

Abstazkanäle für Schweizer Weine

Spezifische Studie 2025

Wein massvoll genossen


CHANGINS
haute école de
viticulture et œnologie

Hes·SO
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences and Arts
Western Switzerland

Inhaltsverzeichnis

Wesentliche Punkte.....	3
Einführung.....	4
Methode.....	4
Beschreibung der Daten.....	5
Weinanalyse (AOC und VDP) auf schweizer Ebene 2024	7
Analyse nach region AOC und VdP	11
Wallis AOC	11
Waadt AOC	15
Deutschschweiz AOC.....	19
Tessin AOC.....	23
Genf AOC	27
3 Seen AOC & Jura AOC.....	31
Landweine (VDP)	35
Export	37
Exporte von Schweizer AOC-Weinen und Landweinen.....	37
Zusätzliche Fragen	38
Rabatte je nach Vertriebskanal	38
Qualität der im HoReCa-Sektor verkauften Weine	39
Online-Verkauf	40
Zertifizierungen der Weinkeller	41
Stellenangebote	41
Bibliografie	42
Impressum	42

WESENTLICHE PUNKTE

Insgesamt zeigt die Studie folgende Grössenverteilung der Absatzkanäle für die Vermarktung von Schweizer Stillweinen (Weiss-, Rot- und Roséweine) im Jahr 2024::

- 41% durch Verteiler (Verkauf von Flaschenwein)
- 28% durch den Handel (Verkauf von Offenwein)
- 14% durch Direktverkauf
- 17% durch den HoReCa-Sektor (Hotels, Restaurants, Cafés)

Die Stichprobe umfasst 113 Weingütern, die 26 % des Gesamtverbrauchs (BLW) an Schweizer Wein im Jahr 2024 ausmachen.

Allgemeine:

- Etwa 80 % den Weingütern betreiben E-Commerce. Bei diesen Kellereien macht der Online-Verkauf etwa 9 % des Gesamtumsatzes aus.
- Der integrierte Anbau (PER) ist bei weitem die am weitesten verbreitete Anbaumethode in der Schweiz.
- Etwa 37 % des im HoReCa-Sektor verkauften Weins sind «Qualitätsliter».
- Je nach Grösse des Weinguts wird dem HoReCa-Sektor im Vergleich zum Direktverkauf ein Rabatt von durchschnittlich 13 % bis 17 % gewährt, während Wiederverkäufern und Händlern ein Rabatt von durchschnittlich 18 % bis 30 % gewährt wird.

Das OSMW bedankt sich herzlich bei allen Teilnehmern an dieser Studie.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und hoffen, dass Sie in diesem Bericht nützliche Informationen finden.

Das OSMW-Team

EINFÜHRUNG

Das Ziel dieser spezifischen Studie ist es, unterschiedliche Absatzkanäle und ihre wirtschaftliche Bedeutung für die verschiedenen Schweizer Weinregionen und Unternehmensgrößen eindeutig zu messen. Diese Analyse dient auch dazu, die Politik zur Verteidigung und Förderung von Schweizer Wein auf nationaler und kantonaler Ebene zu unterstützen.

Zu diesem Zweck wurde ein Fragebogen an alle Winzer, Einkellerungsbetriebe und Winzergenossenschaften verschickt, um möglichst viele Informationen und genaue Daten zu sammeln. Diese Studie wurde von SWP (Swiss Wine Promotion) mit Unterstützung des BSRW (Branchenverband Schweizer Reben und Weine) und des BLW (Bundesamt für Landwirtschaft) in Auftrag gegeben.

Methode

Um die Ziele dieser Studie zu erreichen, wurde eine Online-Umfrage erstellt und per E-Mail über Branchenverbände, Förderstellen und andere Stellen an Weingütern verschickt, die Schweizer Wein produzieren. In der Schweiz gibt es schätzungsweise rund 1'500 Weingütern, die Schweizer Wein produzieren.

Nach Korrektur der Datenbank konnten insgesamt 113 vollständige Antworten zu Verkaufsmengen und Preisen analysiert werden (zwischen Februar und September 2025). Bei den Zusatzfragen, die sich nicht auf die Mengen und Preise pro Vertriebskanal bezogen, wurde eine höhere Anzahl von Fragebögen als zuverlässig eingestuft und konnte ausgewertet werden (die Größe der berücksichtigten Stichprobe ist unter jeder Analyse angegeben).

In dieser Studie werden vier Vertriebskanäle analysiert:

- Direktverkauf: Verkauf von Wein an Privatpersonen (Business to Consumer, B2C)
- HoReCa: Verkauf von Wein an die Gastronomie (Hotels, Restaurants, Cafés), Business to Business (B2B)
 - In Flaschenqualität
 - In Liter qualität
- Verteiler: Verkauf von Wein (Flaschenwein) an Fachgeschäfte, Supermärkte, in der Gastronomie tätige Händler usw. (B2B)
- Handel: Verkauf von Offenwein (B2B)

Die dargestellten Durchschnittspreise sind gewichtete Durchschnittspreise (CHF/Liter) (Gesamtumsatz dividiert durch die Gesamtmenge).

Mit «Größe 1» werden Weingüter bezeichnet, die weniger als 50'000 Flaschen (in 0.75 Liter Äquivalent) pro Jahr produzieren, «Größe 2» sind Weingüter, die zwischen 50'000 und 300'000 Flaschen produzieren und «Größe 3» sind Weingüter, die mehr als 300'000 Flaschen produzieren.

In den Tabellen entsprechen einige Summen aufgrund von Rundungen nicht 100 % (99 % oder 101 %). Bei den regionalen Analysen wurden die Weinkeller 2 und 3 aufgrund der begrenzten Anzahl der großen Weinkeller, die geantwortet haben, zusammengefasst.

Beschreibung der Daten

Insgesamt haben 113 Weingütern an der Umfrage teilgenommen, geantwortet und verwertbare Informationen zu den Fragen bezüglich Mengen und Preisen geliefert. Dies entspricht einer Fehlerquote von 7,5 % bei einem Konfidenzniveau von 90 %. Die im Jahr 2025 erhobenen Daten lassen folgende Verteilung erkennen:

- 65% Weingüter der Größe 1
- 28% Weingüter der Größe 2
- 7% Weingüter der Größe 3

Auf die Zusatzfragen antwortete eine etwas größere Anzahl von Weingütern.

Beteiligung an der Umfrage nach Weinbauregionen 2024

Anzal der Teilnehmer 2025	VS	VD	DS	GE	TI	3S	Total
Weingütern der Grösse 1	17	15	21	5	6	9	73
Weingütern der Grösse 2	8	7	5	0	3	9	32
Weingütern der Grösse 3	2	3	0	1	1	1	8
Total	27	25	26	6	10	19	113

Abbildung 1 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Repräsentativität der Daten nach Regionen 2024

Repräsentativität der Daten nach Regionen im Vergleich zum BLW-Konsum	2024
Wallis	29%
Waadt	30%
Deutschschweiz	2%
Genf	13%
Tessin	13%
3-Seen	17%
Schweiz Total	26%

Abbildung 2 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Die Daten der Unternehmen, die die Umfrage nicht vollständig ausgefüllt haben, werden in die Stichprobe aufgenommen, sofern sie die betreffenden Fragen vollständig beantwortet haben. Bei den Fragen zu Menge und Preis pro Vertriebskanal erhalten wir Daten, die etwa 26 % (20'250'000 Liter) des vom BLW berechneten Gesamtverbrauchs an Schweizer Weinen (77'419'000 Liter) ausmachen. Bei einer detaillierten Analyse nach Regionen (Abbildung 2) entsprechen beispielsweise die in der Umfrage angegebenen Weinmengen aus dem Wallis 29 % der im Jahr 2024 verkauften Mengen.

Was die Verteilung des Schweizer Weinabsatzes nach Unternehmensgrösse betrifft, ergibt sich für das Jahr 2024 in der Stichprobe folgende Verteilung:

- 6 % des Schweizer Weinabsatzes stammen aus Weingütern der Grösse 1.
- 10 % des Schweizer Weinabsatzes stammen aus Weingütern der Grösse 2.
- 84 % des Schweizer Weinabsatzes stammen aus Weingütern der Grösse 3.

Beim Vergleich der Studien von 2023 und 2025 ist die Fehlerquote von +/- 6 % und +/- 7,5 % in beiden Datensätzen (2022 und 2024) zu berücksichtigen.

WEINANALYSE (AOC UND VDP) AUF SCHWEIZER EBENE 2024

Vertriebskanäle für Schweizer Weine (AOC und VdP) nach Volumen und Wert 2024

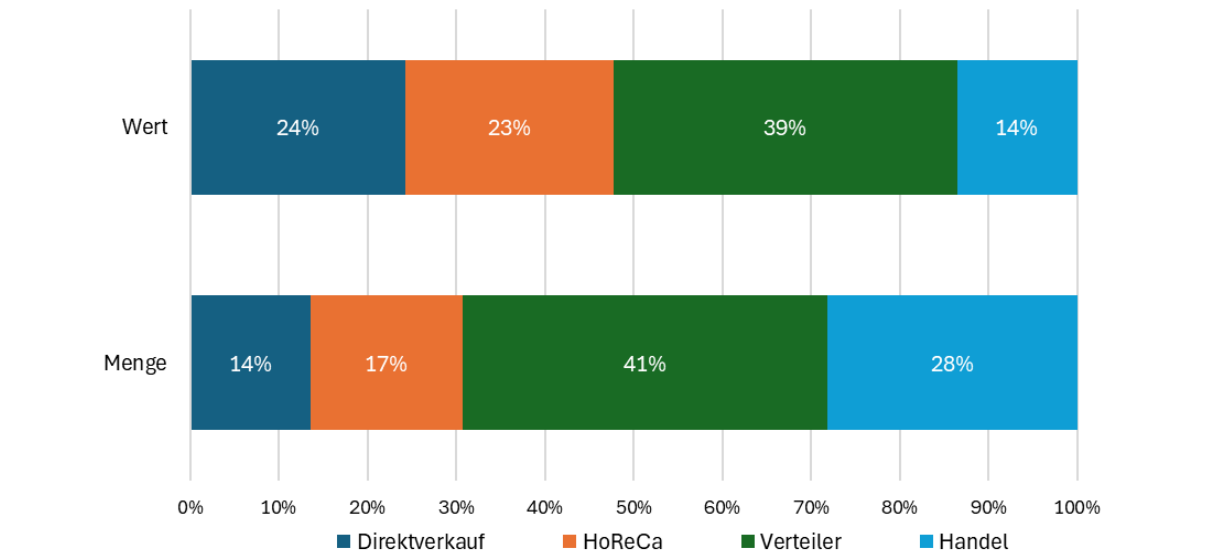


Abbildung 3 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Im Jahr 2024 sind die Verteiler der wichtigste Vertriebskanal in Bezug auf Wert und Volumen. Der Unterschied im Verhältnis zwischen Volumen und Umsatz, insbesondere beim Handel und Direktverkauf, ist auf einen Durchschnittspreis zurückzuführen, der weit vom Durchschnitt entfernt ist (höher beim Direktverkauf und niedriger beim Handel). Die Ergebnisse sind nicht direkt mit denen früherer Studien vergleichbar, da die Verteilung der Weingüter nach Regionen und Größenordnungen zu stark voneinander abweicht.

Vertriebskanäle für Schweizer Rebsorten nach Volumen 2024

2024	Direktverkauf	HoReCa	Verteiler	Handel	Total
Chasselas	10%	17%	50%	24%	100%
Andere Weissweine	19%	16%	36%	29%	100%
Pinot noir oder gamay	15%	17%	34%	34%	100%
Andere Rotweine	21%	21%	37%	21%	100%
Rosé	8%	14%	35%	42%	100%
Schaumweine	20%	28%	52%	0%	100%

Abbildung 4 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Vertriebskanäle für Schweizer Weine (AOC und VDP) nach Volumen und Wert 2024 (Weingüter Größe 1 <50.000 Flaschen pro Jahr)

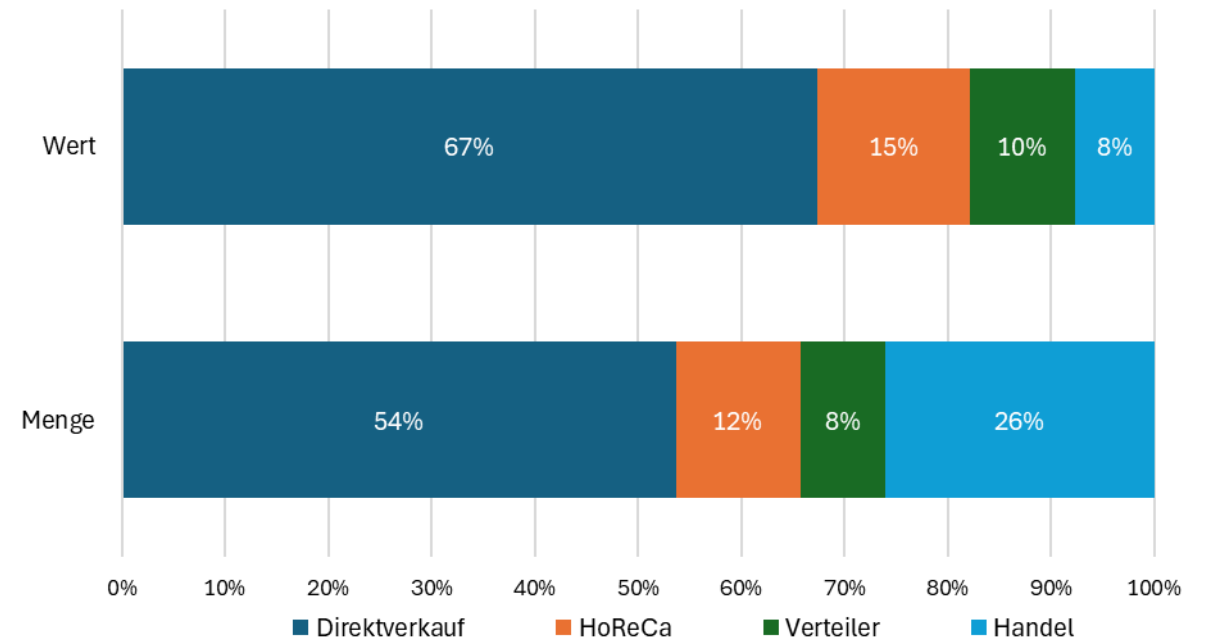


Abbildung 5 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Der Direktverkauf bleibt mit mehr als der Hälfte des Verkaufsvolumens (54 %) und zwei Dritteln des erzielten Wertes (67 %) für Weingüter, die weniger als 50'000 Flaschen produzieren, der wichtigste Vertriebskanal. Der Handel macht 26 % des Volumens aus, aber nur 8 % des Umsatzes.

