

DIPLOMA-ARBEIT

Der Schweizer Weinmarkt im Vergleich
zum Weinmarkt der EU
Die Vor- und Nachteile von Regulierungen

Kandidatennummer 07016747

Kerstin Bernardi

Weinakademie Österreich 2009

Inhaltsverzeichnis

1. Ziel und Hypothese	4
2. Einleitung	5
3. Weinmarkt Schweiz	7
3.1. Weinmarktvolumen	10
3.1.1. Rebfläche und Produktion	10
3.1.2. Weinkonsum	11
3.1.3. Import	11
3.1.4. Export	13
4. Weinmarkt EU	14
4.1. Weinmarktvolumen	15
4.1.1. Rebfläche und Produktion	15
4.1.2. Weinkonsum	17
4.1.3. Import / Export und Nettohandelsbilanz	18
5. Weinmarkt Australien	19
5.1. Weinmarktvolumen	20
5.1.1. Rebfläche, Produktion und Weinkonsum	20
5.1.2. Import und Export	21
6. Regulierungen	22
6.1. Allgemeine Gründe für Regulierungen	22
6.2. Regulierungen des Schweizer Weinmarktes und die Auswirkungen	22
6.2.1. Import-Kontingente	22
6.2.2. Rodung und Neuanpflanzung	23
6.2.3. Absatzförderung	23

6.3.	Fazit und Empfehlungen für den Schweizer Weinmarkt	24
6.4.	Regulierungen des EU-Weinmarktes und die Auswirkungen	26
6.4.1.	Rodungen	28
6.4.2.	Beschränkung von Pflanzrechten	28
6.4.3.	Umstrukturierung von Rebflächen	29
6.4.4.	Destillation von Wein	29
6.4.5.	Private Lagerhaltung von Wein und Most	30
6.4.6.	Beihilfen zur Verwendung von Most	30
6.4.7.	Rechtsvorschriften	30
6.4.8.	Absatzförderung	31
6.5.	Fazit und Empfehlungen für den EU-Weinmarkt	32
7.	Zusammenfassung	34
8.	Schlusswort	35
9.	Anhänge	36
10.	Informationsquellen	37
10.1.	Literaturverzeichnis	37
10.2.	Zeitungen und Zeitschriften	37
10.3.	Dokumentationen	37
10.4.	Elektronische Quellen	39
10.5.	Persönliche Gespräche und Korrespondenz	40
11.	Übersichten	41
11.1.	Tabellenübersicht	41
11.2.	Graphikübersicht	41

Diese Arbeit enthält 4.924 Wörter.

1. Ziel und Hypothese

Die EU reguliert seit Jahren ihren Weinmarkt mit den Zielen, diesen zu stabilisieren und Überproduktion zu verhindern. Die Schweiz schützt ihre inländischen Weine gegen Einfuhr. Australien überlässt seinen Weinmarkt völlig unreguliert den marktwirtschaftlichen Prinzipien.

Die vorliegende Arbeit soll die beiden Weinmärkte EU und Schweiz hinsichtlich unterschiedlicher Regulierung miteinander vergleichen, in Relation zum nicht-regulierten Weinmarkt Australien setzen und herausarbeiten, dass staatlich-regulatorische Eingriffe in den Weinmarkt von außen meist der marktwirtschaftlichen Selbst-Regulierung von innen entgegenwirken.

Somit wird Weinüberproduktion mit teuren Regulierungsmaßnahmen gedrosselt, Vielfalt und Wettbewerb eingeschränkt und Wertschöpfung verlagert.

2. Einleitung

Die **Europäische Union (EU)**, ehemals Europäische Wirtschaftsgemeinschaft (EWG), reguliert als Staatengemeinschaft seit 1975 ihren Weinmarkt, der hinsichtlich Fläche und Volumen der größte der Welt ist.¹ Die Regulierungsmaßnahmen ab 1999 zielten darauf ab, die Produktion im Wesentlichen durch Rebflächenrodung und Zwangsdestillation einzudämmen.² Der Weinhandel hingegen, d.h. Import und Export, verlief weitgehend unreguliert. Als Folge daraus entstand eine zunehmende Verlagerung der Wertschöpfung im europäischen Weinmarkt, weg von der Eigenproduktion hin zum Import außereuropäisch produzierter Weine bei nahezu konstantem Konsum in Europa.

Die **Schweiz** in ihrer von den EU-Ländern umrandeten „Inselposition“ versucht bis 1995 ihren Weinmarkt vor ausländischen Wettbewerbern durch Einfuhrverbot für Weißwein vollständig und ab dann über Einfuhrbeschränkungen zu schützen. Damit hat sich der Schweizer Weinmarkt aber auch vom internationalen Wettbewerb abgekoppelt, da weder Eigenproduktion wesentlich gesteigert noch Export und Import oder Eigenkonsum angeregt werden konnte.

Der unregulierte Weinmarkt **Australiens** hat trotz einiger klimatischer Rückschläge seine Eigenproduktion deutlich steigern können und sowohl den Eigenkonsum als auch die Exportrate kontinuierlich angehoben. Während die EU in 2007 fast 1,5 Milliarden EUR³ ausschließlich für Regulierungsmaßnahmen ausgab, hat Australien mit 14,4 Millionen EUR in Marketing, Forschung und Verbesserung der Produktionsbedingungen investiert.⁴

¹ Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (O.I.V), Weltkonjunkturbericht März 2009

² Veröffentlichung der Europäischen Kommission

„Auf dem Weg zur Nachhaltigkeit des EU-Weinbausektors“ im Juni 2006

³ Statistiken des Deutschen Weinbauverband e.V. „Zahlen, Daten, Fakten 2008“

⁴ Geschäftsbericht 2008 „Grape and Wine Research and Development Cooperation“ (GWRDC), Australien

Tabelle 1: Überblick über die 3 Märkte

	EU	Schweiz	Australien
Struktur	27 Mitgliedsstaaten Wirtschaftsgemeinschaft (früher 15 bzw 25 Staaten)*	Einzelstaat	Kontinent und Einzelstaat
Einwohner⁵	ca. 500 Millionen	ca. 7,6 Millionen	ca. 21 Millionen
Gesamtfläche⁵	ca. 4,3 Millionen km ²	ca. 41,3 Tausend km ²	ca. 7,7 Millionen km ²
Rebfläche⁶	ca. 3.818 Tausend ha (38.180 km ²) 8,9 % der Gesamtfläche	ca. 15 Tausend ha (150 km ²) 3,6% der Gesamtfläche	ca. 173 Tausend ha (1.730 km ²) 2,2 % der Gesamtfläche
Index für wirtschaftliche Freiheit⁷	Wein produzierende EU-Länder: 23. Platz (Österreich) bis 81. Platz (Griechenland)	9. Platz	3. Platz
Weinmarkt-Regulierung	stark reguliert	gezielt reguliert	unreguliert
Finanzielle Mittel	1,5 Milliarden EUR (2007) für Regulierungen ⁸	2,8 Millionen EUR (2006) für Absatzförderung, davon 1,06 Millionen EUR beansprucht ⁹	14,4 Millionen EUR (2007) für Marketing, Forschung, Verbesserung von Produktionsbedingungen ¹⁰

* Überblick über den Beitritt der einzelnen Mitgliedsstaaten zur EU (Anhang, Tabelle 3)

** im Wesentlichen bewertet nach der wirtschaftlichen Freiheit im Handel, bei Steuer, bei Finanzen und Investment

⁵ Internet: www.wikipedia.de

⁶ Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (O.I.V), Weltkonjunkturbericht März 2009

⁷ Index of economic freedom 2009, Internet: www.heritage.org/Index/

⁸ Statistik des Deutschen Weinbauverband e.V. „Zahlen, Daten, Fakten 2008“

⁹ Landwirtschaftlicher Informationsdienst LID, Ausgabe Nr. 2852 vom 21. Januar 2008

¹⁰ Geschäftsbericht 2008 „Grape and Wine Research and Development Corporation“ (GWRDC), Australien

3. Weinmarkt Schweiz

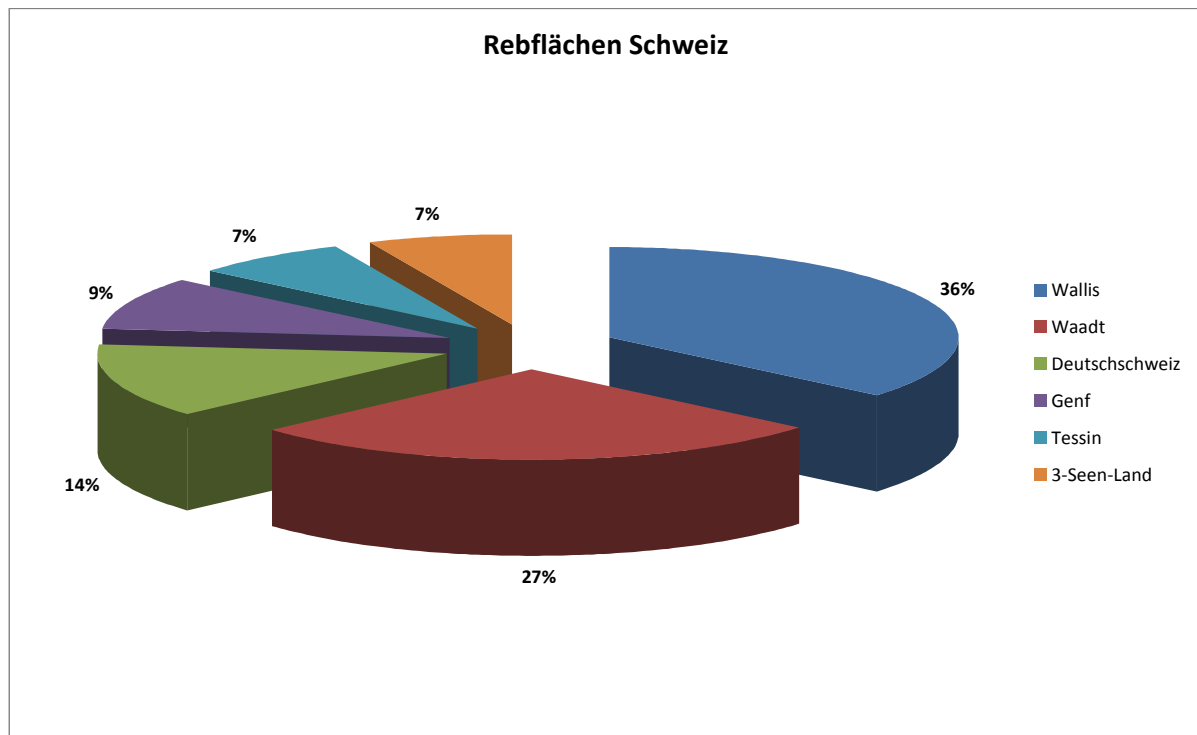
Die Schweiz weist trotz geringer Weinanbaufläche eine ähnliche Weinvielfalt vor wie die Länder der EU. Die Qualität ihrer Weine hat sich positiv entwickelt, es gibt auch einige international anerkannte Spitzenweine.

Nach einer Marktstudie nennen allerdings nur 53% der befragten Schweizer Konsumenten spontan die Schweiz als ein Wein-produzierendes Land. Dieses Resultat gilt gesamtschweizerisch¹¹ und ist auch die Wahrnehmung im Ausland.

Konsumenten kennen unter Schweizer Weinen nahezu ausschließlich die Sorten „Dôle“ und „Fendant“ und halten Schweizer Weine generell für „teuer“. Gute Qualitäten sind nur wenigen Konsumenten bekannt.

Das Weinland Schweiz teilt sich in sechs Weinanbaugebiete (Graphik 1).

