



Wirtschaftspolitische Perspektiven

Facetten der mainfränkischen Weinwirtschaft



Würzburg-Schweinfurt
Mainfranken

Verbindet **Menschen und
Wirtschaft** in Mainfranken

Impressum

Wirtschaftspolitische Perspektiven*, Ausgabe 5
**Sonderedition*
Facetten der mainfränkischen Weinwirtschaft
Stand 10/2019

Verleger

Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt K. d. ö. R.,
Mainaustraße 33 – 35, 97082 Würzburg,
E-Mail: info@wuerzburg.ihk.de, Tel. 0931 4194-0

Vertretungsberechtigte

Präsident der IHK Würzburg-Schweinfurt: Dr. Klaus D. Mapara
Hauptgeschäftsführer der IHK Würzburg-Schweinfurt: Professor Dr. Ralf Jahn

Zuständige Aufsichtsbehörde

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft,
Landesentwicklung und Energie (<http://www.stmwi.bayern.de>)

Verantwortlicher Redakteur

Radu Ferendino, Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt K. d. ö. R.,
Mainaustraße 33 – 35, 97082 Würzburg

Autoren

Professor Dr. Marcus Klemm,
Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt (FHWS)
sowie Studierende des Master-Studiengangs „Marken- und Medienmanagement (m3ve)“
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt (FHWS)
Dr. Hermann Kolesch, Präsident der Bayer. Landesanstalt für Wein- und Gartenbau (LWG)
Dr. Klaus D. Mapara, Präsident der IHK Würzburg-Schweinfurt

Gestaltung

Beachdesign, Thomas Görgens, Grundweg 21, 97297 Waldbüttelbrunn

Druck

Bonitasprint GmbH, Max-von-Laue-Str. 31 · 97080 Würzburg

Bildnachweis

Titelbild: Gerd Zahn/GettyImages, sonstige Bilder: IHK Würzburg-Schweinfurt,
externe Bildquellen sind jeweils am Bild gekennzeichnet.

© Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier oder elektronischen Datenträgern sowie Einspeisung in Datennetze nur mit Genehmigung des Herausgebers. Alle Angaben wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die IHK keine Gewähr.

Inhalt

Grußwort	5
Die fränkischen Rebsorten	7
Die fränkische Weinwirtschaft	11
Die Fränkische Weinkönigin	17
Der Bocksbeutel	18
IHK & Wein	20
Ausblick: Zukunft aktiv gestalten – die fränkische Weinwirtschaft vor großen Herausforderungen	23
Abbildungsverzeichnis	24
Quellenverzeichnis	24



0.2 l
total
CE
M 19
0.1 l

Grußwort

Der Wein ist eine der traditionsreichsten Säulen der mainfränkischen Wirtschaft. Regionale Weingüter, wie die 1316 gegründete Stiftung Bürgerspital zum Hl. Geist, zählen zu den ältesten Mitgliedern der IHK Würzburg-Schweinfurt. Durch ihre tiefe Verwurzelung in der Region prägen die Winzer und ihr Wein sowohl die fränkische Kulturlandschaft und Architektur, wie auch das Lebensgefühl und das Image Mainfrankens. Der ökonomische Effekt der Weinwirtschaft erstreckt sich indes neben dem Weinverkauf über eine Vielzahl von heimischen Branchen. Einzelhandel und Gastgewerbe, vor allem aber der Tourismus, sind dabei sowohl Profiteur als auch stabilisierender Anker, denn häufig agieren Weingüter selbst als Gastgeber. Berücksichtigt man die Wertschöpfungseffekte auf der zweiten Umsatzstufe, erweist sich Wein als echter Wirtschaftsfaktor.

Basis des Erfolgs der mainfränkischen Weinwirtschaft ist ihr hoher Qualitätsstandard. Das beweisen die zahlreichen Preise, Prädikate und Auszeichnungen. Die Industrie- und Handelskammer (IHK) Würzburg-Schweinfurt begleitet Unternehmen der Weinwirtschaft in branchenspezifischen und -übergreifenden Informationsveranstaltungen, individuellen Beratungs- und Qualifizierungsangeboten und setzt sich für sie im Rahmen der gesamtwirtschaftlichen Interessensvertretung ein. Eine Besonderheit ist dabei sicher unsere Wein- und Sommelierschule, die bereits seit über zehn Jahren Interessierten einen professionellen Zugang zur Genusswelt Wein vermittelt.

Die Bedeutung der Weinwirtschaft für die Region bietet Anlass, die Branche näher zu beleuchten. Basis des Ihnen vorliegenden Bandes der IHK-Reihe „Wirtschaftspolitische Perspektiven“ war ein Projekt der Hochschule für angewandte Wissenschaften

Würzburg-Schweinfurt (FHWS) im Wintersemester 2018/2019 unter Leitung von Professor Dr. Marcus Klemm, das durch die Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau (LWG) und die IHK Würzburg-Schweinfurt unterstützt wurde.¹ Im Rahmen des Kurses „Empirische und Online-Marktforschung“ haben die Studenten des Master-Studiengangs „Marken- und Medienmanagement (m3ve)“ das Thema Wein durch Informations- und Datenrecherche, statistische Analysen und grafische Darstellung aufgearbeitet. Entstanden ist ein Informationsband für Weinneulinge wie -kenner und -liebhaber, der im Rahmen der kurzweiligen Lektüre das Ziel verfolgt, die Bedeutung der Weinwirtschaft für den Wirtschaftsraum Mainfranken hervorzuheben. Allen beteiligten Partnern, insbesondere Professor Dr. Klemm und LWG-Präsident Dr. Hermann Kolesch sowie nicht zuletzt allen Studierenden, danke ich herzlich für die gelungene Umsetzung des Projektes.



Dr. Klaus D. Mapara
Präsident der
IHK Würzburg-Schweinfurt

Die Regionen: Mainfranken, Weinfranken, Unterfranken



Franken ist eines von 13 Weinanbaugebieten in Deutschland. Die Abgrenzungen der Weinanbaugebiete verlaufen nicht deckungsgleich mit anderen regionalen Abgrenzungen. So ist Franken als Weinanbaugebiet zwar nahezu identisch mit dem bayerischen Regierungsbezirk Unterfranken; es gibt aber auch fränkische Winzer in den benachbarten Landkreisen wie Neustadt an der Aisch – Bad Windsheim oder Bamberg. Der Weinbau in der Region Tauberfranken

wiederum zählt überwiegend zum Anbaugebiet Baden. Neben Franken wird in Bayern noch am Bodensee und in Regensburg Wein hergestellt. Als größtes Weinanbaugebiet Bayerns deckt Franken jedoch nahezu 100 Prozent der Rebflächen, Weinbetriebe und der Weinherstellung im Freistaat ab. Der Großteil des Weinanbaugebiets Franken gehört zum Wirtschaftsraum Mainfranken; im Osten kommt am Untermain Aschaffenburg hinzu.

Abbildung 1: Weinanbau in Mainfranken



- Zentrale Orte des fränkischen Weinbaus
- Weinbauflächen Terroir Buntsandstein
- Weinbauflächen Terroir Keuper
- terroir f - die magischen Orte des Frankenweins
- Weinbauorte
- Weinbauflächen Terroir Muschelkalk
- Fähren

Quelle: Gebietsweinwerbung Frankenwein-Frankenland GmbH | CMS - Cross Media Solutions



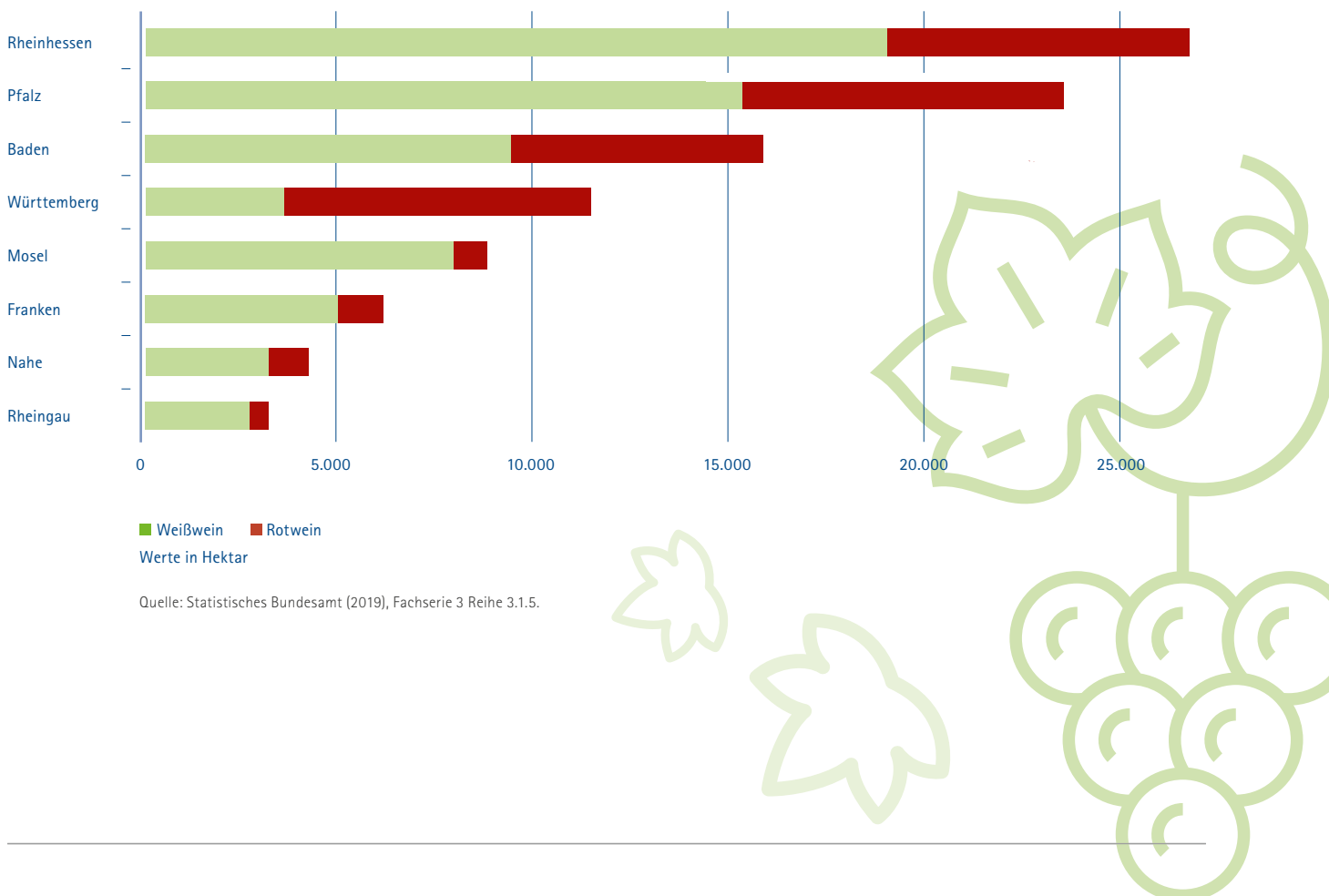
Die fränkischen Rebsorten

In 13 Weinanbaugebieten wird in Deutschland auf insgesamt 103.000 Hektar Wein angebaut. Im Jahr 2018 wurden aus den Trauben mehr als zehn Millionen Hektoliter Wein gekeltert, was ungefähr 1,4 Milliarden 0,75 Liter-Flaschen Wein entspricht. Die erzeugte Menge und die Qualität lagen damit deutlich über den Vorjahren, was insbesondere auf das im Verlauf des Weinjahres günstige Wetter zurückzuführen ist. Mit rund 6.200 Hektar Rebfläche reiht sich Franken im Mittelfeld der deutschen Anbaugebiete ein; die beiden größten sind Rheinhessen und die Pfalz.

