



Markenpartner von

Gold
**Rheinland-
Pfalz**



Weinhoheiten-Infotag

Herzlich Willkommen

Worms, 15.11.2025



Die Präsentation finden Sie hier:





**Womit wir uns
aktuell befassen!**

... und heute sind wir für
Euch da!

PersonalSuche GF &
Kellermeister

... mit 20 nationalen
WeinverkaufsEvents!

Neuverpachtung
Weingut Stadt
Frankfurt

Konzept für
höheres Traubengeld
einer WG

Wine in Moderation
(WiM) und Don't drink
and drive (DDAD)

Webshop
Schloss Vollrads & ca.
100 Webseiten



Ablauf des Tages

- Kurze Vorstellungsrunde & kurze gemeinsame Einstimmung
- Dr. Claudia Hammer, DWA berichtet über Alkoholpolitik, Werberegeln, Wine in Moderation
- Malte Schleidweiler berichtet über RLP und die RPT
- Vorstellen der Anbauggebiete
- Beispielhafte Einsätze bei WEINmessen und WEINsommer
- Foto + Frage-Runde mit Ministerin Daniela Schmitt 19-20 Uhr



Vorstellungsrunde

- Name, Vorname und Spitzname
- Von wo heute angereist?
- In welches Weinanbaugebiet außerhalb der Heimat würde ich gerne reisen?
- Mit wem würde ich gerne einmal ein Glas Wein trinken?
- Was ist mein Geheimtipp in meiner Region?



Quelle: Newsletter Weingut Korell, Bosenheim





Geisenheimer Absatzanalyse Oktober 2025

Geisenheimer Absatzanalyse - Monatsbericht Oktober



Loose, Prof. Dr. Simone <Simone.Loose@hs-gm.de>

An Kiefer, Christoph; Wetzler, Antoine; Schütz, Leon

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten Sie zur aktuellen Auswertung der Geisenheimer Absatzanalyse informieren.

[Monatsbericht Oktober 2025](#)

Umsatz -9%, Absatz -8%

- Die für den Oktober übliche Herbstbelebung der Weinumsätze blieb aus.
- FH und LEH blieben deutlich unter dem Vorjahr, während Gastronomie und Direktvermarktung gehalten werden konnten.

Wir wünschen Ihnen eine frohe Adventszeit!

Mit den besten Grüßen aus Geisenheim

Simone Loose & Team

Prof. Dr. Simone Loose

Institutsleitung

Gesamtentwicklung Weingüter und Genossenschaften

Umsatzanteile sowie Year-to-Date (YTD) bzw. Year-over-Year (YOY) Veränderung von Umsatz und Absatz nach Vertriebsweg

	Umsatzanteil (%)	YTD Veränderung (Januar–Oktober 2025 zu Vorjahr)		YOY Veränderung (Oktober 2025 zu Vorjahr)	
		Umsatz (%)	Absatz (%)	Umsatz (%)	Absatz (%)
TOTAL	100	-5	-4	-9	-8
Endverbraucher	39	-4	-4	-2	0
Fachhandel	21	-7	-4	-21	-21
LEH	13	-9	-11	-16	-18
Gastronomie	9	+1	0	+1	+2
Export	7	-5	+1	-24	-1
Großhandel	5	+2	+18	+13	+17
Sonstige	5	-14	-12	-4	-3

523 Betriebe.

YTD (Year-to-Date) zeigt die Veränderung des laufenden Jahres (01.01.2025 bis 31.10.2025) zum gleichen Zeitraum des Vorjahres.

YOY (Year-over-Year) zeigt die Veränderung des aktuellen Monats Oktober 2025 zum Vorjahresmonat.

Total ist die repräsentativ gewichtete Summe aus den Daten der Weingüter und Genossenschaften.

Umsatzanteile beziehen sich auf das Jahr 2024.

Die Verluste in Umsatz und Absatz fielen im Oktober höher aus als im bisherigen Jahresverlauf. Ausschlaggebend waren deutliche Absatzzrückgänge im Fachhandel und im Lebensmitteleinzelhandel. Dagegen konnten die Gastronomie und die Endverbraucher gut gehalten werden. Ein Teil der nicht absetzbaren Mengen wurde verstärkt zu niedrigen Erlösen über den Großhandel verkauft.

