



**Aktueller ProWein Business Report 2019 liegt vor:
Der Klimawandel verändert die globale Weinbranche**

- **73% der Befragten erwarten konkrete Auswirkungen des Klimawandels auf ihr Unternehmen**
- **Weinproduzenten setzen auf klimatisch angepasste Rebsorten und neue önologische Verfahren**
- **Konsumenten setzen auf leichte und erfrischendere Weine – konträr zur klimatischen Entwicklung**
- **Ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit hat herausragende Bedeutung für Zukunft der Branche**

Im Auftrag der ProWein hat die Hochschule Geisenheim Mitte 2019 zum dritten Mal mehr als 1.700 Experten der Weinbranche aus 45 Ländern zu internationalen Weinmärkten, Vermarktungstrends und der wirtschaftlichen Lage befragt. Im Fokus der diesjährigen Befragung stehen die Auswirkungen des Klimawandels auf die globale Weinbranche. Die Studie umfasst die gesamte Wertschöpfungskette von Wein. Zu den Befragten gehörten sowohl Weinproduzenten (Weingüter, Kellereien, Genossenschaften) als auch Zwischenhändler (Exporteure und Importeure) und Vermarkter (Großhändler, Fachhändler, Hotels und Gastronomen). „Gerade die Kombination der verschiedenen Perspektiven von Produzenten, Zwischenhändlern und Vermarktern über mehrere Jahre hinweg stellt ein einzigartiges Stimmungsbild für die internationale Branche dar“, unterstreicht Prof. Simone Loose, Leiterin des Institutes für Wein- und Getränkewirtschaft der Hochschule Geisenheim, die Aussagekraft des aktuellen Business Report. „Damit ist der ProWein Business Report das weltweit umfassendste Trendbarometer der Weinbranche.“

THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com

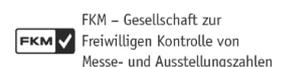


Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Deutschland
Telefon +49 211 4560 01
Telefax +49 211 4560 668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de

Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Wolfram N. Diener
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:



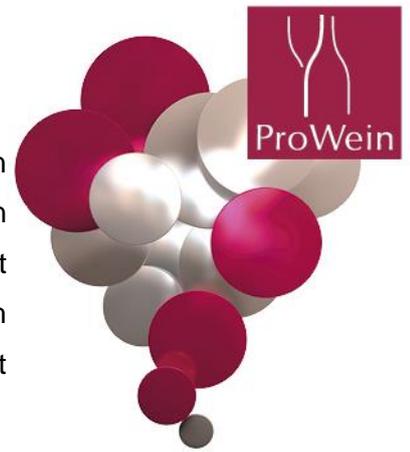
Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

Zusammenfassung

Kurzfristig steht die internationale Weinbranche vor den Herausforderungen der Gesundheitspolitik, der ökonomischen globalen Wirtschaftslage und wachsender Handelshemmnisse. Langfristig stellt der Klimawandel die Branche vor große Herausforderungen, die sich bereits in den letzten fünf Jahren bei den Akteuren bemerkbar gemacht haben.

Am stärksten sind bisher und auch zukünftig die Trauben- und Weinproduzenten vom Klimawandel betroffen. Ihnen stehen oft nur wenige Möglichkeiten zum Ausweichen offen, da sie in den meisten Fällen an ihren Weinberg gebunden sind. Durch Veränderungen in der Weinbaupraxis, im Erntemanagement, in den önologischen Verfahren sowie durch den Einsatz von Bewässerung werden die Auswirkungen des Klimawandels auf die Reben und den Wein gemildert. Für die Zukunft wird ein hoher Bedarf an neuen Rebsorten gesehen, die toleranter gegen Hitze und Wassermangel sind. Über diese Anpassungsmaßnahmen in bestehenden Weinzonen hinaus wird der Weinbau zunehmend auch auf kühlere Anbaugebiete in höheren oder äquatorferneren Lagen ausweichen.

Die Auswirkungen des Klimawandels im Weinbau setzen sich über die gesamte Wertschöpfungskette auf alle Akteure der Weinbranche fort. Unternehmen am Beginn und in der Mitte der Wertschöpfungskette haben bisher den größten Teil der Auswirkungen abgepuffert. In Zukunft werden sich diese Auswirkungen jedoch stärker beim Händler und Konsumenten bemerkbar machen. Abfüllende Kellereien als Zukäufer von Rohwaren und Exporteure als Vermittler zwischen internationalen Märkten sind dabei neben den Produzenten am stärksten von den Risiken durch eine Zunahme der Variabilität von Preisen, Mengen und Weinqualitäten betroffen. Die Unternehmen werden sowohl durch stärkere Kooperation mit den Produzenten als auch durch Ausweichen auf andere Produzenten und Herkünfte auf das wachsende Risiko reagieren. „Die Auswirkungen des Klimawandels können wir in der gesamten Weinbauwelt sehen. Einige Weinproduzenten haben bereits weitreichende wirtschaftliche Entscheidungen auf der Grundlage von klimabezogenen Risiken und Chancen getroffen, und dazu gehören auch der An-/Verkauf von Weinbergen aufgrund von Höhenlage,



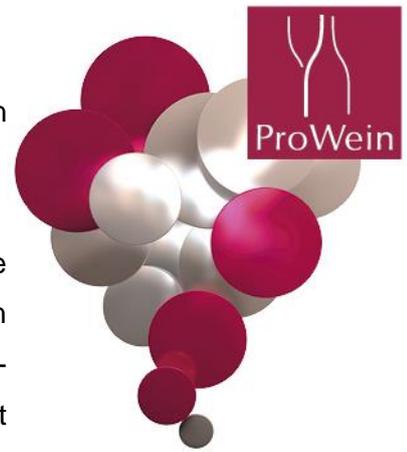
THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com



Breitengrad bzw. Zugang zu Wasservorkommen“, betont Dr. Dan Johnson, Managing Director Australian Wine Research Institute.