Vertriebskanäle für Schweizer (AOC und VDP) nach Volumen und Wert 2022–2024 – Weingüter Größe 1

Schweizer Weine (AOC+VdP)		2022	2024	Unterschied von PdM 22-24	
Direktverkauf	PdM (Menge)	61%	54%	↓	-7%
	PdM (Wert)	73%	67%	↓	-6%
HoReCa	PdM (Menge)	11%	12%	→	1%
	PdM (Wert)	13%	15%	↑	2%
Verteiler	PdM (Menge)	8%	8%	→	0%
	PdM (Wert)	8%	10%	↑	2%
Handel	PdM (Menge)	20%	26%	↑	6%
	PdM (Wert)	6%	8%	↑	2%

Abbildung 6 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern 2025, Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 163 Weingütern 2023

Unter Berücksichtigung der Fehlermarge von 2022 und 2024 sind keine signifikanten Unterschiede zu beobachten.

Vertriebskanäle für Schweizer Weine (AOC und VDP) nach Volumen und Wert 2024 (Weingüter Größe 2 50.000 bis 300.000 Flaschen pro Jahr)

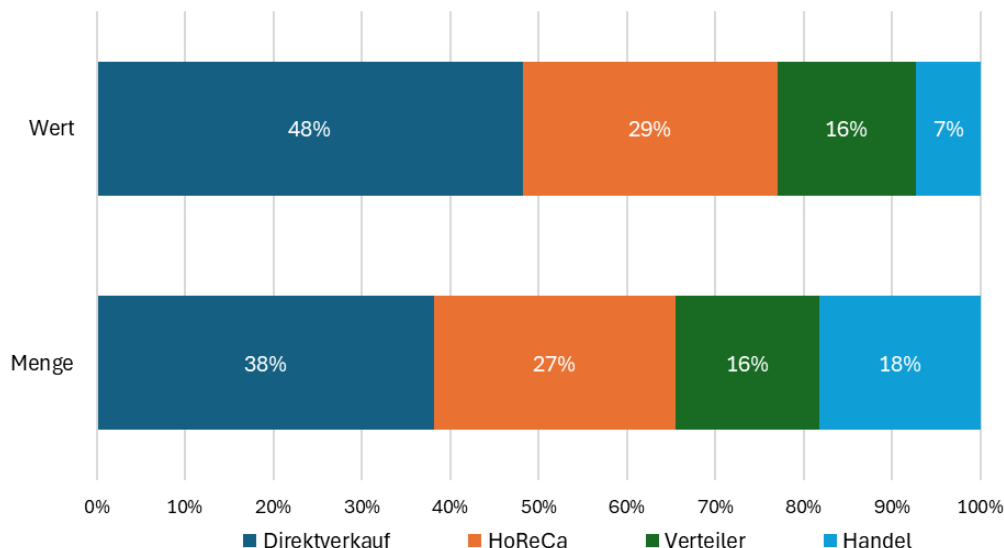


Abbildung 7 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Für Weingüter der Größe 2 ist der Direktverkauf ebenfalls der wichtigste Absatzkanal, sowohl hinsichtlich des Volumens als auch des Wertes. Der HoReCa-Sektor stellt jedoch mit 29 % des im Jahr 2024 erzielten Wertes einen wichtigen Vertriebskanal dar.

Vertriebskanäle für Schweizer Weine (AOC und VDP) nach Volumen und Wert 2022-2024 – Weingüter Größe 2

Schweizer Weine (AOC+VdP)		2022	2024	Unterschied von PdM 22-24	
Direktverkauf	PdM (Menge)	52%	38%	↓	-14%
	PdM (Wert)	58%	48%	↓	-10%
HoReCa	PdM (Menge)	24%	27%	→	3%
	PdM (Wert)	24%	29%	↑	5%
Verteiler	PdM (Menge)	19%	16%	→	-3%
	PdM (Wert)	16%	16%	→	0%
Handel	PdM (Menge)	5%	18%	↑	13%
	PdM (Wert)	2%	7%	↑	5%

Abbildung 8 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern 2025, Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 163 Weingütern 2023

Im Vergleich zu 2022 ist ein deutlicher Rückgang des Direktverkaufs zu beobachten. Dieser Rückgang geht mit einem Rückgang des Handelsvolumens einher, wobei der Wertzuwachs

über diesen Kanal jedoch moderat bleibt (+5 %), was wahrscheinlich auf einen Preisrückgang zurückzuführen ist.

Vertriebskanäle für Schweizer Weine (AOC und VDP) nach Volumen und Wert 2024 (Weingüter Größe 3 >300.000 Flaschen pro Jahr)

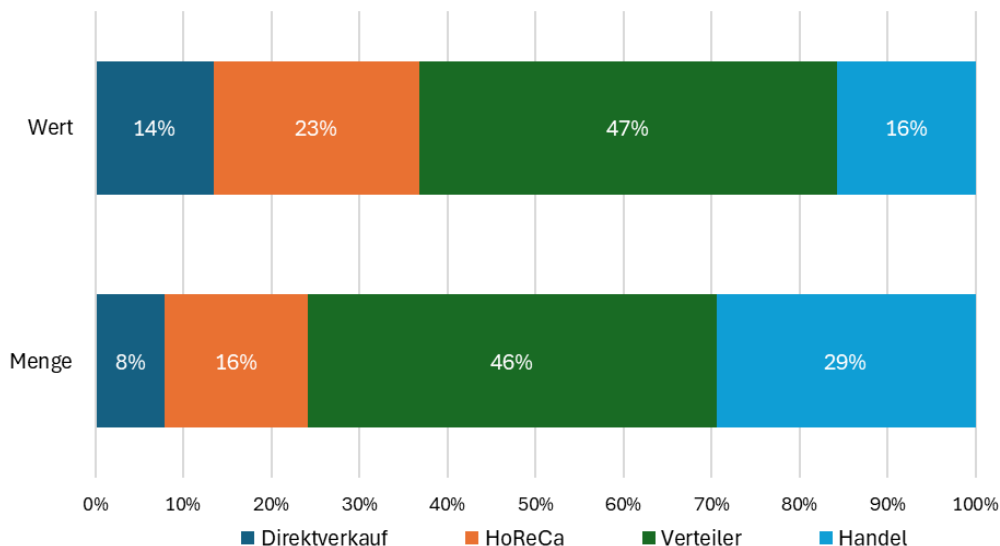


Abbildung 9 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Weingüter, die mehr als 300'000 Flaschen pro Jahr produzieren, verkaufen fast die Hälfte ihres Volumens (46 %) über Verteiler. Der Handel stellt mit 29 % des über diesen Kanal abgesetzten Volumens ebenfalls einen wichtigen Absatzkanal dar. Der HoReCa-Sektor generiert jedoch einen höheren Anteil am Gesamtumsatz (23 % gegenüber 16 % für den Handel).

Vertriebskanäle für Schweizer Weine (AOC und VDP) nach Volumen und Wert 2022-2024 – Weingüter Größe 3

Schweizer Weine (AOC+VdP)		2022	2024	Unterschied von PdM 22-24	
Direktverkauf	PdM (Menge)	5%	8%	↑	3%
	PdM (Wert)	15%	14%	→	-1%
HoReCa	PdM (Menge)	9%	16%	↑	7%
	PdM (Wert)	15%	23%	↑	8%
Verteiler	PdM (Menge)	60%	46%	↓	-14%
	PdM (Wert)	59%	47%	↓	-12%
Handel	PdM (Menge)	26%	29%	↑	3%
	PdM (Wert)	11%	16%	↑	5%

Abbildung 10 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern 2025, Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 163 Weingütern 2023

Im Vergleich zu 2022 ist ein Rückgang der Verkäufe an Wiederverkäufer und Händler für große Weinkeller zu beobachten.

ANALYSE NACH REGION AOC UND VDP

Wallis AOC

Dieses Kapitel betrifft ausschließlich Wein, der unter der AOC Valais verkauft wird.

Vertriebskanäle für Walliser AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024

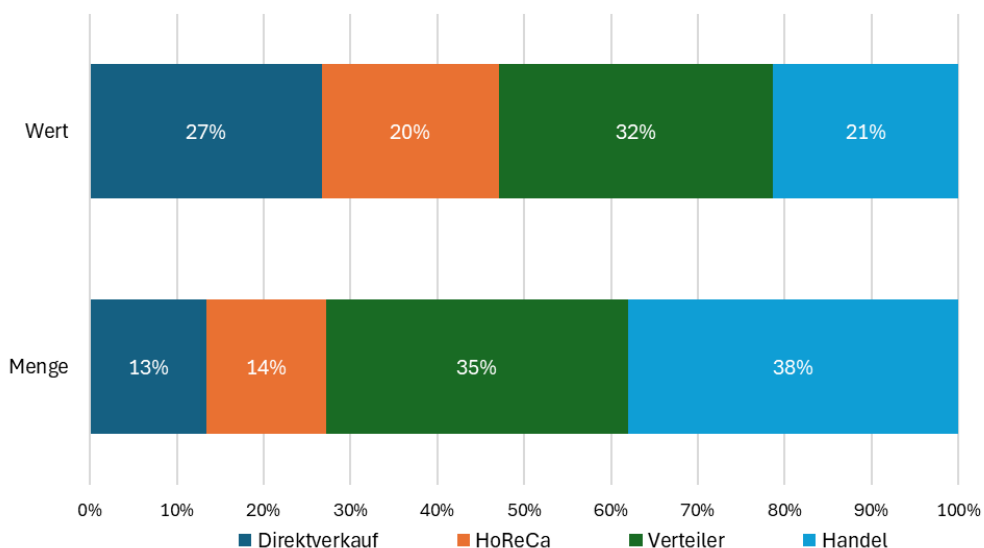


Abbildung 11 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

In unserer Stichprobe ist der wichtigste Vertriebskanal für Walliser AOC-Weine der Verteiler, gefolgt vom Handel nach Volumen oder dem Direktverkauf nach Wert.

Vertriebskanäle für Walliser AOC-Weine (nach Volumen und Wert) 2024

Wallis AOC		2022	2024	Unterschied von PdM 22-24	
Direktverkauf	PdM (Menge)	12%	13%	↑	1%
	PdM (Wert)	31%	27%	→	-4%
HoReCa	PdM (Menge)	7%	14%	↑	7%
	PdM (Wert)	13%	20%	↑	7%
Verteiler	PdM (Menge)	51%	35%	↓	-16%
	PdM (Wert)	40%	32%	→	-8%
Handel	PdM (Menge)	30%	38%	↑	8%
	PdM (Wert)	16%	21%	↑	5%

Abbildung 12 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern 2025, Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 163 Weingütern 2023

Der Anteil der Wiederverkäufer und Händler ist bei Walliser Weinen deutlich zurückgegangen, wobei ihr Anteil am Verkaufsvolumen und -wert im Vergleich zu anderen Vertriebskanälen geringer ist.

Preise pro Vertriebskanal für Walliser AOC-Weine 2024

Wallis AOC Durchschnittspreis CHF/Liter	Direktverkauf	HoReCa	Verteiler	Handel
Fendant AOC	13.81	11.11	8.16	5.52
Johannisberg AOC	20.35	14.28	12.24	7.64
Petite arvine AOC	29.34	23.06	18.19	10.49
Andere Weissweine AOC	27.14	22.24	12.52	8.39
Pinot noir, gamay oder Dôle (ohne barrique) AOC	17.92	14.33	8.99	5.28
Andere Rotweine (ohne barrique) AOC	21.57	19.68	11.53	5.80
Rotweine mit barrique AOC	46.71	44.75	39.62	-
Rosé (inkl. Dôle blanche) AOC	17.37	11.41	8.10	5.35
Schaumweine AOC	27.13	16.71	21.55	-

Abbildung 13 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 13 zeigt den Durchschnittspreis pro Liter der verschiedenen Walliser AOC-Produkte nach Vertriebskanälen. Da die Weine in der Schweiz sehr heterogen sind, sind diese Durchschnittswerte nur als Richtwerte zu verstehen.

Marktanteil der verschiedenen Walliser AOC-Weine nach Vertriebskanälen

Wallis AOC PDM Menge und Wert	Direktverkauf		HoReCa		Verteiler		Handel	
2024	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert
Fendant AOC	17%	11%	22%	15%	27%	22%	8%	22%
Johannisberg AOC	5%	5%	12%	10%	10%	12%	8%	12%
Petite arvine AOC	6%	7%	5%	7%	3%	6%	6%	6%
Andere Weissweine AOC	16%	20%	10%	13%	13%	16%	10%	16%
Pinot noir, gamay oder Dôle (ohne barrique) AOC	17%	14%	15%	13%	16%	14%	18%	14%
Andere Rotweine (ohne barrique) AOC	24%	23%	21%	26%	9%	11%	11%	11%
Rotweine mit barrique AOC	6%	12%	3%	7%	1%	3%	0%	3%
Rosé (inkl. Dôle blanche) AOC	8%	6%	12%	8%	21%	17%	38%	17%
Schaumweine AOC	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Abbildung 14 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 14 zeigt, wie sich die Produkte auf die verschiedenen Vertriebskanäle verteilen. So entfallen beispielsweise 17 % des im Direktverkauf abgesetzten Volumens an AOC-Weinen aus dem Wallis auf den Fendant AOC, doch macht dieser aufgrund seines im Vergleich zu anderen AOC-Weinen aus dem Wallis niedrigeren Preises nur 11 % des in diesem Vertriebskanal erzielten Wertes aus.