Die absehbare Zukunft - Kundenpotential der 45-65 Jährigen



Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenbasis 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung 31.12.2008



Strategische Optionen für die Weinwirtschaft

1. Analog zum Markt schrumpfen
2. Bestehende Konsumenten zu mehr Konsum motivieren
3. Neue Konsumentengruppen erschließen
4. Marktanteile von Wettbewerbern gewinnen
5. Auslandsmärkte erschließen
6. Innovationen oder Diversifikation!
7. ... ?



Ablauf des Tages

- Kurze Vorstellungsrunde & kurze gemeinsame Einstimmung
- **Dr. Claudia Hammer, DWA berichtet über Alkoholpolitik, Werberegeln, Wine in Moderation**
- Malte Schleidweiler berichtet über RLP und die RPT
- Vorstellen der Anbauggebiete
- Beispielhafte Einsätze bei WEINmessen und WEINsommer
- Foto + Frage-Runde mit Ministerin Daniela Schmitt 19-20 Uhr



Ablauf des Tages

- Kurze Vorstellungsrunde & kurze gemeinsame Einstimmung
- Dr. Claudia Hammer, DWA berichtet über Alkoholpolitik, Werberegeln, Wine in Moderation
- Malte Schleidweiler berichtet über RLP und die RPT
- Vorstellen der Anbauggebiete
- **Beispielhafte Einsätze bei WEINmessen und WEINsommer**
- Foto + Frage-Runde mit Ministerin Daniela Schmitt 19-20 Uhr



Rahmenprogramm WEINmesse 2026

- Verkostungszone
- Geführte Weinproben
- Infostand
 - Paarvergleiche Weine
 - Wein- und touristische Info
- Vorträge
 - Warum Wein? Was fasziniert, was polarisiert?
 - Gebietspräsentationen Pfalz, Rheinhessen, Mosel, Pfalz, Nahe, Mittelrhein ... (3 typische Weine)
- Befragung
- ...



4-6 Weinhoheiten
pro Standort



Rahmenprogramm WEINsommer 2026

- Themenverkostungen
- Geführte Weinproben
- Talk mit Gästen
- Befragung
- ...



Eine Weinhoheit
pro Standort

Konzept der WeinMessen

- Präsentations- **und** Verkaufsmesse
- **Motto** „probieren – informieren – genießen – kaufen“
- genussorientierte Privatkunden in den Verbraucherregionen
- Neben Winzern auch Fachhändler mit Genuss-Angebot
- Produkte zum direkten Abverkauf vor Ort

- **Zusatzprogramm** für Besucher als Erlebnisfaktor
 - Geführte Weinproben
 - VergleichsWeinproben
 - Verkostungszone
 - Vorträge
 - Touristischer Infostand, WeinErlebnisbereich

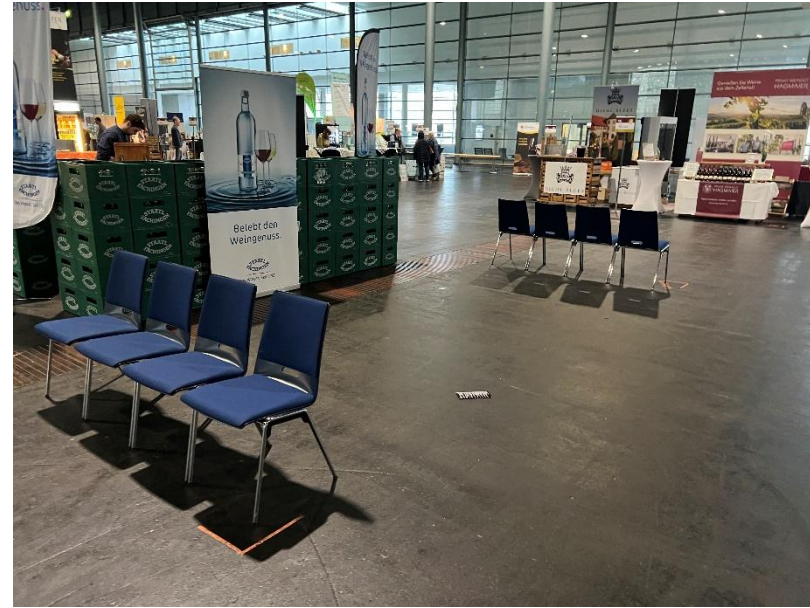


Aufgaben
Weinhoheiten



Hallen-Deko









Ausstellerabend



Erster Messeabend
gemeinsames
Abendessen!

Weinhoheiten sind
eingeladen!



