



**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



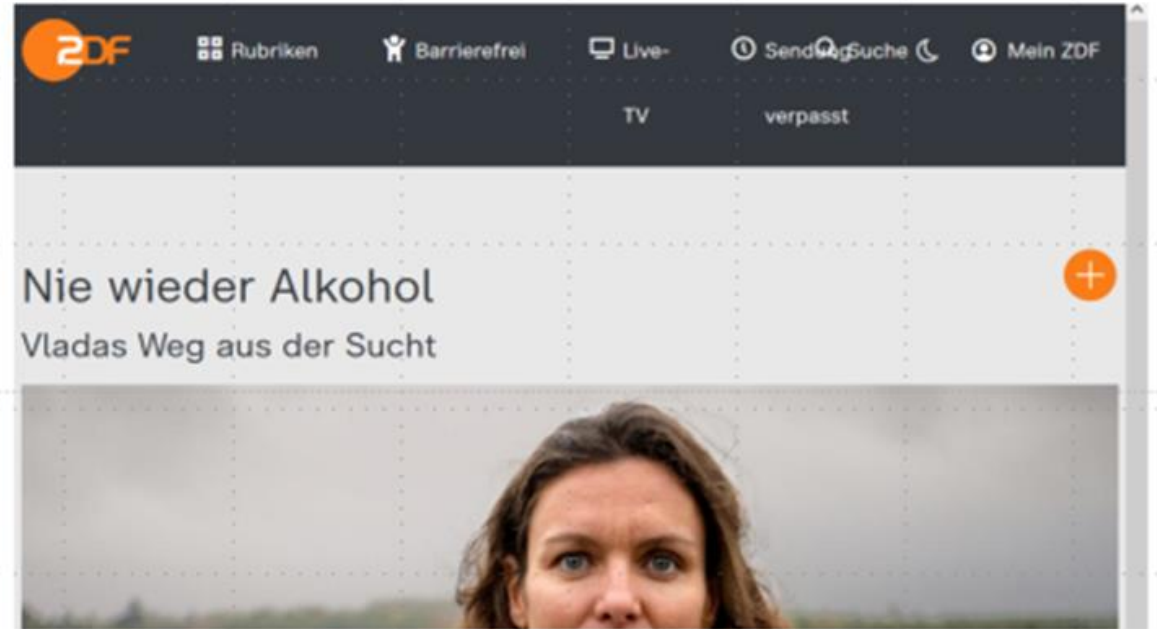
Teilen

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.

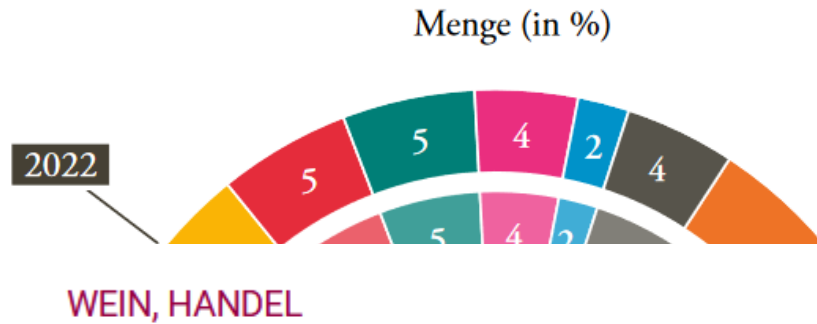


A close-up shot of two hands, one holding a red pill and the other holding a blue pill, set against a dark background. The word "ENTSCHEIDEN" is overlaid in large white letters across the center of the image.

