



**AgEcon** SEARCH  
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

*The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library*

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Die Verbraucherpreise lagen mit Ausnahme des Januar durchweg über dem sehr niedrigen Vorjahresniveau. Deutlich gestiegen sind die Verbraucherpreise vor allem bei Blattgemüse, Kohlgemüse (ohne Kopfkohl) und Fruchtgemüse. Bei Zwiebelgemüse und Wurzelgemüse machten sich dagegen noch die hohen Lagerbestände aus der Ernte 2004/05 bemerkbar, so dass hier weniger bezahlt wurde.

Im Gegensatz zum Vorjahr haben die Discounter 2005 bei Frischgemüse wieder Marktanteile gewonnen. Sie waren die einzige Einkaufsstätte, die zulegen konnte und erreichen damit einen Mengenanteil von über 50 %. Interessanterweise konzentriert sich der Zuwachs auf Aldi, während Lidl bei anderen Warengruppen die größeren Erfolge verbuchen konnte. Bei anderen Warengruppen setzt Lidl auf Marken, die es bei Frischgemüse aber kaum gibt. Aldi ist dagegen relativ früh bei wichtigen Gemüsearten, wie Möhren, mit Bio-Ware eingestiegen. Discounter haben es schwer, sich in Zeiten generell niedriger Verbraucherpreise zu profilieren. Das wieder gestiegene Preisniveau 2005 kam den Discountern deshalb entgegen.

### Ausblick

Niedrigere Lagerbestände im In- und Ausland erlauben bei den meisten Lagergemüsearten in den kommenden Monaten einen stabilen Preisverlauf. Allerdings müssen bei

Zwiebeln, Möhren und Weißkohl trotzdem alle Verkaufschancen genutzt werden, um eine termingerechte Räumung zu ermöglichen. Exportchancen ergeben sich vor allem in Südosteuropa. In Russland geht man dagegen von einem gut versorgten Markt aus, auch wenn es bei einzelnen Produkten wie Zwiebeln aus Qualitätsgründen zu Importen kommen kann. Witterungsbedingte Ausfälle in Südeuropa können den Markt für Lagergemüse ebenfalls stützen. Bislang kam es vor allem auf den Kanarischen Inseln zu Schäden durch den tropischen Sturm Delta. Dies betrifft insbesondere Tomaten. Die weitere Angebotsentwicklung auf dem spanischen Festland und in Marokko hängt in erster Linie der weiteren Witterungsentwicklung ab. Die Mitte Dezember erfolgte Abkühlung hat das Angebot spürbar sinken lassen, die Tomaten- und Gurkenpreise sind bereits entsprechend gestiegen.

Autor:

**DR. HANS-CHRISTOPH BEHR**

Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle GmbH (ZMP)

Rochusstr. 2, 53123 Bonn

Tel. 02 28-97 77 224, Fax 02 28-97 77 229

E-Mail: Dr.Christoph.Behr@ZMP.DE

## Der Weinmarkt in der Welt

**Dieter Hoffmann**

Forschungsanstalt Geisenheim

### 1. Der Weltmarkt

Die Globalisierung mit ihren positiven und negativen Auswirkungen hat sich auch im Jahre 2005 auf dem Weinmarkt fortgesetzt. Der Wettbewerb konzentriert sich immer mehr auf zwei Gruppen von Ländern, einerseits der „Neuen Welt“ (mit USA, Chile, Argentinien, Australien, Neuseeland und Südafrika) und Europa (EU der 15 bis 25) andererseits. Wein wird dabei zu einem Gut industriell geprägter Fertigung und eines durch große Marken geprägten Marketing. Dabei hat die „Neue Welt“ in den letzten 5 Jahren eine gewisse Vorreiterrolle erhalten, die sie durch rasant steigende Exportzahlen, insbesondere auch nach Europa als erfolgreiche Agrarindustrie ausweist. Demgegenüber stehen die europäischen Weinproduzenten, hier allen voran Frankreich, Spanien und Italien, vor von ihnen schon lange beachteten, z.T. befürchteten Phänomen, weil die zunehmende Zahl neuer Weinkunden deutlich anders reagiert als die traditionsgeprägte europäische Weinwirtschaft dies je erwartet hat.