Neu in 2026



Weißer Burgunder,
Rosé, holzgelagerte
Rotweine

Info-Stand mit Paarvergleichen



Je zwei Weine werden miteinander verglichen

- neutral – buketttreich
- trocken- halbtrocken/lieblich
- moderate Säure - spritze Säure
- wenig Alkohol - viel Alkohol
- mit Alkohol – ohne Alkohol
- Edelstahl - Holzausbau
- mineralisch - fruchtig
- Rotwein taninreich - weich
- Rotwein mit und ohne Barrique

WEINmesse Befragungen 2025



Kurzbefragung vor Ort 2025 – WeinMesse Kiel

Wie haben Sie von der Messe erfahren? (Mehrfachnennung möglich)

☐ Einladung durch Winzer	☐ Zeitung, Stadtmagazin
☐ Empfehlung (Freunde, Bekannte, etc)	☐ Straßenbanner
☒ Internet oder Social Media	☐ Radio
☐ Plakate, Flyer	☐ Sonstige _____

Wie häufig konsumieren Sie Wein und zu welchen Gelegenheiten?

☐ Täglich	☒ Zum Essen
☐ Mehrfach wöchentlich	☒ Zur Entspannung, zum Genuss
☒ Mehrfach monatlich	☒ Mit Freunden
☐ Eher selten	☐ Sonstiges _____

Haben Sie Wein eingekauft bzw. wollen Sie Wein einkaufen?

☐ Ja, Einkauf	wenn ja - bei Ihrem Stammwinzer ☐ / bei einem neuem Winzer ☐
☒ Ja, Bestellung	wenn ja - bei Ihrem Stammwinzer ☐ / bei einem neuem Winzer ☐
☐ Wie viel haben Sie dafür ausgegeben? Ca. _____ €	
☒ Wie viele Flaschen haben Sie gekauft/planen Sie zu kaufen? <u>12</u> Flaschen	
☐ Nein	

Haben Sie Interesse an Weinanbaugebieten als Reiseziel?

☐ Ja	☐ Habe bereits Gebiete besucht
☐ Nein	☐ einmal
☒ Weiß nicht	☐ mehrfach

Wie alt sind Sie?

☐ 20 - 30	☐ 51 - 60
☐ 31 - 40	☐ 61 - 70
☒ 41 - 50	☐ > 71

Was gefällt Ihnen bei der WeinMesse und was vermissen Sie? Bemerkungen

- Essen ziemlich teuer

- Bierzeltgankur

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

N = 241 (L = 93, Bo = 58, KI* = 54, HB = 36)

- Durch Winzer von Messe erfahren 11 - 28%
- Ø Konsumhäufigkeit täglich 5 - 15%
- Ø Konsumhäufigkeit mehrfach wöchentlich 9 - 38%
- Ø Konsumhäufigkeit mehrfach monatlich 33 - 52 %
- Ø Einkaufsbereitschaft auf der Messe 80 - 97%
- Ø Einkaufshöhe EUR 80*, EUR 130 - 160
- Ø Interesse an Besuch der Weinregion 54 - 80%

Konzept des WeinSommers

- Weinfest **gehobener Kategorie**
(Auftritt, Qualität der Weine, Rahmenprogramm, ...)
- **Motto** „probieren – informieren – vergnügen“
- genussorientierte Privatkunden in den Verbraucherregionen
- unbegrenzt Produkte zum Direktverzehr oder Abverkauf vor Ort
- Betreuung der Stammkunden, Annahme von Bestellaufträgen, Thekenumsatz
- **Zusatzprogramm** für Besucher als Erlebnisfaktor
 - Geführte Weinproben
 - Themenverkostungen
 - Gastgeber sein und Gäste ansprechen
 - Ggf. Interview mit Medien
 - Befragungen



Aufgaben
Weinhoheiten



Talk zur WEINsommer-Eröffnung



- Donnerstag 18 Uhr
- Eröffnung mit städtischen Vertretern*innen
- ca. 10 Minuten Talk mit 3-4 Fragen anschließend
- Rundgang an Weinstände mit tiefgründigem Small-Talk
 - Situation im Weinbau (Bedeutung des WEINsommers)
 - Alkoholpolitik (Genuss vs. Missbrauch)
 - Was an Wein fasziniert!



Geführte Weinprobe – wie soll's sein?

