

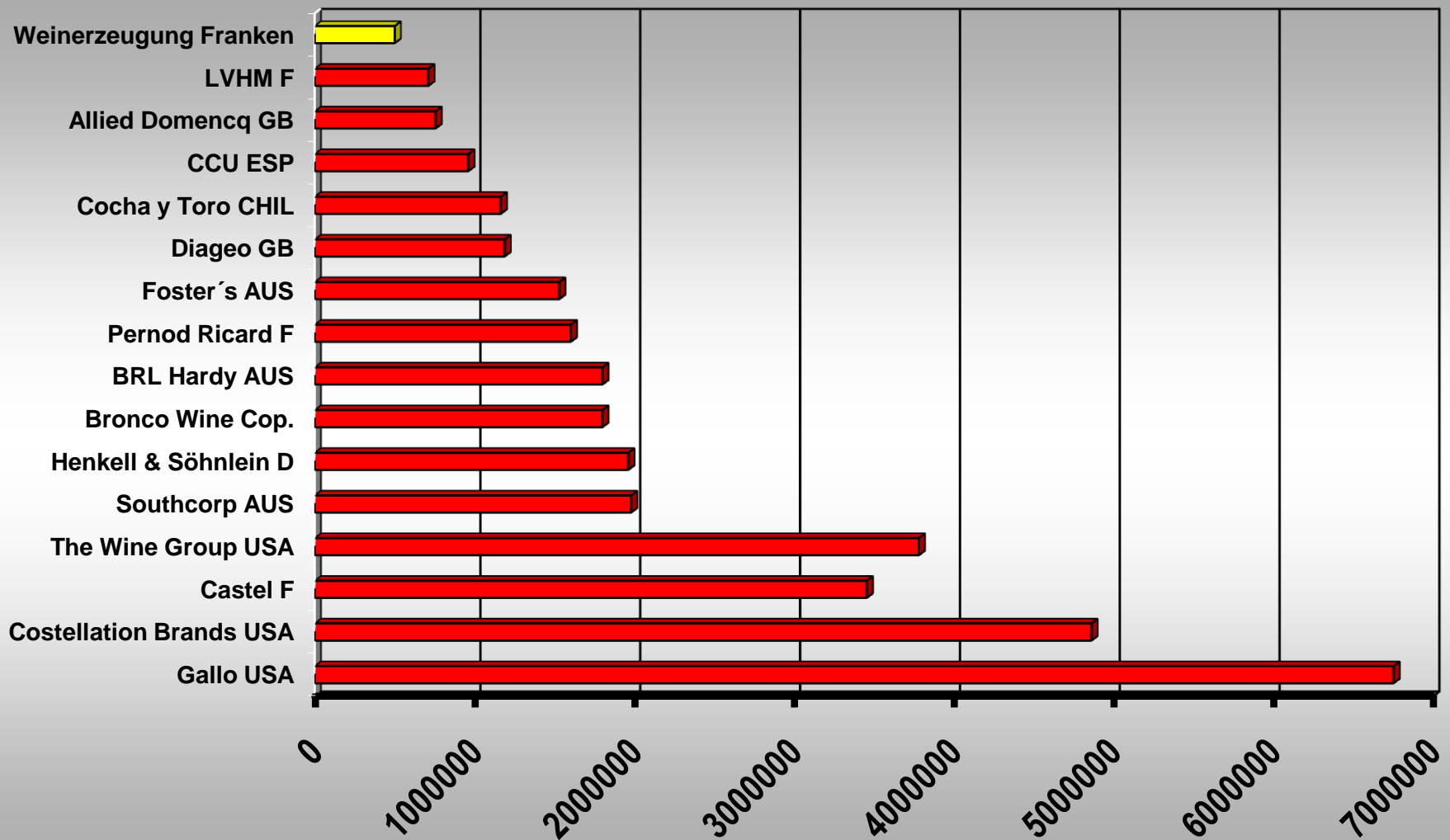
Weintourismus
Warum machen wir das ?