Die „Neue Welt“-Weinproduktion und hier insbesondere die Länder Australien, Chile, USA und neuerdings Südafrika haben aufgrund ihrer Erfolge in den letzten Jahren sich für eine Expansionsstrategie entschieden, die sich in diesen Ländern durch die kontinuierliche Erweiterung der Rebflächen niederschlägt. Damit werden in den nächsten Jahren auch aus der „Neuen Welt“ erhebliche zusätzliche Wein-

mengen auf den internationalen Markt drängen und den Wettbewerbsdruck auf die Europäer verstärken.

Die Nachfrageentwicklung in den außereuropäischen Weinkonsumländern wie z.B. USA, Japan, China und anderen kleinen Staaten ist bei weitem nicht so schnell gewachsen, wie die „Neue Welt“-Länder ihre Produktion ausweiten. Der nahezu kometenhafte Aufstieg im Export von „Neue Welt“-Weinen nach Europa führt zu einer Verlagerung der Wettbewerbsverhältnisse von Amerika und Asien nach Europa, also unmittelbar vor die Haustür der europäischen Weinerzeuger.

Allerdings ist dabei erfreulich festzustellen, dass auch der Weinkonsum in USA, Kanada, Japan, China und anderen Ländern mit einer bisher geringen eigenen Produktion weiter zunimmt. Die USA haben sich zu einem sehr bedeutenden Weinproduktions- und Weinkonsumland entwickelt und stehen in der internationalen Weinwelt beim Gesamtverbrauch an Dritter und in der Erzeugung an vierter/fünfter Stelle. Damit wird die Außenhandelspolitik der Vereinigten Staaten gleichzeitig zu einem entscheidenden handelspolitischen Einflussfaktor für die internationale Weinwirtschaft. Am Export ihrer Weine nach Amerika bleiben die Europäer – allen voran die Franzosen – ebenso interessiert wie auch die „Neue Welt“-Länder Chile und Australien, die in den letzten Jahren erhebliche Marktanteile in Amerika gewinnen konnten. Dennoch hat sich im amerikanischen Markt das Verhältnis zwischen heimischen und importierten Wei-

nen nicht wesentlich verändert. Die amerikanische Weinwirtschaft ist mit einem heimischen Marktanteil von 75 – 80 % nach wie vor weitaus erfolgreicher im eigenen Land als beispielsweise die deutsche Weinwirtschaft in Deutschland oder die europäische Weinwirtschaft in Europa.

Aufgrund der überwiegend hochwertigen Weinexporte aus Europa nach Amerika u.a. hochwertiger französischer Rotweine und Champagner oder hochwertiger Rieslingweine aus Deutschland besteht ein großes Interesse für einen weitgehend offenen Warenaustausch zwischen Europa und den Vereinigten Staaten. Diese Rahmenbedingungen waren Grundlage für das im Jahre 2005 ausgehandelte Rahmenabkommen zwischen der EU und den Vereinigten Staaten über den bilateralen Weinhandel. Im Rahmen dieses Verfahrens spielen vor allem sehr viele Kennzeichnungsregelungen und die für die Weinherstellung zulässigen Verfahren eine bedeutende Rolle. Üblicherweise war es in der Vergangenheit beabsichtigt einen international einheitlichen Rahmen für die zur Weinherstellung zulässigen Verfahren im Rahmen der OIV (der Internationalen Organisation für Wein mit Sitz in Paris) zu erreichen. Das bilaterale Weinabkommen zwischen den Vereinigten Staaten und der EU-Kommission unterläuft dieses internationale Bestreben. Andererseits haben die Amerikaner im Rahmen der bilateralen Verhandlungen einen erheblichen Druck auf die Europäer ausgelöst, um nicht durch bürokratische Regelungen den Import europäischer Weine zu verhindern.

Mit dem europäisch-amerikanischen Weinabkommen ist ein Meilenstein in der internationalen Diskussion um Weinbereitungsverfahren gesetzt. Dies bedeutet auch für die Europäer eine zunehmende Öffnung ihrer überwiegend konservativen und sehr traditionsgeprägten Auffassungen zu den für die Weinherstellung üblichen Verfahren. Aus wissenschaftlicher Sicht muss man allerdings dabei die europäische Position erheblich in Frage stellen, da sie lediglich aus dem Blickwinkel der eigenen Tradition innovative Verfahren i.d.R. lange Zeit ablehnt, um sie dann bei schwierigen eigenen Produktionsverhältnissen möglichst kurzfristig zu adaptieren. Obwohl ein Großteil der europäischen Weinwirtschaft nach wie vor die großzügige Anerkennung der amerikanischen Weinbereitungsmethoden, die bisher in Europa nicht zugelassen sind, ablehnte, ist sie dennoch an der Öffnung der Märkte zur Nutzung der Exportchancen interessiert.