Vertriebskanäle für Walliser AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024 (Weingüter Größe 1 <50'000 Flaschen pro Jahr)

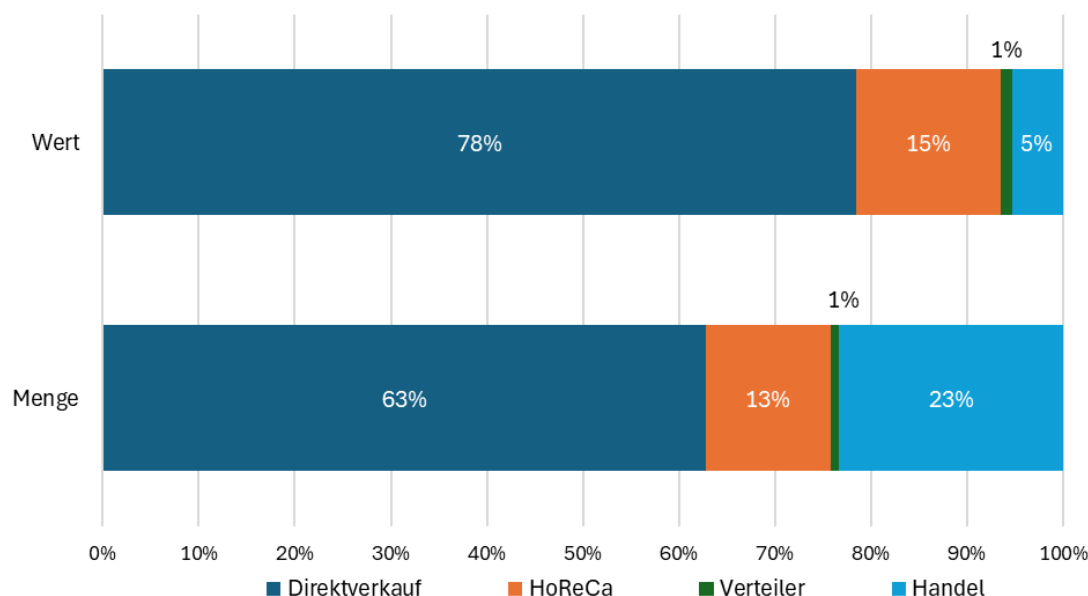


Abbildung 15 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Die Walliser Weinkellereien, die weniger als 50'000 Flaschen produzieren, verkaufen den Großteil ihrer Produktion im Direktverkauf.

Vertriebskanäle für Walliser AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024 (Weingüter Größe 2-3)

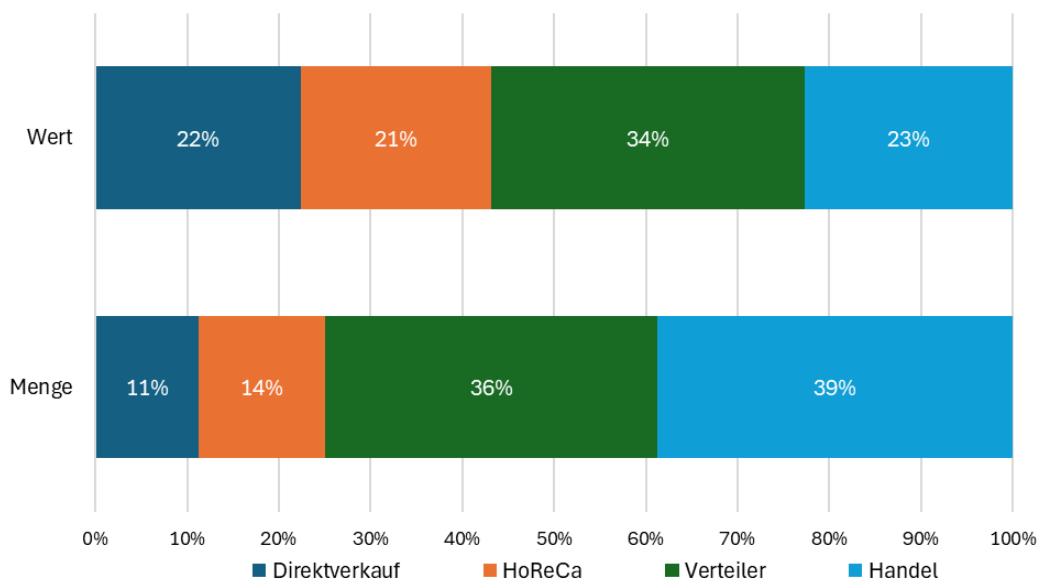


Abbildung 126 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Für Weingüter der Größenklassen 2 und 3 sind Verteiler ihr wichtigster Vertriebskanal gemessen am Wert (34%), während der Großteil des Volumens im Handel verkauft wird (39%). Dies ist der Durchschnitt für diese Art von Weingütern, wobei die einzelnen Situationen sehr unterschiedlich sein können.

Waadt AOC

Dieses Kapitel betrifft ausschließlich Weine, die unter einer Waadtländer AOC verkauft werden.

Vertriebskanäle für Waadtländer AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024

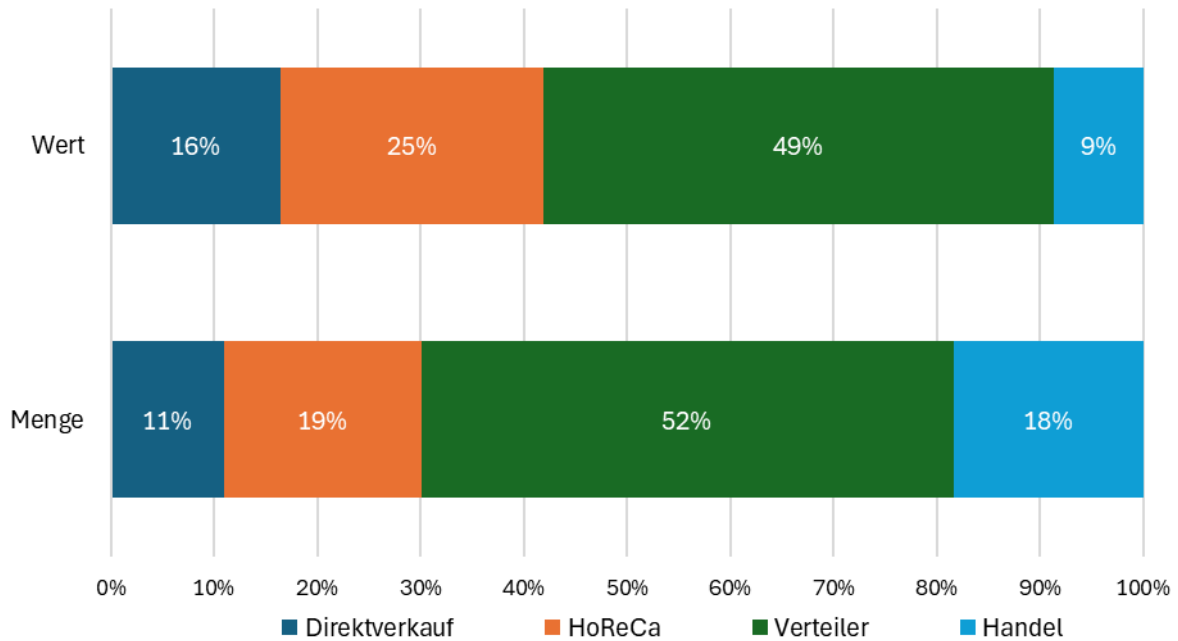


Abbildung 17 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

In unserer Stichprobe ist der wichtigste Vertriebskanal für Waadtländer AOC-Weine der Verteiler, gefolgt vom HoReCa.

Vertriebskanäle für Waadtländer AOC-Weine (nach Volumen und Wert) 2024

Waadt AOC		2022	2024	Unterschied von PdM 22-24	
Direktverkauf	PdM (Menge)	12%	11%	→	-1%
	PdM (Wert)	20%	16%	↓	-4%
HoReCa	PdM (Menge)	10%	19%	↑	9%
	PdM (Wert)	14%	25%	↑	11%
Verteiler	PdM (Menge)	58%	52%	↓	-6%
	PdM (Wert)	56%	49%	↓	-7%
Handel	PdM (Menge)	20%	18%	↓	-2%
	PdM (Wert)	10%	9%	→	-1%

Abbildung 18 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern 2025, Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 163 Weingütern 2023

Der Anteil des HoReCa-Sektors stieg für Waadtländer Weine, wobei dieser im Vergleich zu anderen Vertriebskanälen einen größeren Anteil am Absatzvolumen und -wert hatte.

Preise pro Vertriebskanal für Waadtländer AOC-Weine 2024

Waadt AOC Durchschnittspreis CHF/Liter	Direktverkauf	HoReCa	Verteiler	Handel
Chablais AOC chasselas	22.93	19.59	18.39	8.35
Lavaux AOC chasselas	20.88	17.96	15.06	7.27
Dézailey AOC chasselas	31.19	29.08	24.67	12.88
Calamin AOC chasselas	23.46	20.31	20.29	9.72
La Côte AOC chasselas	15.56	14.59	7.79	5.66
Vully, CdO, Bonvillars AOC chasselas	13.05	12.39	9.30	4.74
Vaud AOC chasselas	17.80	16.11	14.02	-
Andere Weissweine AOC	24.16	19.41	14.73	6.60
Pinot noir oder gamay AOC	20.69	17.25	12.15	6.11
Andere Rotweine AOC	21.05	18.94	13.24	5.76
Rosé AOC	16.74	14.62	12.24	4.58
Schaumweine AOC	28.40	19.83	25.10	-

Abbildung 19 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 19 zeigt den Durchschnittspreis pro Liter der verschiedenen Waadtländer AOC-Weine nach Vertriebskanälen. Da die Weine in der Schweiz sehr heterogen sind, sind diese Durchschnittswerte nur als Richtwerte zu verstehen.

Marktanteil der verschiedenen Waadtländer AOC-Weine nach Vertriebskanälen

Waadt AOC PDM Menge und Wert	Direktverkauf		HoReCa		Verteiler		Handel	
	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert
2024								
Chablais AOC chasselas	12%	14%	27%	30%	29%	41%	5%	6%
Lavaux AOC chasselas	24%	24%	20%	21%	10%	11%	33%	38%
Dézaley AOC chasselas	1%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	2%
Calamin AOC chasselas	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
La Côte AOC chasselas	14%	11%	11%	9%	37%	22%	48%	43%
Vully, CdO, Bonvillars AOC chasselas	3%	2%	1%	0%	1%	1%	2%	1%
Vaud AOC chasselas	2%	2%	4%	3%	0%	0%	0%	0%
Andere Weissweine AOC	5%	6%	1%	1%	0%	1%	0%	0%
Pinot noir oder gamay AOC	10%	10%	8%	8%	3%	3%	1%	1%
Andere Rotweine AOC	20%	21%	16%	17%	13%	13%	6%	5%
Rosé AOC	8%	6%	11%	9%	7%	6%	5%	4%
Schaumweine AOC	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Abbildung 20 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 20 zeigt, wie sich die Produkte auf die verschiedenen Vertriebskanäle verteilen. So entfallen beispielsweise 12 % des Volumens der im Direktverkauf abgesetzten Waadtländer AOC-Weine auf den Chasselas AOC Chablais, der aufgrund seines über dem Durchschnitt der anderen Waadtländer AOC-Weine liegenden Preises 14 % des in diesem Vertriebskanal erzielten Wertes ausmacht.

Vertriebskanäle für Waadtländer AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024 - Weingüter Größe 1

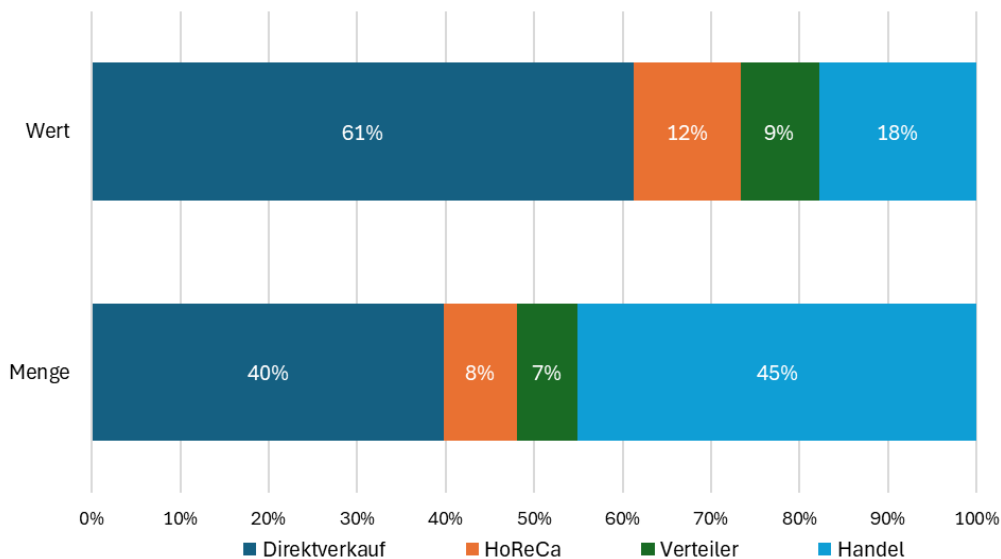


Abbildung 21 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Der Handel ist der Vertriebskanal, über den das größte Volumen an Waadtländer AOC-Weinen verkauft wird, macht jedoch nur 18 % des Umsatzes der Weinkellereien aus, die weniger als 50.000 Flaschen produzieren. Der größte Teil des Umsatzes (61 %) wird im Direktverkauf erzielt.