Rebflächen der Welt

| | Fläche (ha) | | Produktion (hl) | |
|----------------|--------------|----------------|-----------------|---------------|
| Welt | 7.636.000 | 100 % | 266.000.000 | 100 % |
| Europa | 4.336.000 | 56,8 % | 159.800.000 | 60 % |
| Deutschland | 102.000 | 1,34 % | 9.200.000 | 3,5 % |
| Franken | 6.300 | 0,083 % | 451.577 | 0,17 % |

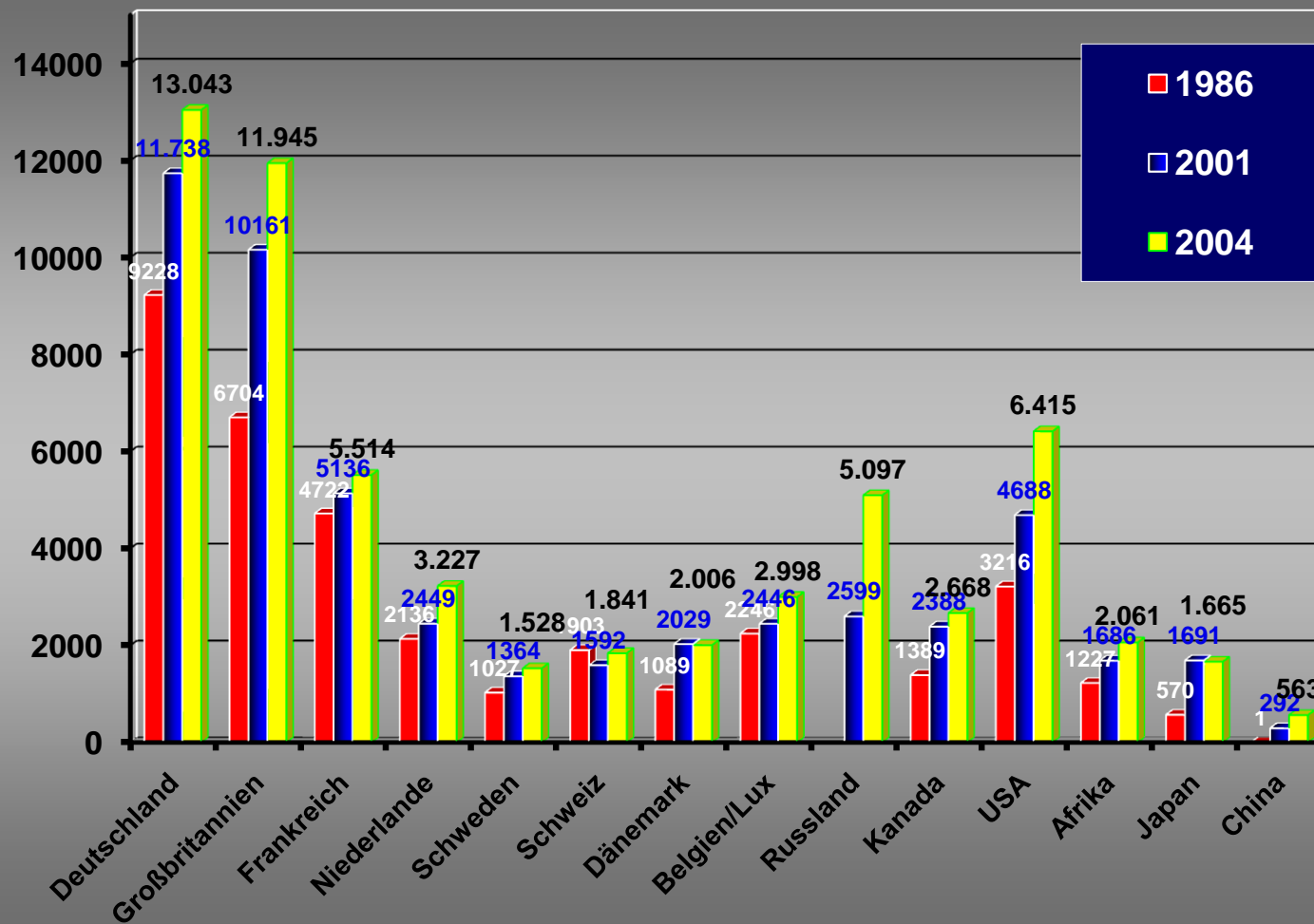
Wein ist globales „Big Business“ - Die größten Weinhäuser

(Absatz in Hektoliter)