**ENTSCHEIDEN**



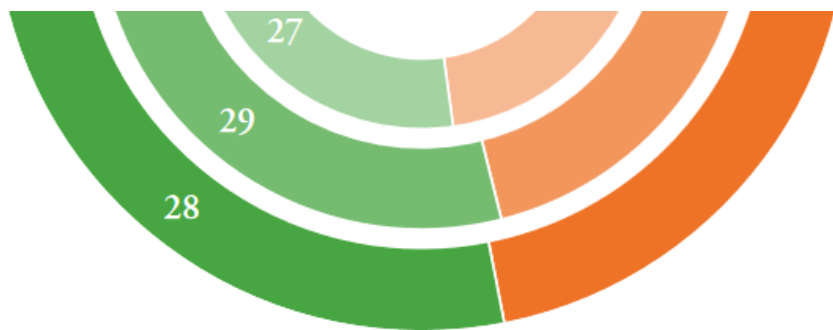
# Weinabsatz nach Einkaufsstätten 2020-2022



## Online-Handel erstmals geschrumpft

ermarkt

© 28.09.23



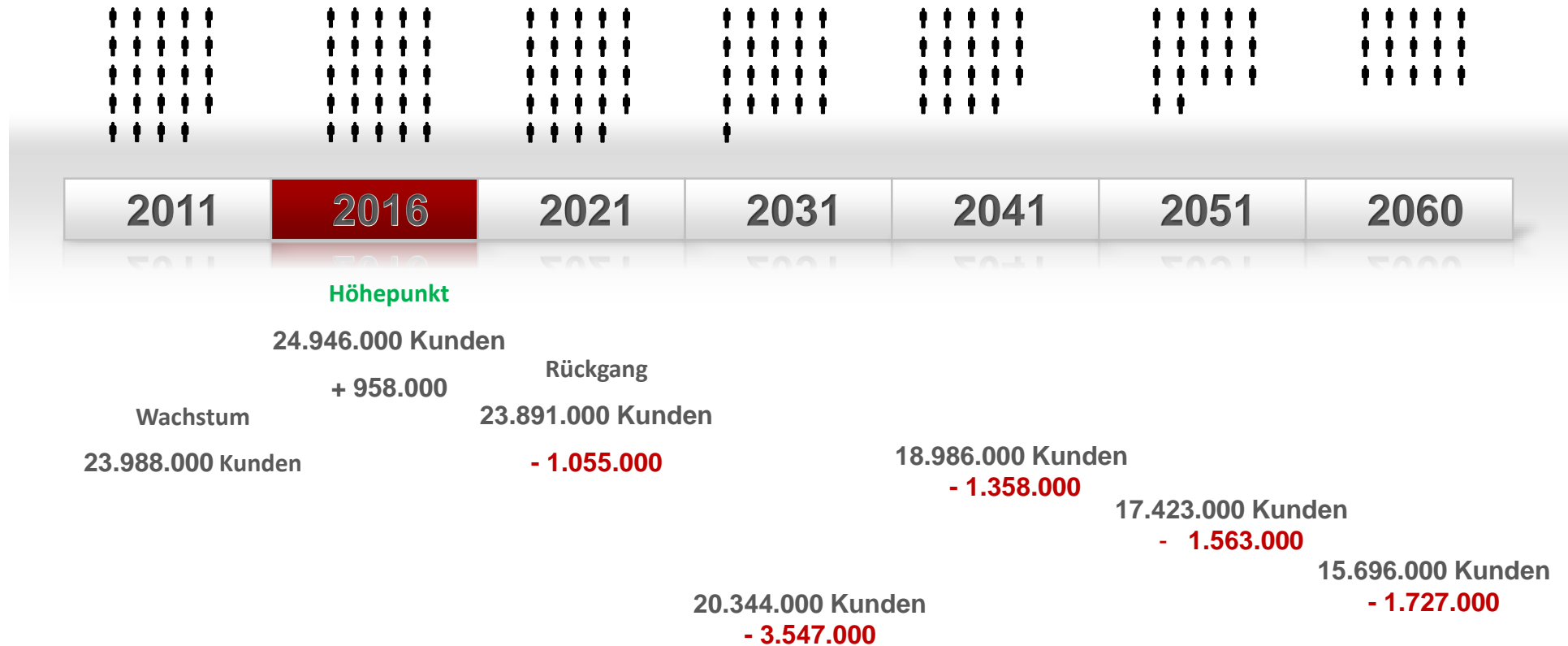
Quelle: DWI, Deutscher Wein Statistik 23/24



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

Phase 1   Phase 2    Phase 3 

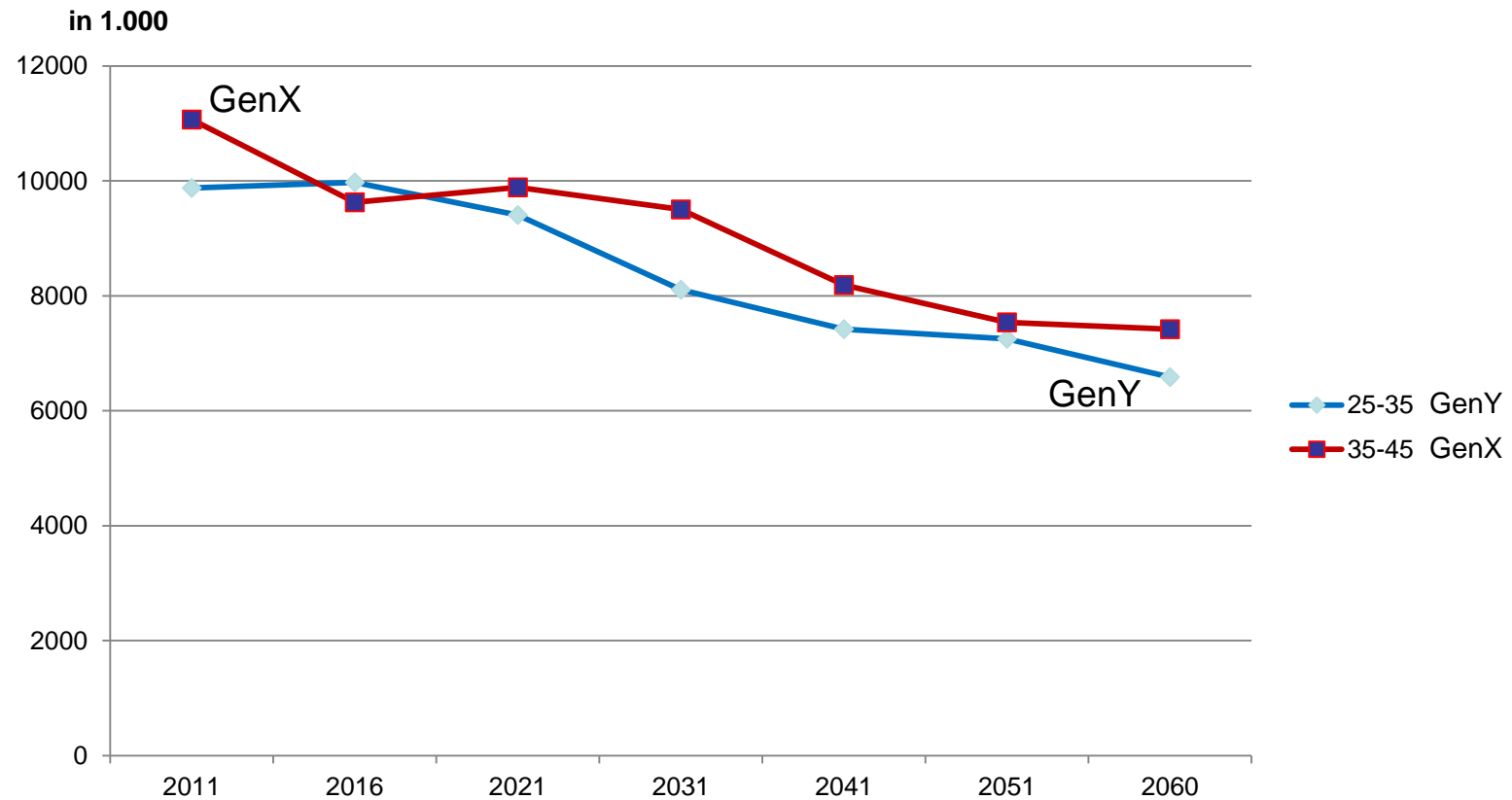
Wer 2060  
45 Jahre alt ist,  
wurde 2015 geboren!



Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenbasis 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung



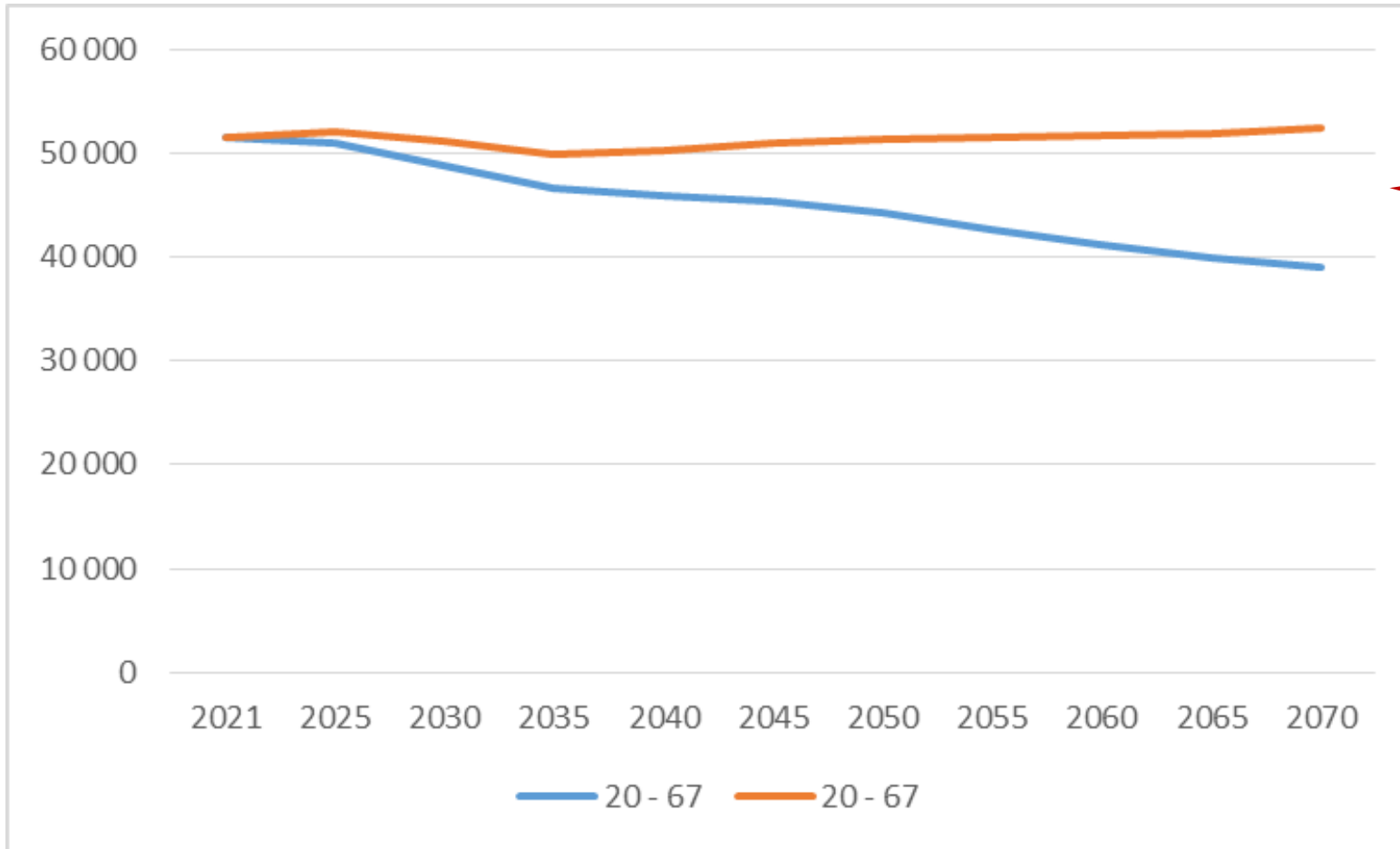
# Generation X und Generation Y



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](mailto:berger@dasteam.de)