Jedes der deutschen Weinanbaugebiete weist aufgrund seiner Lage besondere Produktionsbedingungen auf: Unter dem Terroir versteht man die Geologie, Topografie und Böden sowie die klimatischen Bedingungen und Rebsorten, die eine Region und ihre Weine auszeichnen. Franken sticht mit seinen unterschiedlichen Böden von Keuper am Steigerwald im Osten über Muschelkalk im Maindreieck bis zu Buntsandstein im Mainviereck im Westen (sogenannte fränkische Trias) sowie einer großen Anzahl an Sonnenstunden und einem sehr trocken, wengleich recht kühlem Klima heraus. Diese Cool Climate-

Bedingungen begünstigen die Erzeugung von Weißweinen wie Silvaner, Riesling und Müller-Thurgau. In Franken entfallen rund 80 Prozent der Erzeugung auf Weißwein. Insgesamt sind in Deutschland rund zwei Drittel des erzeugten Weins weiß. In Franken wie in Deutschland wandelt sich der Weinanbau stetig. Mitte der 1990er-Jahre lag der Weißweinanteil in Franken noch bei 94 Prozent, ehe sich die mit roten Rebsorten bestückte Anbaufläche bis Mitte der 2000er-Jahre nahezu vervierfacht hat. Seitdem liegt das Verhältnis von Weißwein zu Rotwein bei etwa 80 zu 20.

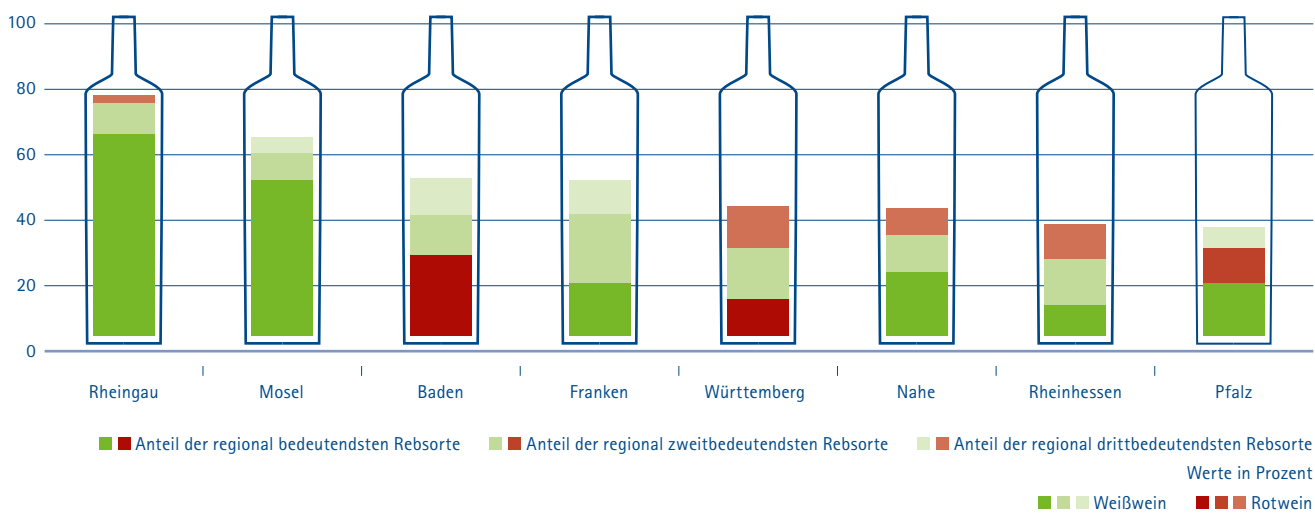
Abbildung 2: Rebflächen der größten deutschen Weinanbaugebiete in Hektar (Jahr 2018)



Die dominierenden weißen Rebsorten in Franken sind Müller-Thurgau, Silvaner, Bacchus und Riesling. Unter diesen ist vor allem der Silvaner hervorzuheben, der sinnbildlich für die fränkische Identität als Weinregion gesehen werden kann. Silvaner wird seit mehr als 350 Jahren in Franken angebaut. Rund ein Drittel aller deutschen Silvaner-Weine stammt aus Franken. Neben dem Silvaner ist Müller-Thurgau (auch als Rivaner bekannt) die zweite bedeutende Rebsorte in Franken; zusammen nehmen beide etwa 50 Prozent der gesamten Reb-

fläche Frankens ein. Im Gegensatz zum Silvaner wurde der Anbau von Müller-Thurgau in der Vergangenheit stark reduziert. Gemessen an der Rebfläche liegt Bacchus an dritter Stelle in Franken. Mit 45 Prozent am gesamten Bacchus-Anbau in Deutschland nimmt Franken auch bei dieser Sorte eine besondere Stellung ein. Der Anteil an der Riesling-Erzeugung, der international renommiertesten deutschen Rebsorte, fällt jedoch eher gering aus. Hier stechen die Mosel und der Rheingau als Anbauregionen heraus.

Abbildung 3: Konzentration der regionalen Rebfläche auf spezielle Rebsorten (Jahr 2018)



Quelle: Statistisches Bundesamt (2019), Fachserie 3 Reihe 3.1.5.

Insgesamt ist der Variantenreichtum im Weinbau sehr groß. In Franken werden wie in den meisten anderen Anbaubereichen mehr als 50 verschiedene Rebsorten angebaut und gekeltert. In der Pfalz und in Rheinhessen gibt es mehr als 70 beziehungsweise fast 90 Rebsorten. Im Vergleich der Anbaubereiche fällt eine unterschiedlich stark ausgeprägte Konzentration auf einzelne Rebsorten auf. In Franken nehmen die drei bedeutendsten Rebsorten gut 60 Prozent der Anbaufläche ein. Im Rheingau und an der Mosel dominiert der Riesling alleine mit fast 80 Prozent beziehungsweise mehr als 60 Prozent.



Silvaner



Keine andere Traube steht so für Franken wie der Silvaner. Seit 1659 wächst diese Rebsorte in Franken; die ersten Reben wurden in Castell gepflanzt. Woher er kommt, ist nicht genau bekannt. Da es sich um eine Kreuzung aus den Rebsorten Traminer und Österreichisch Weiß handelt,

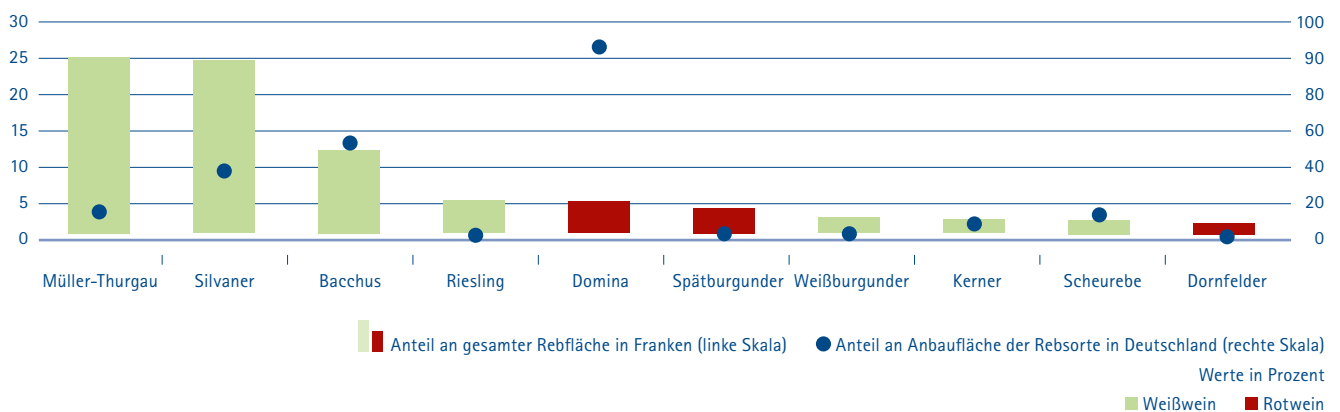
liegt sein Ursprung aber wohl in der Alpenregion. Heute ist er neben dem Riesling die weltweit renommierteste deutsche Rebsorte und hat speziell für Franken eine herausragende Bedeutung, denn das fränkische Terroir und Mikroklima bringt ganz besondere Silvaner-Weine hervor.



Unter den roten Rebsorten dominieren in Franken Domina und Spätburgunder mit zusammen knapp zehn Prozent der Rebfläche. Mit Domina besetzt Franken eine spezielle Nische:

88 Prozent des deutschen Domina-Anbaus sind in Franken beheimatet. Der Anteil an Spätburgunder, der bedeutendsten roten Rebsorte in Deutschland, fällt hingegen gering aus.

Abbildung 4: Die zehn bedeutendsten Rebsorten in Franken nach Rebfläche (Jahr 2018)



Quelle: Statistisches Bundesamt (2019), Fachserie 3 Reihe 3.1.5.