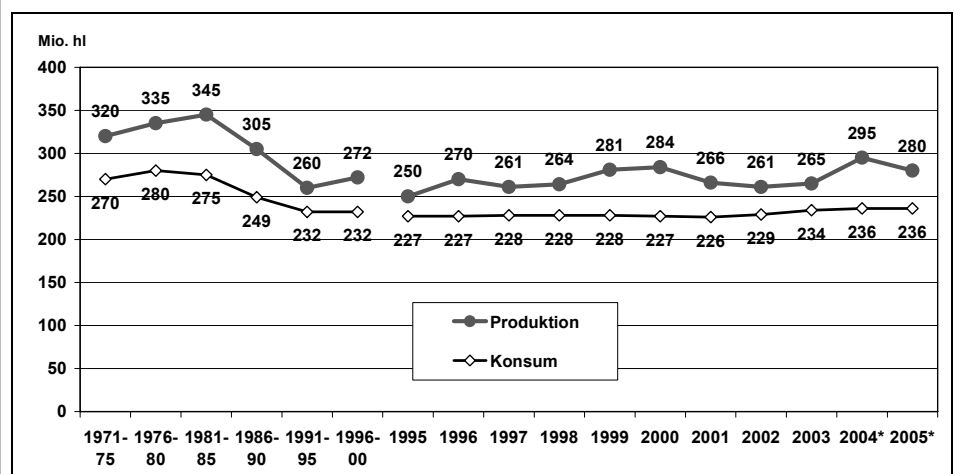
Der Weltmarkt wird mit einem Konsum von um 240 Mio. hl und der Einbeziehung einiger industrieller Verwertungen – wie beispielsweise der Herstellung von Essig oder Weinbränden – und einer tendenziell steigenden Produktion mit einer Größenordnung von 280-300 Mio. hl in den nächsten Jahren durch einen großen Überschuss geprägt. Auch die Traubenproduzenten in der „Neuen Welt“ haben diese Entwicklung schon in den

lung schon in den letzten Jahren sowohl in USA als auch in Australien durch drastisch sinkende Traubenpreise zu spüren bekommen. Die ersten Anzeichen für einen deutlichen Rückgang der ökonomischen Attraktivität zur Ausweitung der Traubenerzeugung sind auch in der Neuen Welt vorhanden, wobei diese sich zwischen den verschiedenen Ländern unterschiedlich verteilen (Abb. 1).

In Lateinamerika, insbesondere in Chile, aber wahrscheinlich auch künftig in Argentinien, wächst ein Produktionsvolumen heran, dass aufgrund der niedrigen Produktionskosten und aufgrund der klimatischen Bedingungen einerseits und der an amerikanischen und europäischen Verhältnissen orientierten Qualität andererseits eine neue Dimension des internationalen Wettbewerbs eröffnet. Die Chilenen aber auch die Argentinier haben sich auf die in Amerika und Australien erfolgreichen Produktkategorien der vier internationalen Hauptrebsorten, wie z.B. bei Weißwein Chardonnay und Sauvignon blanc einerseits und bei Rotwein Cabernet-Sauvignon, Merlot und einige Besonderheiten andererseits, ausgerichtet, um im internationalen Konzert der „Neuen Welt“ mitspielen zu können. Deswegen ist zu erwarten, dass der Wettbewerb zwischen den verschiedenen Produktionsländern nicht nur sich auf Europa und die „Neue Welt“, sondern insbesondere auf die verschiedenen Länder der „Neuen Welt“ untereinander ausweiten wird.

