



**Impuls: Zukunft der
Weinvermarktung**
... und was die Weinwirtschaft zu tun hat!



Das Denken der Weinwirtschaft - gestern und morgen

Diese Folie ist
ca. 25 Jahre
alt!



Finanz-
planung

Verkaufs-
planung

Organisations-
und Prozess-
entwicklung

Produktions-
steuerung



Trauben-
Produktion

Fasswein-
Produktion

Verkauf

Gewinn / Verlust



Neue Zürcher Zeitung

Alkohol ist ein Zellgift und verursacht Krebs. Jedes Glas ist eins zu viel

Silvester ohne Sekt ist schwer vorstellbar. Aber wir sollten unsere Trinkkultur hinterfragen. Denn es gibt keine gesundheitlich unbedenkliche Menge an Alkohol.

Eva Meil

437 Kommentare. →

29.12.2023, 05:30 Uhr ⌚ 5 min



Hören



Merken



Drucken



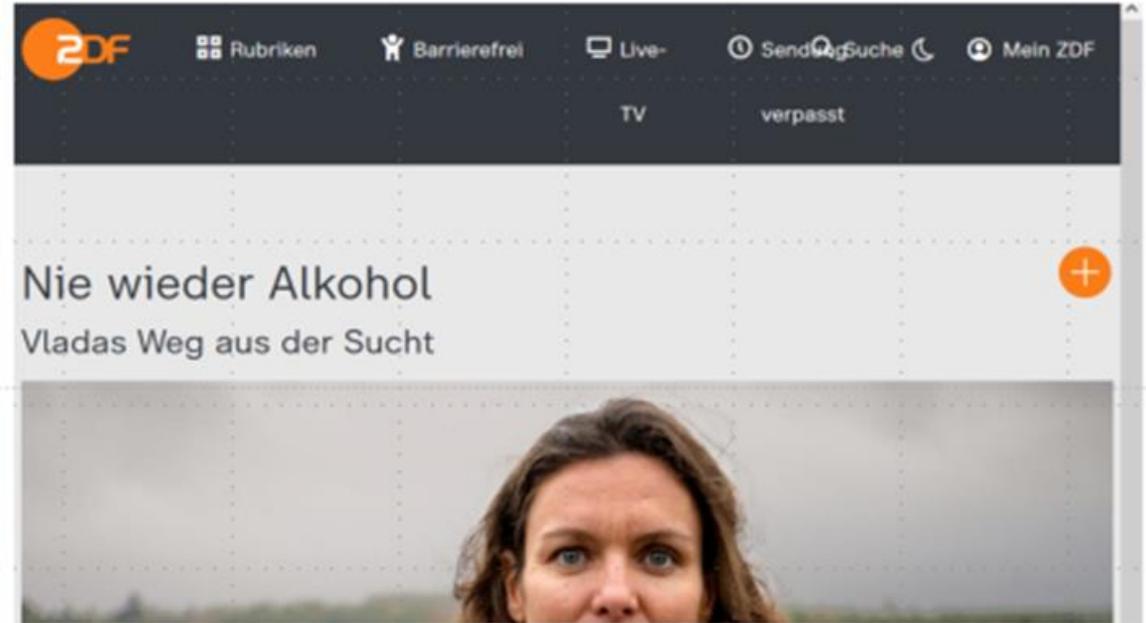
Teilen

Ohne Alkohol ins neue Jahr

Wie der Körper vom Dry January profitiert

von Laren Müller

Nach den Weihnachtsfeiern und dem Neujahrskater setzen viele auf einen neuen Trend: Den ersten Monat des Jahres komplett auf Alkohol zu verzichten. Wie der Körper davon profitiert.

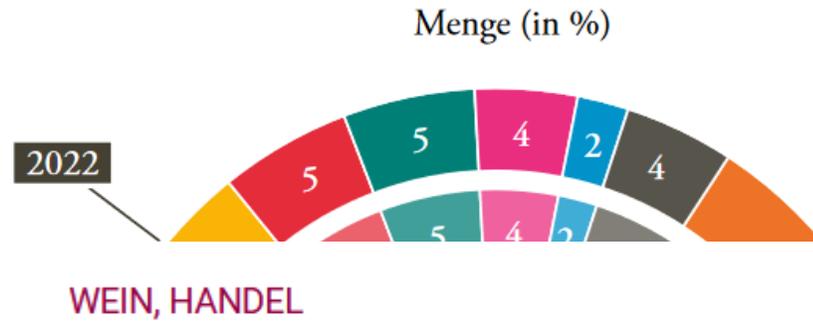


A close-up shot of two hands, one holding a red pill and the other holding a blue pill, set against a dark background. The word "ENTSCHEIDEN" is overlaid in large white letters across the center of the image.