Die fränkische Weinwirtschaft

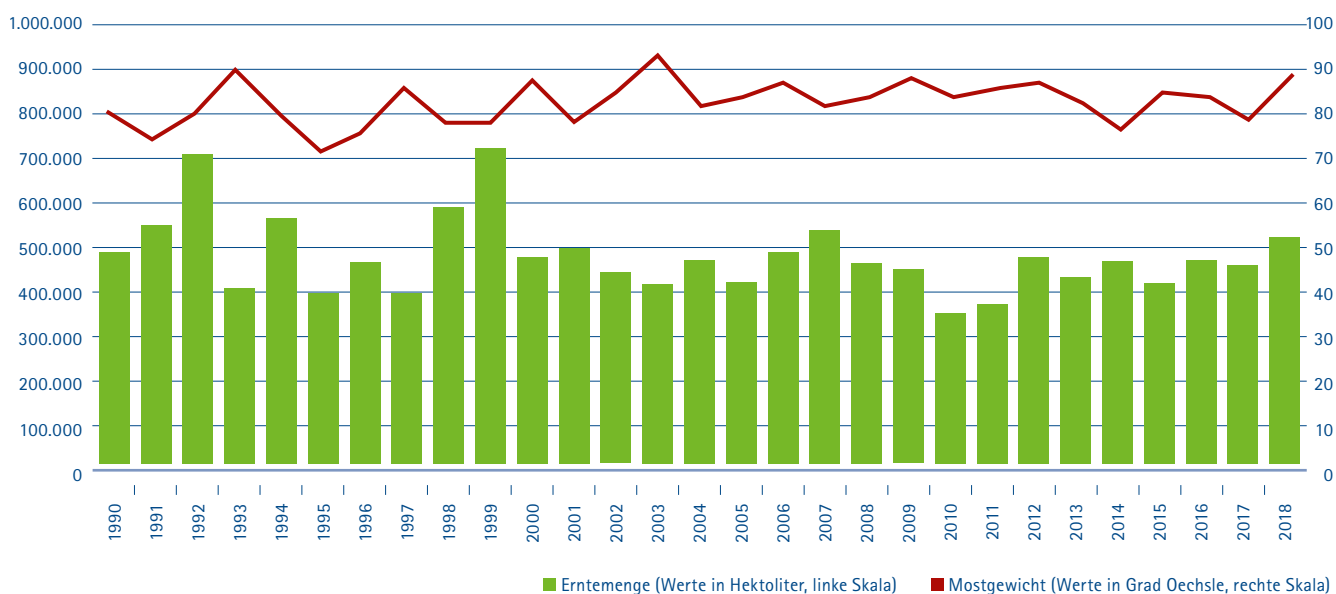
Wein wird auf der gesamten Welt angebaut und konsumiert. Es handelt sich folglich um einen globalen und sehr wettbewerbsintensiven Markt, auf dem die Weinbetriebe Frankens auf verschiedenste Art und Weise aktiv sind. Weltweit beträgt die Anbaufläche für Wein rund 7,5 Millionen Hektar; die weltweite Produktionsmenge betrug im Jahr 2017 etwa 250 Millionen Hektoliter Wein (DWI, 2018). Mit 1,3 Prozent der Anbaufläche und etwa 3,3 Prozent der erzeugten Menge im Jahr 2017 lag Deutschland nach Anbaufläche auf Rang 14 der größten Weinproduzenten der Welt, nach Produktionsmenge auf Rang 10. Mit weniger als 0,1 Prozent der weltweiten Fläche und rund 0,2 Prozent des erzeugten Weins tritt Franken im globalen Vergleich als kleine Weinregion auf.

Unter den 13 Weinanbaugebieten in Deutschland reiht sich Franken hinsichtlich seiner Größe mit etwas mehr als 6.000 Hektar Rebfläche und rund 3.500 Betrieben im Mittelfeld ein. Naturgemäß schwankt die erzeugte Weinmenge im Zeitverlauf, insbesondere abhängig vom Wetterverlauf im Weinjahr. Im langjährigen Durchschnitt produziert Franken etwa 47,5 Millionen Liter Wein oder mehr als 55 Millionen Flaschen Wein jährlich. Das jährliche Umsatzvolumen der Weinerzeugung kann auf gut 250 Millionen Euro geschätzt werden.

Die 6.000 Hektar Rebfläche entsprechen einem Anteil von knapp sechs Prozent an der gesamten Rebfläche in Deutschland; Frankens Anteil an der gesamten deutschen Weinerzeugung liegt bei annähernd fünf Prozent. Dass der Anteil Frankens an allen Wein-

baubetrieben in Deutschland mit mehr als acht Prozent deutlich höher ausfällt, spiegelt die spezielle Betriebsstruktur der fränkischen Weinwirtschaft wider: Annähernd 2.000 – und somit mehr als die Hälfte der Betriebe – sind Kleinbetriebe mit weniger als 0,5 Hektar Rebfläche. Dies trägt zur Vielfalt der Weinerzeugung und der Weinkultur in Franken bei, ist jedoch mit größeren wirtschaftlichen Herausforderungen verbunden. Im Zuge der anhaltenden Konsolidierung von noch über 7.000 Betrieben in den 1990er-Jahren ist vor allem die Anzahl von kleinen Betrieben zurückgegangen, während sich die Anzahl der größeren Betriebe mit mehr als fünf Hektar Rebfläche in den vergangenen 20 Jahren mehr als verdoppelt hat und aktuell bei rund 340 Betrieben liegt. 125 Betriebe weisen heute mehr als zehn Hektar Rebfläche auf.

Abbildung 5: Entwicklung der Erntemenge und des Mostgewichts in Franken seit 1990



Circa 800 Betriebe vermarkten ihre Weine selbst. Nicht zuletzt durch die große Anzahl von kleinen Betrieben kommt den fünf Erzeugergemeinschaften und Genossenschaften in Franken eine besondere Bedeutung für den Erhalt der Weinkultur wie den wirtschaftlichen Erfolg zu. Zusammen haben diese, zu denen unter anderem die Winzergemeinschaft Franken (GWF), DIVINO Nordheim-Thüngersheim und der Winzerkeller Sommerach zählen, fast 3.000 Mitglieder und bewirtschaften mit annähernd 2.000 Hektar rund 30 Prozent der Rebfläche in Franken.²

Franken weist im Vergleich mit den anderen deutschen Anbaugebieten relativ viele Beschäftigte im Weinbau auf, wobei generell die Beschäftigung saisonal sehr unterschiedlich ausfällt. Etwa 2.000 Personen können dem Weinbau in Franken als ständig vollzeitbeschäftigt zugeordnet werden. Dazu kommen mithelfende Familienangehörige und insbesondere mehr als 10.000 Saisonarbeitskräfte zur Weinlese im Herbst. Über die direkte Weinerzeugung hinaus strahlt die mainfränkische Weinwirtschaft auch auf andere Wirtschaftszweige aus und ist mit diesen verwoben. Neben den vorgelagerten Wirtschaftszweigen ist hier insbesondere der Tourismus zu

Abbildung 6: Anteil von Franken am Weinbau in Deutschland

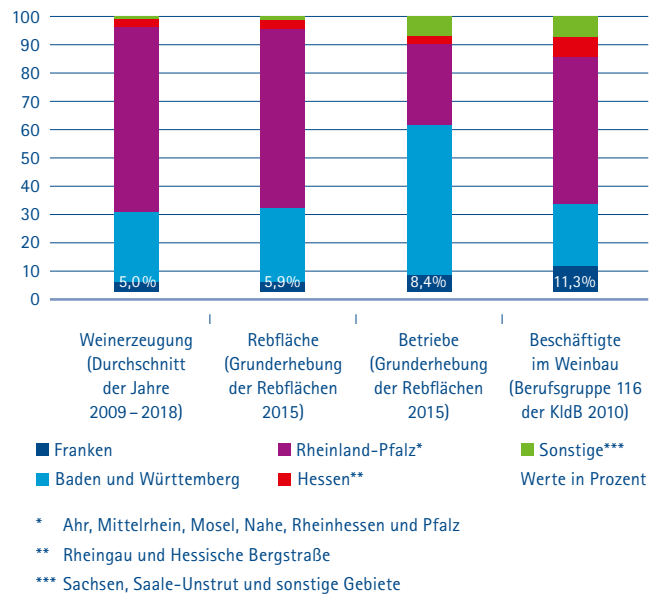
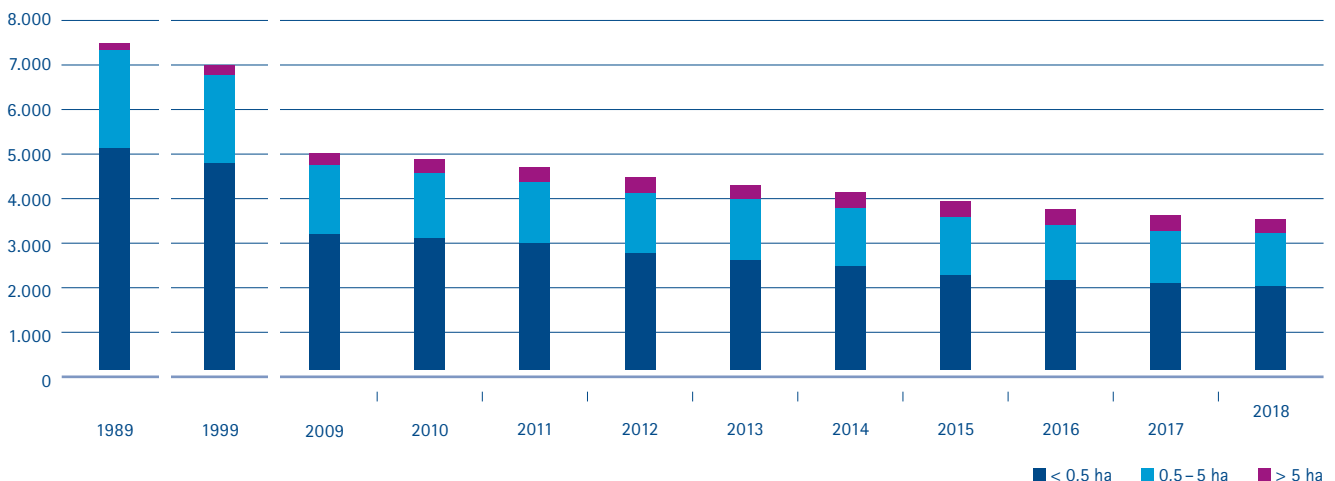


Abbildung 7: Entwicklung der Anzahl der Weinbaubetriebe in Franken nach Rebfläche