Die Akteure der Weinbranche sehen einen großen Bedarf, die Nachhaltigkeit der Branche zu verbessern. Neben einem verringerten Wasserbedarf muss auch der Energiebedarf und damit der CO₂-Fußabdruck der Produktion und des Handels von Wein reduziert werden. Zusätzlich besteht die große Herausforderung, auch den Konsumenten von nachhaltigem Wein zu überzeugen. Einheitliche Branchenstandards kombiniert mit umfassenden Informations- und Überzeugungskampagnen können hier eine mögliche Lösung sein. „Es ist wichtig, dass Klimawandel den Schwerpunkt (unabhängig von der Weinkategorie) dieses gut gemachten ProWein Business Reports 2019 bildet. Wir müssen unsere Emissionen drastisch senken und dazu muss auf allen Ebenen mehr getan werden. Jedes Unternehmen sollte ein Programm zur CO₂-Senkung haben, aber das eigentliche Stichwort ist ‚Gemeinsam handeln‘ und Winzereien sollten mit gutem Beispiel vorangehen. Die neue IWCA-Initiative (International Wineries for Climate Action/Internationale Winzereien für Klimaschutz - www.iwcawine.org) macht die Zusammenarbeit zwischen Winzereien für den Klimawandel leichter. Die IWCA-Initiative wird andere Winzereien dazu bringen, mitzumachen und Programme zur Senkung des CO₂-Ausstosses einzuführen und schneller umzusetzen“, führt Miguel Torres, Präsident in der 4. Generation der Familie Torres aus. „Das große Interesse an Nachhaltigkeit, das sich im Business Report widerspiegelt, bestätigt unsere eigenen Beobachtungen auf dem nordischen Markt. Die Bio-Zertifizierung ist ein Beispiel dafür, wie man Kunden nachhaltige Produkte näherbringt. Aber wir begrüßen auch eine Ergänzung zu ‚biologischem Anbau‘, die ein breiteres Spektrum an Nachhaltigkeitsthemen über nationale und regionale Nachhaltigkeitszertifizierungen abdeckt, die jetzt in vielen Ländern eingeführt sein“, unterstreicht Marcus Ihre, Sustainability Manager Supply Chain, Systembolaget.

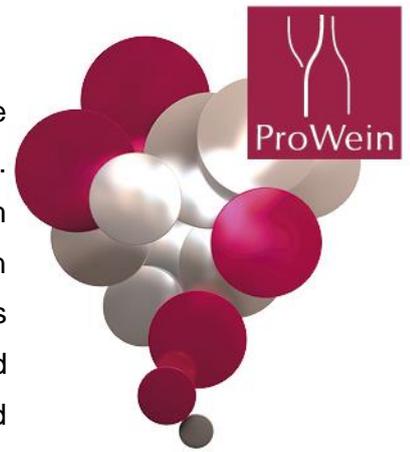
Die wirtschaftlichen Erwartungen der Branche haben sich zum einen durch die konjunkturellen Herausforderungen und Handelsbarrieren eingetrübt. Zum anderen sind die starken Rückgänge bei den Produzenten symptomatisch für die ökonomischen Auswirkungen starker klimatisch bedingter Volatilität der Erntemengen und daraus



THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com



resultierend der Preise. Die weitere Anpassung der Weinbranche an die Auswirkungen des Klimawandels stellt eine große Herausforderung dar. Es ist deshalb auch in hohem Interesse der Weinbranche, dem Klimawandel gemeinsam durch wirksame Nachhaltigkeits-Maßnahmen entgegen zu wirken. „Um die COP 21 Ziele zu erreichen, bedarf es eines raschen und beherzten Umdenkens. Jede Industrie und jede Nation sind hierbei gefordert. Doch im Besonderen hat die Wein- und Spirituosenindustrie die Möglichkeit, sich als Vorreiter zu positionieren. Nicht ausschließlich um als Vorbild zu fungieren, sondern auch, um die eigenen Interessen und den zukünftigen wirtschaftlichen Erfolg zu bewahren. Sauberes Wasser und nachhaltige Energie werden die wichtigsten Rohstoffe der Erde sein. Hiervon ist im Besonderen der Weinbau abhängig“, führt Bastian Mingers, Global Head Wine & Spirits und Director of ProWein, aus. „Die ProWein will sich für die Erreichung des 2° Celsius-Ziels einsetzen und der Industrie hierfür eine Plattform zum Austausch von Erfahrungen und Wissen bieten.“



THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com

Aktuelle Herausforderungen der Weinbranche

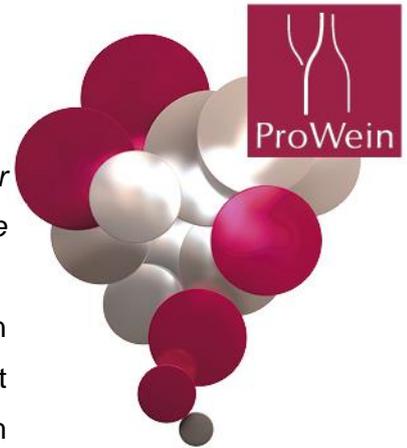
1) Gesundheitspolitik und aktuelles Wirtschaftsklima sind Herausforderungen mit kurzfristig stärksten Auswirkungen

Kurzfristig sehen die Unternehmen die Auswirkungen der restriktiven Gesundheitspolitik mit teilweise hohen Steuersätzen und Mindestpreisen auf Wein und Alkohol als stärkste Herausforderung der Weinbranche. Die Eintrübung der globalen wirtschaftlichen Lage und zunehmende Handelshemmnisse werden als zweitstärkste Herausforderung eingestuft. Die Auswirkungen eines unregulierten Brexit sowie der Wettbewerb mit anderen alkoholischen Getränken und der deregulierte Verkauf von Cannabis werden als vergleichsweise gering angesehen.



2) *Klimawandel ist die Herausforderung, die aus Sicht der Unternehmen mit höchster Wahrscheinlichkeit sehr starke Auswirkungen auf die Branche haben wird*

Die Auswirkungen des Klimawandels auf ihr Unternehmen werden von der Hälfte der Unternehmen als stark oder sehr stark eingeschätzt. Er ist damit kurzfristig die drittstärkste Herausforderung der Branche. Im Gegensatz zu den anderen Herausforderungen, die mit einer höheren Unsicherheit erwartet werden, ist der Klimawandel die aus Sicht der Unternehmen am sichersten eintretende Gefahr. 73% der Unternehmen erwarten Auswirkungen des Klimawandels auf ihr Unternehmen.

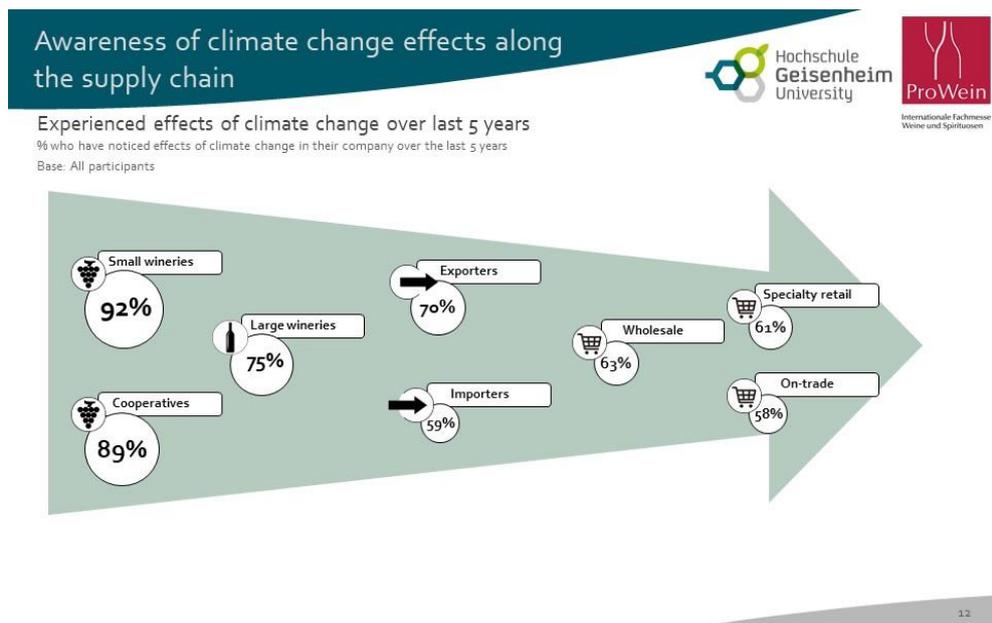


THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com

Die bisherigen Auswirkungen des Klimawandels auf die Weinbranche – die letzten 5 Jahre

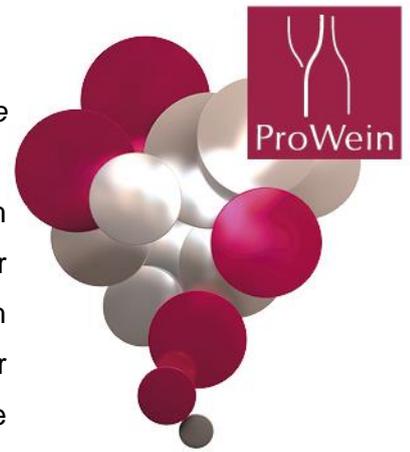
3) *Auswirkungen des Klimawandels machten sich am stärksten bei den Weinproduzenten bemerkbar*

Das Ausmaß, mit dem sich der Klimawandel in den letzten fünf Jahren bei den Unternehmen bemerkbar gemacht hat, unterscheidet sich je nach Position in der Wertschöpfungskette. Bereits neun von zehn Weinproduzenten haben die Auswirkungen des Klimawandels zu spüren bekommen, bei den Händlern waren es dagegen nur sechs von zehn. Die am stärksten betroffenen Weinproduzenten können den Auswirkungen des Klimawandels durch die ökonomische Bindung an ihren Grund und Boden meist am wenigsten ausweichen.

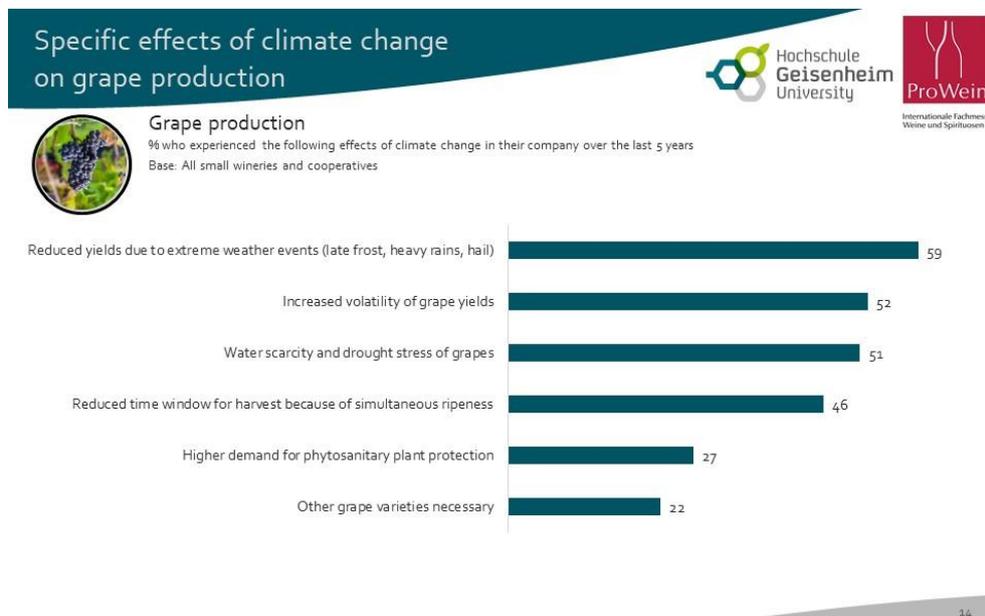


4) Geringere und stark schwankende Erträge bei mehr als der Hälfte der Weinproduzenten

In den vergangenen fünf Jahren waren die stärksten Auswirkungen im Bereich des Weinbaus zu verzeichnen. Mehr als die Hälfte der Traubenproduzenten hatte geringere Erträge durch Extremwetterereignisse wie Spätfrost, Starkregen, Hagel oder Trockenstress der Reben. Durch diese Extremereignisse hat sich die Volatilität der Erntemengen stark erhöht; gleichzeitig hat diese Volatilität zu starken Preisschwankungen am Rohwarenmarkt geführt. Durch bestehende Ertragsregulierungen können Minderernten eines Jahres nur begrenzt durch höhere Folgeernten ausgeglichen werden. Fast jeder zweite Traubenproduzent musste seine Unternehmensprozesse bereits durch verkürzte Zeitfenster der Ernte umstellen und größere Annahmekapazitäten schaffen.



THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com



M
Messe
Düsseldorf

5) Sensorische Eigenschaften der Weine haben sich geändert

Sowohl der Handel als auch die abfüllenden Kellereien geben mehrheitlich an, dass sich die sensorischen Eigenschaften der Weine verändert haben. Die Hälfte der großen Weingüter und Kellereien, die Trauben und Fasswein von mehreren Produzenten beziehen, mussten bereits neue önologische Verfahren verwenden, um die Auswirkungen der klimatisch veränderten Rohwaren auf den trinkfertigen Wein abzumildern. Bei den selbstvermarktenden Weingütern und den Genossenschaften kamen diese neue Technologien bisher weniger zum Einsatz.

6) *Stärkere Schwankungen erhöhten das Risiko der Akteure*

Der Klimawandel beeinflusst bereits heute die Koordination zwischen den Akteuren der Weinbranche. Variabilität in der Erntemenge und der Qualität der Weine erhöht zum einen die Schwankung der Preise und zum anderen das Risiko der Verfügbarkeit von Wein. Bei Ernteaussfällen können betroffene Winzer kaum von Preissteigerungen profitieren, und Kellereien stehen vor dem Problem, dem Lebensmittelhandel zugesagte Mengen ausreichend als Rohwaren zu beziehen. Jahre mit weltweitem Überangebot führen zu einem Preisverfall, da die weltweite Nachfrage nach Wein konstant ist und nur wenig Wein langfristig lagerfähig ist.

7) *Bessere Abstimmung entlang der Wertschöpfungskette wurde notwendig*

Um den Bezug von Waren zu sichern und ihr Risiko zu verringern, können Unternehmen wie zukaufende Kellereien, Exporteure und der Handel entweder stärker kooperieren oder auf andere Anbieter ausweichen. Vor allem Exporteure und Kellereien haben in der Vergangenheit bereits von diesen Strategien Gebrauch gemacht und damit die Auswirkungen am Ende der Wertschöpfungskette beim Handel und Verbraucher reduziert.