- Dauer ca. 1 Std.
- Suchen Sie aus jedem Anbaugebiet einen Winzer heraus und begleiten die Weininteressierten.
- Sie können z.B. Themen aufgreifen wie:
 - Wein und Gesundheit / Käse / Schokolade / Speisen
 - Besondere Rebsorte
 - anhand von Bildern, die Arbeit im Weinberg erläutern
 - Sehenswürdigkeiten der Regionen und Weinreisen dorthin
 - was interessiert die Gruppe
 - ...
- **ZIEL:**
Besucher lernen Vielfaltigkeit des Weines kennen und erhalten Eindruck über die rheinland-pfälzischen Anbaugebiete.



Wie läuft die Kommunikation

Detail-Info zur Veranstaltung – ca. 10 Tage
vorher per Email

Agentur leistet:

GWW/Weinhoheit leistet:

An- und Abreise: siehe Info-Email

Weitergabe Ihre Kontaktdaten

- Hotel, Veranstaltungsort und -zeiten
- alle Aufgaben sind nochmal genau beschrieben
- Hotelbuchung
- Info per Mail ca. 10 Tage vor Veranstaltung
- Anreiseplanung
- Kostenbelege per Mail an: sieck@dasteam.de
- **Frühere Rückfahrt bitte nur mit Rücksprache
Agentur**
- Nur an Journalisten, Kooperationspartner vor Ort
(nie an Privatpersonen). Sie erhalten dazu immer eine
Info!



Good to know...

- **Alle Speisen**, die auf der Veranstaltung verzehrt werden, sind **für die Hoheit kostenfrei!**
- **Weinprobe** ist grundsätzlich **kostenfrei!**
- Bei **Problemen vor Ort** (Hotel, Aufgabe, Winzer...) **sofort** den **Betreuer ansprechen!**
Daher: Telefonnummer des Betreuers speichern und bei Fragen anrufen.
- Im Falle **unangenehmer Situationen** aus der Situation gehen, die Winzer/Betreuer um Hilfe bitten, sie helfen gerne 😊



Probieren Sie die verschiedenen Themen aus





Ablauf des Tages

- Kurze Vorstellungsrunde & kurze gemeinsame Einstimmung
- Dr. Claudia Hammer, DWA berichtet über Alkoholpolitik, Werberegeln, Wine in Moderation
- Malte Schleidweiler berichtet über RLP und die RPT
- Vorstellen der Anbauggebiete
- Beispielhafte Einsätze bei WEINmessen und WEINsommer
- **Foto + Frage-Runde mit Ministerin Daniela Schmitt 19-20 Uhr**



Das MWVLW – Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und **Weinbau**



- Ministerin Daniela Schmitt, FDP
- Betriebswirtin
- Seit 2021 Ministerin
- 2016-21 Staatssekretärin im MWVLW
- Bis 2016 Direktorin Mainzer Volksbank eG



Fragen an die Ministerin

- Was sollte die Weinwirtschaft in der aktuellen Situation tun?
- Dreht sich die Winzerausbildung zu viel um Produktion und zu wenig um Vermarktung?
- Wer könnte oder sollte die Branche moderieren und zu einem gemeinsamen Handeln bringen?
- Wie sehen Sie das Alkohol-Bashing in den Medien?
- Wie geht es Ihrer Meinung nach mit dem Steillagenweinbau weiter?
- ...



Ahr

„PARADIES FÜR GENIESSER“

Fakten

Geographische Lage: Im Nordwesten vom Ahrgebiet begrenzt im Schutz der Eifel

Klima: mild und günstig (Kölner Bucht), teilweise treibhausartig in Steillagen

Böden: Tiefgründig und lössreich im oberen Ahrtal, steinhaltig, vorrangig Schiefer im mittleren und vulkanisches Gestein im unteren Ahrtal.

Rebfläche: ca. 530 ha, 1 Großlage, 42 Einzellagen

Rebsorten: Rotwein = 2,5% der dt. Erzeugung, 65% Blauer Spätburgunder, Blauer Portugieser, Riesling, Müller-Thurgau, Spezialität ist der Frühburgunder

Vermarktung: Fachhandel, Gastronomie, hauptsächlich Endverbraucher, Ausland vorrangig Benelux & teilweise Asien

Besonderheiten: Rotweinwanderweg, größtes geschlossene Rotweinanbaugebiet Deutschlands, Spezialität Frühburgunder

Das will ich mir merken:



Mittelrhein

„ROMANTIK PUR“

Fakten

Geographische Lage: 120 km lang auf beiden Seiten des Rheins, Weinberge linksrheinisch von Bingen bis Koblenz, rechtsrheinisch von Kaub bis zum Siebengebirge bei Bonn. Außerdem Obernhof und Weinähr an der Lahn.