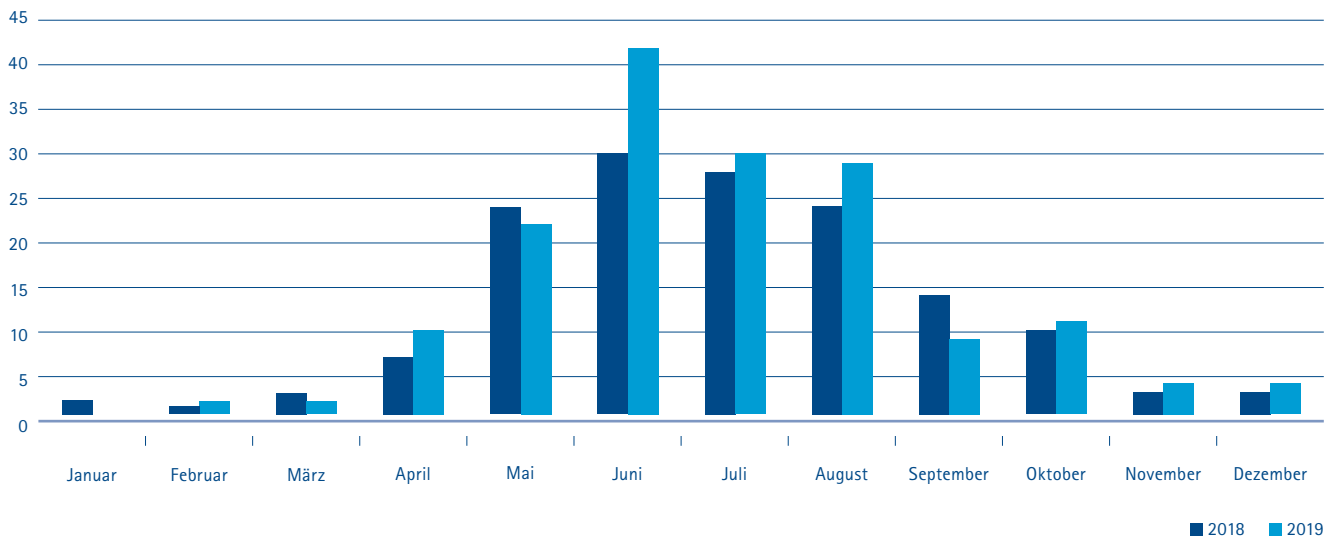


nennen. In den vergangenen Jahren hat dieser immer mehr an Bedeutung für das fränkische Weinland gewonnen. Im Jahr 2017 gab es mehr als 35 Millionen Tagesreisen und mehr als drei Millionen Übernachtungen in der Region (dwif, 2018). Der Umsatz aus dem Tourismus lässt sich auf rund 1,6 Milliarden Euro schätzen, die Wertschöpfung auf mehr als 700 Millionen Euro und der Beschäftigungseffekt auf etwa 25.000 Vollzeit-erwerbstätige. Wenngleich der Tourismus in der Region weit

mehr Gründe hat als den Wein, so befruchten sich diese beiden Wirtschaftszweige doch gegenseitig. Die Marke „Franken – Wein.Schöner.Land“ genießt nach Rheinhessen den höchsten Bekanntheitsgrad unter den deutschen Weinregionen (Fränkisches Weinland, 2018), was zur Belebung des Tourismus beiträgt. Und der zunehmende Tourismus belebt die Vermarktung der fränkischen Weine.

² Darüber hinaus zählen die Winzergenossenschaft Escherndorf eG sowie die Winzergenossenschaft Hörstein eG zu den fünf Erzeugergemeinschaften und Genossenschaften in Franken.

Abbildung 8: Anzahl der Weinfeste in Franken im Jahresverlauf

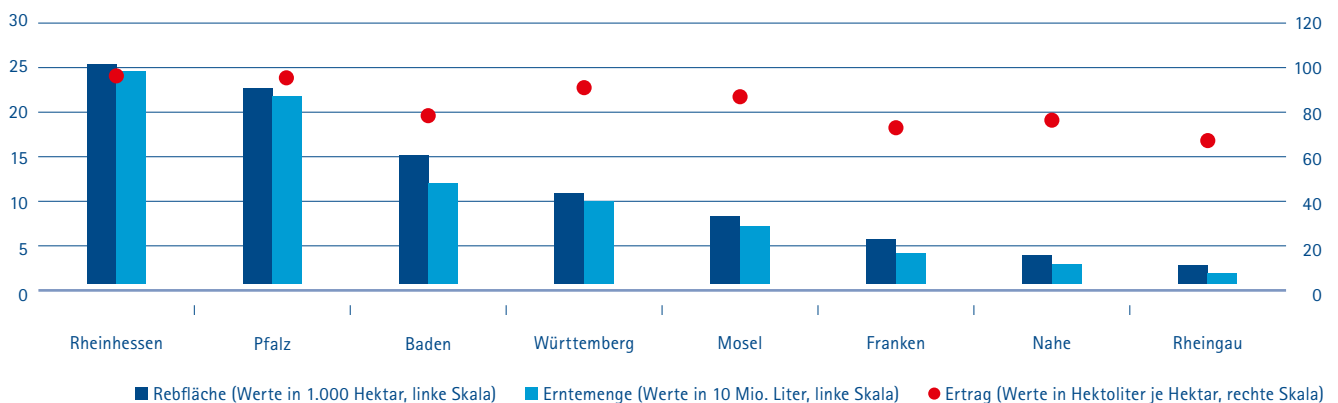


Quelle: Fränkischer Weinbauverband (2019), Wein- und Winzerfeste 2018 und 2019.

Ein besonderer Aspekt ist dabei die Vielzahl an unterschiedlichsten Weinfesten in Franken, vom abendlichen Hofffest bis zum elftägigen Weindorf in Würzburg. 40 Prozent der Betriebe haben Weinfeste mit in ihrem Angebot (dwif, 2013). Insbesondere in den Sommermonaten von Mai bis September bietet sich durchgehend die Möglichkeit, eines der mehr als 150 Weinfeste, die im Durchschnitt zweieinhalb Tage dauern, zu besuchen. Ein Viertel der Haushalte im fränkischen Weinland gibt an, dass private Besuche von Freunden und Verwandten mit Weinfesten verknüpft sind. Rund ein Drittel dieser Besucher kaufen dabei auch regelmäßig Wein für zuhause, ein weiteres Drittel tut dies gelegentlich (dwif, 2013).

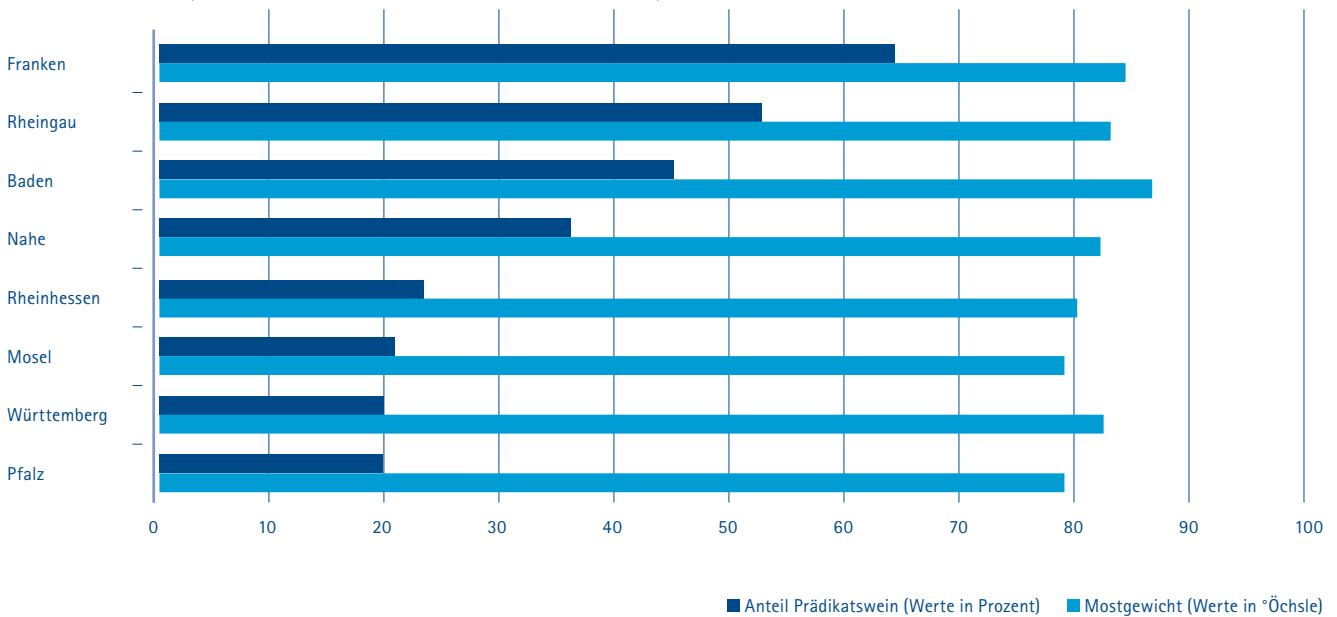
In den vergangenen 15 Jahren hat sich das Qualitätsstreben im fränkischen Weinbau stark intensiviert. Hiervon zeugen nicht zuletzt zahlreiche Auszeichnungen für die fränkischen Winzer bei internationalen Wettbewerben, wie der International Wine Challenge in London, der Austrian Wine Challenge in Wien, der Berlin Wine Trophy oder Mundus Vini. In der ältesten Winzervereinigung der Welt, dem Verband Deutscher Prädikats- und Qualitätsweingüter (VDP), dessen knapp 200 Mitglieder „Maßstäbe für Weingenuss und Qualität“ setzen wollen und „die herkunftsprägen Weinkultur auf höchstem Niveau“ in den Mittelpunkt stellen (VDP, 2019), ist Franken mit 28 Weingütern vertreten, was einem Anteil von 14 Prozent entspricht. Mehr

Abbildung 9: Fläche, Erzeugung und Ertrag ausgewählter deutscher Weinbaugebiete (Durchschnitt der Jahre 2009 bis 2018)



Quelle: Statistisches Bundesamt (2019), Fachserie 3 Reichen 3.2.1 und 3.2.2.

Abbildung 10: Qualitätsindikatoren für ausgewählte deutsche Weinanbaugebiete (Durchschnitt der Jahre 2009 bis 2018)

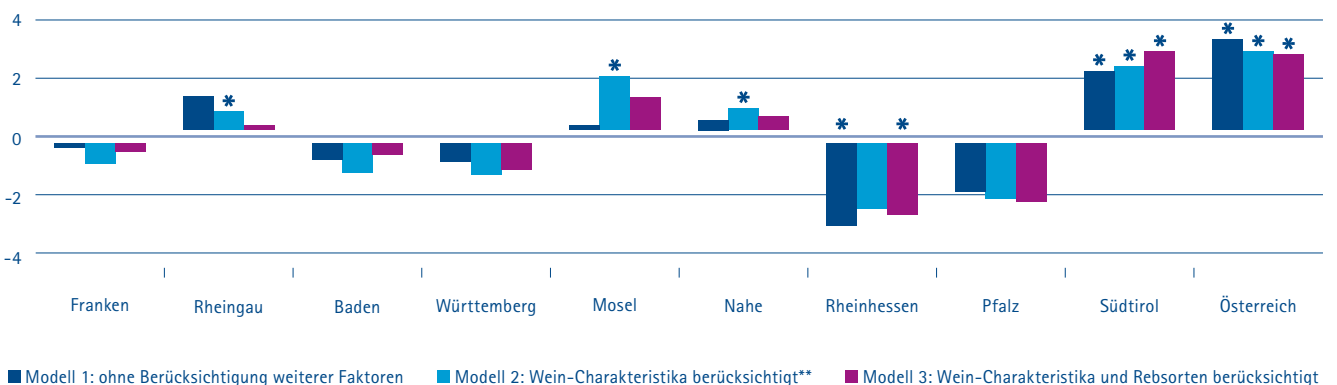


Quelle: Statistisches Bundesamt (2019), Fachserie 3 Reihen 3.2.1 und 3.2.2.