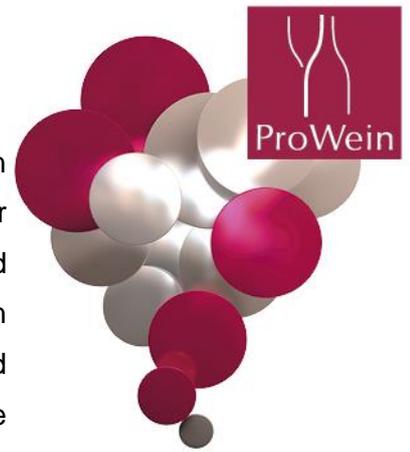
Erwartete Auswirkungen des Klimawandels

8) *Die Wirtschaftlichkeit der Betriebe wird zurückgehen und grenzt ihre Anpassungsfähigkeit ein*

Über die letzten fünf Jahre gab es wirtschaftliche Gewinner (23%) und Verlierer (35%) des Klimawandels. Für die nächsten zehn Jahre erwarten vor allem Genossenschaften (53%) und Kellereien (44%) einen starken oder sehr starken Rückgang ihrer Wirtschaftlichkeit bedingt durch den Klimawandel. Ein Rückgang der Profitabilität verhindert die Fähigkeit, durch Investitionen die Anpassungsfähigkeit an den Klimawandel zu erhöhen.

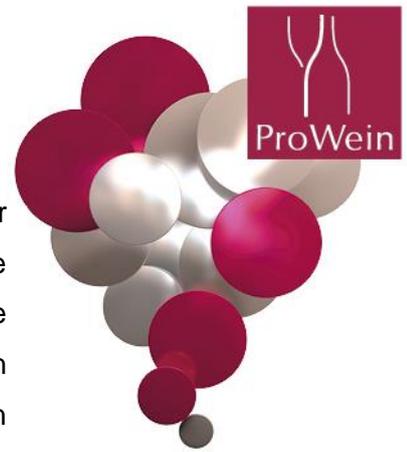
9) *Weinbauern sehen höheren Bedarf nach klimatisch angepassten Rebsorten*

Die bisher beobachteten Auswirkungen des Klimawandels auf die Traubenproduktion werden in den kommenden Jahren weiter zunehmen. Für die Zukunft erwarten die Traubenproduzenten einen starken Zuwachs im Einsatz von klimatisch geeigneteren Rebsorten. Jeder dritte Produzent erwartet, dass dies bis 2030 notwendig wird.



THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com





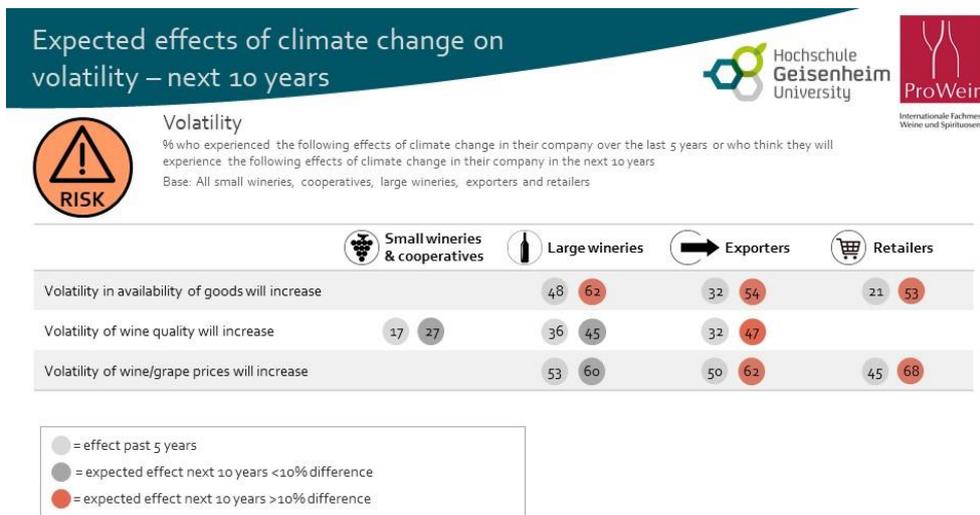
THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com

10) Bedarf an neuen önologischen Verfahren wird steigen

Für die nächsten zehn Jahre erwarten 62% der Händler, 55% der abfüllenden Kellereien und 42% der Weinproduzenten eine weitere Veränderung der sensorischen Eigenschaften von Wein. Die Anpassungsstrategie der neuen önologischen Verfahren wird sich in Zukunft auch bei den selbständigen Weingütern und Genossenschaften durchsetzen und wird von der Mehrzahl der Kellereien angewendet werden.

11) Zunehmende Volatilität der Verfügbarkeit, Preise und Qualitäten erhöht das Risiko der Branche weiter

Für die Zukunft erwarten vor allem Händler und Exporteure eine starke Zunahme in der Volatilität der Preise und Verfügbarkeit von Wein, die bisher teilweise von den Kellereien ausgeglichen wurde. Bis 2030 gehen die Hälfte bis zwei Drittel der Akteure von steigenden Risiken aus, die sich in neuen Kooperationsformen mit den Produzenten aber auch in geringerer Profitabilität äußern wird.

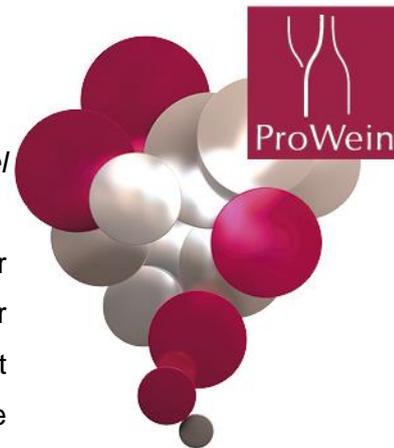


12) Abnehmer werden verstärkt auf andere Anbieter und Herkünfte ausweichen

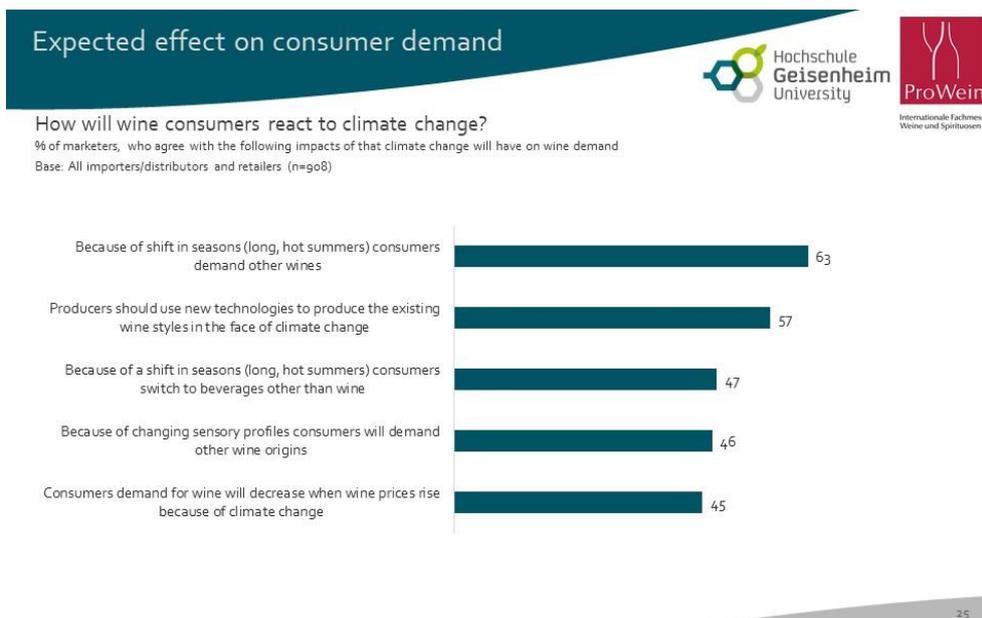
Über 40% der Händler planen, in Zukunft auf andere Anbieter oder Herkunftsländer auszuweichen, wenn ihre bisherigen Zulieferer durch den Klimawandel beeinflusst werden. Das wird den ökonomischen Druck auf die Trauben- und Weinproduzenten zusätzlich verschärfen, die selbst deutlich weniger Möglichkeiten haben, auszuweichen.

13) Die Verbraucher werden ihren Weinkonsum durch den Klimawandel weiter ändern – konträr zur klimatischen Änderung des Weins

Händler beobachten bereits jetzt Änderungen im Konsumverhalten der Verbraucher durch den Klimawandel. So sinkt in heißen Sommern der Weinkonsum, und die Nachfrage nach schweren Rotweinen geht zurück. Auch für die Zukunft erwarten Händler eine steigende Nachfrage nach anderen Weinen (63%) und nach anderen Getränken (47%). Damit liegt genau eine gegensätzliche Entwicklung zwischen Produktion und Nachfrage vor. Der Klimawandel führt zur Produktion von schwereren, alkoholreicheren Weinen und bringt gleichzeitig die Konsumenten dazu, vermehrt leichtere und erfrischendere Weine nachzufragen. Mehr als die Hälfte der Händler (57%) fordern deshalb, dass Produzenten neue önologische Verfahren anwenden sollten, um trotz Klimawandel die bestehenden Weinprofile herstellen zu können.



THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com

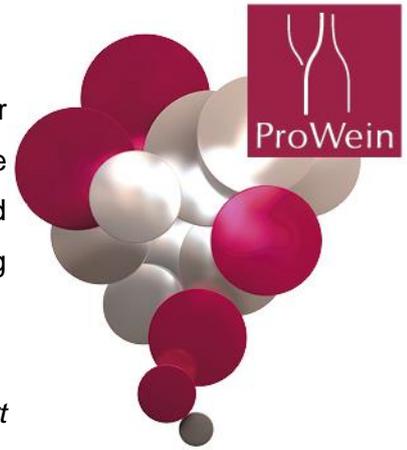


Anpassungsmaßnahmen der Branche an den Klimawandel

14) Anpassungen im Weinbau dominieren bisher

Im Einklang mit den beobachteten starken Auswirkungen im Anbau von Wein, haben sich bisherige Anpassungsstrategien vor allem auf weinbauliche Maßnahmen und Veränderungen im Erntemanagement konzentriert. Auch Bewässerung wurde eingeführt, scheitert aber oft an den hohen Kosten und begrenzter Verfügbarkeit von Wasser. Da die Anpassungsmaßnahmen im Weinberg teilweise an ihre Grenzen stoßen, sind als nächstes verstärkt önologische Maßnahmen im Keller und auch die Umstellung auf andere Rebsorten oder Unterlagen in Planung. Ein

Ausweichen auf andere Anbauflächen ist bis 2030 für 45% der Produzenten (noch) nicht relevant, 27% haben aber bereits solche Maßnahmen durchgeführt oder planen sie. Die weinbaulichen und önologischen Anpassungen werden in Zukunft auch eine Flexibilisierung der bestehenden gesetzlichen Regulierungen erfordern.



THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com

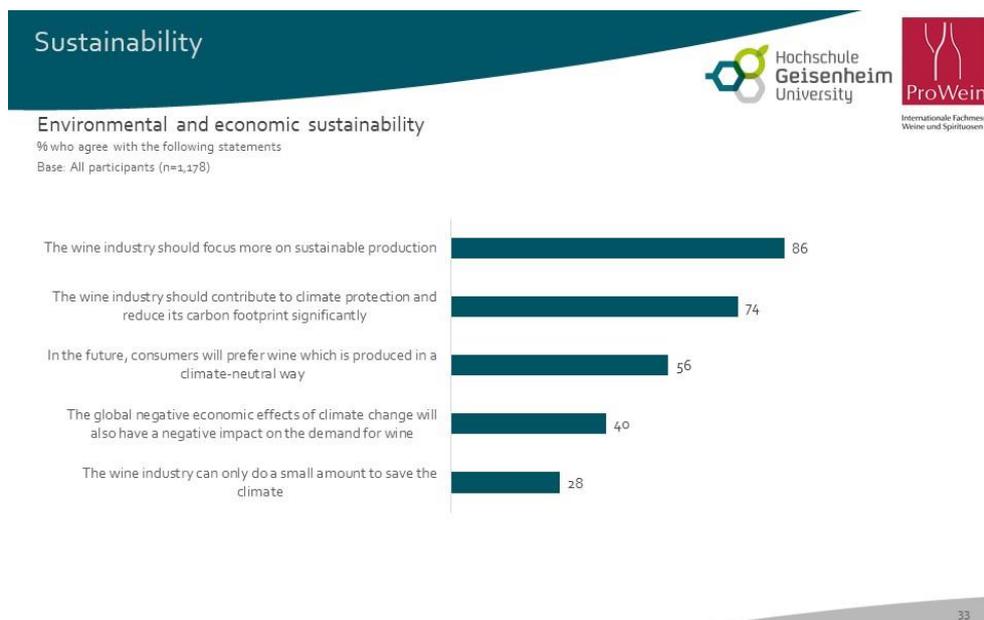
15) In der Zukunft muss der Bedarf an Wasser und Energie reduziert werden

Als wichtigste Anpassungsmaßnahme sehen Weinproduzenten die Verringerung des Einsatzes von Wasser und Energie. Vor allem die Einsparung von Wasser ist eine große Herausforderung, da die derzeitigen Reben mehr Wasser in Form von Bewässerung fordern. Neben einem direkten Vorteil für das Unternehmen tragen die Einsparung von Wasser und Energie auch positiv zur Nachhaltigkeit der Branche bei.

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit

16) Stärkere Nachhaltigkeit der Weinbranche erhält fast einstimmige Zustimmung

86% der Akteure stimmen zu, dass sich die Weinbranche stärker auf nachhaltige Produktion konzentrieren sollte. Die Zustimmung ist bei Händlern in Skandinavien (96%) und Südeuropa (93%) am höchsten. Drei Viertel sehen einen notwendigen Beitrag der Weinbranche in der Verringerung ihres CO₂-Fußabdruckes. Die Zustimmung dafür ist am höchsten in Italien (81%) und am geringsten in Deutschland (65%).



17) *Unterschiede in der erwarteten Unterstützung durch die Verbraucher*
Es besteht nur teilweise Optimismus, dass auch die Verbraucher in Zukunft Weine bevorzugen werden, die klima-neutral produziert wurden. Die größte Zuversicht haben Händler in Skandinavien und Südeuropa (91%), während deutsche Produzenten bei nur 38% Zustimmung eher skeptisch sind. 40% der Akteure erwarten, dass die negativen ökonomischen Auswirkungen des Klimawandels die Weinnachfrage beeinflussen werden.