Graphik 1: Prozentuale Aufteilung Schweizer Weinanbaugebiete¹²



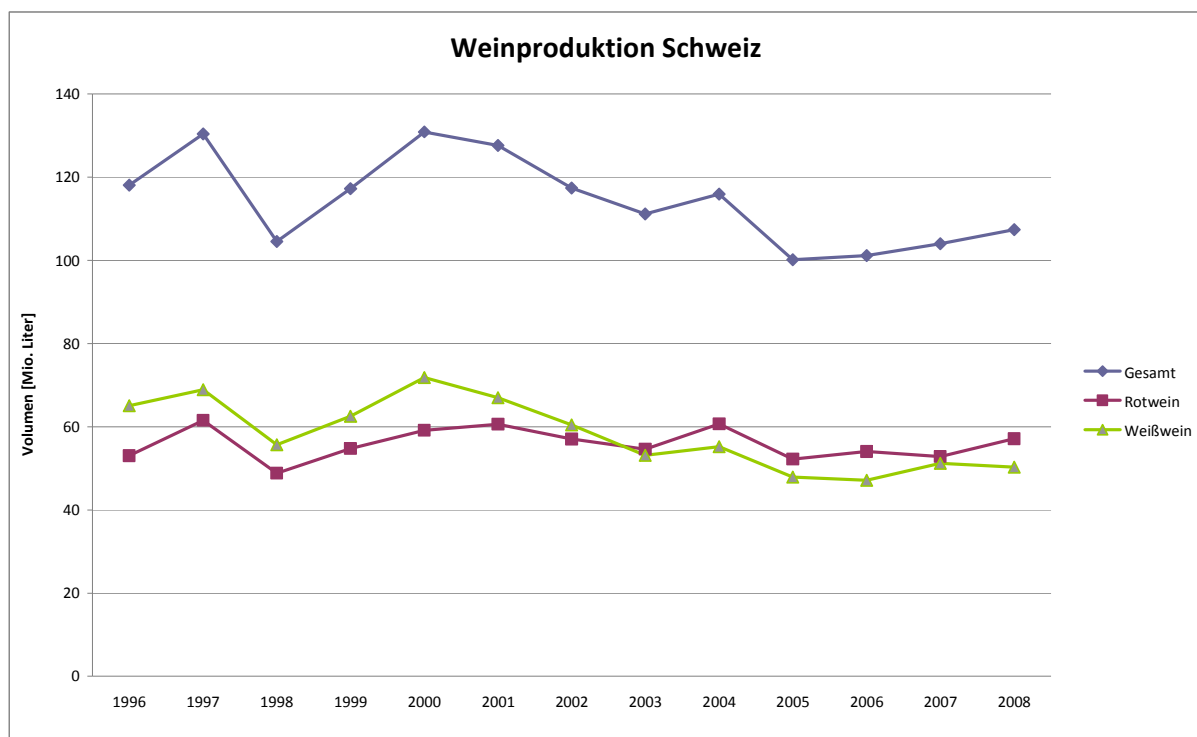
¹¹ Interkantonale Gruppe „Marktstudie Weinwirtschaft“, Pressemitteilung vom 30.11.1999

¹² Publikation „Das Weinjahr 2008“, Internet: www.blw.admin.ch

Pinot noir ist mit 4.430 ha Rebfläche die meist angebaute Rebsorte in der Schweiz. An zweiter Stelle steht die Weißweinrebsorte Chasselas, deren Rebfläche in 2008 weiter reduziert wurde und aktuell 4.152 ha beträgt. Dafür wird die Vielfalt um internationale Rebsorten wie Merlot oder Pinot Gris und autochthone Rebsorten wie Cornalin, Gamaret oder Savagnin blanc erweitert.¹³

Innerhalb der letzten 15 Jahre hat sich das Verhältnis zwischen dem Anbau weißer Rebsorten zu Gunsten von roten Rebsorten verändert. In 2003 übertrifft die Schweizer Produktion von Rotwein erstmalig die von Weißwein (Graphik 2).

Graphik 2: Produktion Schweizer Weiß- und Rotwein 1996-2008¹⁴



Klein strukturierte Weinbaubetriebe, meist in verstreuten Rebparzellen an steilen Hang- und Terrassenlagen, kennzeichnen die Schweizer Weinwirtschaft. Es gibt derzeit etwa 33.000 Schweizer Produzenten.¹⁵

¹³ Publikation „Das Weinjahr 2008“, Internet: www.blw.admin.ch

¹⁴ Publikationen „Das Weinjahr 1994“ bis „Das Weinjahr 2008“, Internet: www.blw.admin.ch

¹⁵ Diplomarbeit „Weinland Schweiz - Zwischen Tradition und Aufbruch“, Bernadette Schönenberger, Weinakademie Österreich, 2004

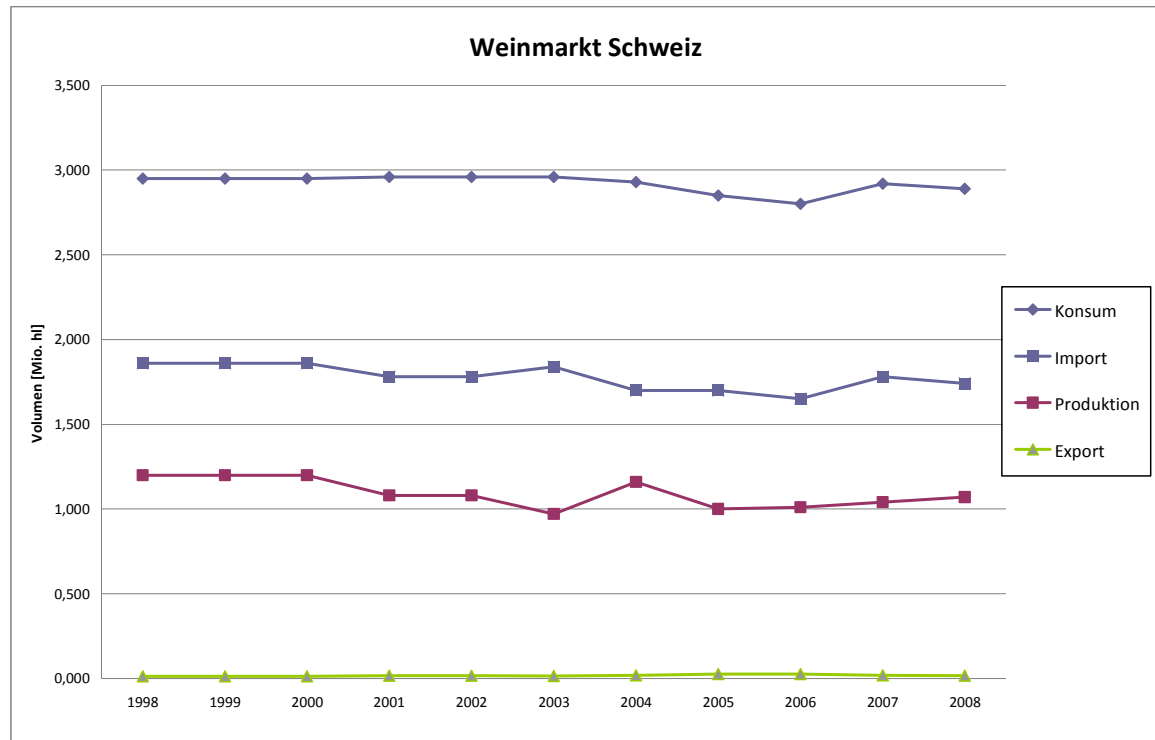
Das Marketing Schweizer Weine übernehmen verschiedene nationale, regionale und private Organisationen wie z.B. die „Swiss Wine Promotion“ (SWP), der „Verband der Schweizer Weinexporteure“ (SWEA), „Ticinowine“ oder „Interprofession de la Vigne et des Vins du Valais“ sowie der „Gran Prix du Vins Suisse“ oder „Mémoire du Vins Suisses“.¹⁶

Für das Weinland Schweiz und seine Produkte lässt sich kein klar strukturiertes und konzentriertes Marketingkonzept erkennen. Jede Organisation arbeitet überwiegend in ihrem eigenen Interessenbereich, außerdem agiert man in der Vermarktung sehr kantonbezogen. Dies hat in den vergangenen Jahren wenig zur Steigerung eines gesamtheitlichen Bekanntheitsgrades von Schweizer Weinen im In- und Ausland beigetragen.

¹⁶ Schweizerische Weinzeitung, Ausgaben 02/2006 bis 03/2009

3.1. Weinmarktvolumen

Graphik 3: Entwicklung des Schweizer Weinmarktes 1998-2008¹⁷



3.1.1. Rebfläche und Produktion

Die Rebfläche der Schweiz ist seit über 10 Jahren mit ca. 15.000 ha¹⁷ relativ konstant und aufgrund der geographischen Gegebenheiten nicht stark erweiterbar.

Die Erträge sind bis auf einige natürliche und klimatische Jahrgangsschwankungen ebenso konstant und unter der Prämisse gleich bleibender Qualität nur gering steigerungsfähig; in 2008 lagen sie bei 1,15 Millionen hl.¹⁸

¹⁷ Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (O.I.V), Statistiken bis 2005

Publikationen „Das Weinjahr 2005“ bis „Das Weinjahr 2008“, Internet: www.blw.admin.ch

¹⁸ Schweizerische Weinzeitung 11/2008

3.1.2. Weinkonsum

Der gesamte Weinkonsum ist zwischen 1998 und 2008 um etwa 4,5% gefallen, trotz leichtem Anstieg bei Schweizer Rotweinen (Graphik 4).

Der Pro-Kopf-Umsatz beträgt jedoch noch immer ca. 35,3 Liter (2007) und liegt damit über dem Konsum in Europa (ca. 32,1 Liter in 2005, EU 15), in Deutschland (ca. 24,4 Liter in 2007), in Österreich (ca. 30,8 Liter in 2007), aber auch in Australien (ca. 23,9 Liter in 2007)¹⁹

Schweizer Weine unter 6 CHF (Verkaufspreis) machen fast 58% des Absatzes in Supermärkten aus. Ihr Anteil hat im Laufe der Jahre konstant zugenommen. Die Segmentierung des Angebotes wird immer öfter auf den Preis abgestimmt, so dass Qualitätsweine mit kontrollierter Ursprungsbezeichnung (AOC) oft deklassiert und zu einem deutlich niedrigeren und unrentablen Preis verkauft werden.²⁰

3.1.3. Import

Bei der WTO (World Trade Organisation) hat die Schweiz ein Einfuhrkontingent von 170 Millionen Liter für Rot- und Weißwein notifiziert.²¹

Im Rahmen des Kontingents darf importieren, wer bei der Schweizer Weinhandelskontrolle (SWK) registriert ist und eine vom Bundesamt für Landwirtschaft erteilte Generaleinfuhrbewilligung (GEB) besitzt. Das sind gegenwärtig über 2'000 Firmen.²²

Bereits seit Beginn der 90er Jahre konsumieren die Schweizer zunehmend weniger ihre eigenen Weißweine²¹. Dieses Defizit wird durch Importe nahezu ausgeglichen. Dagegen sind die Rotwein-Importe leicht rückläufig, da der Konsum Schweizer Rotweine seit 2005 langsam steigt (Graphik 4).