Vertriebskanäle für Waadtländer AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024 - Weingüter 2-3 >50.000 Flaschen pro Jahr

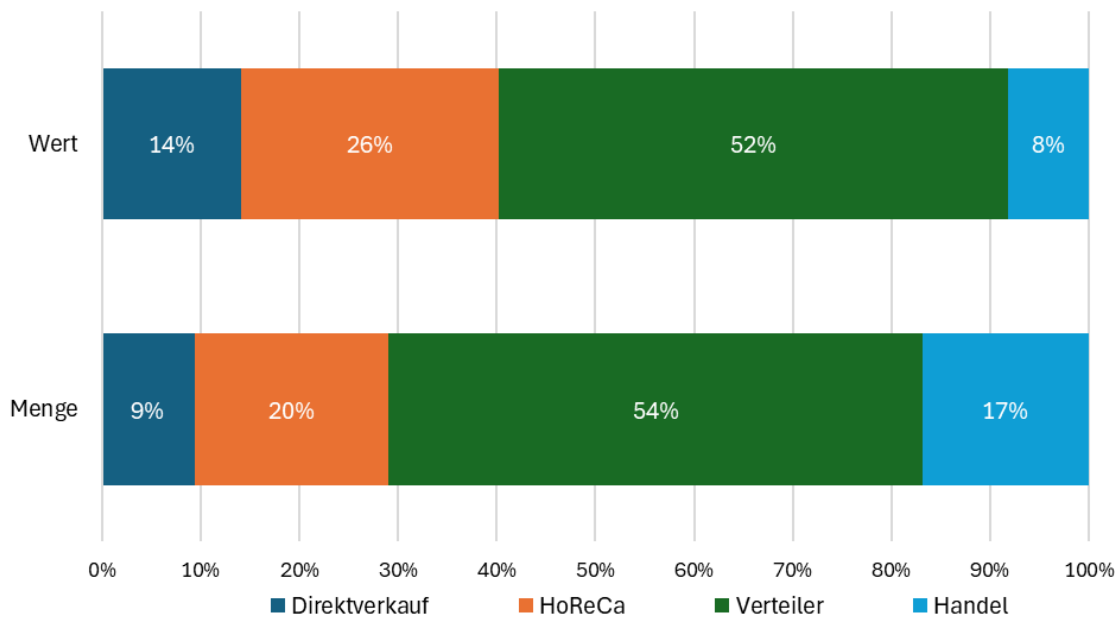


Abbildung 22 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Die Verteiler sind der wichtigste Vertriebskanal für Weinkeller der Größenklassen 2 und 3. Es handelt sich hierbei um den Durchschnittswert für diese Art von Weinkellern, wobei die individuellen Situationen stark voneinander abweichen können.

Deutschschweiz AOC

Dieses Kapitel betrifft ausschließlich Wein, der unter einer AOC-Deutschschweiz verkauft wird.

Vertriebskanäle für Deutschschweizer AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024

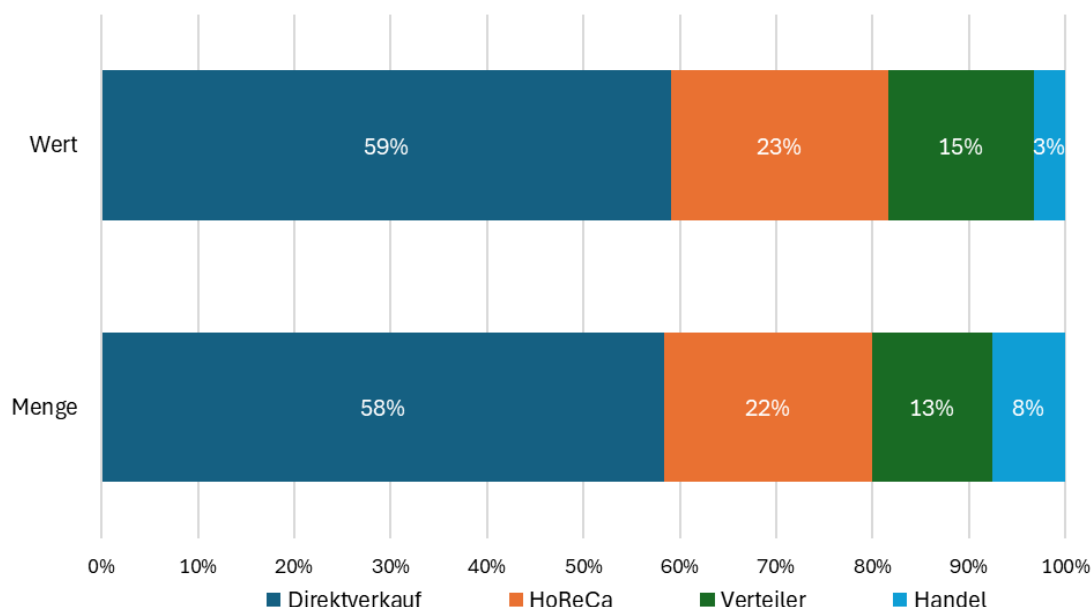


Abbildung 23 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Der Direktverkauf ist der wichtigste Vertriebskanal für unsere Stichprobe von Weinkellereien in der Deutschschweiz. Diese Anteile können auf die Verteilung der teilnehmenden Weinkellereien in diesem Jahr und das Fehlen von Weinkellereien der Größe 3 zurückzuführen sein, die sich bereit erklärt haben, 2025 teilzunehmen.

Vertriebskanäle für Deutschschweizer AOC-Weine (nach Volumen und Wert) 2024

Deutschschweiz AOC		2022	2024	Unterschied von PdM 22-24	
Direktverkauf	PdM (Menge)	21%	58%	↑	37%
	PdM (Wert)	41%	59%	↑	18%
HoReCa	PdM (Menge)	13%	22%	→	9%
	PdM (Wert)	19%	23%	→	4%
Verteiler	PdM (Menge)	53%	13%	↓	-40%
	PdM (Wert)	35%	15%	↓	-20%
Handel	PdM (Menge)	13%	8%	→	-5%
	PdM (Wert)	5%	3%	→	-2%

Abbildung 24 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern 2025, Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 163 Weingütern 2023

Es ist ein starker Anstieg des Marktanteils des Direktverkaufs und ein starker Rückgang der Verteiler zu beobachten, was auf die geringe Beteiligung der Deutschschweizer Weinkellereien, eine unterschiedliche Struktur der Stichprobe der Weinkellereien und das Fehlen von Weinkellereien der Größe 3 zurückzuführen ist.

Preise pro Vertriebskanal für Deutschschweizer AOC-Weine 2024

DS AOC Durchschnittspreis CHF/Liter	Direktverkauf	HoReCa	Verteiler	Handel
Müller-thurgau AOC	16.61	19.55	16.67	9.00
Chardonnay AOC	38.86	44.06	38.44	-
Sauvignon blanc AOC	29.09	23.90	33.33	-
Andere Weissweine AOC	25.85	23.92	28.27	6.75
Pinot noir AOC (ohne barrique)	27.27	24.63	25.76	10.00
Pinot noir AOC (mit barrique)	47.51	42.33	36.58	25.00
Autres Rotweine AOC	23.22	24.50	19.53	20.00
Rosé AOC	20.97	19.47	16.77	-
Schaumweine AOC	38.69	35.28	32.24	22.00

Abbildung 25 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 25 zeigt den Durchschnittspreis pro Liter der verschiedenen AOC-Weine aus der Deutschschweiz nach Vertriebskanälen. Diese Ergebnisse sind nicht mit den Studien der anderen Jahre vergleichbar, da die Stichproben Weingüter umfassen, die möglicherweise zu unterschiedlich sind, um verglichen zu werden.

Marktanteil der verschiedenen Deutschschweizer AOC-Weine nach Vertriebskanälen

DS AOC PDM Menge und Wert	Direktverkauf		HoReCa		Verteiler		Handel	
2024	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert
Müller-thurgau AOC	21%	13%	14%	10%	3%	2%	18%	14%
Chardonnay AOC	4%	7%	5%	8%	14%	17%	0%	0%
Sauvignon blanc AOC	4%	4%	7%	7%	3%	3%	0%	0%
Andere Weissweine AOC	18%	18%	16%	14%	16%	14%	30%	19%
Pinot noir AOC (ohne barrique)	15%	15%	19%	18%	19%	15%	35%	32%
Pinot noir AOC (mit barrique)	8%	14%	12%	19%	34%	40%	5%	11%
Andere Rotweine AOC	24%	21%	18%	16%	7%	4%	10%	18%
Rosé AOC	4%	4%	6%	4%	1%	1%	0%	0%
Schaumweine AOC	3%	4%	3%	3%	4%	4%	3%	5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Abbildung 26 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 26 zeigt, wie sich die Produkte auf die verschiedenen Vertriebskanäle verteilen. So entfallen beispielsweise 21 % des Volumens der im Direktverkauf abgesetzten AOC-Weine aus der Deutschschweiz auf den Müller-Thurgau AOC, der jedoch aufgrund seines im Vergleich zu anderen Weinen unterdurchschnittlichen Preises nur 13 % des in diesem Vertriebskanal erzielten Wertes ausmacht.

Vertriebskanäle für Deutschschweizer AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024 - Weingüter Größe 1

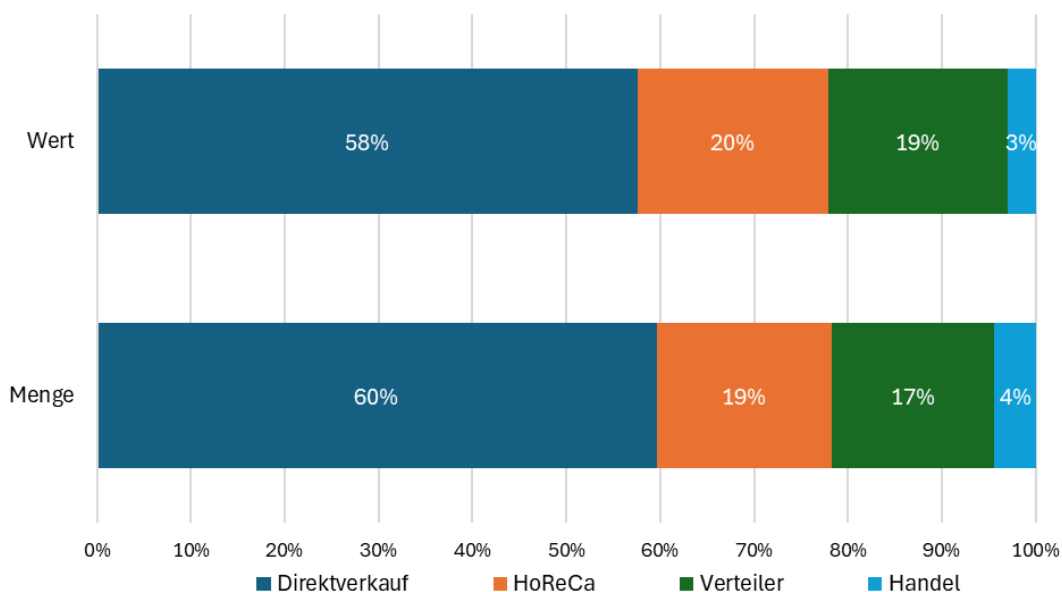


Abbildung 27 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Die Weingüter der Größe 1 verkaufen den Großteil ihrer Produktion im Direktverkauf und anschließend an den HoReCa-Sektor. Der Anteil des Handels ist minimal (4 % des Volumens und 3 % des Umsatzes).

Vertriebskanäle für Deutschschweizer AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024 – Weingüter Größe 2 zwischen 50.000 und 300.000 Flaschen pro Jahr

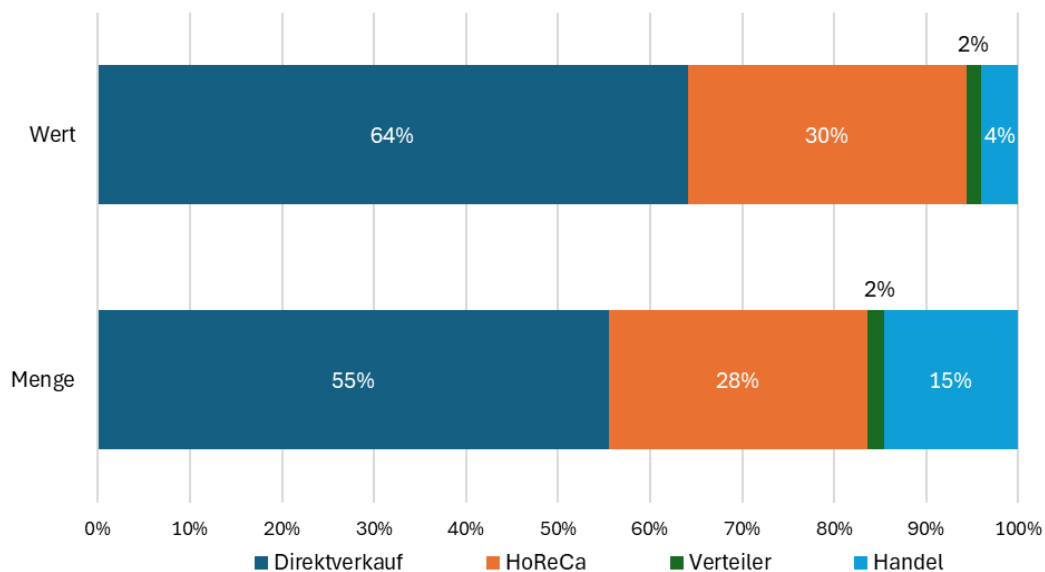


Abbildung 28 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Der Großteil der Produktion der Weinkeller der Größe 2 wird im Direktverkauf (55% des Volumens) und im HoReCa-Sektor (28% des Volumens) verkauft. Verteiler machen nur einen sehr geringen Teil des Absatzes dieser Stichprobe aus.