VDP-Mitglieder gibt es nur im Rheingau und an der Mosel, zwei ebenfalls eher kleinen deutschen Weinbaugebieten. Die Qualitätsorientierung Frankens wird auch beim Anteil des Prädikatsweins an der gesamten Erzeugung deutlich: Kein anderes Anbaugebiet reicht hier an Franken mit über 60 Prozent im Durchschnitt der vergangenen zehn Jahre heran. Ein durchschnittliches Mostgewicht von fast 85° Öchsle³ wird nur von Baden übertroffen. Mit durchschnittlich 73 Hektoliter Ertrag pro Hektar Anbaufläche fällt die Produktivität Frankens hinsichtlich der erzeugten Menge im Vergleich zu den anderen Weinbaugebieten eher niedrig aus.

Insgesamt ist der Weinmarkt sehr wettbewerbsintensiv, in Deutschland wie im Ausland. Viele Weingüter treffen auf eine sehr große Anzahl von Kunden. Im deutschen Lebensmittel-einzelhandel, inklusive der Discounter, stammt mittlerweile rund die Hälfte der verkauften Weine aus dem Ausland. Mit 15,2 Millionen Hektoliter importiertem Wein in 2017 ist Deutschland mengenmäßig der größte Weinimporteur der Welt; wertmäßig liegt Deutschland mit rund 2,5 Milliarden Euro in 2017 hinter den USA und Großbritannien an dritter Stelle (OIV, 2018). Demgegenüber steht ein Export von mehr als drei Millionen

Abbildung 11: Differenz der regionalen Angebotspreise im Vergleich zum Durchschnittspreis aller Anbaugebiete in Euro



* Werte weichen bei einem Signifikanzniveau von 5 Prozent signifikant von Franken ab.

** Die berücksichtigten Wein-Charakteristika sind: Jahrgang, Flaschengröße, Farbe (rot oder weiß), Geschmack (trocken, halbtrocken, süß), Alkoholgehalt, VDP-Weingut.

Quelle: Eigene Analyse.

3) Grad Öchsle ist eine Maßeinheit für das Mostgewicht von Traubenmost, d.h. des noch nicht vergorenen Traubensafts. Das Mostgewicht gibt die Konzentration gelöster Stoffe, insbesondere Zucker, im Traubenmost an und stellt damit ein Qualitätsmerkmal für die geernteten Trauben dar. Die Vergabe der Prädikatsstufen nach dem deutschen Weingesetz basiert auf dem Öchsle-Wert.

Preisunterschiede zwischen Weinanbaugebieten im Online-Handel¹



Neben dem Direktvertrieb vom Weingut aus und dem stationären Handel hat in den vergangenen Jahren der Online-Weinhandel stark zugenommen. Dieser macht mittlerweile mengenmäßig gut zehn Prozent, wertmäßig rund 20 Prozent des deutschen Weinmarkts aus. Über den stationären Fachhandel und von den Weingütern direkt werden zusammen ebenfalls gut zehn Prozent der Menge und 20 Prozent des Umsatzes vermarktet. Insgesamt werden circa 80 Prozent der Weine über den Lebensmitteleinzelhandel (inklusive Discounter) vertrieben, was etwa 60 Prozent des Gesamtumsatzes entspricht. Wird nur die Vermarktung deutscher Weine betrachtet, so nimmt naturgemäß die Bedeutung der Direktvermarktung ab Weingut zu: rund ein Viertel des Umsatzes mit deutschem Wein wird so erzielt. Die Bedeutung des Online-Vertriebs fällt hingegen ähnlich aus wie für den gesamten Weinmarkt (GfK, 2018).

Wenngleich online eine selektierte Gruppe von Weinerzeugern vertreten ist – insbesondere größere und renommiertere Produzenten – und somit der Online-Handel nicht repräsentativ für eine ganze Weinbauregion sein kann, so lassen sich doch Informationen aus den dort angebotenen Weinen generieren, etwa ob signifikante Preisunterschiede zwischen verschiedenen Anbauregionen existieren. Zudem sind etwa mit vicampo.de oder wirwinzer.de in den letzten Jahren Plattformen entstanden, die auch kleineren Erzeugern den Online-Vertrieb leichter zugänglich machen.

Betrachtet man das Angebot der größeren Online-Weinhändler, so ist Franken entsprechend seiner Anbaufläche und Erzeugung vertreten: Rund sieben Prozent der angebotenen deutschen Weine kommt aus Franken². Abhängig von dem jeweiligen Online-Händler schwankt der Anteil Frankens zwischen 2,5 Prozent der deutschen Weine bei hawesko.de und belvini.de und um zehn Prozent bei weine.de, vinexus.de und wirwinzer.de. Im Online-Handel wird auch die starke internationale Konkurrenz deutlich: Über alle betrachteten Händler hinweg liegt der Anteil deutscher Weine am Gesamtangebot etwas über 50 Prozent. Während bei wirwinzer.de das gesamte Angebot

aus Deutschland stammt, machen deutsche Weine bei vinexus.de nur rund zehn Prozent des Angebots aus, bei hawesko.de und belvini.de rund 20 Prozent.

Für eine genauere Analyse des Zusammenhangs von Angebotspreisen und Anbaugebiet wurden Informationen von über 660 Weinen aus zehn verschiedenen Regionen erhoben³. Der Durchschnittspreis aller Weine lag bei 12,79 Euro, was deutlich über dem durchschnittlichen Weinpreis im deutschen Einzelhandel liegt. Die Preisspanne reicht von 3,80 Euro bis 68,50 Euro je Flasche. Neben den acht größten deutschen Anbaugebieten wurden Österreich und Südtirol mit in die Analyse aufgenommen. Die Weine aus diesen beiden Regionen sind mit zwei bis drei Euro deutlich teurer als der Durchschnitt. Die Unterschiede zwischen den deutschen Anbaugebieten fallen größtenteils nicht sehr groß aus und liegen im Bereich der statistischen Unsicherheit. Rheinhessen und die Pfalz stechen als die günstigsten Regionen heraus.

Franken bewegt sich als Region nahe am Durchschnittspreis. Dies gilt sowohl im Vergleich der Preise nach Anbaugebieten ohne Berücksichtigung weiterer Faktoren, die den Weinpreis beeinflussen können, als auch wenn solche Faktoren, etwa der Jahrgang, der Alkoholgehalt oder die Rebsorte, in der Analyse berücksichtigt werden. Die Bedeutung spezifischer Weincharakteristika wird zum Beispiel bei den Gebieten Rheingau und Mosel sichtbar: Bei Berücksichtigung der Rebsorten (insbesondere Riesling) fällt der Regionaleffekt geringer aus.

- 1) Die Analyse basiert auf einem Lehr- und Forschungsprojekt an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt in der Veranstaltung „Empirische und Online-Marktforschung“ im Master-Studiengang Marken- und Medienmanagement.
- 2) Die Analyse der Angebotsanteile basiert auf den Angeboten der Online-Weinhändler belvini.de, hawesko.de, vicampo.de, weine.de, wirwinzer.de, vinexus.de und ebrosia.de. Das Gesamtangebot der jeweiligen Online-Shops wurde am 18.01.2019 und am 07.07.2019 erhoben; das Angebot aus Deutschland und Franken wurde über entsprechende Filtereinstellung (Herstellungsland beziehungsweise Region) ermittelt.
- 3) Die Grundgesamtheit für die Erhebung bildeten Rot- und Weißweine der Jahrgänge 2005 bis 2018 in 0,75l- und 1,0l-Flaschen im Sortiment von vicampo.de. Für jede Region wurden das Angebot abhängig vom Preis sortiert und anschließend 60 Weine (für Franken 100 Weine) zufällig, aber gleichmäßig verteilt über die jeweilige Preisspanne, ausgewählt. Die Erhebung fand im November 2018 statt.

Hektoliter Wein, wovon etwa ein Drittel aus deutscher Produktion stammt und zwei Drittel re-exportierte ausländische Weine sind. Die hohe Wettbewerbsintensität im Lebensmitteleinzelhandel wird auch am Preisniveau deutlich. Im Durchschnitt betrug der Preis für eine 0,75 Liter-Flasche Wein dort in den vergangenen

Jahren weniger als 2,50 Euro. Mit über drei Euro je Flasche zeigt sich Franken in diesem Marktsegment im Vergleich der deutschen Anbauregionen als eher höherpreisig (GfK, 2018). Im Direktvertrieb sowie im Fachhandel, stationär und online, liegt das Preisniveau allerdings deutlich höher (vgl. Kasten).



Die Fränkische Weinkönigin

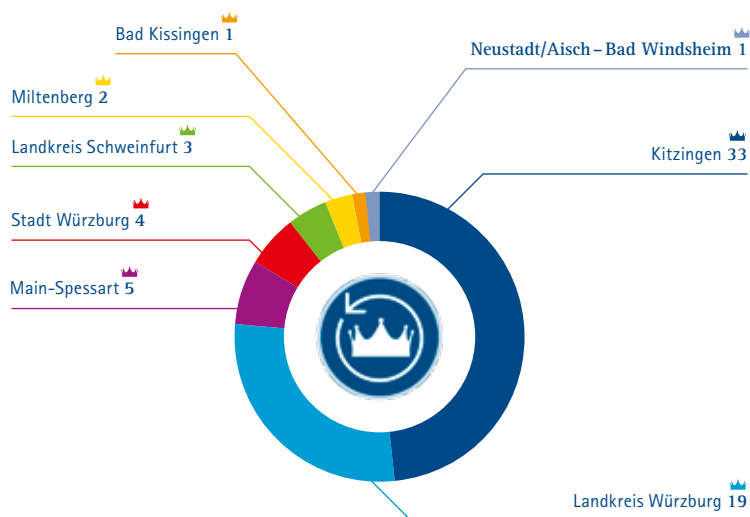
Die Fränkische Weinkönigin ist die gewählte Repräsentantin der fränkischen Winzer. Als weltweite Botschafterin des Frankenweins vertritt sie das Weinanbaugebiet Franken und sorgt seit über 60 Jahren bei zahlreichen Auftritten für ein positives Image des Frankenweins und der Region. Ihr Erkennungsmerkmal ist die einzigartige Krone, die seit mehr als 30 Jahren an jede Fränkische Weinkönigin weitergegeben wird.