Attraktivität von Exportmärkten

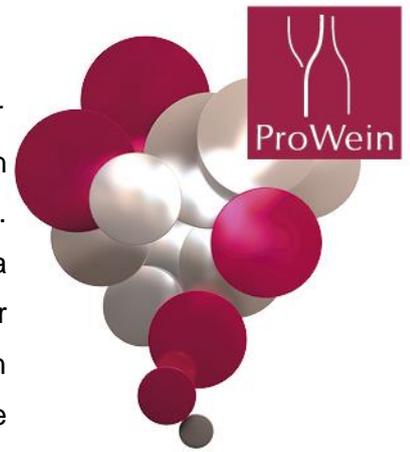
18) *Skandinavien führt mit Norwegen an der Spitze weltweit als attraktivster Exportmarkt für Wein*

Befragt nach der gegenwärtigen Attraktivität schätzen Exporteure und Weinproduzenten Skandinavien mit den führenden Ländern Norwegen und Schweden als den weltweit attraktivsten Exportmarkt ein. Japan, China, Hong Kong, USA, Kanada und Polen folgen auf den nächsten Rängen. Die leicht geringere Bewertung von China und Hong Kong beruht vor allem auf den hohen Lagerbeständen und der etwas geringeren Inlandsnachfrage. Die politischen Proteste in Hong Kong sind durch den Zeitpunkt der Befragung noch nicht berücksichtigt. Die USA und Kanada haben ihre Rolle als wichtige Exportmärkte wieder unter Beweis stellen können, die Auswirkungen der ab Oktober 2019 erhöhten Importzölle für die meisten europäischen Weine bleiben aber noch abzuwarten. Polen ist nach 2017 wieder zurück in der Liste der Top 7 Exportmärkte. Durch den nach wie vor ungeklärten Brexit und seine bereits spürbaren ökonomischen Auswirkungen auf dem Inlandsmarkt hat sich die Bewertung des britischen Marktes noch einmal auf ein neues Allzeittief reduziert.

Die ökonomische Situation der Weinbranche

19) *Die Weinbranche schaut verhaltener in die Zukunft*

Die ökonomischen Herausforderungen durch das Abkühlen der weltwirtschaftlichen Lage und die Handelsbarrieren machen sich auch in den Erwartungen für die ökonomische Entwicklung in 2020 bemerkbar. Nach der sehr großen 2018er Ernte ist der Markt von einem Zustand des Mangels plötzlich in einen Zustand des Überangebots gependelt, ein Beleg für die höhere Marktvolatilität. Nach Preissteigerungen für die knappe 2017er Ernte sind die Preise für Rohwaren in 2019 weltweit deutlich gesunken und die Vorräte auch Ende 2019 noch



THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com



überdurchschnittlich hoch. Diese doppelte Belastung aus hohem Angebot und konjunkturell eingetrübter Nachfrage spiegelt sich deutlich in den gefallenden Erwartungen der verschiedenen Produzenten wieder. Deutlich stabiler sind die Erwartungen auf der Absatzseite der Exporteure, Importeure, Großhändler und Fachhändler mit eher geringen Abschlügen.

Die Studie wurde im Auftrag der ProWein vom Institut für Wein- und Getränkewirtschaft der Hochschule Geisenheim unter Leitung von Prof. Dr. Simone Loose und ihrem Team ausgeführt. ProWein und die Hochschule Geisenheim freuen sich darauf, den ProWein Business Report auch in den kommenden Jahren erfolgreich weiterzuführen. Damit stellt die ProWein der Weinbranche ein weltweit einzigartiges Marktbarometer als längerfristige Zeitreihe zur Verfügung und gibt in jährlichen Sonderthemen Antwort auf wichtige Fragen der Branchen.

Diese und weitere Ergebnisse wurden beim ProWein Media Summit am 21.11.2019 in Geisenheim detailliert vorgestellt. Auf Wunsch bekommt jeder Teilnehmer den ausführlichen ProWein Business Report kostenlos zur Verfügung gestellt.

Hinweis für die Redaktionen:

Hochauflösendes Bildmaterial zur ProWein finden Sie in unserer Fotodatenbank im Bereich „Presse Service“ auf www.prowein.de.

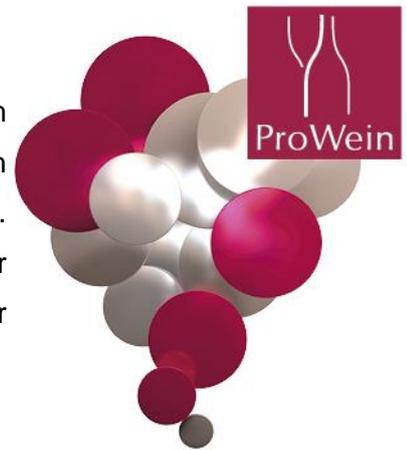
Pressekontakt ProWein bei der Messe Düsseldorf:

Christiane Schorn
Tel.: 0211/4560 –991
SchornC@messe-duesseldorf.de

Monika Kissing
Tel.: 0211/4560 –543
KissingM@messe-duesseldorf.de

Brigitte Küppers
Tel.: 0211/4560 –929
KueppersB@messe-duesseldorf.de

Weitere Informationen unter:
www.prowein.de bzw. in den sozialen Netzwerken
Facebook: www.facebook.com/ProWein.tradefair
Twitter: <https://twitter.com/ProWein>



THE WORLD'S NO.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
15-17 March 2020
Düsseldorf, Germany
www.prowein.de
www.prowein.com