Tessin AOC

Dieses Kapitel betrifft ausschließlich Wein, der unter der AOC Tessin verkauft wird.

Vertriebskanäle für Tessiner AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024

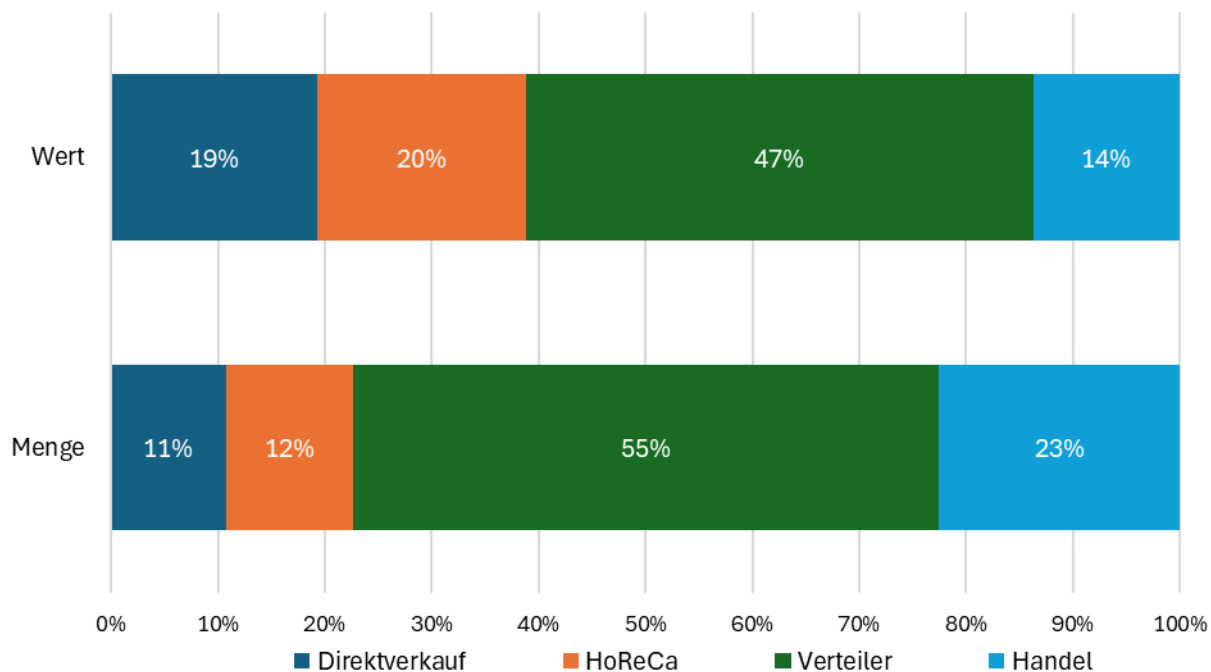


Abbildung 29 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

In unserer Stichprobe ist der wichtigste Vertriebskanal für Tessiner AOC-Weine der Verteiler, gefolgt vom Großhandel nach Volumen oder dem HoReCa-Sektor nach Wert.

Vertriebskanäle für Tessiner AOC-Weine (nach Volumen und Wert) 2024

Tessin AOC		2022	2024	Unterschied von PdM 22-24	
Direktverkauf	PdM (Menge)	23%	11%	↓	-12%
	PdM (Wert)	39%	19%	↓	-20%
HoReCa	PdM (Menge)	13%	12%	→	-1%
	PdM (Wert)	18%	20%	→	2%
Verteiler	PdM (Menge)	17%	55%	↑	38%
	PdM (Wert)	20%	47%	↑	27%
Handel	PdM (Menge)	47%	23%	↓	-24%
	PdM (Wert)	23%	14%	↓	-9%

Abbildung 30 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern 2025, Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 163 Weingütern 2023

Es wird ein Anstieg des Marktanteils der Verteiler festgestellt, während der Marktanteil des Direktverkaufs und des Handels zurückgeht. Diese Entwicklung lässt sich durch Unterschiede in der Struktur der Stichprobe der Kellereien erklären, die Tessiner AOC-Weine produzieren.

Preise pro Vertriebskanal für Tessiner AOC-Weine 2024

Tessin AOC Durchschnittspreis CHF/Liter	Direktverkauf	HoReCa	Verteiler	Handel
Merlot bianco AOC	28.09	27.75	11.70	8.97
Andere Weissweine AOC	27.70	26.00	17.15	15.04
Merlot AOC (ohne barrique)	21.46	19.20	12.76	9.52
Merlot AOC (barrique)	55.78	49.67	35.03	15.10
Andere Rotweine AOC	29.85	27.60	21.02	24.03
Rosé AOC	27.01	24.94	19.45	24.52
Schaumweine AOC	40.28	32.97	26.83	-

Abbildung 31 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 31 zeigt den Durchschnittspreis pro Liter der verschiedenen Tessiner AOC-Weine nach Vertriebskanälen. Diese Ergebnisse sind nicht mit den Studien der anderen Jahre vergleichbar, da die Stichproben Weingüter umfassen, die möglicherweise zu unterschiedlich sind, um verglichen zu werden.

Marktanteil der verschiedenen Tessiner AOC-Weine nach Vertriebskanälen

Tessin AOC PDM Menge und Wert	Direktverkauf		HoReCa		Verteiler		Handel	
2024	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert
Merlot bianco AOC	26%	23%	18%	17%	20%	16%	43%	37%
Andere Weissweine AOC	16%	14%	20%	18%	4%	4%	6%	8%
Merlot AOC (ohne barrique)	24%	17%	27%	18%	63%	54%	36%	32%
Merlot AOC (barrique)	16%	29%	17%	30%	9%	22%	13%	19%
Andere Rotweine AOC	10%	10%	5%	5%	2%	3%	1%	3%
Rosé AOC	4%	4%	10%	9%	1%	1%	1%	1%
Schaumweine AOC	2%	3%	2%	3%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Abbildung 32 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 32 zeigt, wie sich die Produkte auf die verschiedenen Vertriebskanäle verteilen. So entfallen beispielsweise 26 % des im Direktverkauf abgesetzten Volumens an AOC-Weinen aus dem Tessin auf den AOC-Weißen Merlot, doch macht dieser nur 23 % des in diesem Kanal erzielten Wertes aus.

Vertriebskanäle für Tessiner AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024 - Weingüter Größe 1

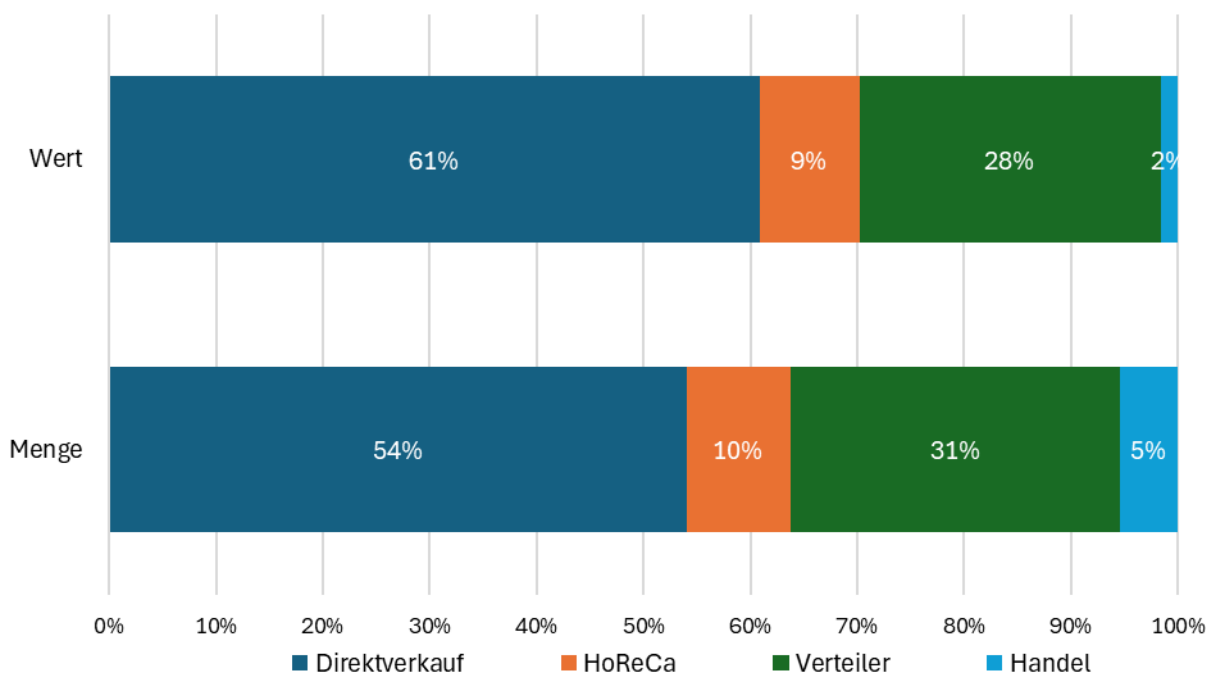


Abbildung 33 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Der wichtigste Vertriebskanal für Weingüter der Größe 1 ist der Direktverkauf. Mehr als die Hälfte des Volumens (54 %) wird auf diesem Weg verkauft, was 61 % des Umsatzes entspricht. Die Verteiler bilden mit 31 % des Volumens den zweitwichtigsten Absatzkanal..

Vertriebskanäle für Tessiner AOC-Weine nach Volumen und Wert – Weingüter 2-3 >50.000 Flaschen pro Jahr

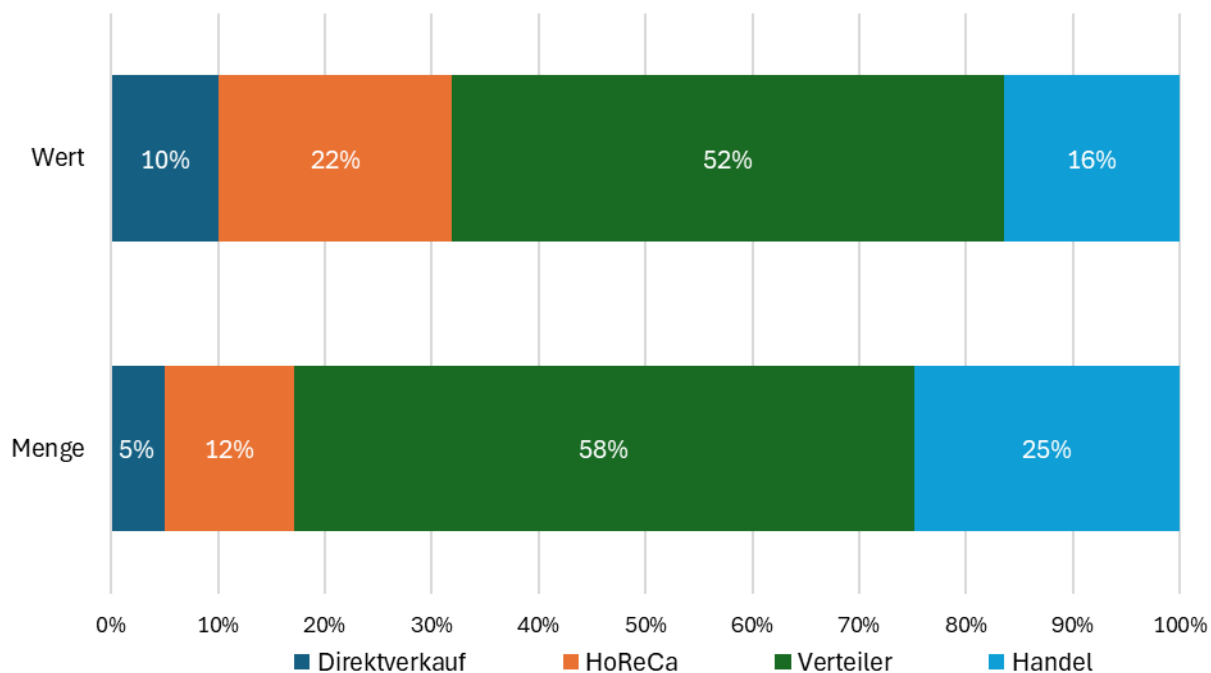


Abbildung 34 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Die Verteiler sind der wichtigste Vertriebskanal für Weinkellereien der Größenklassen 2 und 3. Der Handel ist ebenfalls ein wichtiger Absatzkanal, der 25 % des Volumens ausmacht. Dies ist der Durchschnittswert für diese Art von Weinkellereien, wobei es individuell große Abweichungen geben kann.

Genf AOC

Dieses Kapitel betrifft ausschließlich Wein, der unter der AOC Genf verkauft wird.