Die amtierende 64. Fränkische Weinkönigin ist Carolin Meyer aus Castell-Greuth. Seit März 2019 ist sie die Nachfolgerin von Klara Zehnder aus Randersacker, die noch bis Herbst 2019 als Deutsche Weinprinzessin den deutschen Wein repräsentiert. Die Fränkische Weinkönigin ist eine der 13 Gebietsweinköniginnen Deutschlands. Aus diesen werden die Deutsche Weinkönigin und zwei Deutsche Weinprinzessinnen gekürt, welche alle deutschen Winzer und alle deutsche Weine vertreten. In Franken gibt es neben der Fränkischen Weinkönigin noch mehr als 80 Fränkische Weinprinzessinnen, die ihre Weinorte repräsentieren. Das Amt der Fränkischen Weinkönigin ist ein Vollzeitjob. Neben Weinfesten, Weinproben und Weinpräsentationen zählen dazu auch Eröffnungen, wie beispielsweise die Eröffnung des 10. Bayerischen Genussfestivals, der BR-Radltour oder der HOGA Messe Nürnberg. Bei Preisverleihungen überreicht die Fränkische Weinkönigin unter anderem Sommelier-Urkunden, Ehrenpreise

für Weingüter und den „Best of Gold“-Preis für die besten Weine aus Franken. „Als Fränkische Weinkönigin verrete ich mit Passion für Perfektion auf über 400 Terminen im Jahr die fränkischen Winzerinnen und Winzer. Es ist mir eine Herzensangelegenheit, die ausgezeichneten Weine der »Silvaner Heimat seit 1659« nach außen zu tragen und zu präsentieren,“ konstatiert Carolin Meyer zu ihrem Amt.

Reisen sind unmittelbar mit dem Amt der Fränkischen Weinkönigin verbunden. Entfernungen von rund 80.000 Kilometern pro Amtszeit sind dabei möglich. So hat Klara Zehnder während ihrer Regentschaft als Fränkische Weinkönigin Länder wie Frankreich, Schweden, Norwegen und China besucht. Innerhalb Deutschlands ist sie überwiegend in Bayern, insbesondere in Unterfranken und München, unterwegs gewesen. Aber auch Berlin, Düsseldorf, Travemünde und Worspewede standen auf ihrer Reiseagenda.

Abbildung 12: Anzahl der Fränkischen Weinköniginnen nach Landkreisen



Quelle: Fränkischer Weinbauverband (2019).

Klara Zehnder war 2018/2019

die 63. Fränkische Weinkönigin

Für das Amt der Fränkischen Weinkönigin



2018/2019 gab es
6 Bewerberinnen

Während der Amtszeit verzeichnet eine Fränkische Weinkönigin etwa



400 Auftritte

Pro Auftritt trinkt die Fränkische Weinkönigin zwischen 0,05 und 0,1 Liter Wein



Zu den Geschenken, die die Fränkische Weinkönigin während ihrer Amtszeit erhielt, zählten u. a.

60

Blumensträuße



50

Flaschen Wein

Klara Zehnder verlieh während ihrer Amtszeit



> 70 Preise

Die Fränkische Weinkönigin gab

> 50 Interviews



für Presse, Fernsehen und Radio

In ihrer Amtszeit reiste Klara Zehnder etwa

80.000 km



Die 63. Fränkische Weinkönigin bereiste folgende Länder:





Bisher gab es mit
Carolin Meyer bereits

64 Fränkische Weinköniginnen

Für das Amt der Fränkischen Weinkönigin



2019/2020 gab es
3 Bewerberinnen

Gewählt wird die Fränkische Weinkönigin
von einer Jury, bestehend aus rund

120 Vertretern

aus Politik, Wirtschaft und Medien



100

Weinflaschen
geschenkt
bekommen

2

Dienstwagen



80

Grußwörter
und Reden
geschrieben



30

Zugfahrten

Durchschnittliche

Aufstehzeit: **07:00 Uhr**

Der Bocksbeutel

Eine Besonderheit Frankens ist der Bocksbeutel als spezielle Flaschenform, die gemeinhin als Qualitätsmerkmal für fränkische Weine gilt. Die Geschichte des Bocksbeutels geht weit zurück: Bereits die Kelten verwendeten kugelförmige Tongefäße zur Aufbewahrung von Flüssigkeiten, wie der Fund eines solchen Kugelgefäßes von 1400 v. Chr. in Aschaffenburg belegt. Auch die Römer und die Pilger im Mittelalter nutzten Gefäße, die als Vorfahren des heutigen Bocksbeutels gesehen werden können. Das älteste moderne Abbild eines Bocksbeutels findet sich auf der steinernen Stiftungsurkunde des Juliusspitals in Würzburg aus dem Jahr 1576.

1576

Steinrelief am Juliusspital, das als das älteste moderne Abbild eines Bocksbeutels gilt.

1726

Beschluss des Würzburger Stadtrates, Steinweine in Bocksbeutel mit Siegeln abfüllen zu lassen, um deren Qualität herauszustellen.

1989

Der Bocksbeutel wird nach dem jahrelangen „Bocksbeutelstreit“ als Qualitätsmerkmal für fränkische Weine urheberrechtlich geschützt.

2015

Vorstellung des neuen Bocksbeutel PS, der 2017 den „Deutschen Verpackungspreis“ erhält.

1726 beschloss der Würzburger Stadtrat, Steinweine des erlesenen Jahrgangs 1718 in Bocksbeutel inklusive Siegel abfüllen zu lassen, um ein optisches Unterscheidungsmerkmal zu qualitativ minderwertigen Weinen einzuführen. 1989 wurde der fränkische Bocksbeutel nach dem jahrelangen „Bocksbeutelstreit“ als Qualitätsmerkmal für fränkische Weine urheberrechtlich geschützt. Im Dezember 2015 wurde der neue Bocksbeutel PS vorgestellt, der 2017 mit dem Deutschen Verpackungspreis ausgezeichnet wurde. Um in einem Bocksbeutel abgefüllt werden zu dürfen, muss ein fränkischer Wein ein Mostgewicht von mindestens 72° Öchsle aufweisen und bei einer sensorischen Prüfung der Merkmale Geruch, Geschmack und Harmonie

jeweils mindestens zwei von maximal fünf Punkten bei der amtlichen Qualitätsweinprüfung⁴ erreichen.

Aktuell werden etwa 40 Prozent der fränkischen Weine in Bocksbeuteln abgefüllt, rund die Hälfte davon im neuen Bocksbeutel PS. Andere 0,75 Liter-Flaschen haben ihren Anteil in den vergangenen zehn Jahren nahezu verdoppelt und werden gegenwärtig mit annähernd 30 Prozent der Weinproduktion befüllt. Zu diesen Formen zählen die geraden Bordeaux, die bauchigen Burgunder und die schlanken Schlegel-Flaschen. Etwa ein Drittel der fränkischen Weine gelangt in die größeren 1 Liter-Flaschen.

4) Die Qualitätsweinprüfung stellt einen „Wein-TÜV“ dar, bei dem die Herkunft und die Qualität der Weine rechtlich, chemisch-analytisch und sensorisch kontrolliert wird. Sensorisch werden von einer Prüfungskommission u.a. für die Merkmale Geruch, Geschmack und Harmonie jeweils maximal fünf Punkte vergeben. Die Anforderungen an einen Qualitätswein fallen mit 63° Öchsle und einer Mindestpunktzahl von 1,5 geringer aus als für die Abfüllung in einem Bockbeutel. Für die Qualitätsprüfung aller Weine aus in Bayern geernteten Trauben ist die Regierung von Unterfranken zuständig. Weiterführende Informationen finden sich unter https://www.regierung.unterfranken.bayern.de/assets/7/4/gepr%C3%BCfte_qualit%C3%A4t_im_glase_-_qualit%C3%A4tspr%C3%BCfung_f%C3%BCr_weine_in_bayern_kurzbeschreibung.pdf.