ENTSCHEIDEN



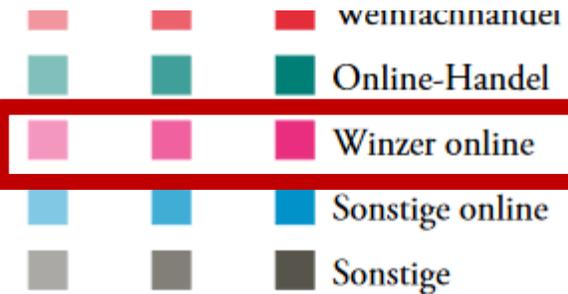
Weinabsatz nach Einkaufsstätten 2020-2022



Online-Handel erstmals geschrumpft

ermarkt

© 28.09.23



Quelle: DWI, Deutscher Wein Statistik 23/24



Kunden-Potential in Zukunft (45-65 Jährige Deutsche)

Phase 1 Phase 2  Phase 3 

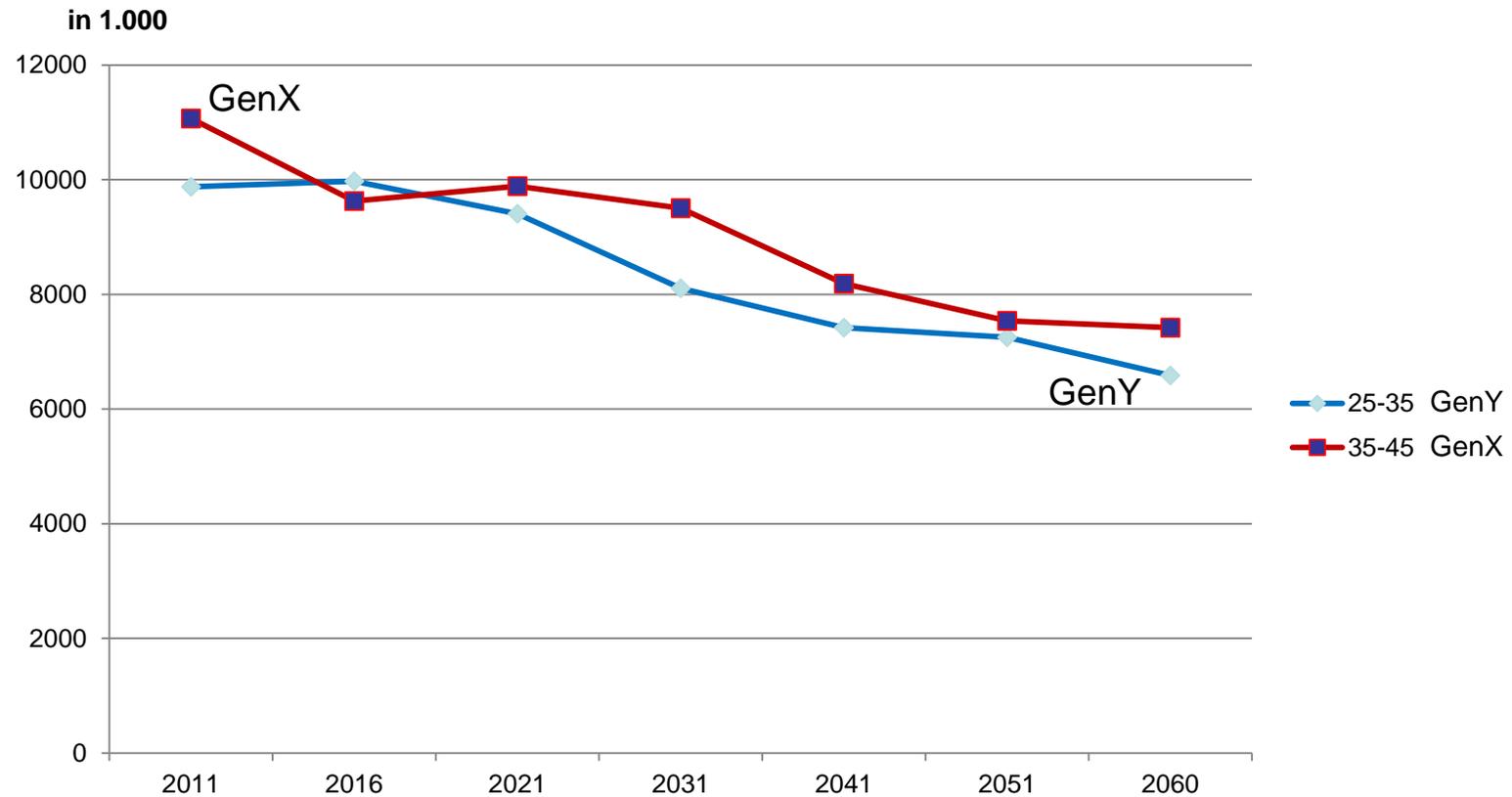
Wer 2060
45 Jahre alt ist,
wurde 2015 geboren!



Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenbasis 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung



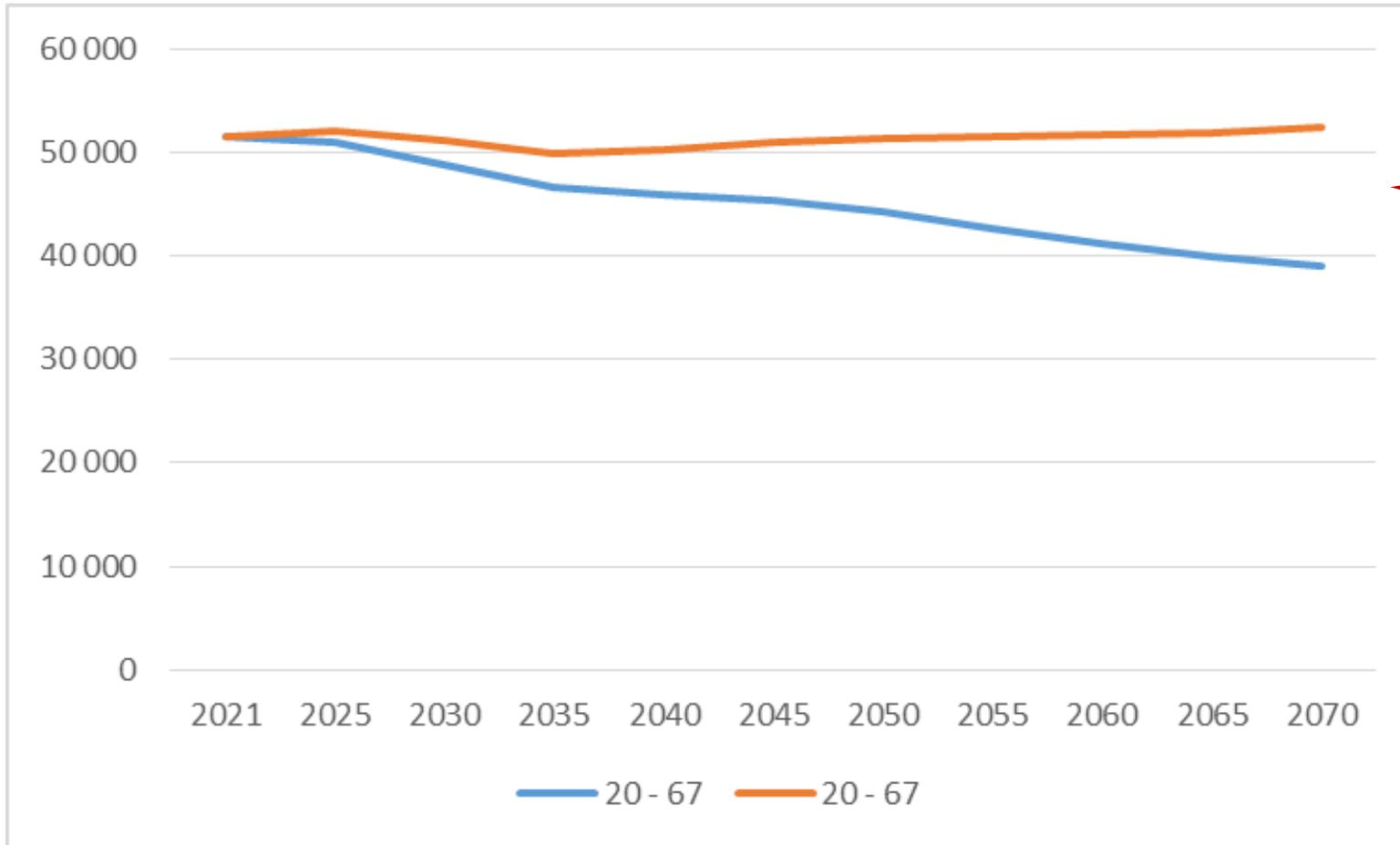
Generation X und Generation Y



Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenbasis 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung



Bevölkerungsentwicklung 20-67 Jährige bis 2070



**Konstanz oder
20%iges Schrumpfen**

Quelle: Statistisches Bundesamt, Bevölkerungsentwicklung bis 2070



Strategische Optionen für die Weinwirtschaft

1. Schrumpfen
2. Marktanteile von Wettbewerbern gewinnen
3. Bestehende Konsumenten zu mehr Konsum motivieren
4. Neue Konsumentengruppen mit neuen Produkten erschließen
5. Auslandsmärkte erschließen
6. Innovation
7. Erlebnisse schaffen



Arbeiten wir gemeinsam an der **Zukunft der Weinvermarktung!**

Danke fürs Zuhören.

Kontakt: berger@dasteam.de