Klima: Viele Sonnentage und windgeschützte Steillagen; der Rhein wirkt als Wärmespeicher

Böden: Schiefer- und Grauwacken-Verwitterungsböden, vereinzelt Lößinseln; im Norden Böden vulkanischen Ursprungs

Rebfläche: ca. 450 ha, 2 Bereiche, 11 Großlagen und 111 Einzellagen

Rebsorten: 70% Riesling, 9% Spätburgunder, sonstige: Weiß- und Grauburgunder, Rivaner

Vermarktung: Verkauf durch die selbstvermarktenden Winzerbetriebe fast ausschließlich im eigenen Gebiet,

Besonderheiten: Mehrere UNESCO-Welterbe-Stätten: im Süden das Welterbe Oberes Mittelrheintal, Limes im Norden und Great Spas an der Lahn (Bad Ems), Premiumwanderwege Rheinsteig und RheinBurgenWeg führen durch das gesamte Weinanbaugebiet.

12 Winzer sind Mitglieder der „Mittelrhein-Riesling-Charta“ und produzieren die Profilweine Handstreich, Felsenspiel und Meisterstück www.riesling-charta.com

Das will ich mir merken:



Nahe „Facettenreicher Diamant“

Fakten

Geographische Lage: Von der Mündung der Nahe flussaufwärts bis kurz vor Idar Oberstein; an den Nebentälern des Guldenbachs, des Gräfenbachs, der Glan und der Alsenz

Klima: Ausgeglichen, mild und frostarm

Böden: Quarzit- und Schieferböden an der unteren Nahe; Porphyry, Melaphyr und Buntsandstein an der mittleren Nahe; Verwitterungsböden und Tonüberlagerungen aus Sandstein, Löß und Lehm bei Bad Kreuznach, über 180 verschiedene Bodenformationen

Rebfläche: 4.240 ha, 1 Bereich, 6 Großlagen, 284 Einzellagen

Rebsorten: Riesling, Müller-Thurgau, Grau- und Weißburgunder, Dornfelder, Spätburgunder

Vermarktung: Überwiegend direkt an Endverbraucher, teilweise über Handel und Gastronomie, etwa 10 % Export

Besonderheiten: Bodenvielfalt, Edelstein-Stadt Idar-Oberstein, 3 Kurstädte, Naheweinstraße, Edelschliff

Das will ich mir merken:



Mosel „Einzigartiger Riesling-Canyon“

Fakten

Geografische Lage: Entlang der Mosel von franz. Grenze bis Koblenz sowie an Saar und Ruwer und in weiteren Seitentälern der Mosel

Klima: mild in geschützten Flusstälern; Jahres-Durchschnittstemp. 10-11°; besonders lange Reifephase der Trauben/späte Lese in Steillagen

Böden: an Saar, Ruwer und Mittelmosel dunkler Devonschiefer; Terrassenmosel: quarzitisches Sandsteine mit Schiefer; Obermosel: Dolomitgesteine (Muschelkalk, Keuper, Mergel);

Rebfläche: 8.500 Hektar, 6 Bereiche, 19 Großlagen, rund 500 Einzellagen

Rebsorten: Riesling (62 %), Spätburgunder, Weißer und Grauer Burgunder, Auxerrois, Elbling, Müller-Thurgau, Vermarktung: ca. 2/3 Inland, 1/3 Export; Inland ca. 50 % im LEH; hoher Anteil der Direktvermarktung (Tourismus)

Besonderheiten: 2.000 Jahre altes, von Steillagen und Flussschleifen geprägtes Weinkulturland; steilste Weinberge der Welt (z.B. Calmont); eindrucksvolle Weinarchitektur von der Antike über Mittelalter, Barock und Jugendstil bis zur modernen Architektur

Das will ich mir merken:



Pfalz „Spitzenterroir für trockene Rieslinge und Burgunder“

Fakten

Geographische Lage: südlich von Rheinhessen bis an die franz. Grenze zum Elsass zwischen Pfälzer Wald und Rheinebene

Klima: viele Sonnenstunden (ca. 2000), eher trocken (ca. 500 mm Niederschlag im Schnitt), im Wind- und Regenschatten des Pfälzer Waldes

Böden: Bodenvielfalt auf Grund der Lage im Rheingraben, vorherrschend: Löss, Sand, Kies, Mergel, tertiäre Kalkböden und Buntsandstein; Raritäten: Muschelkalk, Rotliegendes, Schiefer, Granit, Basalt und Terra Rossa.