Abbildung 13: Silhouetten der gängigsten Weinflaschen

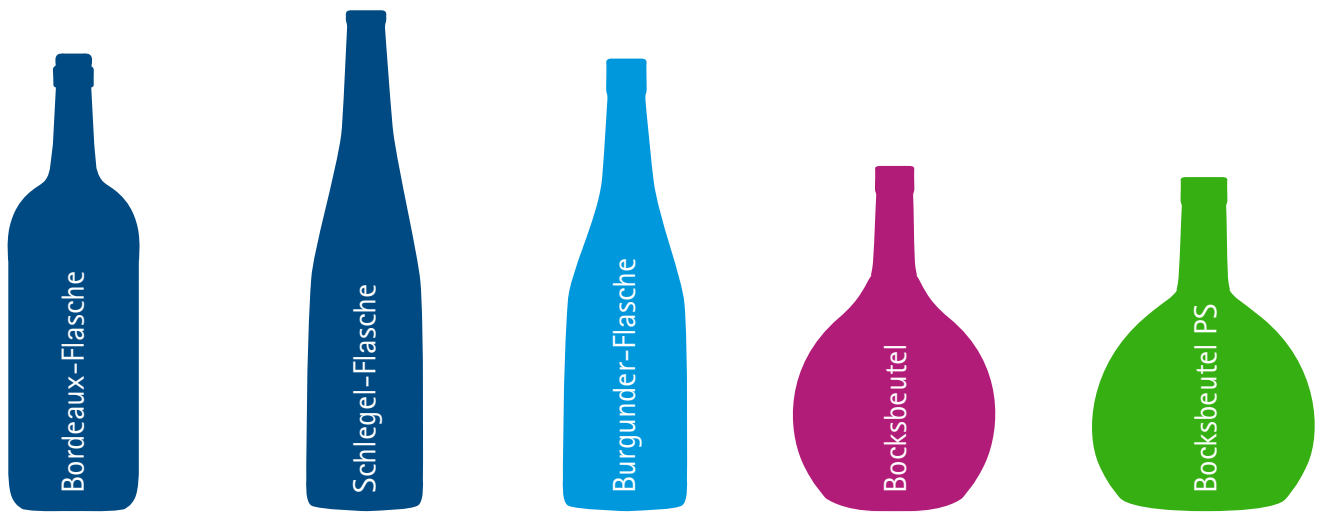
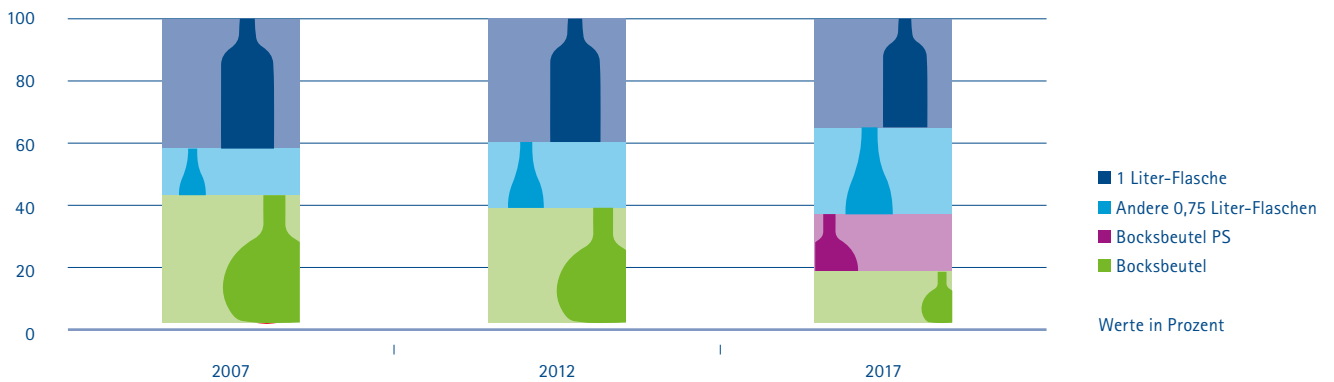
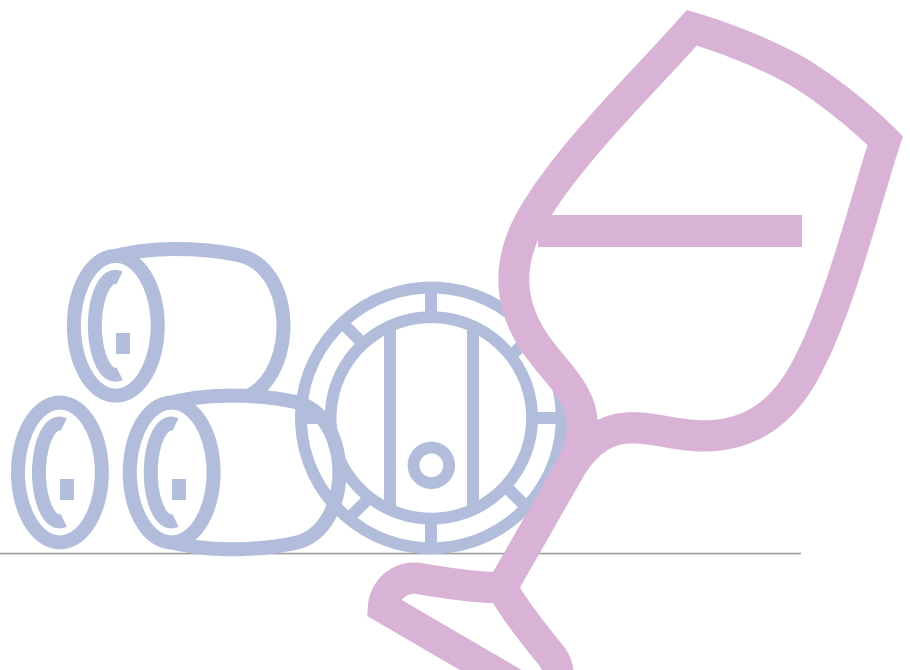


Abbildung 14: Vermarktete Flaschenformen in Franken



Quelle: Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau (2019), Umfrage zur Situation der fränkischen Weinwirtschaft.



IHK & Wein

Derzeit befindet sich die mainfränkische Weinwirtschaft in einem Strukturwandel, ausgelöst durch Prozesse wie den demografischen Wandel, neue digitale Möglichkeiten oder die weltweiten Tourismusedwicklungen. Sowohl auf der Nachfrager- als auch auf der Anbieterseite verändern sich hierdurch bestehende Strukturen. Die IHK Würzburg-Schweinfurt begleitet Unternehmen in diesem Wandel:

Interessensvertretung

Die IHK unterhält einen engen Kontakt zu Unternehmen in allen Branchen. Besonders intensiv mit Herausforderungen der Wein- beziehungsweise der Tourismuswirtschaft, Trends sowie aktuellen Gesetzgebungsverfahren beschäftigt sich der IHK-Dienstleistungsausschuss. Die 2018 durch die Vollversammlung beschlossenen „Grundsatzpositionen Tourismus der IHK Würzburg-Schweinfurt“ zeigen Herausforderungen und Handlungsbedarf im Kontext von Tourismuswirtschaft und -politik auf. Die hier enthaltenen politischen Forderungen beruhen auch auf dem Einsatz und Branchenwissen von Mitgliedsunternehmen. Basierend auf diesem Grundsatzpapier und weiteren branchenrelevanten Beschlüssen der Vollversammlung formuliert die IHK Stellungnahmen zu aktuellen Planungsvorgängen in der Region.

Qualifizierung

Die IHK ist zentraler Ansprechpartner für die berufliche Aus- und Weiterbildung. Mehrere Lehrberufe im dualen Bildungssystem, vom Weintechnologen über den Koch bis zu Angeboten im dualen Studium, stehen Auszubildenden zur Auswahl. Die IHK unterstützt nicht nur Auszubildende, sondern ebenso die Ausbildungsbetriebe umfassend. Daneben bietet sie ein breites Weiterbildungsprogramm gemäß dem Prinzip des lebenslangen Lernens an. Wer eine Gaststätte betreiben möchte, benötigt außerdem eine Gaststättenunterrichtung, die ebenfalls durch die IHK in mehreren Sprachen angeboten wird. Zum Thema Lebensmittelhygiene informiert die IHK über das Informationsportal des Bayerischen Industrie- und Handelskammertages (BIHK).

Information zu aktuellen Branchenthemen

Die IHK begleitet und unterstützt individuell von der (Vor-)Gründung bis zur Betriebsübergabe. Das können beispielsweise Finanzierungs- und Fördermittelberatungen, Hilfe bei Innovationsvorhaben oder auch die Vermittlung von Coachingangeboten sein. Im betrieblichen Alltag ist es schwer, den Überblick zu Themen wie Änderungen bei rechtlichen Vorgaben oder neue Förder- oder Weiterbildungsangebote zu bewahren. Die IHK informiert hierzu über ihre Online- und Printmedien. Daneben erhebt die IHK die regionale Tourismuskonjunktur und bietet Daten der amtlichen Statistik an. Seminare und Workshops zu branchenübergreifenden Themen runden das Angebot ab.

Weiterführende Links zu Angeboten der IHK

- Newsletter der IHK Würzburg-Schweinfurt: www.wuerzburg.ihk.de/newsletter
- Service der IHK Würzburg-Schweinfurt im Bereich Gastgewerbe: www.wuerzburg.ihk.de/tourismus-und-gastronomie.html
- Ausbildungsangebot: www.ihk-lehrstellenboerse.de/berufe?gid=9
- Weiterbildungsangebot: www.ihk-gastrowelt.de
- Wein- und Sommelierschule: www.ihk-wein-sommelierschule.de
- Regionale Statistik und Konjunkturdaten zum mainfränkischen Tourismus: www.wuerzburg.ihk.de/tourismus
- Wirtschafts atlas Mainfranken: www.wirtschaftsatlas-mainfranken.de
- BIHK-Infoportal Lebensmittelhygiene: www.onlinehilfe-lebensmittelhygiene.de



IHK Wein- und Sommelierschule



Die IHK Wein- und Sommelierschule hat ihr Bildungsangebot umstrukturiert und erweitert. Die neuen Qualifizierungsbeben „IHK-geprüfte/r Sommelier/Sommelière“ und „Assistant Sommelier/Sommelière“ bilden die Voraussetzung für den kompetenten Umgang mit Wein. Die Absolventen der Kurse qualifizieren sich für eine Karriere in Gastronomie, Handel, Tourismus, Weinerzeugung und Weinhandel. Dank der Möglichkeit zur Inanspruchnahme des „Aufstiegs-BAföG“ können Teilnehmer der Qualifizierung zum IHK-geprüften Sommelier die Lehrgangskosten gefördert bekommen.

Im Jahre 2016 wurde ein Kooperationsvertrag mit dem wichtigsten Partner, dem „Fränkischen Weinbauverband“, geschlossen, um die Wirtschaft im Bereich der Gastronomie und Handel zu stärken.

Der Freistaat Bayern, vertreten durch die Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau (LWG) hat im August 2017 die Genussakademie mit Sitz in Kulmbach gegründet. Die Premiumstrategie für Lebensmittel aus Bayern (Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten; StmELF 2018) ist in Deutschland einmalig und ermöglicht der IHK Würzburg-Schweinfurt,

die Kommunikationskanäle bundesweit zu nutzen. In Kooperation mit dem Kompetenzzentrum für Ernährung (KERN) soll ein nachhaltiges qualifiziertes Bildungsangebot im Bereich Ernährung vermittelt und aufgebaut werden. Um flächendeckend ein einheitliches IHK-Angebot zum Thema Wein umzusetzen, wurden Kooperationen innerhalb der IHKs in Bayern realisiert. Unter dem Dach der IHK Wein- und Sommelierschule sind die Standorte Aschaffenburg, Oberfranken Bayreuth, Nürnberg für Mittelfranken und Coburg erweitert worden, um so ein regionales Angebot zu positionieren.

Ziel soll es sein, eine gemeinsame Vermarktung der Maßnahmen und Synergieeffekte zu nutzen (Netzwerke aufbauen, gemeinsame Qualitätsstandards, Referentenpool, gemeinsamer Werbeauftritt). Um flächendeckend ein einheitliches IHK-Angebot zum Thema Wein zu positionieren, werden Kooperationen innerhalb der IHKs in Deutschland angestrebt. Unter dem Dach der IHK Wein- und Sommelierschule Würzburg werden durch die Neugründung weiterer IHK-Kooperationen mit Aschaffenburg, Oberfranken Bayreuth, Mittelfranken Nürnberg und Coburg ein einheitliches Angebot zum Thema Wein in den jeweiligen Regionen positioniert.





Ausblick: Zukunft aktiv gestalten – die fränkische Weinwirtschaft vor großen Herausforderungen

In einer Phase ihrer schwersten qualitativen wie strukturellen Krise seit dem Wiederaufbau in den 1960er Jahren hat es die fränkische Weinwirtschaft innerhalb kürzester Zeit geschafft, sich mit Beginn des 21. Jahrhunderts durch einen fulminanten Erneuerungsprozess neu zu positionieren. Neben den mit hohen Investitionen verbundenen Bemühungen in die Qualität und Vermarktung sowie neuen Profitcentern im Bereich des Weintourismus waren dafür maßgeblich auch zwei Formen einer Kompetenzpartnerschaft verantwortlich. Zum einen die Kompetenzpartnerschaft Weinbau, zum anderen die Kompetenzpartnerschaft Weintourismus. Heute würde man auf der strukturellen Ebene von den beiden „Clustern Weinbau und Weintourismus“ sprechen. Auf der inhaltlichen wie operativen Ebene von „Netzwerken“ oder „Runden Tischen“. Diese partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit aller Stakeholder der fränkischen Weinwirtschaft und des Weintourismus mit klar definierten Zielen, klaren operativen Handlungskonzepten und einem gemeinsamen Willen zur effizienten Umsetzung wird auch die Grundlage sein, die Herausforderung der Zukunft zu meistern.

An vorderster Stelle dieser Herausforderung steht zunächst der Klimawandel. Das Weinbaugebiet Franken liegt in einem „Hotspot“ des Klimawandels in Deutschland. Er bietet Chancen hinsichtlich Produktivität und Qualität, erfordert aber auch geeignete Anpassungsstrategien bei der Bewässerung, der Spätfrostgefahr oder neuen Schädlingen ebenso wie bei der Arbeitswirtschaft und des Maschineneinsatzes. Parallel dazu muss es gelingen, die Kulturlandschaft Wein zu sichern, um ihre Ökosystemdienstleistungen im Bereich der Artenvielfalt, wie aber auch des Tourismus und ihres kulturellen Wertes zu erhalten. Hier ist in den nächsten Jahren aktives operatives Handeln gefordert und ein nicht unerheblicher Transformationsprozess einzuleiten.

Die Digitalisierung, Robotik und Künstliche Intelligenz muss als Chance begriffen und erkannt werden. Der kommende Veränderungsprozess in diesen Bereichen ist vergleichbar mit dem epochalen Übergang vom Ackergaul zum Schlepper und wird damit maßgeblich auch zur Verbesserung der Steillagenbewirtschaftung beitragen.

Für das Weinbaugebiet selbst und damit dem sog. „Ländlichen Raum“ gilt es, die betrieblichen Strukturen zu stabilisieren, um damit auch die vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereiche des Weins, wie Handel, Handwerk, Gastronomie, Kultur und

Tourismus zu sichern. Gerade das Wegbrechen der traditionellen Gastronomie wird die Weinwirtschaft dazu zwingen, wie schon bei der Gästebeherbergung geschehen, auch in diesem Bereich aktiv tätig zu werden und neue Formate zu entwickeln. Schließlich bleibt (immer) der Markt. Der Weinmarkt in Deutschland ist vollständig globalisiert, extrem wettbewerbsintensiv und dynamisch. Die Positionierung der Marke „Franken – Silvaner Heimat seit 1659“ ist ein erster richtiger und wichtiger Schritt sich im Wettbewerb zu differenzieren. Jetzt und zukünftig ist vor allen Dingen eine nachhaltige Markterschließung im In- und Ausland gefordert.



Dr. Hermann Kolesch
Präsident der Bayerischen Landesanstalt
für Weinbau und Gartenbau (LWG)

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Das Weinanbaugebiet Franken	6
Abbildung 2: Rebflächen der größten deutschen Weinanbaugebiete in Hektar (Jahr 2018).	7
Abbildung 3: Konzentration der regionalen Rebfläche auf spezielle Rebsorten (Jahr 2018)	8
Abbildung 4: Die zehn bedeutendsten Rebsorten in Franken nach Rebfläche (Jahr 2018)	9
Abbildung 5: Entwicklung der Erntemenge und des Mostgewichts in Franken seit 1990	11
Abbildung 6: Anteil von Franken am Weinbau in Deutschland	12
Abbildung 7 Entwicklung der Anzahl der Weinbaubetriebe in Franken nach Rebfläche	12
Abbildung 8: Anzahl der Weinfeste in Franken im Jahresverlauf	13
Abbildung 9: Fläche, Erzeugung und Ertrag ausgewählter deutscher Weinbaugebiete (Durchschnitt der Jahre 2009 bis 2018) ...	13
Abbildung 10: Qualitätsindikatoren für ausgewählte deutsche Weinanbaugebiete (Durchschnitt der Jahre 2009 bis 2018).	14
Abbildung 11: Differenz der regionalen Angebotspreise im Vergleich zum Durchschnittspreis aller Anbaugebiete in Euro.	14
Abbildung 12: Anzahl der Fränkischen Weinköniginnen nach Landkreisen.	17
Abbildung 13: Silhouetten der gängigsten Weinflaschen	19
Abbildung 14: Vermarktete Flaschenformen in Franken	19

Quellenverzeichnis

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (2018): Die Premiumstrategie für Lebensmittel aus Bayern, München,

URL: www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/markt/dateien/bf_premiumstrategie_imagebr_210x240_180730.pdf, zuletzt abgerufen am 31.07.2019.

Bundesagentur für Arbeit (o.J.): Beschäftigte nach Berufen (KIdB 2010) (Quartalszahlen), Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg.

DWI (2018): Deutscher Wein Statistik 2018/19, Deutsches Weininstitut, Bodenheim.

URL: www.deutscheweine.de/fileadmin/user_upload/Website/Service/Downloads/Statistik_2018-2019.pdf, zuletzt abgerufen am 29.07.2019.

dwif (2013): Wirtschaftsfaktor Tourismus im Weinland Franken, Autor: Dr. Manfred Zeiner, dwif-Consulting, München.,

URL: www.lwg.bayern.de/mam/cms06/weinbau/dateien/w5_wirtschaftsfaktor_tourismus_im_weinland_franken.pdf, zuletzt abgerufen am 29.07.2019.

dwif (2018): Wirtschaftsfaktor Tourismus für Franken 2017, Autoren: Dr. Manfred Zeiner, Dr. Bernhard Harrer, Moritz Sporer, dwif-Consulting und dwif e.V., München,

URL: www.frankentourismus.de/intern/publikationen/wirtschaftsfaktor/, zuletzt abgerufen am 29.07.2019.

Fränkischer Weinbauverband (o.J.): Fränkische Weinköniginnen seit 1950,

URL: www.frankenwein-aktuell.de/Die_Fraenkische_Weinkoenigin.html, zuletzt abgerufen am 29.7.2019.

Fränkisches Weinland (2018): Tourismus im Fränkischen Weinland, Autor: Susanne Müller, Fränkisches Weinland Tourismus GmbH, Würzburg,

URL: medienservice.fraenkisches-weinland.de/data/docs/publikationen/tourismus-im-fraenkischen-weinland-207-2018.pdf, zuletzt abgerufen am 29.07.2019.



Frankenwein (2017): Wein- und Winzerfeste 2018, Gebietsweinwerbung Frankenwein-Frankenland GmbH und Fränkischer Weinbauverband e. V., Würzburg.

Frankenwein (2018): Wein- und Winzerfeste 2019, Gebietsweinwerbung Frankenwein-Frankenland GmbH und Fränkischer Weinbauverband e. V., Würzburg.

GfK (2018): Verbraucher-Analysen Wein Jahr 2017 basierend auf GfK Consumer Panels, Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg, DWI Lehranstalten.

LWG (o.J.): Umfragen zur Situation der fränkischen Weinwirtschaft, Landesanstalt für Wein- und Gartenbau, Veitshöchheim.

OIV – International Organisation of Vine and Wine (2018): OIV Statistical Report on World Vitiviniculture. 2018 World Vitiviniculture Situation, Paris,
URL: www.oiv.int/public/medias/6371/oiv-statistical-report-on-world-vitiviniculture-2018.pdf, zuletzt abgerufen am 13.08.2019.

Statistisches Bundesamt (2019): Land- und Forstwirtschaft, Fischerei – Landwirtschaftliche Bodennutzung – Rebflächen, Fachserie 3 Reihe 3.1.5, mehrere Jahre, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2019): Land- und Forstwirtschaft, Fischerei – Wachstum und Ernte Weinmost, Fachserie 3 Reihe 3.2.1, mehrere Jahre, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2019): Land- und Forstwirtschaft, Fischerei – Weinerzeugung, Fachserie 3 Reihe 3.2.2, mehrere Jahre, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden.

VDP (2019): VDP. Die Prädikatsweingüter.
URL: www.vdp.de/de/vdp, zuletzt abgerufen am 31.07.2019.

Die Reihe „Wirtschaftspolitische Perspektiven“ der Industrie- und Handelskammer (IHK) Würzburg-Schweinfurt ist eine Publikationsreihe mit dem Ziel, aktuelle wirtschaftspolitische Themen und grundlegende wirtschaftliche Zusammenhänge aufzugreifen, zu analysieren und wesentliche Schlussfolgerungen für den Standort Mainfranken zu ziehen.

Bisher publiziert in der Reihe sind:

Industriestandort Mainfranken, Dr. Sascha Genders, Elena Fürst, November 2015: Würzburg.

Atypische Beschäftigung in Mainfranken, Dr. Sascha Genders, Elena Fürst, September 2016: Würzburg.

Unternehmerische Verantwortung in Mainfranken – Unternehmensbefragung zum ehrbaren Kaufmann und zu Corporate Social Responsibility, Dr. Sascha Genders, Februar 2017: Würzburg.

15 Jahre Euro – Folgen der europäischen Gemeinschaftswährung für Mainfranken, Dr. Sascha Genders, Kurt Treumann, Silvia Engels-Fasel, Elena Fürst, September 2017: Würzburg.

Arbeitsmarktreport Mainfranken 2018,
Dr. Sascha Genders, Elena Fürst, Elisabeth Strahl, Oktober 2018: Würzburg.

Facetten der mainfränkischen Weinwirtschaft,
Prof. Dr. Marcus Klemm und andere, Oktober 2019: Würzburg.



Würzburg-Schweinfurt
Mainfranken

Information | Kontakt



Elena Fürst
M.Sc. Economics
Referentin Konjunktur und Statistik

+49 931 4194-320
 +49 931 4194-88320
 elena.fuerst@wuerzburg.ihk.de



Dr. Sascha Genders
Diplom-Volkswirt, LL. M. Eur.
Bereichsleiter Standortpolitik | Existenzgründung und Unternehmensförderung

+49 931 4194-373
 +49 931 4194-88373
 sascha.genders@wuerzburg.ihk.de



Dr. Christian Seynstahl
Diplom-Geograph
Referent Regionalentwicklung

+49 931 4194-314
 +49 931 4194-88314
 christian.seynstahl@wuerzburg.ihk.de