Vertriebskanäle für Genfer AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024

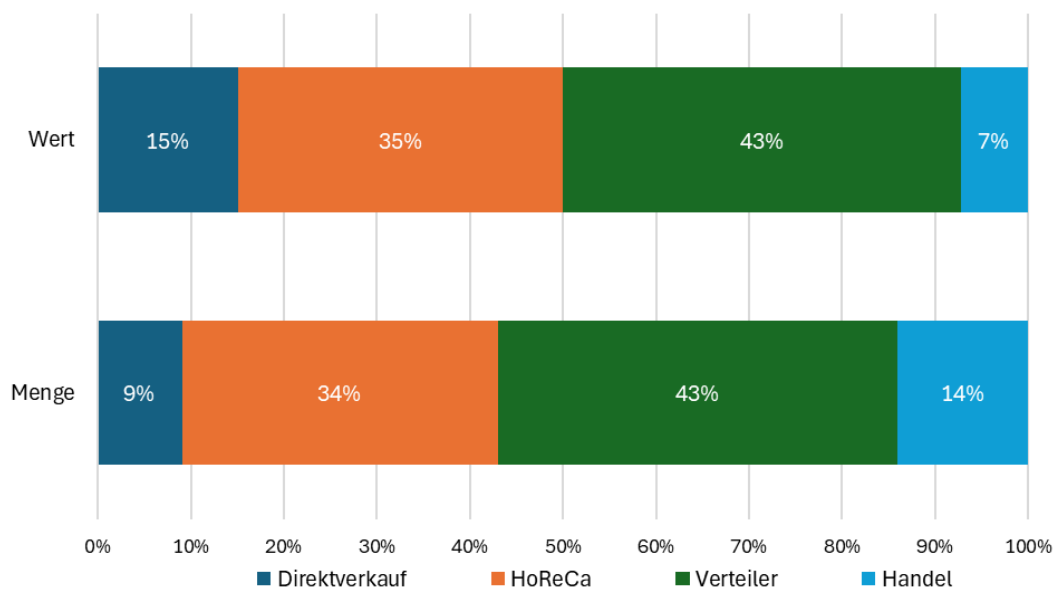


Abbildung 35 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

In unserer Stichprobe ist der wichtigste Vertriebskanal für Genfer AOC-Weine jener der Verteiler, gefolgt vom HoReCa.

Vertriebskanäle für Genfer AOC-Weine (nach Volumen und Wert) 2024

Genf AOC		2022	2024	Unterschied von PdM 22-24	
Direktverkauf	PdM (Menge)	12%	9%	↓	-3%
	PdM (Wert)	19%	15%	↓	-4%
HoReCa	PdM (Menge)	26%	34%	↑	8%
	PdM (Wert)	30%	35%	↑	5%
Verteiler	PdM (Menge)	46%	43%	↓	-3%
	PdM (Wert)	43%	43%	→	0%
Handel	PdM (Menge)	16%	14%	↓	-2%
	PdM (Wert)	8%	7%	↓	-1%

Abbildung 36 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern 2025, Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 163 Weingütern 2023

Im Vergleich zu 2022 ist in unserer Stichprobe ein Rückgang des Direktverkaufs und ein Anstieg des Marktanteils der Verteiler zu beobachten.

Preise pro Vertriebskanal für Genfer AOC-Weine 2024

Genf AOC Durchschnittspreis CHF/Liter	Direktverkauf	HoReCa	Verteiler	Handel
Chasselas AOC	11.39	6.91	8.55	3.66
Chardonnay AOC	15.08	12.05	9.99	5.46
Sauvignon blanc AOC	18.67	17.98	11.67	-
Autres vins blanc AOC	17.30	9.60	10.32	5.29
Pinot noir oder gamay AOC	13.23	8.31	8.21	4.68
Andere Rotweine AOC	21.07	14.16	10.42	5.17
Rosé AOC	12.55	8.03	10.21	-
Schaumweine AOC	26.67	-	-	-

Abbildung 37 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 37 zeigt den Durchschnittspreis pro Liter der verschiedenen Genfer AOC-Produkte nach Vertriebskanälen. Diese Ergebnisse sind nicht mit den Studien der Vorjahre vergleichbar, da die Stichproben Weingüter umfassen, die möglicherweise zu unterschiedlich sind, um verglichen zu werden.

Marktanteil der verschiedenen Genfer AOC-Weine nach Vertriebskanälen

Genf AOC PDM Menge und Wert	Direktverkauf		HoReCa		Verteiler		Handel	
2024	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert
Chasselas AOC	16%	12%	24%	17%	20%	18%	18%	13%
Chardonnay AOC	9%	9%	10%	12%	4%	4%	5%	6%
Sauvignon blanc AOC	4%	5%	2%	4%	0%	0%	0%	0%
Andere vins blanc AOC	14%	15%	8%	8%	17%	18%	31%	34%
Pinot noir oder gamay AOC	14%	11%	20%	17%	21%	18%	10%	10%
Andere Rotweine AOC	27%	36%	20%	29%	27%	30%	36%	38%
Rosé AOC	15%	12%	16%	13%	11%	11%	0%	0%
Schaumweine AOC	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Abbildung 38 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 38 zeigt, wie sich die Produkte auf die verschiedenen Vertriebskanäle verteilen. So entfallen beispielsweise 16 % des im Direktverkauf abgesetzten Volumens an AOC-Weinen aus Genf auf den Chasselas AOC, doch macht dieser aufgrund seines im Vergleich zu den anderen AOC-Weinen aus Genf niedrigeren Preises nur 12 % des in diesem Vertriebskanal erzielten Wertes aus.

Vertriebskanäle für Genfer AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024 – Weingüter Größe 1

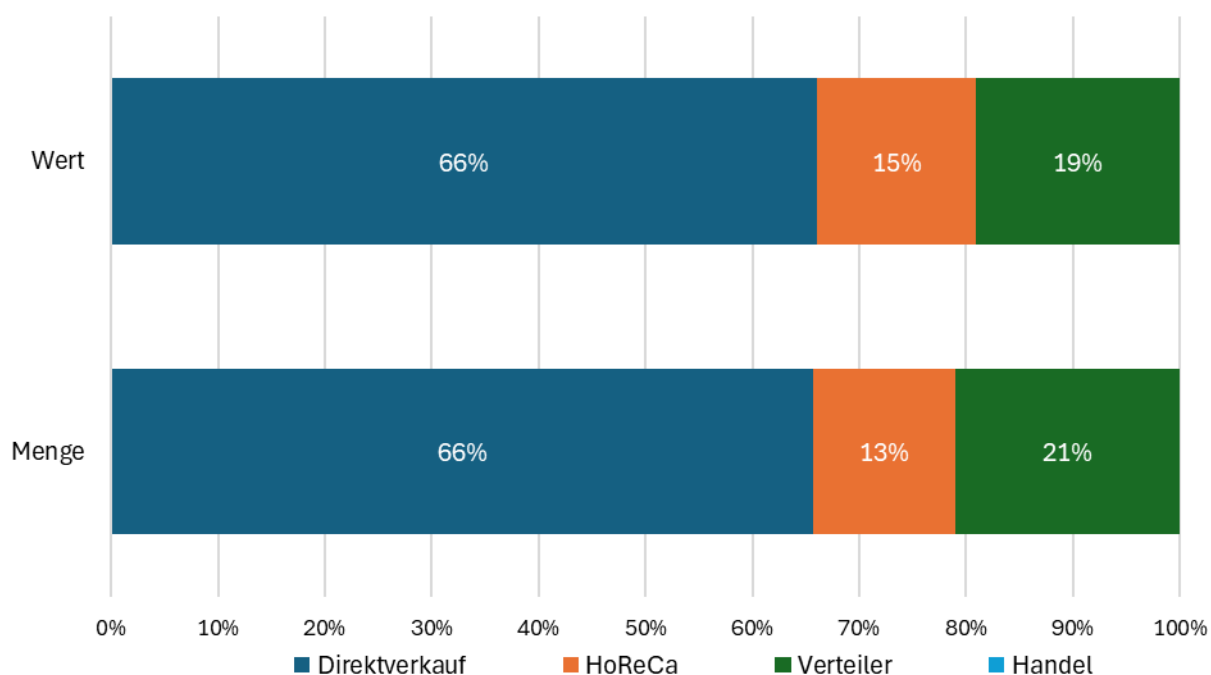


Abbildung 39 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Der Direktverkauf ist der wichtigste Vertriebskanal für Weingüter, die weniger als 50'000 Flaschen produzieren (66 %). In dieser Stichprobe hat der Handel keinen Marktanteil.

Vertriebskanäle für Genfer AOC-Weine nach Volumen und Wert 2024 – Weingüter 2-3 >50.000 Flaschen pro Jahr

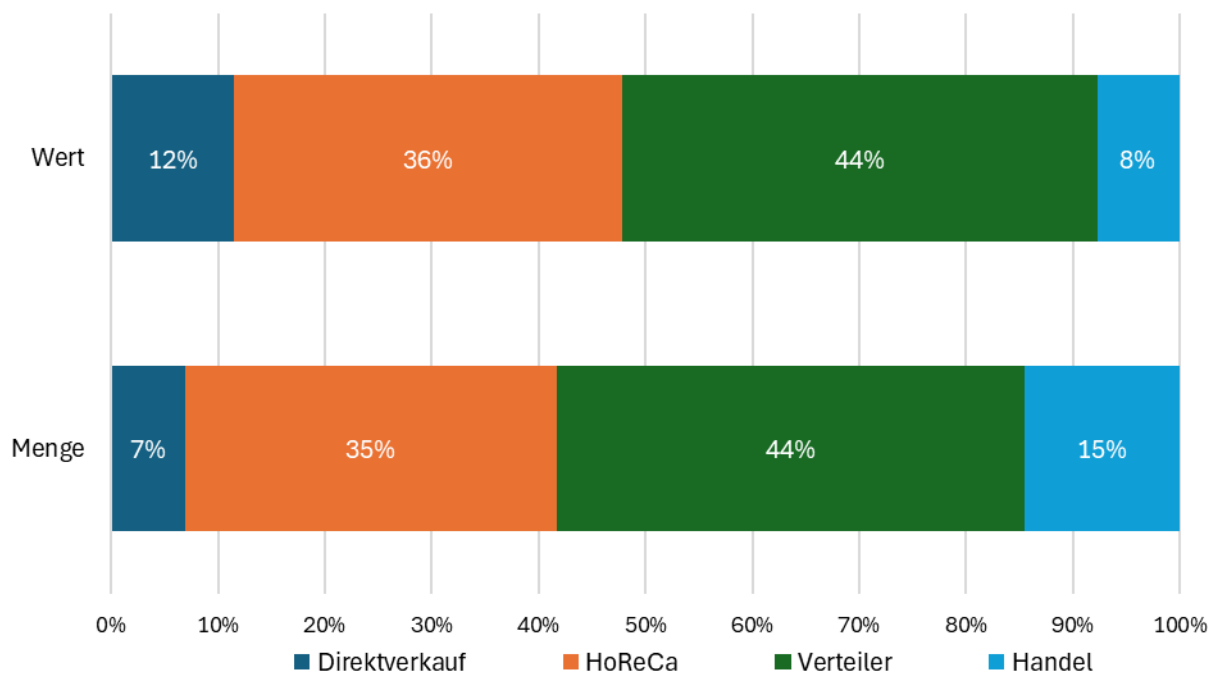


Abbildung 40 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

In dieser Stichprobe sind Verteiler der wichtigste Vertriebskanal für Genfer AOC-Weine, gefolgt vom HoReCa. Diese Verteilung entspricht in etwa dem Gesamtbild der Genfer Weinkellereien aller Größenordnungen, da die großen Kellereien in dieser Stichprobe einen bedeutenden Anteil am Gesamtvolumen haben.

3 Seen AOC & Jura AOC

Dieses Kapitel betrifft ausschließlich Wein, der unter einer AOC 3 Seen und Jura verkauft wird.

Vertriebskanäle von AOC-Weinen der 3 Seen Region und Jura nach Volumen und Wert 2024

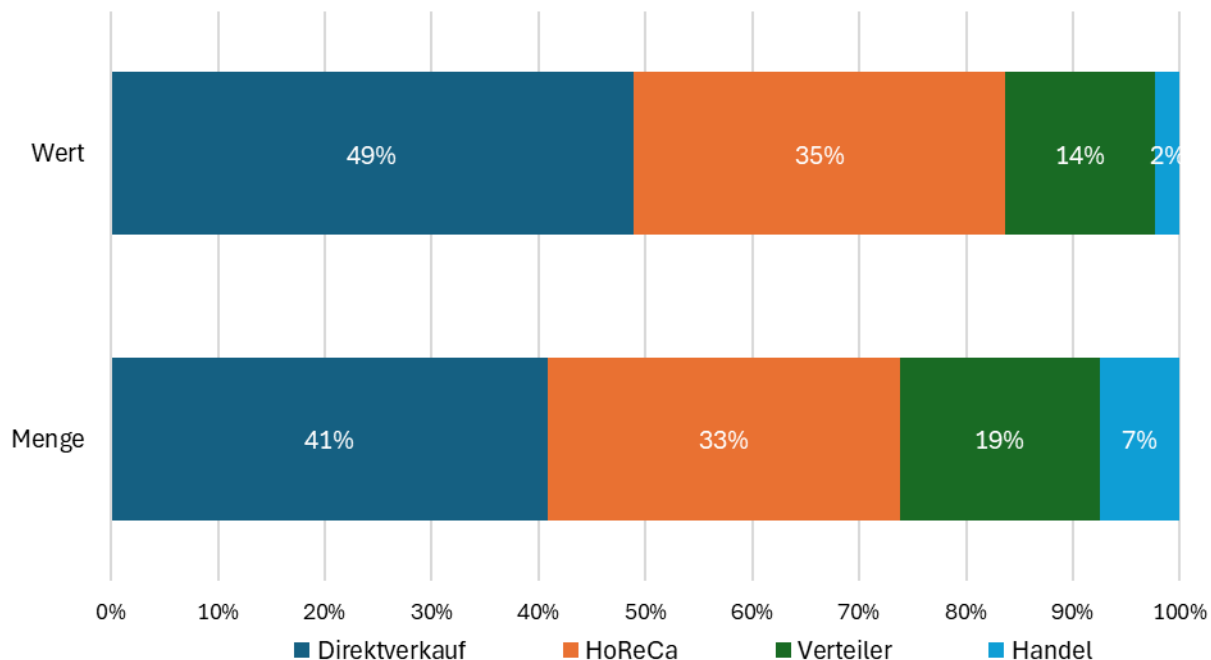


Abbildung 41 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

In unserer Stichprobe ist der wichtigste Vertriebskanal für 3-Seen-AOC- und Jura-AOC-Weine der Direktverkauf, gefolgt vom HoReCa, dass ein Drittel des verkauften Volumens ausmacht.