Weinimporte weltweit – Weinkonsum ungebrochen

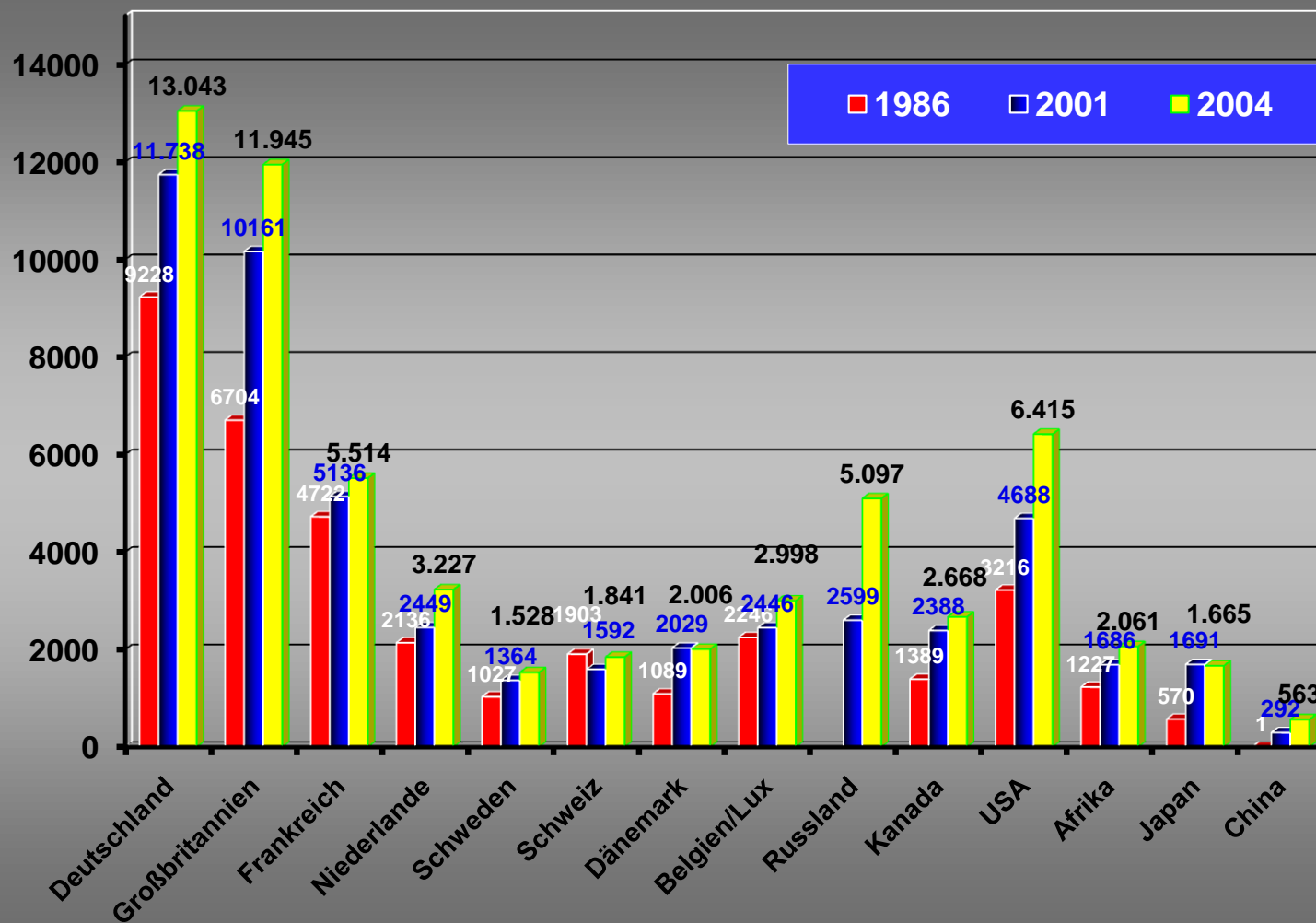
Quelle: DWV Statistik 2004 / in 1.000 hl



Quelle: OIV, DWV Statistik 2008

Weinimporte weltweit – Weinkonsum ungebrochen

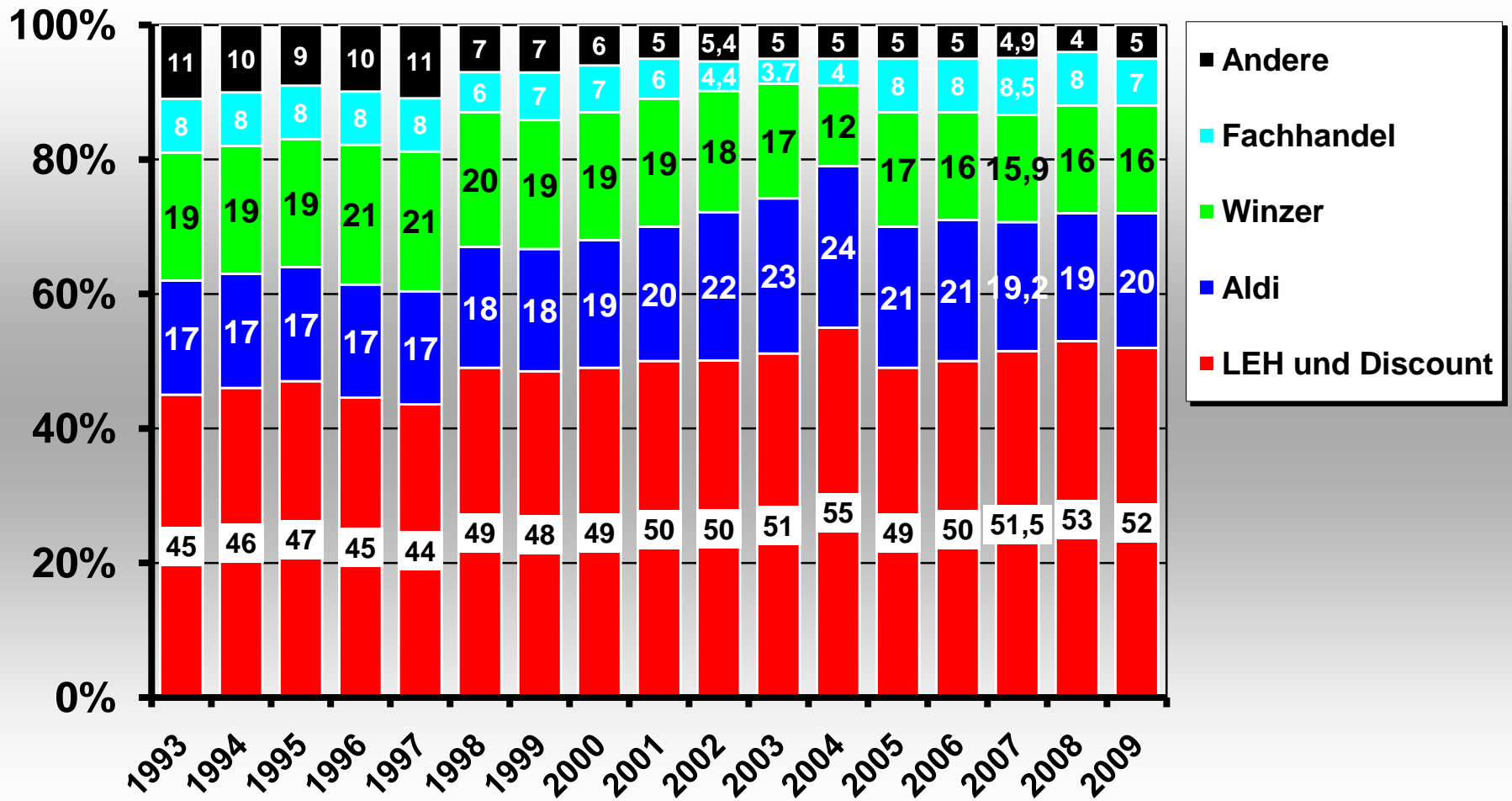
Quelle: DWV Statistik 2004 / in 1.000 hl



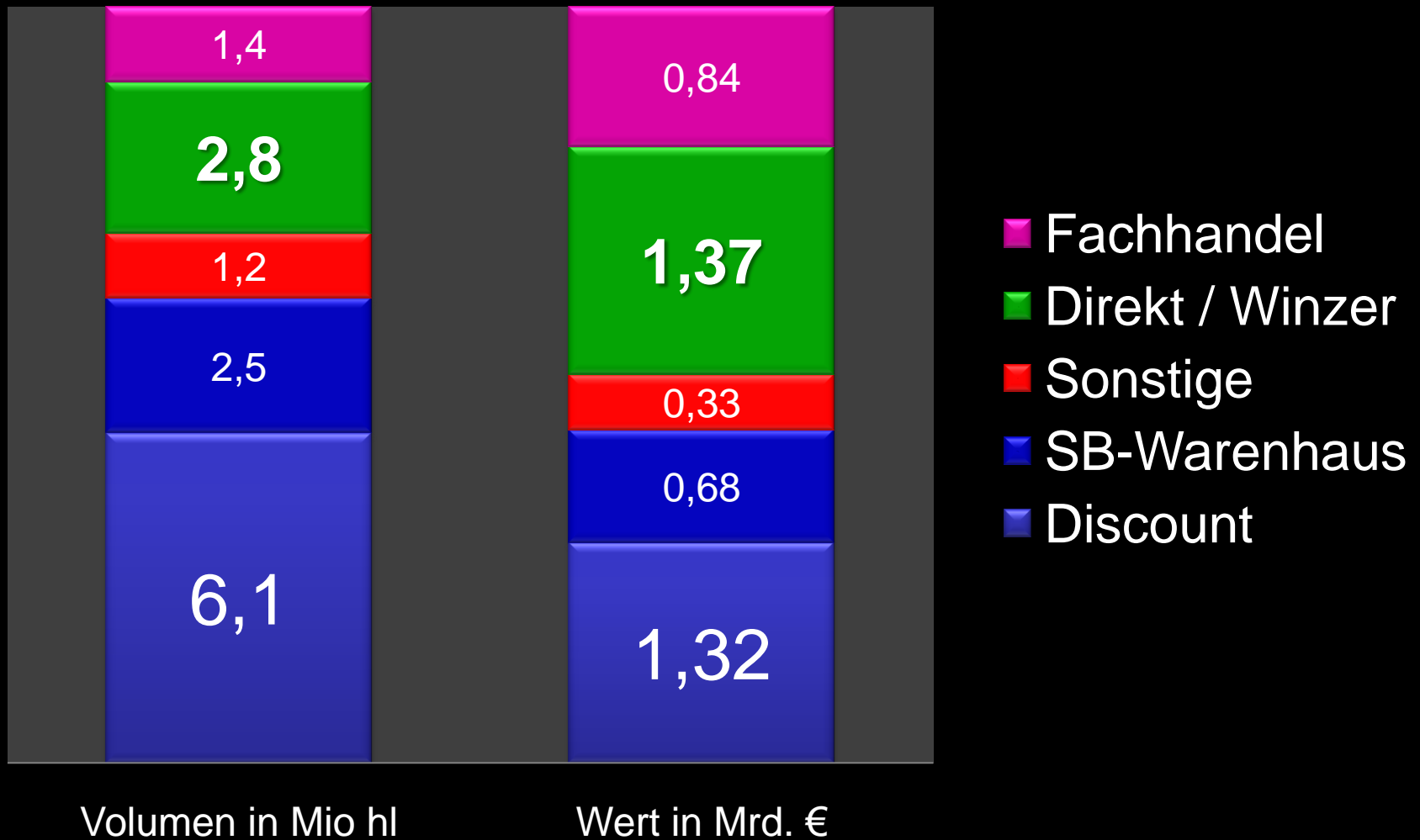
Quelle: OIV, DWV Statistik 2008

Deutscher Weinmarkt - Wo greift man zur Flasche?

Anteil der Einkaufsmenge in % (ab 2005 andere Berechnungsgrundlage !)



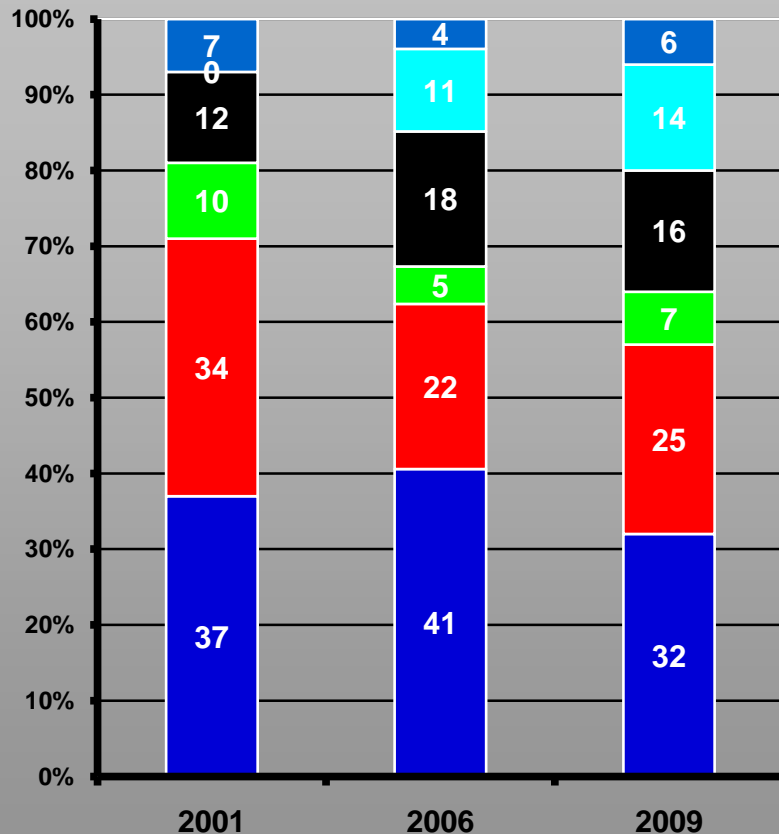
Weineinkauf der Haushalte nach Einkaufsstätten



Absatz- und Vertriebsstruktur Franken

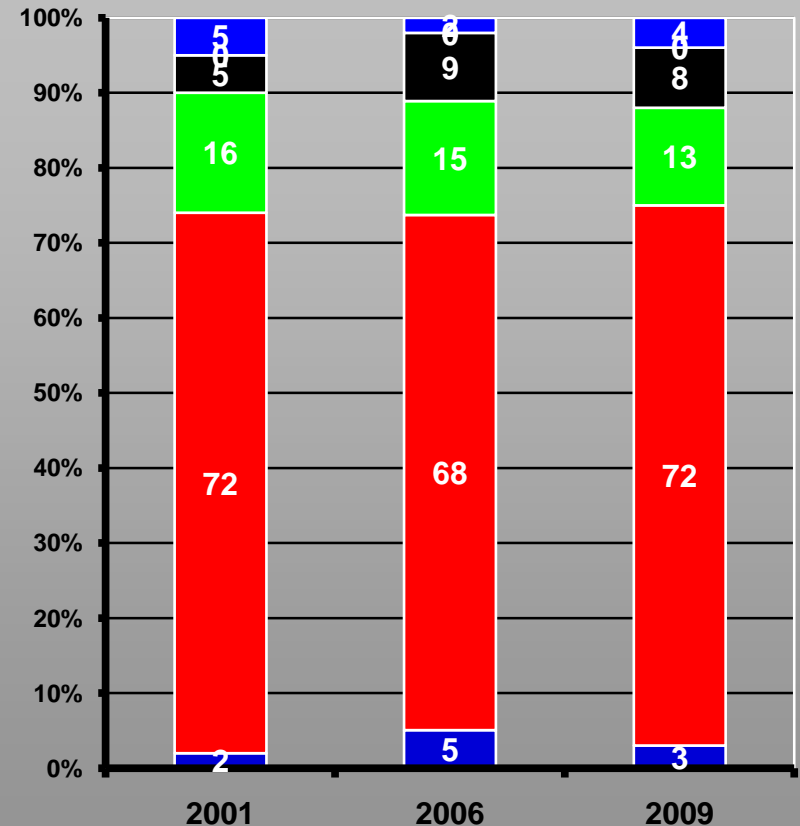
Vertriebswege nach Erzeugern 2001, 2006 und 2009

Erzeugergemeinschaften



■ LEH ■ Endverbraucher ■ Gastronomie
■ Fachhandel ■ Discount ■ Sonstige

Winzer - Weingüter



■ LEH ■ Endverbraucher ■ Gastronomie
■ Fachhandel ■ Discount ■ Sonstige

Globaler Weinmarkt

Wo holen wir unsere Kunden zukünftig ab ?

„Geiz ist geil“

„Emotion“

Preis

Sinn

Architektur
Abschalten
Harmonie
Erfahren
Genuss
Kultur
Verwöhnen
Verführung
Kunst
Wellness
Landschaft

Direktvermarktung unter Druck - Auswirkungen!

- Weniger Gäste in der Region
- Gefahr für die Ländlichen Strukturen / Wertschöpfung geht verloren:
 - Gastronomie
 - Tourismus
 - Handwerk / Handel
- Kulturelle Verarmung !
- Weniger Lebensqualität !?
- Gefahr für die Kulturlandschaft → Weinberge → Steillagen / Mauern
- Verlust der Identität als Weinregion !? → Auswirkung auf LEH !!!
- „Gütersterben“ !? → nur noch Großbetriebe ??