Rebfläche: ca. 23.800 ha, 2 Bereiche, 25 Großlagen, 350 Einzellagen

Rebsorten: Fokus auf Riesling (25%) und Burgundersorten (Grau-, Spät-, Weißburgunder, Chardonnay, zusammen 27%); im Trend: Sauvignon Blanc, Piwi-Sorten, Bordeaux-Sorten; traditionell: Dornfelder, Müller-Thurgau, Gewürztraminer

Vermarktung: Lebensmittelhandel (über 50%), Direktvermarktung (ca. 15%), Export, Gastro, Fachhandel

Besonderheiten: touristisch attraktive Region, Verbindung aus Genuss, Naturerlebnis und sportlichen Aktivitäten (Radfahren, Wandern); jährl. Weinmesse „Wein am Dom“ in Speyer; regionale Erzeugnisse (Mandeln, Kastanien, Saumagen); Jungwinzergruppe „Die Junge Pfalz“; hohe Dynamik und Innovationskraft; Spitzen-Sekte

Das will ich mir merken:



Rheinhessen „DYNAMISCHES WEINLAND AM RHEIN“

Fakten

Geographische Lage: Im Dreieck zwischen Mainz, Worms und Bingen

Klima: Milde Durchschnitts-Temperaturen; Taunus, Donnersberg und Odenwald als Schutz

Böden: Löß, Kalkstein, Sedimente und Verwitterungsböden, feinsandiger Mergel, Ton- und Sandstein, Ton, Quarzit- und Porphy-Verwitterungsböden

Rebfläche: ca. 27.500 ha, 3 Bereiche, 23 Großlagen, 412 Einzellagen

Rebsorten: Riesling, Müller-Thurgau, Silvaner, Grauburgunder, Weißburgunder, Chardonnay, Scheurebe, Sauvignon Blanc, Kerner, Dornfelder, Blauer Spätburgunder, Portugieser, Regent, St. Laurent, Merlot, Anteil PiWis aktuell 3 %

Vermarktung: ca. 15 % Anteil Export und Exportquote Weißwein 20 %, 22 % Direktverkauf an Endverbraucher, 60 % über Fachhandel und Lebensmitteleinzelhandel, 32 % Marktanteil deutscher Weine

Besonderheiten: Exponierte Lage am Rheinbogen, größtes Silvaner-Anbaugebiet weltweit, Mainz|Rheinhessen Mitglied im Great Wine Capitals (GWC) Global Network, Trullo–Weinbergshäuschen, vielfältige gotische Sakral-Architektur. 2016 feierte Rheinhessen seinen 200. „Geburtstag“.

Das will ich mir merken:



Rheinland-Pfalz Gold

Fakten

Gründung: 30.8.1946, knapp 20.000 km³, rd 4,2 Mio. Einwohner

Geographische Lage: angrenzend Nordrhein-Westfalen, Hessen, Baden-Württemberg, Saarland, Frankreich, Luxemburg.

Höchste Erhebung: Erbeskopf 816m (Hunsrück)

Wirtschaft: Weinbau, Tourismus, Land- u. Forstwirtschaft, Industrie (z.B. BASF, Boehringer, Daimler LKW-Werk, Schott)

Geologie: Vulkaneifel, Rheingraben, Mainzer Becken

Schiefer, Löß, Sedimente und Verwitterungsböden, fein-sandiger Mergel, Quarzit- und Porphyr-Verwitterungsböden

Erzeuger: rd. 6.550 Betriebe, Kellereien, Genossenschaften
65-70 % der gesamten deutschen Erntemenge. 90 % Anteil an
gesamtdeutschem Export

Rebfläche: rd. 64.800 ha (2/3 weiß, 1/3 rot), Erntemenge im Schnitt 6-6,5 Mio hl

Rebsorten: Riesling (17,4ha), Müller-Thurgau (7,9), Silvaner (3,7), Kerner (3,4), Weißburgunder, Grauburgunder. Dornfelder (7,8), Portugieser (4,5), Spätburgunder (3,9)

4 Staatsweingüter: Oppenheim, Trier, Bad Kreuznach, Neustadt

Wichtige Wettbewerbe: best of riesling (seit 2000, international)

Besonderheiten: Mainz = Great wine capital seit 2008

UNESCO-Welterbe: 1981 Speyrer Dom, 1986 römisches Trier, 2002 Oberes Mittelrheintal, 2005 Obergermanisch-Rätischer Limes

Das will ich mir merken:
