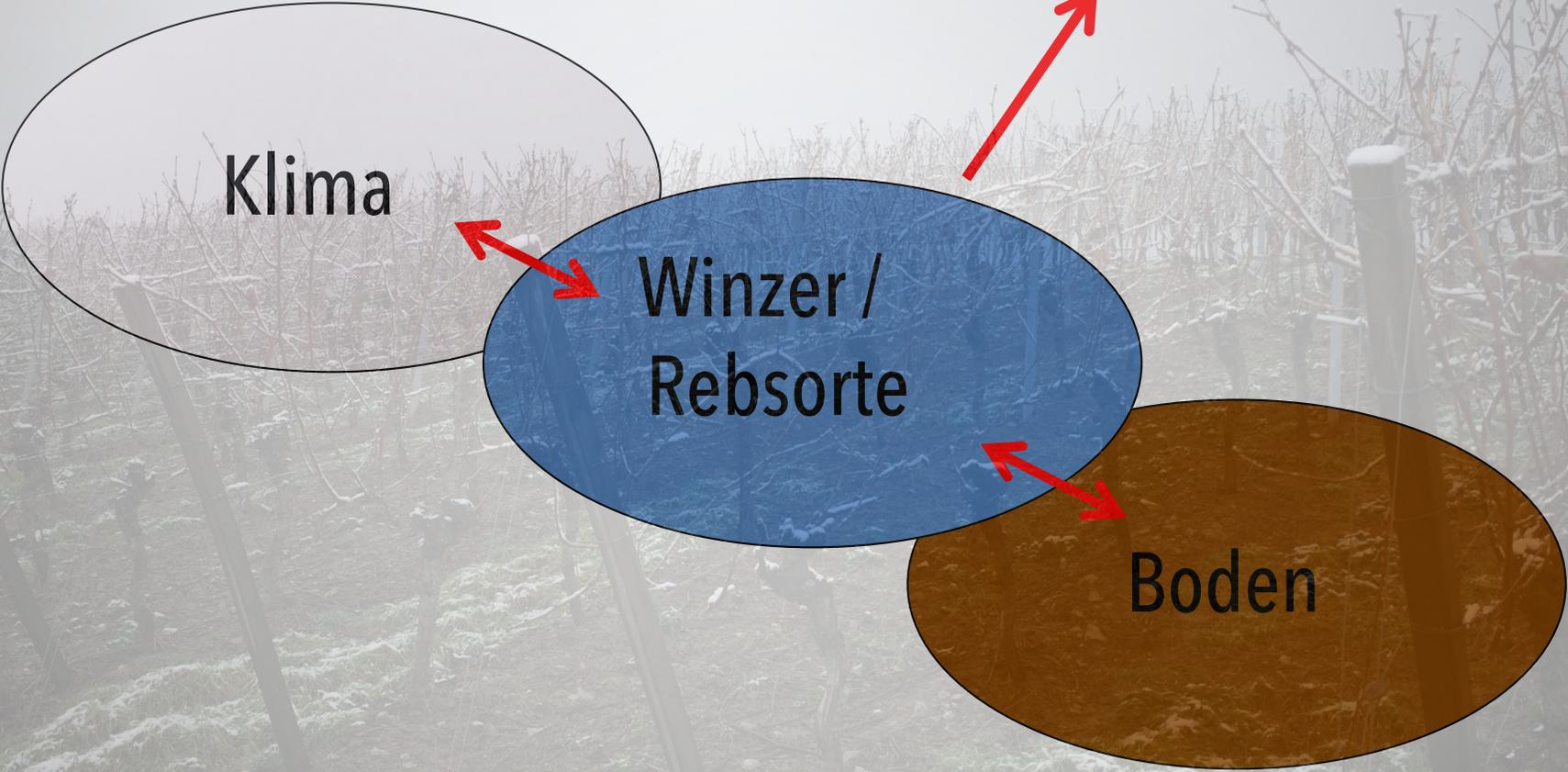
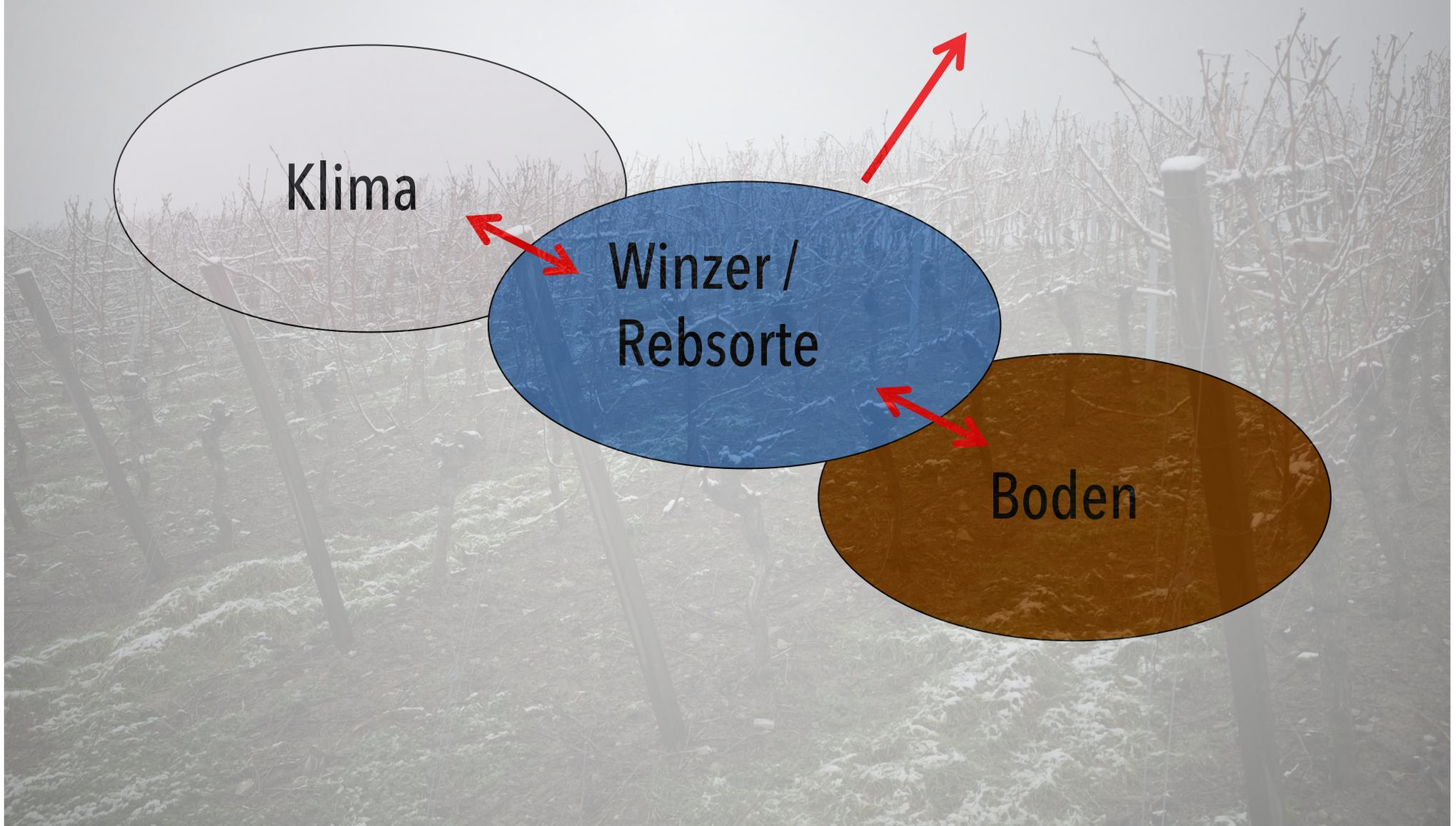
TERROIR & TYPIZITÄT

Wein

Klima

Winzer /
Rebsorte

Boden

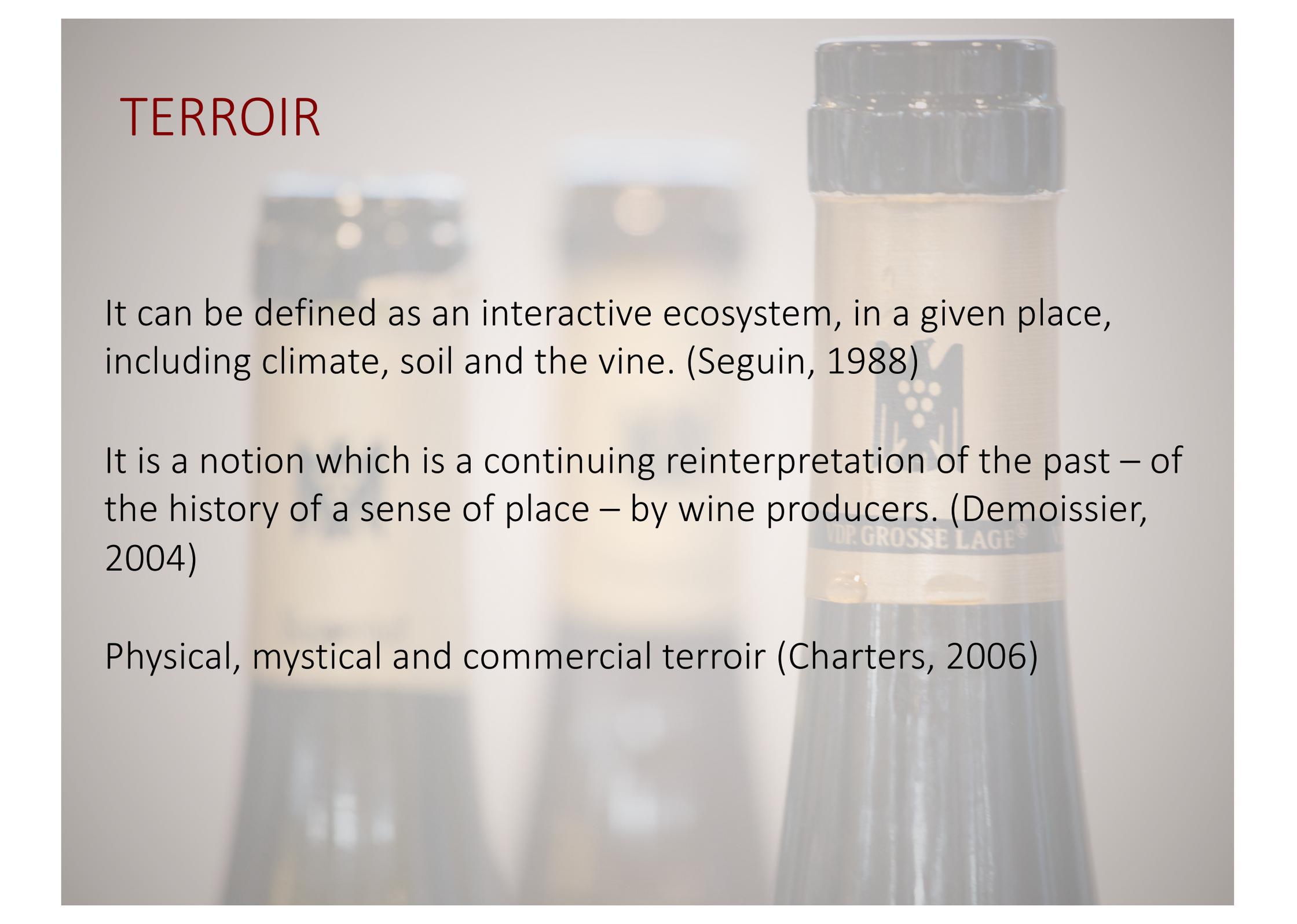


Terroirdefinition OIV

Vitivinicultural “terroir” is a concept which refers to an area in which collective knowledge of the interactions between the identifiable physical and biological environment and applied vitivinicultural practices develops, providing **distinctive characteristics** for the products **originating from this area**.

“Terroir” includes specific soil, topography, climate, landscape characteristics and biodiversity features.

TERROIR



It can be defined as an interactive ecosystem, in a given place, including climate, soil and the vine. (Seguin, 1988)

It is a notion which is a continuing reinterpretation of the past – of the history of a sense of place – by wine producers. (Demoissier, 2004)

Physical, mystical and commercial terroir (Charters, 2006)

AUTHENTIZITÄT

Eigenschaft einer Sache, Person oder Organisation,
authentisch (auf Echtheit geprüft, zuverlässig) zu sein

...„als Original befunden“ zu sein

individueller Ansatz

Produktspezifikation für eine geschützte Ursprungsbezeichnung in Sachsen

Geruchlich und geschmacklich sind die Weine filigran, nicht zu alkoholreich und mineralisch geprägt mit einer fruchtigen und harmonischen Säure.



Unique Terroir

Unique Style

Unique Quality

Unique Story

SWOT ANALYSE Lage

CHANCEN

RISIKEN

STÄRKEN

SCHWÄCHEN

SWOT Analyse Steillage

Terroir - Mikroklima, Boden und Wasserhaushalt, Anfälligkeiten Extremereignisse und Krankheiten etc.

Rebsorten – Alter, Anpassung Standort, gewählte Unterlagen, Ertragspotential,
Ausdruck des spezifischen Terroirs möglich?

Bewirtschaftung – Erziehungssystem, Bodenbearbeitung, Blattwerk- und Fruchtmanagement, Pflanzenschutz etc.

Zukünftige notwendige Investitionen

Betriebswirtschaftliche Kennziffern – Herstellungskosten, Break Even, Volatilität

Veränderungen im Markt und in der technologischen, sozialen oder ökologischen Umwelt

CONSUMER TRENDS

- Organic, sustainable, vegan
- Balanced wine consumption
- Low alcohol wines, light vibrant red wines
- Indigenous grape varieties
- Unusual styles / uniqueness
- Experience
- Crossover products / flavoured wines

Preis

Preisdifferenzierung?

- Produktvarianten
- Märkten / Zielgruppen
- Wettbewerbssituation
- Image
- Herstellungsverfahren

**Aktive statt nur
kostenbezogene
Preispolitik**



Startseite | Weine | Steillagenweine

DARSTELLUNG ALS



ZEIGE

10

SORTIEREN NACH

Reihenfolge

ARTIKEL VERGL

Sie haben keine Arti Vergleichsliste.



WEIN AUS STEILLAGEN TROLL. MIT LEMB. AUS STEILLAGE DT. QUALITÄTSWEIN B.A. FEINHERB 0,75 LTR.

Charakter

Violettrottes Farbenspiel, duftig, jugendlich frisch, milde Säure, harmonische Süße

Empfehlung

Ein idealer Begleiter zu Wurst- und Käseplatte, Rost- und Schmorbraten

6,00 €

Inkl. 19% MwSt., zzgl. Versandkosten

IN DEN WARENKORB

AUF DIE VERGLEICHSLISTE

FILTERN NACH

INHALT

> 0,75 Ltr. (7)

> 1,00 Ltr. (2)

> 6er Paket 6x 0,75

WEINART

> Rotwein (7)

> Weißwein (2)

GESCHMACK

> feinherb (7)

> trocken (3)

EDITION

> Wein aus Steillage

REBSORTE(N)

> Lemberger (1)

> Riesling (1)

> Rosé (1)

> Troll. mit Lemb. au

> Trollinger (1)

> Trollinger aus Steil



WEIN AUS STEILLAGEN RIESLING DT. QUALITÄTSWEIN B.A. FEINHERB 0,75 LTR.

6,50 €

Inkl. 19% MwSt., zzgl. Versandkosten

IN DEN WARENKORB

AUF DIE VERGLEICHSLISTE

CARL LOEWEN RIESLING 1896 ERSTE LAGE TROCKEN 2021

[CARL LOEWEN](#) [DEUTSCHLAND](#) [MOSEL](#)

50,00 € *

0.75 Liter - 66,67 € / 1 Liter

inkl. MwSt. ggf. zzgl. Versandkosten

SOFORT VERSANDFERTIG

JAHRGANG

2021

- 1 + **IN DEN WARENKORB**

Vergleichen Merken drucken

TEILEN:



P Jetzt 5 Bonuspunkt(e) sichern

4,95
Sehr gut

Der 1896 gepflanzte Maximin Herrenberg ist einer der ältesten Rieslingweinberge der Welt! Wie wurden die Weine zu dieser Hochzeit des Moselrieslings hergestellt? War die Jahrhunderte alte Vorgehensweise der modernen Technik ebenbürtig oder sogar überlegen? Im Weinberg ist die damals übliche Einzelpfahlerziehung noch intakt, es wird kein Mineräldünger eingesetzt und die Bearbeitung wird wie vor 120 Jahren in Handarbeit durchgeführt. Die mit der Hand gelesenen Trauben werden mit der Hütte zu den Traubenbüten auf dem Anhänger getragen. Hier werden die Trauben sofort eingestampft, damit Saft austritt und die Mazerierung der Trauben beginnt. So können die Aromen der Trauben voll aufgeschlossen werden. Am Abend des Erntetages beginnt die Kelterung. Hierfür konnte eine alter Korbkeller erworben werden, der mit der Technik des vergangenen Jahrhunderts arbeitet. Es wird mit Muskelkraft gekeltert, der Most wird ohne Sedimentation direkt ins Fuderfass geleitet. Die Gärung erfolgt mit Traubeneigenen Hefen, die sogenannte Spontangärung. Das Ergebnis ist ein Wein, der in perfekter Weise die Stärken des Rieslings zeigt und ein Unikat der Beständigkeit in unserer schnelllebigen Zeit darstellt.

James Suckling

This is beautiful to drink now, but those things which really make it stand out in the crowd are only just beginning to reveal themselves. With every swirl of the glass the ripe peach and apricot aromas expand until there's a great cloud of them. Staggering concentration is packed into a rather sleek frame, but the silkiness is no less astonishing. Limited production. Vegan. Drink or hold.

Verantwortlicher Lebensmittelunternehmer:

Weingut Carl Loewen | Matthiasstraße 30 | 54340 Leiwen | Deutschland

WEITERE INFORMATIONEN ÜBER DAS WEINGUT CARL LOEWEN

Hier entstehen leichte und charaktervolle Rieslinge vom hochklassigen Terroir aus sehr alten Reben. Im Weinkeller lässt man die Schätze der Natur mit minimalistischen Eingriffen aufblühen. Die

„https://www.vinlorenc.de/account“ in neuem Tab öffnen Weinbereitung auf

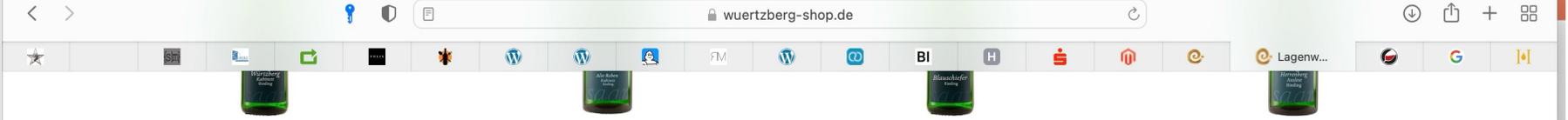


Preis

Safari Ablage Bearbeiten Darstellung Verlauf Lesezeichen Fenster Hilfe

zoom Di. 21. Feb. 10:50

- 22 Tabs
- Ohne Titel
- angene Links
- Mit dir geteilt
- ste Links
- Lesezeichen
- Leseliste



Serriger Würtzberg Riesling
Kabinett (restsüß/fruchtig)

11,20 €
(1 l = 14,93 €)

Optionen verfügbar



Serriger Würtzberg Riesling
Kabinett ALTE REBEN
(wurzelecht, feinherb)

14,00 €

Optionen verfügbar



Riesling BLAUSCHIEFER
(feinherb)

12,50 €
(1 l = 16,67 €)

Optionen verfügbar



Serriger Herrenberg Riesling
Auslese

24,00 €
(1 l = 64,00 €)

Optionen verfügbar



Serriger Würtzberg Riesling
GROSSES GEWÄCHS (trocken)

18,00 €
(1 l = 24,00 €)

Optionen verfügbar



Riesling Spätlese ALTE REBEN
(feinherb)

19,00 €
(1 l = 25,33 €)

Optionen verfügbar



Riesling ALTE REBEN
(wurzelecht, feinherb)

19,00 €
(1 l = 25,33 €)

Optionen verfügbar



Serriger Herrenberg Riesling
GROSSES GEWÄCHS (trocken)

18,00 €

Optionen verfügbar



[Impressum](#) [Datenschutzerklärung](#) [Cookie-Richtlinie](#) [Zahlung & Versand](#) [Allgemeine Geschäftsbedingungen](#) [Widerrufsrecht](#)



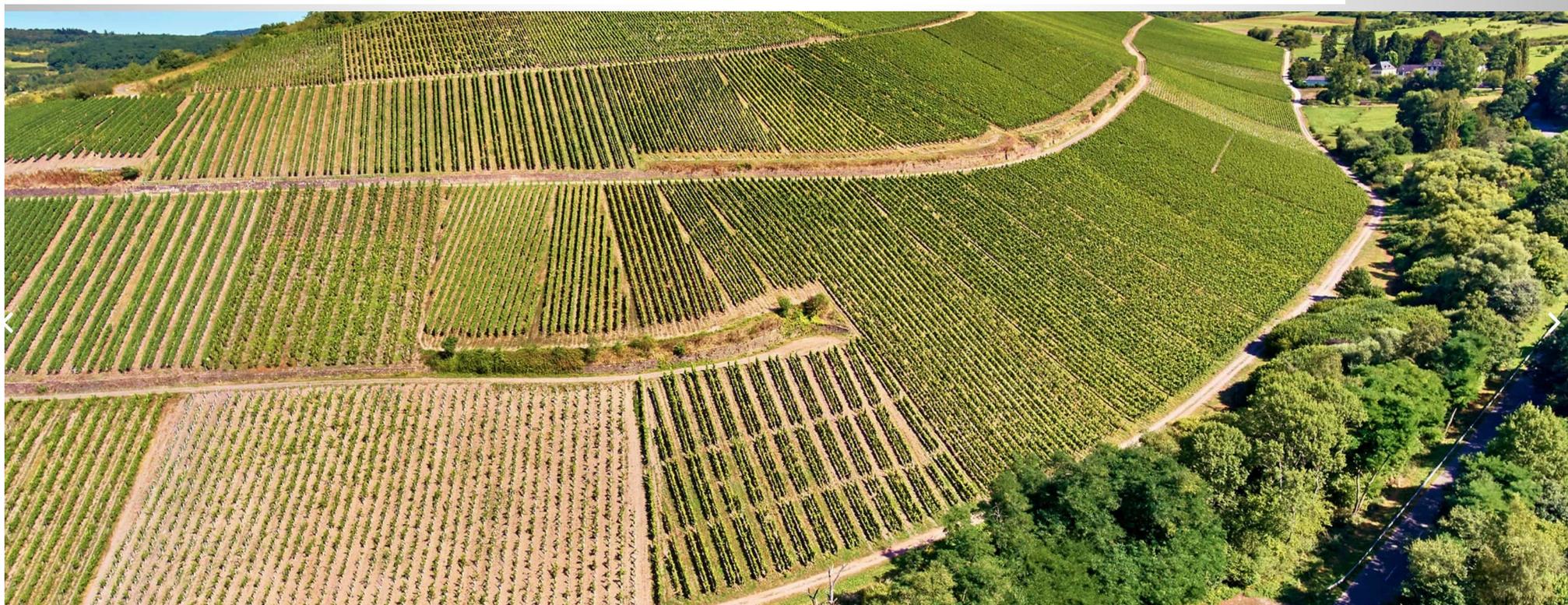
PETTENTHAL | VDP.GROSSE LAGE

90 - 170 Meter NN, ca. 70-100 % Neigung, roter
Tonschiefer, klassifizierte Fläche 20,62 ha



SCHARZHOFBERGER PERGENTSKNOPP, WILTINGEN | VDP.GROSSE LAGE®

AUSRICHTUNG SSO-SSW
HÖHE 216-300m ü. N. N.
NEIGUNG 20-60%
BODEN Devonschiefer, Wacke, Grauschiefer, Rotschiefer





Ried KALKOFEN



Wir

Die Grabenwerkstatt Wachau

Gründung: 2014

Erster Jahrgang: 2017

Gault Millau 2022: „Ausnahmewinzer des Jahres“



Nussberg , Wien



Victoria Torres Pecis

La Palma





Wasenhaus

Alexander Götze & Christoph Wolber
Baden

Erster Jahrgang 2016

6 ha, 3 Einzellagen

Alter der Reben: 1 – 70 Jahre



Carsten Saalwächter

Rheinhessen / Rheingau

Erster Jahrgang 2017

7 ha, 4 Einzellagen

Alter der Reben: 3 – 90 Jahre





Carsten Saalwächter

Spätburgunder Assmannshausen Höllenberg
Rheingau

Höllenberg und Frankenthal in Assmannshausen

Schiefer mit hohem Eisenanteil

Alter der Reben ca. 60 Jahre, Selection massale aus Burgund,
Rheingauer Klone

Winemaking: partiell mit den Stielen vergoren, einige Tage
Kaltmazeration, langsame kontrollierte Vergärung, Ausbau über
24 Monate in gebrauchten 300 l Fässern (Taransaud, Francois
Freres), keine Schönung und Filtration, minimale Schwefelung