¹⁹ Statistik 2008/2009, Deutsches Weininstitut (DWI)

²⁰ Veröffentlichung „Agrarpolitik bis 2011“, Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartements, Bundesamt für Landwirtschaft vom 14. September 2005, Internet: www.blw.admin.ch

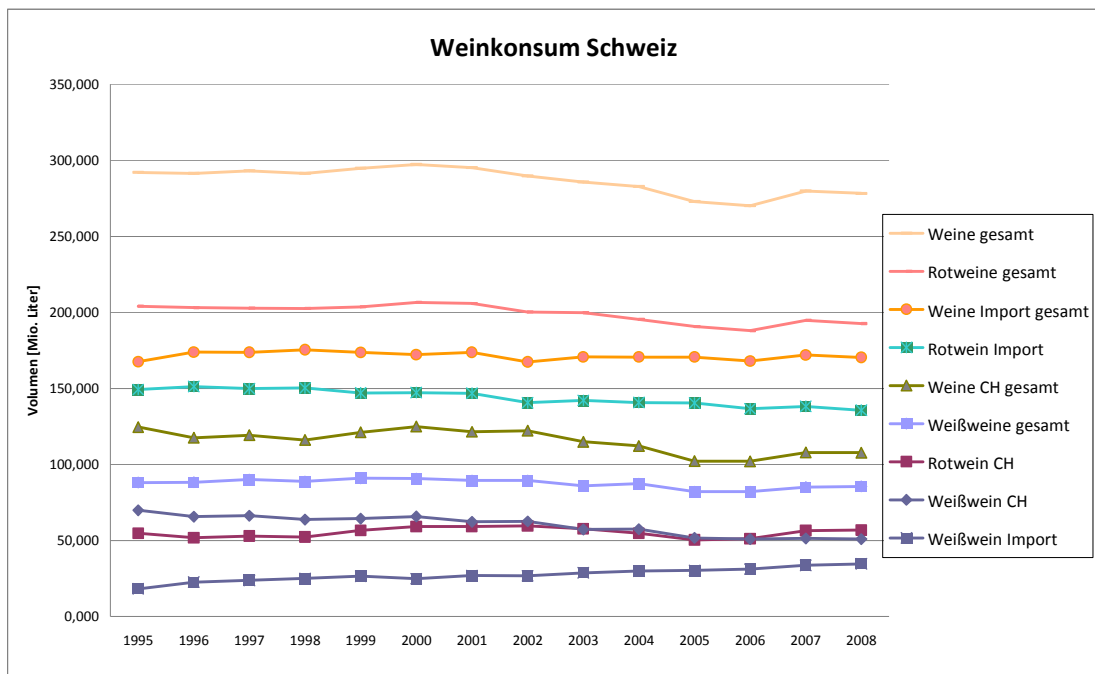
²¹ Veröffentlichung Agrarbericht 2002, Bundesamt für Landwirtschaft, Internet: www.blw.admin.ch

²² Schweizer Weinhandelskontrolle, E-Mail Korrespondenz im Januar 2009

Die schrittweise Öffnung der Grenzen ab 1995 für Importe von Weißwein hat den Schweizer Weinmarkt derart beeinflusst, dass sich die Weißweimporte von ca. 18,2 auf ca. 34,7 Millionen Liter nahezu verdoppelt haben (Graphik 4) bei gleichzeitigem Rückgang der Schweizer Weißweinproduktion von ca. 69,9 auf ca. 50,9 Millionen Liter (Graphik 2).

Umfragen zeigen, dass vor allem junge Konsumenten zu Weinen aus der „Neuen Welt“ greifen, die sich über attraktive Preise und Ausstattung vermarkten.²³

Graphik 4: Entwicklung des Schweizer Weinkonsums 1995-2008²⁴



²³ Alec Wohlgroth, Diplomarbeit Fachbereich Medien „Das Image vom Schweizer Wein“, 2004

²⁴ Publikationen „Das Weinjahr 1994“ bis „Das Weinjahr 2008“, Internet: www.blw.admin.ch

3.1.4. Export

Für den Export Schweizer Weine bedarf es keinerlei Bewilligungen der Schweizer Behörden. Zollgebühren fallen nicht an, dafür entsprechende Formulare und je nach Bestimmungsland auch Analysedaten der Weine.²⁵

Nur geringe Aufwendungen werden getätigt, um den Export Schweizer Weine zu fördern, somit bleiben sichtbar positive Auswirkungen aus.²⁶

Der Export liegt unter 1% der Produktionsmenge und ist weiterhin rückläufig. In 2008 wurden lediglich 751.805 Liter im Wert von 7,95 Millionen CHF exportiert, wovon der Weißweinanteil um 6,3% im Vorjahresvergleich 2008 zurückgegangen, während der Rotweinanteil um 5,7% gestiegen ist (Tabelle 2).

Tabelle 2: Exportanteile Schweizer Weine, Veränderungen 2006 bis 2008^{27,28}

Export	in Liter 01/06 bis 09/06	Differenz zum Vorjahres- Zeitraum	in Liter 01/08 bis 12/08	Differenz zum Vorjahres- Zeitraum
Weißwein	846.444	-12,0%	459.930	- 6,3%
Rotwein	566.115	0,0%	291.875	+ 5,7%

Exportiert werden Schweizer Weine bevorzugt bei Überschüssen. In 2005 und 2006 ist qualitativ guter Schweizer Wein zu einem günstigen Aktionspreis an Aldi Süd in Deutschland verkauft worden, ein Jahr später bereits nicht mehr, da geringere Erntemengen keine Überschüsse mehr hergaben.²⁹

²⁵ Eidgenössisches Finanzdepartement (EFD), E-Mail Korrespondenz im Mai 2009

²⁶ Schweizerische Zeitung für Obst- und Weinbau Nr. 5/2004, Bericht über Wädenswiler Weintage

²⁷ Schweizerische Weinzeitung, Ausgabe 11/2006, Seite 26

²⁸ Journal Wine & Spirits, Ausgabe 02/09

²⁹ Foodaktuell, Artikel „Weinexporte auf dem Tiefstand“ vom 20.01.08

Internetmagazin für die Lebensmittelbranche, Internet: www.foodaktuell.ch

4. Weinmarkt EU

Europa hat die älteste und vielfältigste Weinbaukultur der Welt. Schon ab ca. 1600 v. Chr. wurde Wein im Mittelmeerraum, ursprünglich in Griechenland, kultiviert.³⁰ Europäische Weinbauländer wie Italien, Spanien, Frankreich und Deutschland, haben jahrhundertlange Tradition, Erfahrung und Bekanntheit in der ganzen Welt, die mit spezifischen Merkmalen verbunden werden.

In der Europäischen Union gibt es mehr als 2,4 Millionen Weinbaubetriebe³¹, die mehr als 3,8 Millionen ha Rebfläche³² bearbeiten. Die durchschnittliche Größe der betriebsbezogenen Rebfläche liegt bei etwa 2 Hektar, wobei die meisten Produzenten weniger als einen Hektar Rebfläche bewirtschaften.³³

Die europäische Gesamtproduktion teilt sich in etwa 40 % Tafelweine und rund 60 % Qualitätsweine kontrollierten Ursprungs (AOC), wovon Italien den größten Anteil an Tafelweinen und Frankreich den größten Anteil an Qualitätsweinen produziert. In einigen Mitgliedstaaten wird fast die gesamte Menge als Qualitätswein erzeugt, wie z.Bsp. in Deutschland oder in Österreich.³⁴

Jedes Land vermarktet seine Weine individuell durch länderspezifische oder regionale Marketing-Organisationen.

Der Weinmarkt der EU ist stark reguliert. Jährlich werden größere finanzielle Mittel zur Stabilisierung des EU-Weinmarktes zur Verfügung gestellt. In 2007 betragen sie nahezu 1,5 Milliarden EUR, von denen fast 2/3 nur zur Beseitigung von Überschüssen verwendet wurden.³⁵

Im Vergleich dazu hat Australien in 2007 seine kompletten finanziellen Mittel in Höhe von 14,4 Millionen EUR für Marketing, Forschung und verbesserte Produktionsbedingungen ausgegeben.³⁶

³⁰ Jens Priewe „Wein - Die neue große Schule“ (2006), Seite 16

³¹ Europäische Kommission, Internet: www.ec.europa.eu

³² Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (O.I.V.), Weltkonjunkturbericht März 2009

³³ Veröffentlichung der Europäischen Kommission

„Auf dem Weg zur Nachhaltigkeit des EU-Weinbausektors“ im Juni 2006

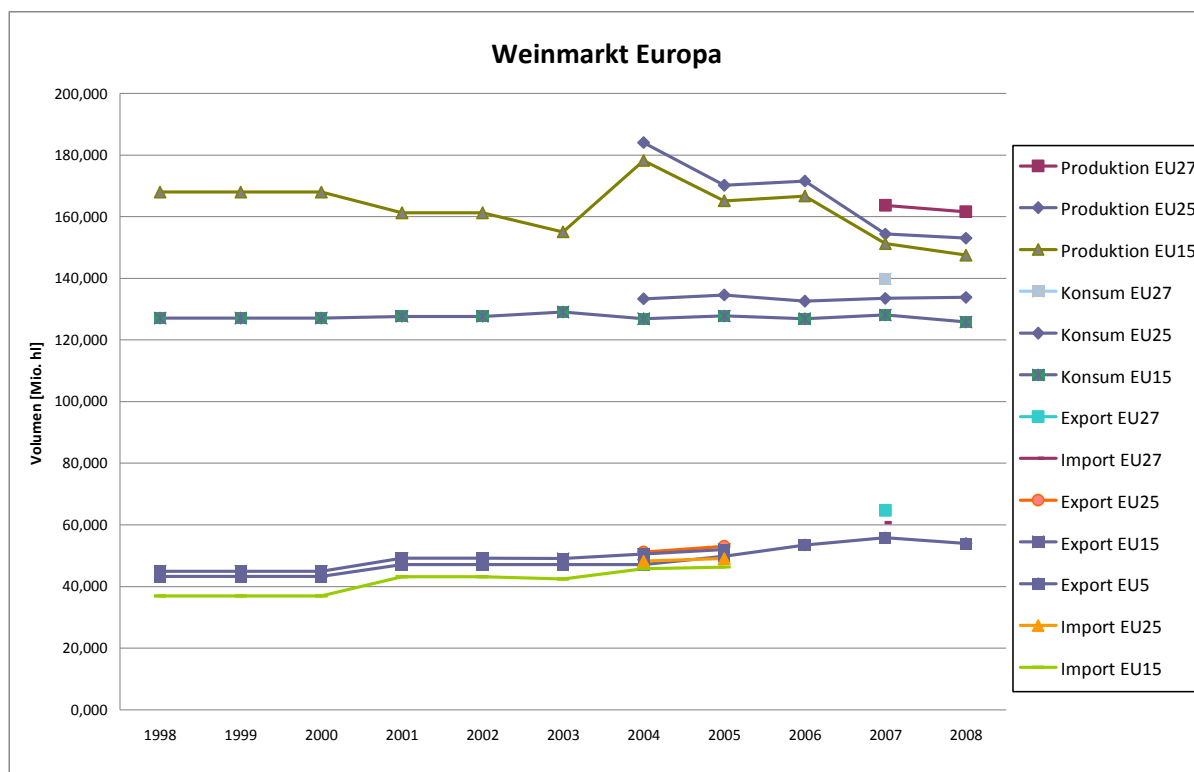
³⁴ Statistiken des Deutschen Weinbauverband e.V. „Zahlen, Daten, Fakten 2008“

³⁵ Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Ausgabe 04/08 vom 24. Januar 2008

³⁶ Geschäftsbericht 2008 „Grape and Wine Research and Development Corporation“ (GWRDC), Australien

4.1. Weinmarktvolumen

Graphik 5: Entwicklung des EU-Weinmarktes 1998-2008³⁷



4.1.1. Rebfläche und Produktion

Das Gesamtvolumen des europäischen Weinmarktes (EU 27) in 2008 wurde auf 161,6 Millionen Hektoliter prognostiziert. Damit fallen fast 60% der weltweiten Weinproduktion (269,4 Millionen hl) in die EU.³⁷

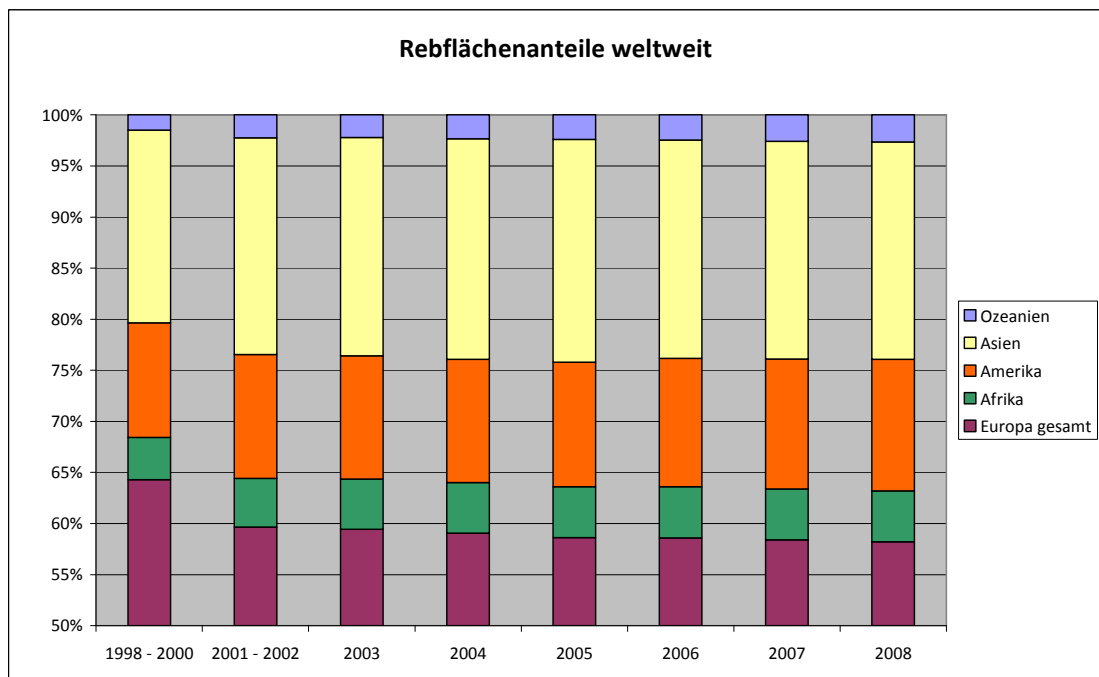
Trotz des EU-Beitritts weiterer 12 Wein-Produzierender Länder ging in den letzten 10 Jahren die Produktion in der EU 15 um mehr als 18 % zurück, so dass auch die Gesamtproduktion in der EU 27 weiterhin rückläufig ist (Graphik 5).

Dieser Rückgang wurde hauptsächlich bedingt durch die EU-Regulierungsmaßnahme der Zwangsrodung, die vor allem in Frankreich und Italien durchgeführt werden musste.

³⁷ Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (O.I.V)
Statistiken bis 2005 sowie Weltkonjunkturbericht März 2009

Die Rebfläche in Europa (EU 27 und weitere europäische Weinbauländer) ist innerhalb der letzten 10 Jahre um fast 9 % auf 4,484 Millionen ha gesunken, obwohl innerhalb des gleichen Zeitraumes die weltweite Rebfläche um 1,5 % auf 7,861 Millionen ha angewachsen ist (Graphik 6).

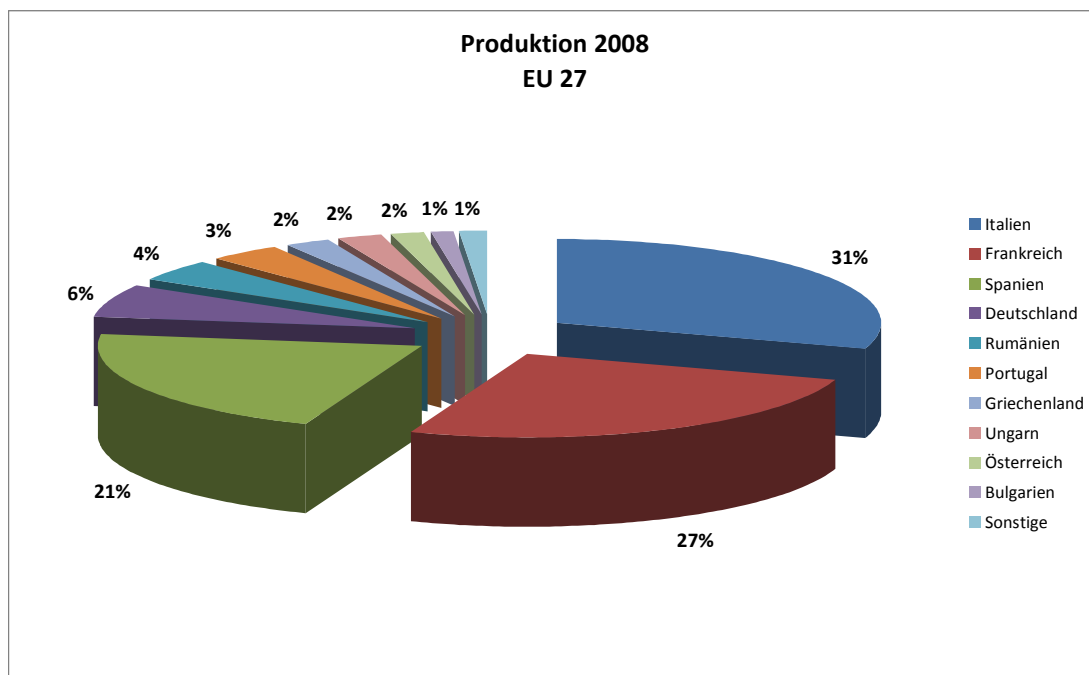
Graphik 6: Entwicklung der Anteile an der weltweiten Rebfläche 1998-2008³⁸



³⁸ Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (O.I.V)
Statistiken bis 2005 sowie Weltkonjunkturbericht März 2009

Die 5 größten Produzenten der EU 27 sind Italien, Frankreich, Spanien, Deutschland und Rumänien (Graphik 7).

Graphik 7: Aufteilung der Länder der EU 27 nach Produktionsanteilen (2008)³⁹



4.1.2. Weinkonsum

In der EU werden etwa 57% der weltweiten Produktion konsumiert.⁴⁰ Dabei trinken die italienischen, französischen und spanischen Konsumenten, also in den Ländern, die am meisten Wein produzieren, zunehmend weniger Wein. Der Rückgang in diesen Ländern lässt sich einerseits mit einer veränderten Lebensweise sowie einem erhöhten Gesundheitsbewusstsein erklären. Andererseits ist die teilweise sehr aggressive Anti-Alkoholpolitik, vor allem in Frankreich, dafür mit verantwortlich.

Der gesamte Weinkonsum in der EU ist relativ konstant. Er stieg durch den Beitritt der neuen Mitgliedsstaaten Rumänien und Bulgarien sogar um 4,5% auf 139,8 Millionen hl in 2007 an (Graphik 5).

³⁹ Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (O.I.V)
Statistiken bis 2005 sowie Weltkonjunkturbericht März 2009

⁴⁰ Meixner und Etennauer, Marktanalyse ausgewählter Märkte der europäischen Agrar- und Ernährungswissenschaft, Universität für Bodenkultur Wien, Wintersemester 2006/2007, Seite 96

4.1.3. Import / Export und Nettohandelsbilanz

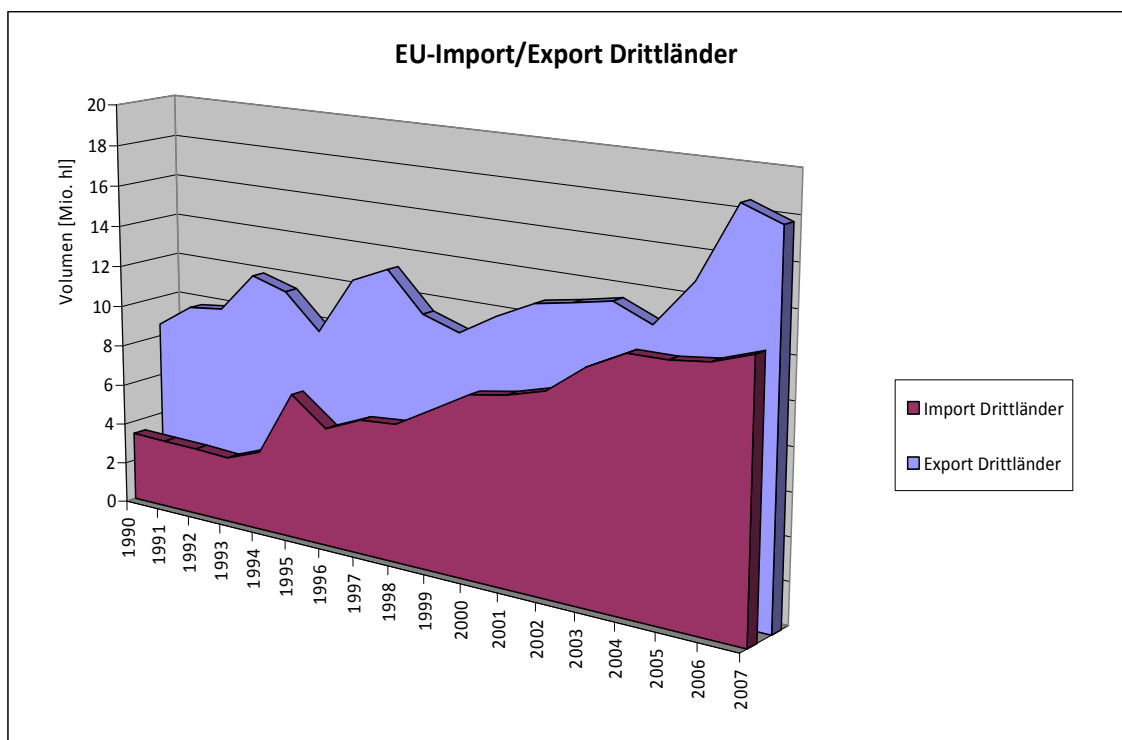
Die Importmenge der EU aus Drittländern steigt seit den letzten 20 Jahren kontinuierlich, während sich die Exportmengen nur moderat erhöhen.

In 2004 näherten sich die Import- den Exportmengen nahezu an. Eine kurzfristige Steigerung der EU-Exporte erfolgte von 2005 auf 2006, bedingt durch eine erhöhte Nachfrage aus Russland⁴¹, danach sind die Exportmengen wieder leicht rückläufig (Graphik 8).

Sollte dieser Entwicklungstrend weiterhin anhalten, droht die Europäische Union von der Menge her sehr bald zum Nettoimporteure zu werden.⁴²

In 2007 wurden aus Drittländern 12,738 Millionen hl in die EU 27 importiert. Fast 30 % davon stammen allein aus Australien, gefolgt von Chile, Südafrika und den USA.⁴¹

Graphik 8: Entwicklung Import / Export der EU in Drittländer ^{41,43}



⁴¹ Europäische Kommission, Übersicht Import-Export in Drittländer vom 20.11.2008

⁴² Veröffentlichung der Europäischen Kommission

„Auf dem Weg zur Nachhaltigkeit des EU-Weinbausektors“ im Juni 2006

⁴³ Statistiken des Deutschen Weinbauverband e.V. „Zahlen, Daten, Fakten 2008“

5. Weinmarkt Australien

Seit 1820 etabliert sich der gewerbliche Weinbau in den verschiedenen Anbauregionen Australiens. Unbelastet von einer jahrhundertlangen Tradition wie in Europa hat das Land seit den 90er Jahren einen bedeutenden Einfluss auf die weltweite Weinerzeugung, auf Marketing- und Vertriebsstrukturen genommen und trug durch Kooperationen australischer Unternehmen mit weltweit agierenden Getränkekonzernen ganz wesentlich zur Globalisierung der Weinwirtschaft bei.⁴⁴

Noch im Jahr 1956 wurden über 85% minderwertige Vielzweck-Trauben angebaut; im Zeitraum bis 2004 stieg die Gesamtrebfläche mit qualitativ hochwertigen Rebsorten auf fast 90% an.

Die Umstellungen und Weinbergserneuerungen wurden bis auf kurzzeitige Steuerbefreiung bei Weinbergsinvestitionen vollständig ohne Subventionen durchgeführt.⁴⁵

Mittlerweile hat Australien über 2.000 Weinbaubetriebe, von denen die 10 größten Unternehmen, darunter „Fosters“ und „Casella Wines“ (Yellow tail)⁴⁶ fast 94 % der jährlichen Produktion verarbeiten.⁴⁴

Die Entwicklung der australischen Weinwirtschaft wird weder durch Regulierungen noch durch Einschränkungen und Kontrollen in Bezug auf Neuanpflanzungen, Ertragsmengen, Anbaumethoden oder Erntetechniken im Weinberg beeinflusst.⁴⁷

Verschiedene Programme dienen der Vermarktung:

- „Label Integrity Program“
Regelt seit 1998 Angaben wie Rebsorte, Herkunft und Jahrgang und war ein bedeutender Schritt zur Steigerung des Vertrauens in australische Weine. Im Vergleich zur EU und der Schweiz sind in Australien jedoch keine Kontrollen und entsprechende Sanktionen bei Verstößen festgelegt.⁴⁸
- „Australian Wine Board“
Reguliert seit 1929 Mengen von Weinausfuhren und deren Ausführpreise; eine Verwaltungsreform führte zur Auflösung und 1981 zur Gründung der „Australian Wine and Brandy Corporation“ (AWBC), der australischen Regierung unterstellt und für die Vermarktung australischer Weine verantwortlich.⁴⁹

⁴⁴ Jancis Robinson, Das Oxford Weinlexikon (2006), Australischer Einfluss, Seite 52

⁴⁵ Jancis Robinson, Das Oxford Weinlexikon (2006), Australien, Seite 47

⁴⁶ Vorlesung in Geisenheim zum Thema Australien / Neuseeland
Dozent Eckhard Hillmann am 11. März 2008

⁴⁷ Martin Barth, Dissertation Internationale Weinkontrolle (August 2002), Seite 113

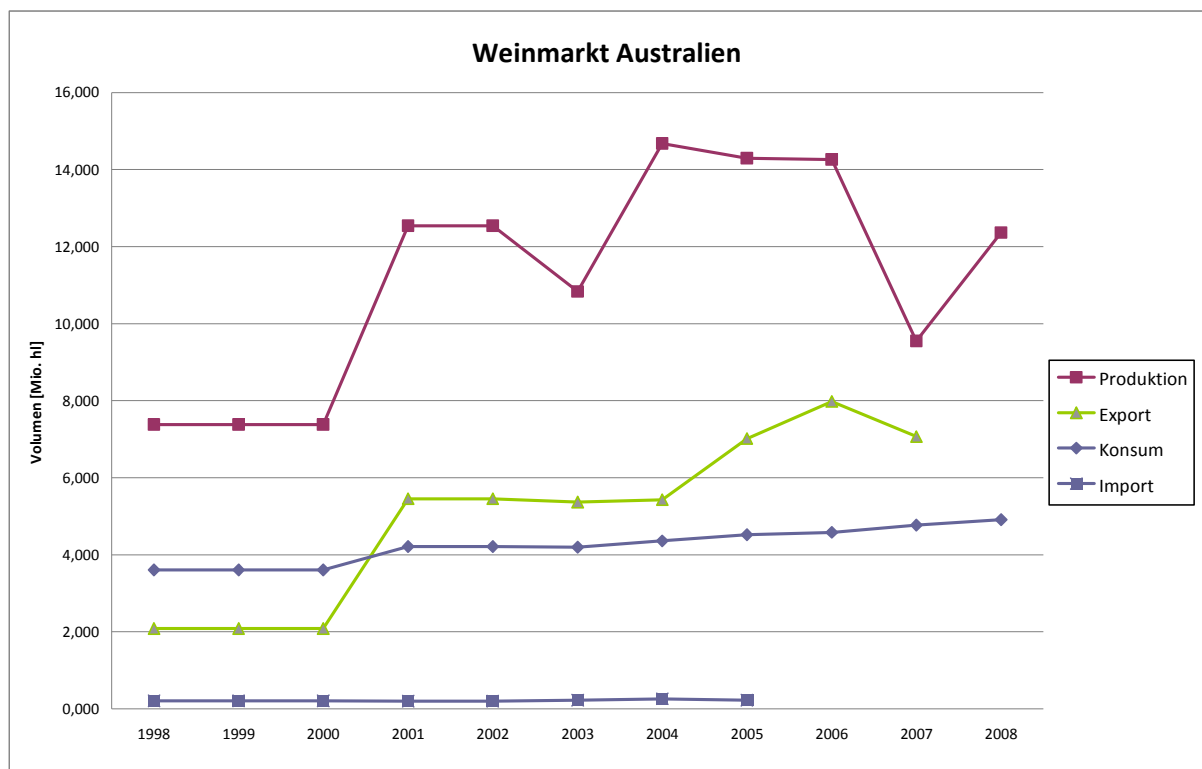
⁴⁸ Martin Barth, Dissertation Internationale Weinkontrolle (August 2002), Seite 94

⁴⁹ Australian Wine and Brandy Corporation (AWBC), Internet: www.wineaustralia.com

- “Grape and Wine Research and Development Corporation” (GWRDC)
Seit 1991 ist sie mit der erfolgreichen Weiterentwicklung der australischen Weinwirtschaft beauftragt, z.Bsp. Konsumentenumfragen nach Prioritäten bei Weinaromen, Marktauglichkeit neuer Produktnamen, Forschungsprojekte zu modernen Weinbereitungstechniken oder zum Klimawandel und dessen Auswirkung auf die australische Weinindustrie.⁵⁰
Finanziert wird die GWRDC zu gleichen Teilen durch die Regierung sowie einer Produzentenabgabe, abhängig von deren Erntemengen und Rebflächen.

5.1. Weinmarktvolumen

Graphik 9: Entwicklung des australischen Weinmarktes 1998-2008⁵¹



5.1.1. Rebfläche, Produktion und Weinkonsum

Seit 1998 wuchs die Weinproduktion in Australien um fast 60% auf mittlerweile 12,365 Millionen hl an, die in 2007 auf Grund von extremer Dürre auf unter 10 Millionen hl zurück fiel (Graphik 9).

⁵⁰ Geschäftsbericht 2008 „Grape and Wine Research and Development Corporation“ (GWRDC), Australien

⁵¹ Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (O.I.V)
Statistiken bis 2005 sowie Weltkonjunkturbericht März 2009

Der Konsum steigt in Australien kontinuierlich an und überschreitet im Jahr 2008 bereits ca. 4,912 Millionen hl (Graphik 9).

Dabei konsumieren die Australier mit ca. 11,4 Litern pro Kopf weniger als die Schweizer. Der Pro-Kopf-Umsatz betrug in 2007 etwa 23,9 Liter.⁵²

5.1.2. Import und Export

Australien entwickelte sich innerhalb der letzten 20 Jahre zu einem der größten Exportländer⁵³ und steht weltweit nach Italien, Frankreich und Spanien bei der Exportmenge sowie im Wert der exportierten Weine bereits an 4. Stelle.⁵⁴

Mehr als die Hälfte der australischen Weinproduktion wird exportiert, die Importe Australiens hingegen bewegen sich eher auf einem niedrigen Niveau (Graphik 9).

Alle australischen Weine, die für den Export bestimmt sind, werden von der „Australian Wine and Brandy Corporation“ auf ihre Zusammensetzung und Beschaffenheit durch eine chemische und sensorische Prüfung (Blindverkostung) untersucht. Dabei wird ebenfalls geprüft, ob sie mit den Weinrechts-Vorschriften übereinstimmen und die Bedingungen des Einfuhrlandes erfüllt sind. So sollen die Außendarstellung sowie das internationale Ansehen australischer Weine gesichert werden.⁵⁵

⁵² Statistiken 2008/2009, Deutsches Weininstitut (DWI)

⁵³ Veröffentlichung der Europäischen Kommission

⁵⁴ „Auf dem Weg zur Nachhaltigkeit des EU-Weinbausektors“ im Juni 2006

⁵⁴ Australian Wine and Brandy Corporation (AWBC), winefacts Global wine, Internet: www.wineaustralia.com

⁵⁵ Martin Barth, Dissertation Internationale Weinkontrolle (August 2002), Seite 113

6. Regulierungen

6.1. Allgemeine Gründe für Regulierungen

Regulierungen sind externe staatliche Eingriffe in einen bestimmten Markt. Dafür gibt es verschiedene Gründe wie den Schutz der eigenen Märkte, der Produkte oder der Umwelt, soziale Verpflichtungen und Schaffung eines Marktgleichgewichtes, aber auch politische Interessen.

Es gibt dabei unterschiedliche Maßnahmen der Regulierung:

- Regulierung der Menge
- Regulierung der Preise
- Wettbewerbsbegrenzung
- Exportsubventionen
- Einfuhrkontingente und hohe Zölle

Regulierungen sind nicht grundsätzlich abzulehnen. Da jedoch die Marktdynamik stets schneller agiert als die kritische Prüfung und Anpassung von einmal festgelegten Regulierungen, kann es zu negativen Auswirkungen auf die eigene Wirtschaft kommen. Regulierungen müssen demnach regelmäßig hinterfragt und bei Zielabweichungen neu angepasst werden. Dies geschieht in der Regel zu selten, zu spät oder nie.

6.2. Regulierungen des Schweizer Weinmarktes und die Auswirkungen

Die Regulierung des Schweizer Weinmarktes durch Einfuhrverbote und Kontingente soll in erster Linie die inländische Produktion vor ausländischer Konkurrenz schützen, den Absatz der eigenen Produkte sichern und die Verkaufspreise auf einem stabilen, hohen Niveau halten.

6.2.1. Import-Kontingente

Die Einfuhrmengen in die Schweiz wurden schon immer durch Kontingente beschränkt. Bis 1995 durften lediglich Rotweine eingeführt werden. Erst danach wurde die Grenze erstmalig für den Import von Weißwein geöffnet.

Die Kontingente wurden schrittweise angehoben, bis 1997 zunächst versteigert und seit 2001 nach dem so genannten „Windhundverfahren“ verteilt.

Aktuell betragen die Import-Kontingente für Weiß- und Rotwein 170 Millionen Liter zum normalen Zolltarifsatz. Bei Bedarf kann mehr Wein importiert werden, allerdings fallen dann zusätzliche Zollgebühren an⁵⁶, die CHF 3,00 pro Liter Wein betragen.⁵⁷

Die Produktion von Schweizer Weinen deckt seit Jahren nur knapp 40% der Nachfrage im Inland (Graphik 3), so dass zusätzlich Weine importiert werden müssen, wovon der Rotweinanteil mit etwa 80% überwiegt, der Anteil von Weißwein-Importen zum Nachteil der Schweizer Weißweine stetig von 10,9% (1995) auf 20,4% (2008) ansteigt (Graphik 4).

Dies sollte mit Importkontingenten eigentlich verhindert werden.

Einen weiteren Hinweis darauf, dass Schweizer Weißweine nicht schnell genug am Markt abgesetzt werden können, erkennt man in der Verlängerung der Lagerbestände, ausgedrückt in Konsummonaten. Sie haben sich innerhalb der letzten 10 Jahre bei Weißweinen von 13 auf 18,2 Monate verlängert.⁵⁸

6.2.2. Rodung und Neuanpflanzung

Bis 2011 unterstützt der Eidgenössische Bund die teilweise Rodung von Chasselas und Müller-Thurgau-Reben, um den Anbau qualitativ hochwertigerer Sorten zu fördern. Mit dieser geringfügigen, aber gezielten Maßnahme wurden relativ geringe Flächen in 2003 und 2004 von insgesamt 387 Hektar und in 2005 von 113 Hektar umgestellt.⁵⁹

6.2.3. Absatzförderung

Der Bund fördert den Absatz Schweizer Weine im In- und Ausland mit Finanzhilfen in Höhe von 4,2 Millionen CHF (2006), wovon lediglich 1,6 Millionen CHF in Anspruch genommen wurden. Die Weinbranche muss eigene Mittel in gleicher Höhe in Werbemaßnahmen investieren, um diese Subvention in Anspruch zu nehmen, was demzufolge nur bedingt geschieht.⁶⁰

⁵⁶ Schweizer Weinhandelskontrolle, E-Mail Korrespondenz im Januar 2009

⁵⁷ Thierry Walz, Directeur Général Cave de la Côte
persönliches Gespräch während der ProWein im März 2009

⁵⁸ Publikationen „Das Weinjahr 1994“ bis „Das Weinjahr 2008“, Internet: www.blw.admin.ch

⁵⁹ Veröffentlichung Agrarpolitik bis 2011, Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements, Bundesamt für Landwirtschaft vom 14. September 2005, Internet: www.blw.admin.ch

⁶⁰ Landwirtschaftlicher Informationsdienst (LID) „Weinexporte auf dem Tiefstand“ Nr. 2852 vom 21.01.2008

6.3. Fazit und Empfehlung für den Schweizer Weinmarkt

Der Schweizer Weinkonsum liegt über dem Pro-Kopf-Verbrauch in Europa und Australien und mit ca. 60% gleichzeitig über der Eigenproduktion (Graphik 4). 70% des Konsums sind Rotweine.

Demzufolge müssen Weine importiert werden. Dies geschieht zunächst bei vollständigem Importverbot von Weißwein, da bis 2000 deutlich mehr Weißwein als Rotwein in der Schweiz produziert wurde, sowie durch generelle Import-Kontingente bei Rotwein.

Nach Aufhebung des Einfuhrverbotes von Weißwein stieg der Importanteil kontinuierlich zu Lasten der eigenproduzierten Weißweine an. Zusätzlich geht die Exportrate der Schweizer Weißweine zurück.

Zusammenbetrachtet scheint Schweizer Weißwein im In- und Ausland nicht wettbewerbsfähig zu sein. Hier hat auch die Regulierung durch Einfuhrverbot und Importkontingente offensichtlich nichts erreichen können.

Da man ihn als Produkt nicht aufgeben wird, bleibt nur eine Verbesserung und gezielte Vermarktung im In- und Ausland:

1. Der meistangebauten weißen Rebsorte Chasselas sollte ein moderneres Geschmacksprofil mit mehr Frische und Ausdruck als bisher gegeben werden, wie es z.Bsp. das Weingut Hasler in Twan vormacht. Das Weingut produziert einen Chasselas ohne biologischen Säureabbau und erzielt damit bereits positive Aufmerksamkeit.
2. Das Wallis mit seiner breiten Palette an autochthonen weißen Rebsorten wie Heida oder Petit Arvine eignet sich hervorragend, die Vielfalt der Schweizer Weißweine gegenüber den Konsumenten zu präsentieren.
3. Ebenso müsste die Produktion von Weinen aus internationalen Rebsorten wie Chardonnay oder Pinot Gris weiter ausgebaut werden, um dem Anspruch der Konsumenten an bekannte „Rebsortenweine“ gerecht zu werden. Eine weitere Umstrukturierung der Rebflächen zu hochwertigen weißen Rebsorten wäre deshalb weiterhin vom Bund zu fördern.

Die steigende Nachfrage nach Schweizer Rotwein im In- und Ausland bei leicht rückläufigen Rotwein-Importen lassen darauf schließen, dass eine Produktverbesserung und gezielte Vermarktung die entscheidenden Erfolgsfaktoren sind und Import-Kontingente für Rotwein unwirksam machen. Dies zeigt z.Bsp. der internationale Wettbewerb „Le Mondial du Pinot Noir“ oder das Weinanbaug Gebiet Wallis, welches mit einer eigenen Verordnung seit 2004 die Qualität ihrer Weine mit der zusätzlichen Einführung einer Grand-Cru Klassifizierung verbessert.⁶¹

⁶¹ Präsentation „Verordnung über den Rebbau und den Wein“ vom 17.04.2004, Canton du Valais, DFAE-Service de l'agriculture

Deklassierungen von Schweizer Weinen sind gerade bei dieser aufstrebenden Vermarktung kontraproduktiv und müssten zukünftig vermieden werden. Stattdessen sollte der Export Schweizer Weine über den beginnenden Erfolg der Rotweine weiter ausgebaut werden und nach Produktverbesserung der Schweizer Weißweine dieser Vermarktung folgen.

Kantonsübergreifende Marketingprogramme analog zu den erfolgreichen Programmen von Deutschland oder Österreich könnten dies unterstützen: Deutschland wirbt mit Riesling und touristischen Attraktionen in allen ihren Weinanbaugebieten; Österreich vermarktet „seinen“ Grünen Veltliner in Kombination mit österreichischer Küche; die Schweiz könnte ihr allgemeines positives Image von qualitativ hochwertigen Produkten und touristischer Vielfalt in Zusammenhang mit der Weinvermarktung herausstellen.

Der Bund sollte weiterhin den Absatz Schweizer Weine im In- und Ausland finanziell fördern, ohne dies an die bisherige Bedingung einer gleichzeitigen Realisierung von Werbekampagnen durch die Produzenten zu knüpfen. Eine effizientere Variante könnte ein Budget für gesamtschweizerische Marketingprogramme sein, das sich aus Mitteln des Bundes und aus Abgaben der Produzenten je nach Betriebsgröße finanziert, wie z.Bsp. in Australien praktiziert.

Letztendlich würden Einfuhrkontingente bei steigender Inlands- und Auslandsnachfrage von Schweizer Weinprodukten überflüssig werden.

Zusammenfassend hat der Schweizer Binnenweinmarkt ein hohes Potenzial, wenn man den Pro-Kopf-Verbrauch der Schweizer mit dem in Europa und Australien vergleicht. Dieser Binnenkonsum ließe sich einerseits bei Berücksichtigung der genannten Empfehlungen und geschicktem Marketing durch Eigenprodukte stärker abdecken. Damit würden andererseits Schweizer Weine im Export wettbewerbsfähiger.

Gleichzeitig würden angehobene oder beseitigte Kontingente der Binnennachfrage nach internationalen Weinen gerecht werden.

6.4. Regulierungen des EU-Weinmarktes und die Auswirkungen

Schon seit 1975 beeinflusst die EU ihren Weinmarkt mit Regulierungen, zunächst mit der Rodung von Rebflächen.⁶²

1999 kam es wegen der Einkommenseinbußen der Weinproduzenten auf Grund unzureichender Absatzmärkte und dem Preisverfall durch Überproduktion zur Einführung einer EU-Weinmarktverordnung (EG Nr. 1493, 1999), die durch Rebflächenrodung, Zwangsdestillation und Lagerhaltungsmaßnahmen darauf abzielte, den Weinmarkt in der Europäischen Union zu stabilisieren und den Lebensunterhalt der ländlichen Bevölkerung zu sichern.⁶³

Mitte 2008 trat eine überarbeitete Fassung (EG Nr. 479, 2008) in Kraft, mit der nun versucht wird, zwischenzeitlich die an die Länder der Neuen Welt verlorenen Marktanteile zurückzuerobern und die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Weine zu stärken.⁶⁴

Die Ausgaben für die Regulierung des EU-Weinmarktes sind seit 1999 auf 1,487 Milliarden EUR und damit auf mehr als das Doppelte angestiegen, ohne dass die ursprünglich formulierten Ziele erreicht werden konnten. Davon werden allein 910 Millionen (das sind mehr als 61%) für die Beseitigung von nicht absatzfähigen Wein verwendet (Graphik 10).

Die stärksten Regulierungsmaßnahmen erfolgten in Spanien, Frankreich und Italien. Allein für Spanien wurden im Jahr 2007 fast 162,2 Millionen EUR für Umstrukturierungsmaßnahmen und Rebflächen-Rodungen aufgewendet. In Frankreich wurde jüngstens mit etwa 36,5 % der größte Anteil an Zwangsdestillation vorgenommen.⁶⁵

Volkswirtschaftlich macht das keinen Sinn, erst Weine mit hohem Aufwand zu produzieren, die anschließend mit ebenso hohem finanziellem Aufwand wieder beseitigt werden.

Daher ist die Umstellung der finanziellen Mittel laut jüngster Verordnung (EG Nr. 479, 2008) zu Gunsten von Absatzförderung und Innovationen unter nationaler Verantwortung der einzelnen Länder eine erste richtungweisende Änderung.

Offensichtlich hat inzwischen ein Umdenken, orientiert an Australien, statt gefunden.

⁶² Einblicke in den EU-Weinmarkt, Vortrag von Ltd. Lw. Dir. Otto Schätzel, DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück am 25. April 2008

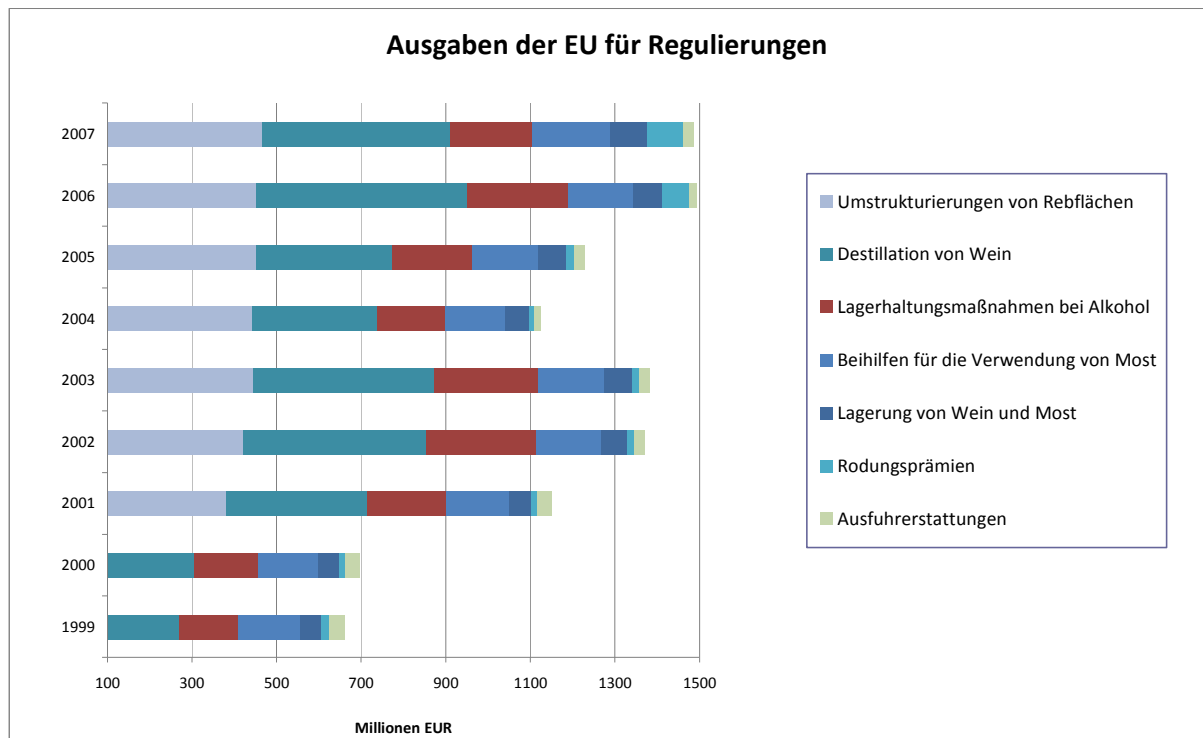
⁶³ Veröffentlichung der Europäischen Kommission

⁶⁴ „Auf dem Weg zur Nachhaltigkeit des EU-Weinbausektors“ im Juni 2006

⁶⁴ Amtsblatt der Europäischen Union, Verordnung (EG) Nr. 479/2008 des Rates vom 29. April 2008

⁶⁵ Statistiken des Deutschen Weinbauverband e.V. „Zahlen, Daten, Fakten 2008“, Seite 83 und 86

Graphik 10: Ausgaben der EU für Regulierungen 1999-2007⁶⁶



⁶⁶ Statistiken des Deutschen Weinbauverband e.V. „Zahlen, Daten, Fakten 2008“, Seite 81

6.4.1. Rodungen

Um Produktionsüberschüsse zu verhindern, wurden die Weinanbauflächen der EU seit 1975 von ca. 4,5 Millionen ha auf aktuell ca. 3,8 Millionen ha reduziert.⁶⁷

Seit 1996 basiert diese Regulierung auf freiwilliger Basis der Mitgliedsstaaten.⁶⁸ Besondere Flächen wie Steillagen oder für den Umweltschutz wichtige Gebiete können von den Ländern vor den Rodungsplänen der EU geschützt werden, allerdings ist die Menge dieser Flächen in den EU-Verordnungen begrenzt.

Für die Weinwirtschaftsjahre 2008 bis 2011 stehen weitere 1,074 Milliarden EUR Haushaltsmittel für freiwillige Rodungen zur Verfügung.⁶⁹ Dabei werden nach neuer Verordnung die Prämien abhängig vom Ertrag gezahlt: je höher der Ertrag der zu rodenden Flächen umso höher die Prämie. Dies soll ein Anreiz sein, die hochproduktiven Flächen aufzugeben. Sollte das ganze Rodungspotenzial bis 2011 ausgenutzt werden, verliert die EU weitere 300.000 bis 550.000 Hektar Reben.⁷⁰

Aufgegeben werden mit Unterstützung der Prämien oft schwer zu bearbeitende, aber für die individuelle Wein-Qualität bedeutende Weinberge. Viele dieser Flächen liegen brach oder werden zu Gunsten von weniger aufwendig zu bewirtschafteten Flächen gerodet.

6.4.2. Beschränkung von Pflanzrechten

Bis 2015 ist das Verbot von Neuanpflanzungen verlängert worden⁷¹, obwohl es die Überschussproduktion bisher nicht mit verhindern konnte. Mit dieser Maßnahme werden einerseits effizient arbeitende Mitgliedsstaaten in der Optimierung ihrer Betriebe gehemmt, andererseits fördert es die Steigerung der Erträge und damit verbunden eine größere Produktion von Weinen minderer Qualität.

Ab 2016 ist eine Neuanpflanzung von Reben dann auf den Flächen möglich, die vorher mit Hilfe von Subventionen der EU gerodet wurden.⁷²

Auf nationaler Ebene können die Mitgliedsstaaten das Anpflanzungsverbot noch bis 2018 verlängern.⁷¹

⁶⁷ Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (O.I.V)
Statistiken bis 2005 sowie Weltkonjunkturbericht März 2009

⁶⁸ Einblicke in den EU-Weinmarkt, Vortrag von Ltd. Lw. Dir. Otto Schätzel,
DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück am 25. April 2008

⁶⁹ Amtsblatt der Europäischen Union, Verordnung (EG) Nr. 479/2008 des Rates vom 29. April 2008

⁷⁰ Merum Nr. 5, Oktober / November 08, Seite 28

⁷¹ aid Infodienst, Ausgabe 1116/2009, Internet: www.aid.de

⁷² Merum Nr. 6, Dezember 08 / Januar 09, Seite 13

6.4.3. Umstrukturierung von Rebflächen

Die Umstrukturierung von Rebflächen ist nach der Destillation von Wein zu Industrialkohol die am meisten subventionierte Regulierung der EU. Diese Umstellung von Rebsorten begünstigt zwar eine Steigerung der Qualität und eine Anpassung auf ein nach Konsumentenwünschen abgestimmtes Angebot, kann aber auch zu einer allgemeinen Produktionssteigerung führen, die mit dieser Maßnahme eigentlich verhindert werden sollte.

6.4.4. Destillation von Wein

Mehr als 15 % der Weinproduktion in der EU werden jährlich durch Destillation vom Markt genommen.⁷³

Diese Marktstützungsmaßnahme kostete die EU in 2007 fast 446 Millionen EUR. Das sind 60% mehr als noch im Jahr 1999 (Graphik 10).

Mit der Destillation heizt die EU die Produktion unverkäuflicher Überschüsse an, die mittlerweile auch für Qualitätsweine in Anspruch genommen wird.⁷³

Ein marktwirtschaftliches Handeln der Weinproduzenten wird damit nicht angeregt.

Zusätzliche Subventionen in Höhe von 87 Millionen EUR (2007) zahlt die EU für die anschließenden Lagerhaltungsmaßnahmen des destillierten Weines (Graphik 8).

Außerdem subventioniert die EU mit der Zwangsdestillation die preiswerte Umwandlung von Wein in ein Getränk mit höherem Alkoholgehalt, unterstützt die preiswerte Herstellung von Branntwein und fördert dessen Absatz, was eigentlich im Widerspruch zur Gesundheitspolitik steht.

Erst ab 2012 soll diese Subvention abgeschafft und die frei werdenden Mittel in nationale Verantwortung der Länder übergeben werden, welche die zur Verfügung stehenden Gelder für Absatzförderung, Umstrukturierung und Innovationen nutzen können.

⁷³ Einblicke in den EU-Weinmarkt, Vortrag von Ltd. Lw. Dir. Otto Schätzel, DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück am 25. April 2008

6.4.5. Private Lagerhaltung von Wein und Most

Diese EU-Maßnahme, für die die EU fast 5% ihrer finanziellen Mittel ausgibt (Graphik 10), soll private Lagerhalter von ihren anfallenden Lagerhaltungskosten entlasten und dazu anregen, unverkäufliche Weine zu lagern, um Überschüsse auf dem Markt zu reduzieren.

Stattdessen reizt sie eher zu mehr Produktion auf Lager an und ist zu einer Strukturmaßnahme geworden.⁷⁴

6.4.6. Beihilfen zur Verwendung von Most

Um Traubenüberschuss zu reduzieren, wird die Produktion von Mostkonzentrat subventioniert. Zusätzlich finanziert die EU die Verwendung dieses Mostkonzentrats als Zuckerersatz zur Anreicherung von Weinen. Auch diese Maßnahme wirkt ihrem ursprünglichen Ziel, Überschüsse abzubauen, genau entgegen und beansprucht fast 12 % der Gesamtausgaben für die Stabilisierung des Weinmarkts (Graphik 10).

6.4.7. Rechtsvorschriften

Um den europäischen Konsumenten dem Wunsch nach Angabe der Rebsorte auf dem Etikett gerecht zu werden⁷⁵ und an den Erfolg der „Rebsortenweine“ der Neuen Welt anzuknüpfen, wurde mit der überarbeitenden Fassung der Weinmarktreform in 2008 eine Vereinfachung der Etikettierung und die Zulassung önologischer Verfahren beschlossen, die bisher in der EU verboten waren.⁷⁶

Bei Tafelwein ohne geographische Angabe darf künftig die Rebsorte und der Jahrgang auf dem Etikett angegeben werden, was bisher nur für Qualitätsweine erlaubt war.⁷⁷

Allerdings wird es Verbraucher eher verunsichern und stellt einen Nachteil für Landweine dar.

⁷⁴ Einblicke in den EU-Weinmarkt, Vortrag von Ltd. Lw. Dir. Otto Schätzel, DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück am 25. April 2008 DWV Statistik 2008

⁷⁵ Veröffentlichung der Europäischen Kommission

„Auf dem Weg zur Nachhaltigkeit des EU-Weinbausektors“ im Juni 2006

⁷⁶ Amtsblatt der Europäischen Union, Verordnung (EG) Nr. 479/2008 des Rates vom 29. April 2008

⁷⁷ Weinwirtschaft 10/08

6.4.8. Absatzförderung

Seit 2009 gibt es eine Richtungsänderung in der Regulierungsstrategie der EU, die vorsieht, den EU-Etat für die so genannten Marktordnungsmaßnahmen in Höhe von fast 1,5 Milliarden EUR (2006) schrittweise in ein Budget der neuen Weinmarktverordnung zu verschieben. Für 2009 sind 823 Millionen EUR vorgesehen, insgesamt soll der Etat in 2015 eine Höhe von 1,35 Milliarden EUR erreichen, fast die Größenordnung des jetzigen Regulierungsvolumens.⁷⁸

Zusätzlich stehen für den Absatz von Agrarerzeugnissen in Drittländer, darunter auch Wein, jährlich 19,6 Millionen EUR zur Verfügung.⁷⁸

Die EU handelt mit diesem Budget ähnlich der Schweiz, Absatzförderung finanziell nur zu unterstützen, wenn die einzelnen Organisationen entsprechende Programme ausarbeiten, umsetzen und zu 50% selbst finanzieren.

⁷⁸ Statistiken des Deutschen Weinbauverband e.V. „Zahlen, Daten, Fakten 2008“, Seite 82

⁷⁹ Food Monitor, Internet: www.food-monitor.de/landwirtschaft

6.5. Fazit und Empfehlungen für den EU-Weinmarkt

Die ursprünglichen Ziele der EU, den europäischen Weinmarkt zu stabilisieren und den Lebensunterhalt der ländlichen Bevölkerung zu sichern, wurden nicht erreicht.

Stattdessen sind durch intensive Regulierungen die Wertschöpfung der Weinproduktion aus der Wirtschaftsgemeinschaft verlagert, wichtige Marktanteile an die Wettbewerber der Neuen Welt verloren und deren Importe gefördert worden.

Erst 2006, fast 30 Jahre nach Einführung der ersten Regulierungsmaßnahmen, erkennt die EU ihre Schwächen: „Trotz der umfassenden Erfahrungen und der harten Arbeit, die den europäischen Weinen Erfolg und Anerkennung gebracht haben, liegt in unserem Weinsektor manches im Argen“.⁸⁰

Durch die Subventionen wurden finanzielle Mittel verschwendet, deren teilweiser Missbrauch nicht verhindert werden konnte.

Die über jahrzehntelange „Überschuss-Diskussion“ der EU war und ist eher eine Ablenkung von der eigentlichen Problematik, nämlich die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Weine am Weltmarkt zu steigern.

Die Strategie der neuen Weinmarktverordnung, die bisherigen finanziellen Mittel der Überschuss-Regulierungen in nationale Budgets für Förderung von Absatz, Innovationen und Entwicklung des ländlichen Raumes umzuwandeln, ist ein Ansatz in die richtige Richtung, müsste aber schneller im Markt umgesetzt werden.

⁸⁰ Frau Fischer-Boel in einer Veröffentlichung der Europäischen Kommission „Auf dem Weg zur Nachhaltigkeit des EU-Weinbausektors“ im Juni 2006

Empfehlungen für eine erfolgreiche europäische Weinwirtschaft wären:

1. Die EU müsste für ihre Mitgliedsstaaten Rahmenbedingungen schaffen, die u.a. die Entwicklung einer nachhaltigen Weinwirtschaft bei gleichzeitigem Schutz natürlicher Ressourcen oder dem Schutz von Kulturgütern fördern.
2. Die individuellen Stärken der europäischen Weine müssten besser herausgearbeitet werden. „Für große Teile des europäischen Weinbaus liegt die Konkurrenz nicht im Preis, sondern in den Unterschieden seines Charakters“.⁸¹ Die in der Weinvermarktung europäischen Länder präsentieren sich mit länderspezifischem Image und transportieren darüber auch ihr Produkt „Wein“: Italien über die Qualität seine Küche und damit seiner Weine, Südfrankreich mit mediterraner Lebensart oder Österreich mit seiner Kultur.
3. Die gemeinsame wirtschaftliche Stärke der 27 Länder der EU im weltweiten Handel müsste zukünftig intensiver genutzt werden. Der gesamte EU-Etat beträgt ca. 115 Milliarden EUR (2009).⁸² Davon sind allein 45% für Agrar- und Strukturpolitik vorgesehen. Dieses Budget von fast 52 Milliarden EUR stellt eine enorme finanzielle Stärke der EU dar, die allgemein in der Agrarpolitik und speziell im Weinmarkt gezielt für den internationalen Wettbewerb eingesetzt werden müsste.

Wein als europäisches Produkt hat in seiner Vielfalt ein bedeutendes Alleinstellungsmerkmal und damit einen Wettbewerbsvorteil, den es bewusst zu erhalten und auszubauen gilt, statt pauschal zu regulieren.

Jedwede Regulierung, soweit überhaupt nötig, ist daher so anzulegen, dass die Marktgröße des europäischen Gesamtmarktes als Stärke bei gleichzeitiger Förderung der individuellen Eigenheiten zu nutzen ist.

⁸¹ Slow Food Organisation, Analyse des Entwurfs zur Neuordnung des europäischen, 2006

⁸² Internetzeitung für Deutschland, Artikel vom 17.07.2008, Internet: www.ngo-online.de

7. Zusammenfassung

Mit dem Vergleich der drei Weinmärkte der Schweiz, der EU und Australiens, die unterschiedlich stark bis nicht reguliert werden, konnten die Vor- und Nachteile von Regulierungen dargestellt werden.

Dabei wurde aufgezeigt, dass ein nicht regulierter Weinmarkt wie Australien sich in allen Marktkomponenten wie Produktion, Konsum, Import und Export kontinuierlich positiv entwickelt hat, wogegen ein stark regulierter Markt wie in der EU eher einen Abwärtstrend des Marktes bis zum Verlust von Marktanteilen fördert.

Eine Regulierung in Form von Einfuhrverboten, wie im Schweizer Weinmarkt praktiziert, führt zu keinerlei Marktbewegung trotz hohem Eigenkonsum. Mangelnder Wettbewerb bietet weder Anreize noch Reflektionsmöglichkeiten, eigene Produkte zu vergleichen oder weiterzuentwickeln.

Die finanzielle Marktkraft der EU mit einem Etat in Milliardenhöhe könnte für die Absatzförderung gezielt genutzt werden statt für Regulierungen, wie das Beispiel Australien mit einem deutlich kleineren Budget für Marketing und Forschung zeigt.

Eingriffe wie die Beseitigung von Überproduktion führen nicht zur gewünschten Reduzierung, sondern bieten einen permanenten Anreiz, weiterhin Mengen zu produzieren, die nicht marktfähig sind. Mit diesen Regulierungen finanziert man Maßnahmen, welche die eigentliche Ursache noch verstärkt.

Deshalb sind Regulierungen nur bedingt zu nutzen, um dem Markt eine kurzfristige Unterstützung zu geben, wie mit gezielter Neuanpflanzung in der Schweiz praktiziert oder in der EU mit Umstrukturierung von Rebflächen zu Gunsten von Qualitätsweinen verwendet.

Wichtig ist, dass die Auswirkungen der Regulierungen permanent beobachtet, an Marktbedürfnisse angepasst oder auch kurzfristig wieder aufgehoben werden können.

8. Schlusswort

Märkte entwickeln sich in der Regel nach allgemeinen Marktprinzipien und sind nur bedingt durch Regulierungen beeinflussbar bzw. reagieren sogar mit negativen Auswirkungen auf die Wirtschaft.

Somit ist eine positive Marktentwicklung nur möglich, wenn man sich an Stelle von Regulierungen auf kundenorientiertes Marketing, mehr Qualität und Innovationen konzentriert.

Die Schweiz sollte selbstbewusst ihr allgemeines positives Qualitäts-Image auf ihren Weinmarkt übertragen, das Produkt „Weißwein“ nachhaltig entwickeln und mit diesem dem bisherigen Erfolg der Schweizer Rotweine folgen.

Die EU sollte ihre finanzielle Stärke zukünftig nutzen, die individuellen Eigenschaften ihrer Weinbauländer gezielt in Produkt, Image und Vermarktung zu fördern anstatt zu regulieren.

Australien wird auch zukünftig aus den guten und weniger guten Entscheidungen Europas lernen und bleibt weiterhin ein ernstzunehmender Wettbewerber in der weltweiten Weinwirtschaft.

9. Anhänge

Tabelle 3: Überblick über den Beitritt der Mitgliedsstaaten zur EU⁸³

EU 15	1995	Zusammenschluss von: Deutschland, Frankreich, Italien, Belgien, Luxemburg, Niederlande, Dänemark, Irland, Vereinigtes Königreich, Griechenland, Portugal, Spanien, Österreich, Schweden und Finnland
EU 25	2004	Beitritt von: Lettland, Litauen, Estland, Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Slowenien, Malta und Zypern
EU 27	2007	Beitritt von: Bulgarien und Rumänien

⁸³ Internet: www.wikipedia.de

10. Informationsquellen

10.1. Literaturverzeichnis

- Robinson, Jancis (2007), Das Oxford Weinlexikon
Hallwag Verlag, München
- Jens Priewe (2006), Wein - Die neue große Schule
Verlag Zabert Sandamn GmbH, München
- Schweizer Weinführer 2008 / 2009, Verlag Ringier SA Zofingen, Schweiz

10.2. Zeitungen und Zeitschriften

- diverse Berichte in Tageszeitungen und Wirtschaftsmagazinen
- Schweizerische Weinzeitung, diverse Ausgaben 2006 bis 03/2009
- Schweizerische Weinzeitung, Ausgabe 11/2006
- Wine & Spirits Journal, Ausgabe 02/2009
- Schweizerische Zeitung für Obst- und Weinbau, Ausgabe 5/2004
- Weinwirtschaft, Meininger Verlag, Ausgabe 10/2008
- Merum, Die Zeitschrift für Wein und Olivenöl aus Italien
Ausgabe 5 (2008) und Ausgabe 6 (2008/200)

10.3. Dokumentationen

- Statistiken bis 2005 und Weltkonjunkturberichte März 2008 und März 2009,
Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (O.I.V)
- Zahlen, Daten, Fakten (2008), Statistiken des Deutschen Weinbauverband e.V.
- Deutscher Wein, Statistik (2008/2009), Deutsches Weininstitut (DWI)
- Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Ausgabe 04/08 (24.01.2008)
- aid Infodienst für Verbraucherschutz, Landwirtschaft, Ernährung e.V.,
Bonn, Ausgabe 1116 (2009)
- Verordnung (EG) Nr. 1493/1999 des Rates vom 14.05.1999
- Verordnung (EG) Nr. 479/2008 des Rates vom 29. April 2008
- Auf dem Weg zur Nachhaltigkeit des EU-Weinbausektors (Juni 2006)
Europäische Kommission

- Presseerklärung der Europäischen Kommission (12.12.2008)
- Agrarpolitik bis 2011 (14.09.2005), Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartements
- Agrarbericht 2002, Bundesamt für Landwirtschaft, Schweiz
- Marktstudie Weinwirtschaft (30.11.1999), Interkantonale Gruppe
- Das Weinjahr (1994 bis 2008), Bundesamt für Landwirtschaft, Schweiz
- Landwirtschaftlicher Informationsdienst LID, Ausgabe Nr. 2852 (21.01.2008)
- Geschäftsbericht 2008, Grape and Wine Research and Development Corporation (GWRDC), Australien
- Slow Food Organisation (2006) Analyse des Entwurfs zur Neuordnung des europäischen Weinmarktes
- Dr. Martin Barth, Weinkontrolle in Deutschland und Frankreich, Australien, Südafrika und USA im Rechtsvergleich (2002), Verlag im Internet GmbH
- Prof. Dr. Christoph A. Müller, (De-) Regulierungen und Unternehmertum, (2003), KMU-Verlag, Schweizerisches Institut für gewerbliche Wirtschaft, Universität St. Gallen
- Meixner und Eттennauer, Marktanalyse ausgewählter Märkte der europäischen Agrar- und Ernährungswissenschaft (Wintersemester 2006/2007) Universität für Bodenkultur Wien
- Ltd. Lw. Dir. Otto Schätzel, Einblicke in den EU-Weinmarkt (25.04.2008) DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück
- Alec Wohlgroth, „Das Image vom Schweizer Wein“ (2004) Diplomarbeit Fachbereich Medien, ETH Zürich
- Bernadette Schönenberger, Weinland Schweiz - Zwischen Aufbruch und Tradition (2004), Diplomarbeit Weinakademie Österreich
- Harald Wohlgenannt, „Das Weinland Schweiz, seine unbekannt Vielfalt und die Möglichkeiten eines Imagewandels trotz der Inselposition in der EU“ (2004), Diplomarbeit Weinakademie Österreich
- Canton du Valais, DFAE-Service de l'agriculture, „Verordnung über den Rebbau und den Wein“ (17.04.2004)
- Weinland Schweiz (2006), Unterlagen der Wein- und Sommelierschule, München

10.4. Elektronische Quellen

- www.oiv.net, O.I.V. Organisation Internationale de la Vigne et du Vin
- www.blw.admin.ch
 - Eidgenössisches Finanzdepartement (EFD),
 - Eidgenössische Zollverwaltung (EZV)
 - Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement (EVD)
 - Bundesamt für Landwirtschaft
- www.ewk-cfcv.ch, Eidgenössische Weinhandelskontroll-Kommission
- www.swisswine.ch, Swiss Wine Promotion
- www.mondial-du-pinot-noir.ch
- www.foodaktuell.ch, Foodaktuell, Internetmagazin für die Lebensmittelbranche
- www.ec.europa.eu, Europäische Kommission
- www.ec.europa.eu/agriculture, Europäische Kommission für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung
- www.europarl.europa.eu, Europäisches Parlament
- www.bmelv.de, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Deutschland
- www.epp.eurostat.ec.europa.eu, Eurostat, Europäischer Datenservice
- www.wineaustralia.com, Australian Wine and Brandy Corporation (AWBC)
- www.gwrdc.com.au, Grape and Wine Research and Development Corporation
- www.food-monitor.de/landwirtschaft, Food Monitor
- www.aid.de, Infodienst für Verbraucherschutz, Landwirtschaft, Ernährung e.V., Bonn
- www.bdi-online.de, Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
- www.heritage.org/Index, Index of economic freedom
- www.ngo-online.de, Internetzeitung für Deutschland
- www.wikipedia.de

10.5. Persönliche Gespräche und Korrespondenz

- Eckhard Hillmann, Vorlesung Weinakademie Österreich, Thema Australien und Neuseeland am 11. März 2008 in Geisenheim
- Thierry Walz, Directeur Général Cave de la Côte, Gespräch während der ProWein im März 2009
- Schweizer Weinhandelskontrolle, E-Mail Korrespondenz im Januar 2009
- Eidgenössische Zollverwaltung, E-Mail Korrespondenz im Mai 2009
- Persönliche Gespräche mit Weinhändlern der Schweiz während der Präsentation „Österreichs große Weine“ im Kongresshaus Zürich am 06.04.2009
- Persönliche Gespräche mit Produzenten und Weinhändlern in der Schweiz während der Graduierungsfeier der Weinakademiker in Zürich im Mai 2009
- Persönliche Gespräche mit Produzenten während der ProWein im März 2009

11. Übersichten

11.1. Tabellenübersicht

Tabelle 1: Überblick über die 3 Märkte	6
Tabelle 2: Exportanteile Schweizer Weine Veränderungen 2006 bis 2008	13
Tabelle 3: Überblick über den Beitritt der Mitgliedsstaaten zur EU	36

11.2. Graphikübersicht

Graphik 1: Prozentuale Aufteilung Schweizer Weinanbaugebiete	7
Graphik 2: Produktion Schweizer Weiß- und Rotwein 1996-2008	8
Graphik 3: Entwicklung des Schweizer Weinmarktes 1998-2008	10
Graphik 4: Entwicklung des Schweizer Weinkonsums 1995-2008	12
Graphik 5: Entwicklung des EU-Weinmarktes 1998-2008	15
Graphik 6: Entwicklung der Anteile an der weltweiten Rebfläche 1998-2008	16
Graphik 7: Aufteilung der Länder der EU 27 nach Produktionsanteilen (2008)	17
Graphik 8: Entwicklung Import / Export der EU in Drittländer	18
Graphik 9: Entwicklung des australischen Weinmarktes 1998-2008	20
Graphik 10: Ausgaben der EU für Regulierungen 1999-2007	27