Vertriebskanäle von AOC-Weinen der 3 Seen Region und Jura (nach Volumen und Wert) 2024

3-Seen & Jura AOC		2022	2024	Unterschied von PdM 22-24	
Direktverkauf	PdM (Menge)	35%	41%	↑	6%
	PdM (Wert)	40%	49%	↑	9%
HoReCa	PdM (Menge)	21%	33%	↑	12%
	PdM (Wert)	24%	35%	↑	11%
Verteiler	PdM (Menge)	44%	19%	↓	-25%
	PdM (Wert)	36%	14%	↓	-22%
Handel	PdM (Menge)	0%	7%	↑	7%
	PdM (Wert)	0%	2%	↑	2%

Abbildung 42 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern 2025, Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 163 Weingütern 2023

Es ist zu beobachten, dass in der Stichprobe 2024 der HoReCa-Sektor einen größeren Marktanteil als 2022 hat. Dagegen stellen Verteiler einen relativ weniger wichtigen Absatzmarkt dar.

Preise pro Vertriebskanal von AOC-Weinen der 3 Seen Region und Jura 2024

3-Seen & Jura AOC Durchschnittspreis CHF/Liter	Direktverkauf	HoReCa	Verteiler	Handel
Chasselas AOC (gefilterter)	16.79	13.99	11.07	3.70
Chasselas AOC (ungefilterter)	15.15	13.27	11.43	8.61
Andere Weissweine AOC	26.76	23.93	17.01	10.17
Pinot noir AOC (ohne barrique)	22.67	23.04	16.18	10.16
Pinot noir AOC (barrique)	50.00	40.89	27.38	21.60
Andere Rotweine AOC	32.47	27.88	22.68	14.05
Rosé AOC (inkl. Œil-de-perdrix)	21.11	18.74	15.23	-
Schaumweine AOC	32.96	27.17	21.27	-

Abbildung 43 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 43 zeigt den Durchschnittspreis pro Liter der verschiedenen 3-Seen-AOC- und Jura-AOC-Produkte nach Vertriebskanälen. Diese Ergebnisse sind nicht mit den Studien der Vorjahre vergleichbar, da die Stichproben Kellereien enthalten, die möglicherweise zu unterschiedlich sind, um sie zu vergleichen.

Marktanteil der verschiedenen 3 Seen und Jura AOC-Weine nach Vertriebskanälen

3-Seen & Jura AOC PDM Menge und Wert	Direktverkauf		HoReCa		Verteiler		Handel	
2024	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert
Chasselas AOC (gefilterter)	25%	17%	26%	17%	29%	21%	68%	40%
Chasselas AOC (ungefilterter)	7%	4%	4%	3%	7%	5%	2%	2%
Andere Weissweine AOC	16%	18%	15%	17%	15%	17%	5%	9%
Pinot noir AOC (ohne barrique)	18%	17%	19%	20%	18%	19%	14%	23%
Pinot noir AOC (barrique)	6%	13%	4%	7%	1%	2%	2%	6%
Andere Rotweine AOC	13%	18%	19%	24%	12%	17%	9%	20%
Rosé AOC (inkl. Cœl-de-perdrix)	13%	11%	12%	11%	17%	17%	0%	0%
Schaumweine AOC	2%	2%	1%	1%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Abbildung 44 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 44 zeigt, wie sich die Produkte auf die verschiedenen Vertriebskanäle verteilen. Zum Beispiel entfallen 25 % des in Direktverkauf verkauften Volumens von 3-Seen-AOC- und Jura-AOC-Weinen auf Chasselas AOC, während dieser aufgrund eines niedrigeren Preises im Vergleich zum Durchschnitt der anderen AOC-Weine nur 17 % des erzielten Wertes in diesem Vertriebskanal ausmacht.

Vertriebskanäle von AOC-Weinen der 3 Seen Region und Jura nach Volumen und Wert 2024 – Weingüter Größe 1

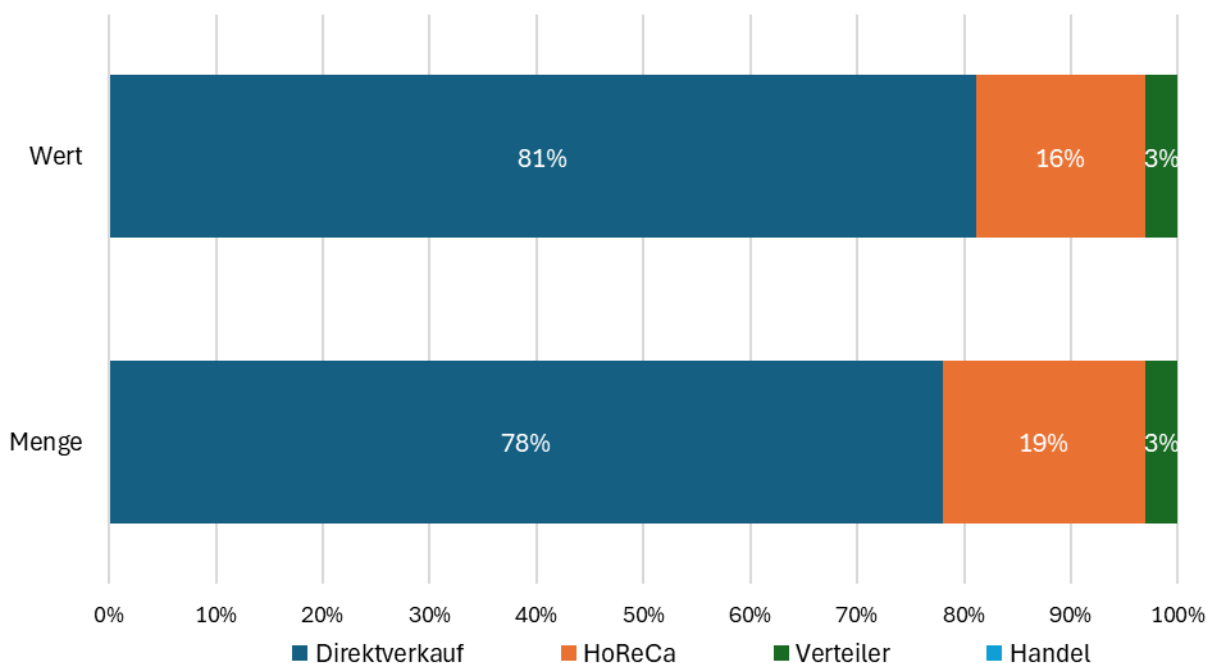


Abbildung 45 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Der wichtigste Vertriebskanal für 3-Seen-AOC- und Jura-AOC-Weine ist der Direktverkauf, der 82 % des im Jahr 2024 erzielten Umsatzes ausmacht.

Vertriebskanäle von AOC-Weinen der 3 Seen Region und Jura nach Volumen und Wert 2024 – Weingüter 2-3 >50.000 Flaschen pro Jahr

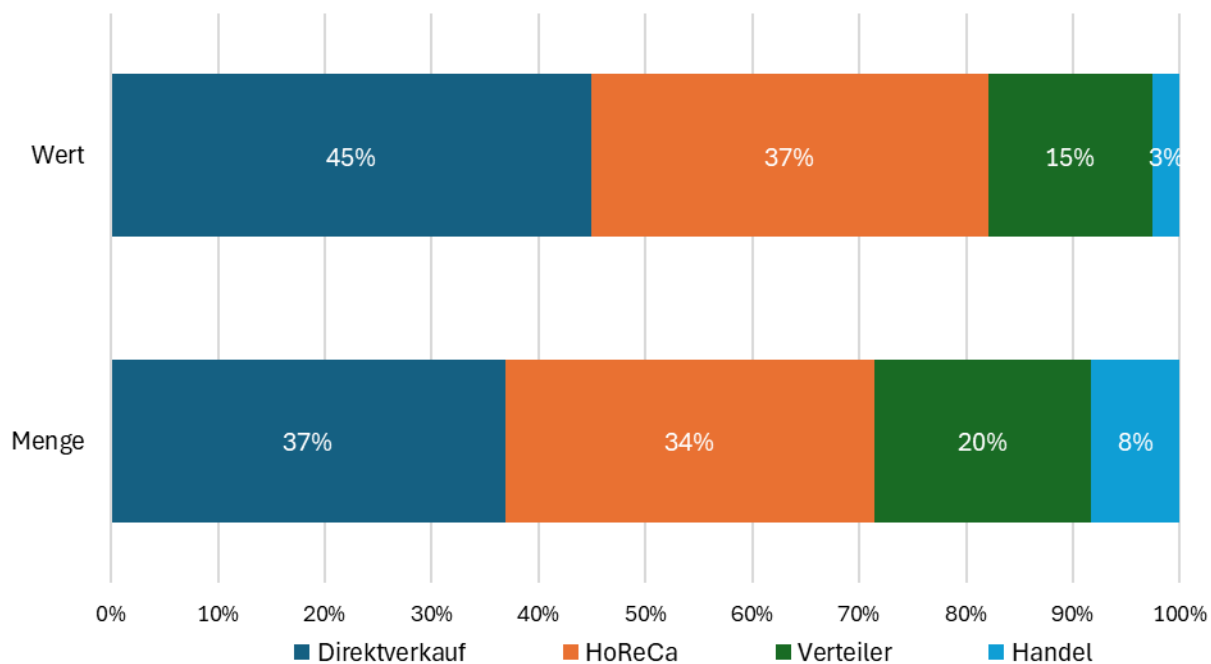


Abbildung 46 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

In unserer Stichprobe ist der wichtigste Vertriebskanal für Weine der Region 3-Seen und Jura AOC der Direktverkauf, gefolgt vom HoReCa. Der Handel macht nur 8 % des verkauften Volumens aus.

Landweine (VDP)

Dieses Kapitel betrifft ausschließlich Wein, der als Landwein verkauft wird.

Vertriebskanäle von VDP nach Volumen und Wert 2024

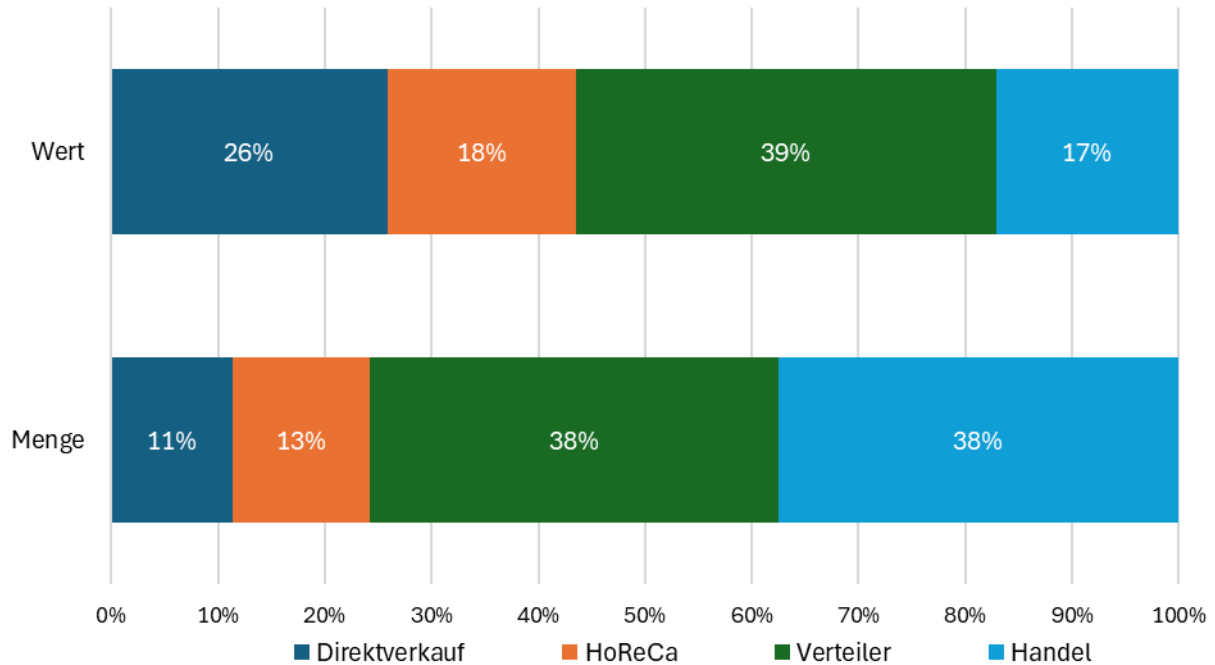


Abbildung 47 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Die Verteiler sind mit 38 % des Volumens und 39 % des Umsatzes ihr wichtigster Vertriebskanal. Ein ähnlicher Anteil des Volumens (38 %) wird im Handel verkauft, was 17 % des erzielten Umsatzes entspricht. Dies ist der Durchschnitt für diese Art von Weinkellerei, wobei es insbesondere aufgrund der Größe der Kellerei und der Weinbauregion zu großen Abweichungen kommen kann.

Preis pro Vertriebskanal für VDP 2024

Landweine Durchschnittspreis CHF/Liter	Direktverkauf	HoReCa	Verteiler	Handel
Chasselas VdP	12.65	7.01	5.59	3.33
Andere Weissweine VdP	18.66	12.77	6.83	5.30
Pinot noir oder gamay VdP	15.07	11.47	10.46	3.38
Andere Rotweine VdP	19.47	10.74	6.83	4.22
Rosé VdP	15.90	10.53	7.26	3.52
Schaumweine VdP	18.13	11.86	11.80	-

Abbildung 48 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 48 zeigt den Durchschnittspreis pro Liter der verschiedenen Landweine nach Vertriebskanälen. Diese Ergebnisse sind nicht mit den Studien der anderen Jahre vergleichbar, da die Stichproben Weinkellereien umfassen, die möglicherweise zu unterschiedlich sind, um verglichen zu werden.

Marktanteil der verschiedenen Landweine nach Vertriebskanälen

Landweine PDM Menge und Wert	Direktverkauf		HoReCa		Verteiler		Handel	
2024	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert	Menge	Wert
Chasselas VdP	4%	3%	10%	6%	15%	11%	38%	35%
Andere Weissweine VdP	22%	22%	11%	13%	15%	13%	2%	3%
Pinot noir oder gamay VdP	6%	5%	14%	14%	20%	27%	28%	26%
Andere Rotweine VdP	42%	45%	23%	23%	15%	13%	21%	24%
Rosé VdP	18%	16%	25%	24%	22%	20%	11%	11%
Schaumweine VdP	8%	8%	18%	19%	12%	18%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Abbildung 49 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Abbildung 49 zeigt, wie sich die Produkte auf die verschiedenen Vertriebskanäle verteilen. So entfallen beispielsweise 4 % des im Direktverkauf abgesetzten Landweinvolumens auf Chasselas, doch aufgrund seines im Vergleich zu anderen Landweinen niedrigeren Preises macht er nur 3 % des in diesem Vertriebskanal erzielten Wertes aus.

EXPORT

Exporte von Schweizer AOC-Weinen und Landweinen

Verteilung der Schweizer Weinexporte nach Regionen im Jahr 2024

Kellerbereich	Anteil der exportierenden Unternehmen	Exportvolumen
Wallis	30%	~0.4%
Waadt	32%	
Deutschschweiz	15%	
Genf	0%	
Tessin	20%	
3 Seen & Jura	42%	
Total	27%	

Abbildung 50 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

Rund 27 % der Weinbaubetriebe in der Schweiz exportieren Wein ins Ausland. Die erste Grafik bezieht sich auf den Standort der Betriebe, die zweite auf die Herkunft der Weine. Die Aufteilung nach Regionen weist aufgrund der geringen Mengen eine hohe Fehlerquote auf. In unserer Stichprobe werden rund 0,4 % der Mengen exportiert.

Aufteilung der Schweizer Weinexporte nach Volumen und Wert im Jahr 2024

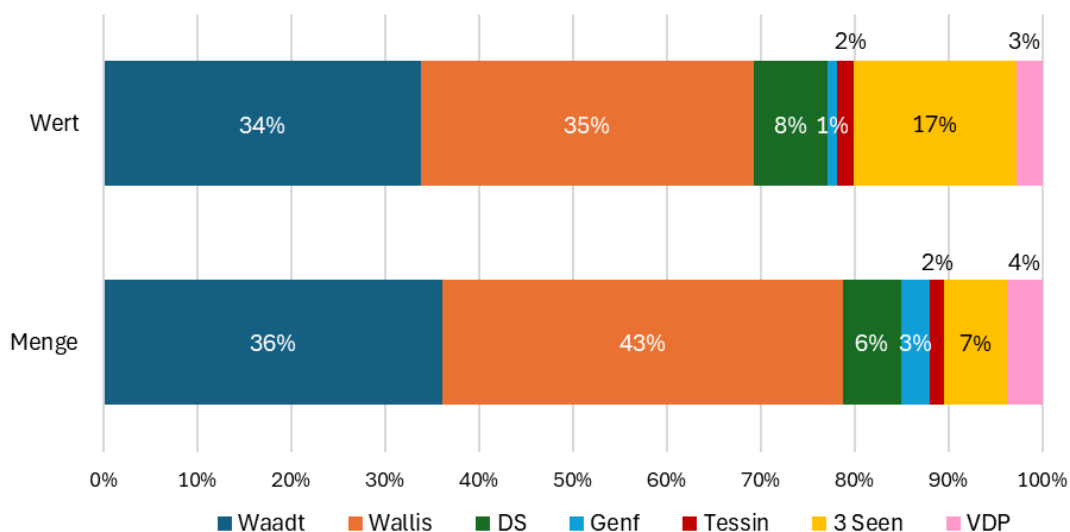


Abbildung 51 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

ZUSÄTZLICHE FRAGEN

Die Stichprobengröße für die Zusatzfragen ist größer (sie ist unter jeder Analyse angegeben). Tatsächlich haben einige Winzer an der Umfrage teilgenommen, ohne die produzierten und vermarkteten Mengen anzugeben, aber dennoch verwertbare Antworten auf die Zusatzfragen übermittelt.

Rabatte je nach Vertriebskanal

Von den Kellereien je nach Vertriebskanal gewährte Rabattarten 2024

Rabatt 2024	HoReCa	Verteiler
Variable ¹	42%	38%
Betrifft mich nicht	6%	24%
Keine Rabatte	8%	3%
Sonstiges ²	45%	35%

¹ Rabatt nicht angegeben

² angegebener Rabatt, später detailliert

Abbildung 52 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 154 Weingütern

In unserer Stichprobe gewährt eine große Mehrheit der Weinkellereien beim Verkauf von Wein an den HoReCa-Sektor oder an Verteiler einen Rabatt. Die als variabel angegebenen Rabatte können nicht im Detail aufgeführt werden, die Rabatte „Sonstige“ sind Festrabatte, die in der folgenden Tabelle aufgeführt sind.

Durchschnittliche Rabatte der Weingüter je nach Vertriebskanal en 2024

Rabatt 2024	HoReCa	Verteiler
Weingüter 1	14%	23%
Weingüter 2	13%	18%
Weingüter 3	17%	30%

Abbildung 53 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 154 Weingütern

Weinkellereien aller Größenordnungen geben an, Rabatte zu gewähren. Weinkellereien der Größe 3 gewähren im Durchschnitt höhere Rabatte als andere Weinkellereien, insbesondere beim Verkauf an Verteiler (30 % gegenüber dem Direktverkauf).

Qualität der im HoReCa-Sektor verkauften Weine

Anteil des als Literqualität an HoReCa verkauften Weins (Volumen und Wert) 2024

2024	Menge	Wert
Waadt	45%	44%
Wallis	39%	27%
Deutschschweiz	11%	6%
Genf	23%	13%
Tessin	18%	24%
3 Seen & Jura	22%	16%
Landweine	31%	24%
Total	37%	32%

Abbildung 54 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 113 Weingütern

In allen Regionen verkaufen Weinkellereien auch Wein in Literflaschen an den HoReCa-Sektor. Dieses Phänomen ist vor allem im Kanton Waadt und im Wallis zu beobachten. Wein in Literflaschen wird in der Regel günstiger verkauft als Wein in Flaschen, aber der Preisunterschied ist relativ gering, möglicherweise aufgrund unterschiedlicher Referenzen, die in Literflaschen oder Flaschen verkauft werden.

Online-Verkauf

Online-Verkaufspraktiken der Weingüter (mehrere Antworten möglich)

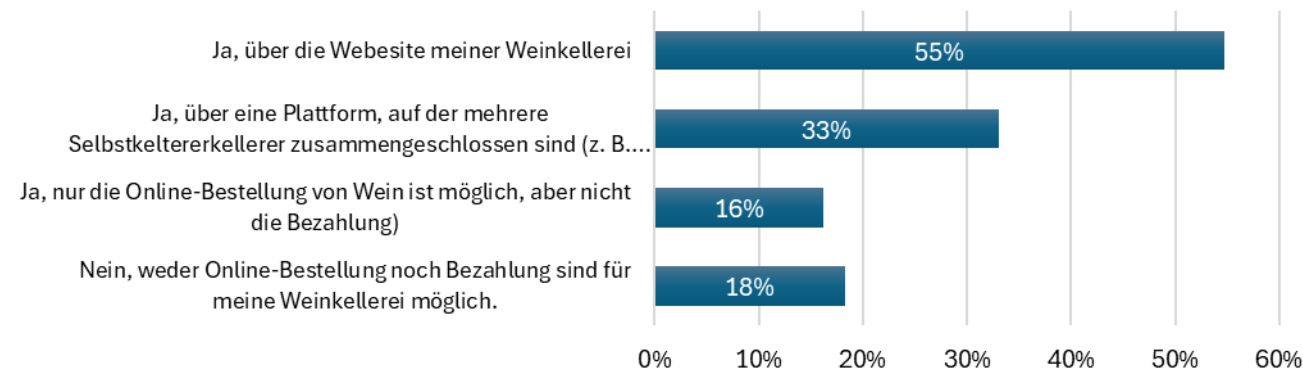


Abbildung 55 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 148 Weingütern

Im Jahr 2024 bieten die meisten Weingüter einen Online-Verkaufsservice mit Online-Zahlung an (55%), 26% bieten nur die Möglichkeit zur Bestellung an. Der Verkauf über Online-Plattformen, die Weine mehrerer Weingüter anbieten, ist nach wie vor recht begrenzt: Nur 16% der Weingüter haben im Jahr 2024 Wein auf diesem Weg verkauft.

Anteil des Online-Verkaufsvolumens der Kellerei

2024	Weingut 1	Weingut 2	Weingut 3	Total
Anteil des vom Weingut verkauften Volumens	11%	8%	3%	9%

Abbildung 56 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 148 Weingütern

Kellereien der Größenklassen 1 und 2 verkaufen einen größeren Anteil ihres Weinvolumens über ihre Website. Dieser Befund ist logisch, da der Direktverkauf für kleinere Kellereien ein wichtigerer Vertriebskanal ist.

Zertifizierungen der Weinkeller

Zertifizierungen der Weingüter (mehrere Antworten möglich)

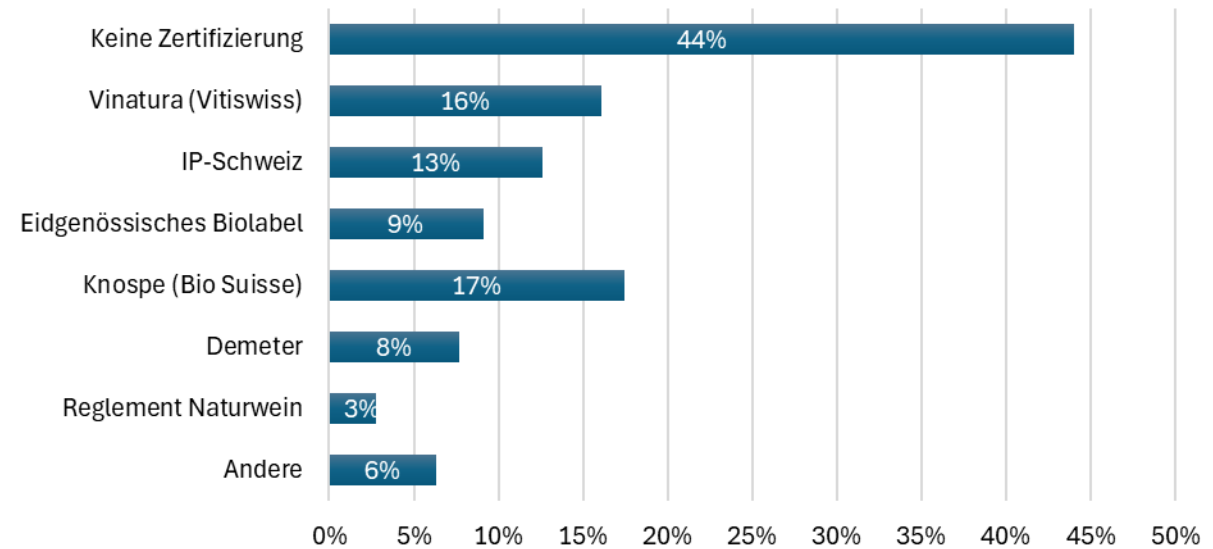


Abbildung 57 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 143 Weingütern

Im Jahr 2024 verfügte ein Großteil der Weingüter unserer Stichprobe über keine Zertifizierung, was jedoch nicht zwangsläufig bedeutet, dass sie nicht die Anforderungen einer dieser Zertifizierungen erfüllen. Die am häufigsten vertretenen Zertifizierungen sind Bio Suisse (17 %), Vinatura (16 %) und IP-Suisse (13 %).

Stellenangebote

Durchschnittliche Anzahl der Arbeitsplätze nach Größe des Weinkellers

2024	Festangestellte Mitarbeiter	Saisonarbeiter
Weingut 1	2.3	3.2
Weingut 2	6.8	7
Weingut 3	41.6	10.1
Total	6.7	4.8

Abbildung 58 - Repräsentative Stichprobe (online erhoben) von 137 Weingütern

Im Jahr 2024 beschäftigten die Schweizer Weinkellereien durchschnittlich 6,7 festangestellte und 4,8 saisonale Arbeitskräfte. Die Zahl der festangestellten Mitarbeiter steigt je nach Größe der Kellerei stark an, während die Zahl der Saisonarbeiter moderater zunimmt.

BIBLIOGRAPHIE

Schweizer Weinhandelskontrolle (2024), Tätigkeitsbericht und Rechnung 2024, Dübendorf
Bundesamt für Landwirtschaft (2025), Das Weinjahr 2024, Bern

IMPRESSUM

TEAM

ALEXANDRE MONDOUX

OSMW-Leiter und assoziierter Professor FH für Wirtschaft und Management
+41(0)22 363 40 23
alexandre.mondoux@changins.ch

CANDICE DEVAUD

Spezialisierte Mitarbeiterin Weinwirtschaft
+41(0)22 363 40 53
candice.devaud@changins.ch

ROXANE FENAL

Spezialisierte Mitarbeiterin Weinwirtschaft
+41(0)22 363 40 59
roxane.fenal@changins.ch

KONTAKT

osmv@changins.ch
www.changins/prestations/osmv/

DATUM DER VERÖFFENTLICHUNG

23.10.2025