In diesem Zusammenhang überrascht den Beobachter immer wieder, dass Argentinien als viertgrößter Weinproduzent der Welt bisher auf den internationalen Märkten kaum auftritt. Abgesehen von einigen wenigen Unternehmen hat die argentinische Weinwirtschaft aufgrund ihrer inneren Bedingungen und der gesamten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen bisher keinen Einstieg in eine konsequente Exportstrategie finden können. Sollten sich in Argentinien die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ändern und die Investitionen externer Geldgeber als sicher erweisen, so muss auch aus Argentinien mit einem deutlichen Wachstum des internationalen Angebotes gerechnet werden. Gerade in Lateinamerika entwickelt sich die Traubenerzeugung immer mehr zu einem Arbeitsplatz schaffenden Industriezweig, der vor allem der armen Landbevölkerung eine Exis-

Abb. 1. Weltweinproduktion und -konsum



\* Schätzungen

Quelle: Erstellt nach Daten der Internationalen Weinorganisation (Paris) verschiedene Jahrgänge, <http://www.OIV.int>, DUBOS (2005a und b) sowie eigene Berechnungen durch das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim.

tenzsicherung ermöglicht. Somit ist die Weinwirtschaft – wie alle anderen Agrarbereiche – in einem harten internationalen Preis- und Qualitätswettbewerb angekommen.

## 2. Der Weinmarkt in Europa

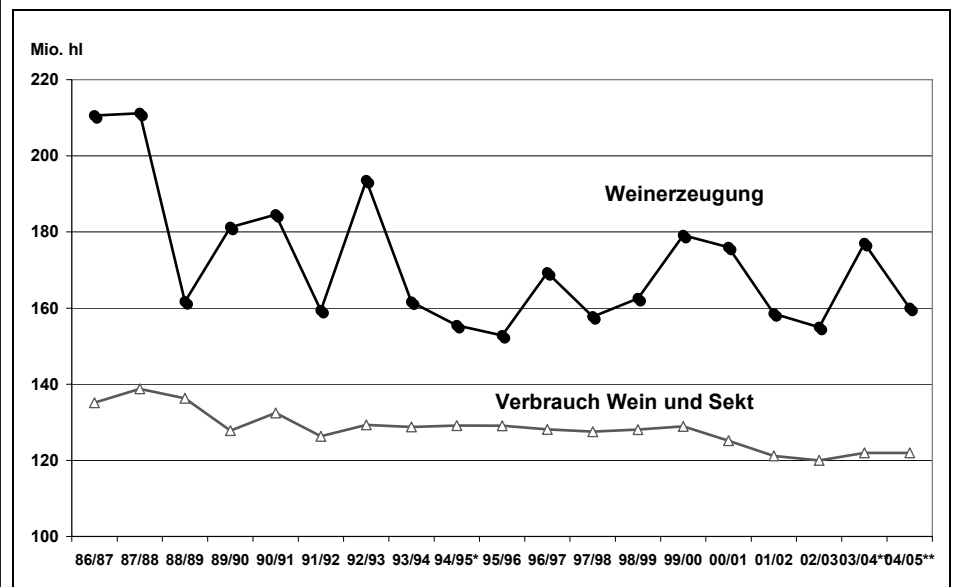
Die europäische Weinwirtschaft steht vor großen Herausforderungen. Als erstes Positivsignal ist zu berichten, dass der Weinkonsum insgesamt nicht weiter zurückfällt, wenn auch weitere Konsumrückgänge, insbesondere in Frankreich, gemeldet werden. Demgegenüber bleiben die anderen europäischen Produktionsländer in ihren Konsumententwicklungen weitgehend stabil, so dass der rasante Konsumanstieg in West- und Nordeuropa noch vorhandene Konsumrückgänge im Süden ausgleicht. Allerdings muss dabei berücksichtigt werden, dass die Konsumrückgänge in Frankreich überwiegend in den ländlichen Regionen erfolgen, in denen sehr einfache Tafelweine von der älteren und ländlichen Bevölkerung konsumiert wurden. Im Rahmen des Generationswechsels findet eine deutliche Aufwertung des Weinkonsums zu besseren Flaschenweinen – ob in der Kategorie Tafel-, Land- oder Qualitätsweine ist regional sehr unterschiedlich – statt. Demgegenüber ist der Zuwachs des Weinkonsums in West- und Nordeuropa überwiegend auf einem hohen Preisniveau angesiedelt, da der Weinkonsum dort durch hohe Alkohol- und Mehrwertsteuerabgaben erheblich belastet ist. Dennoch

besitzt der Weinkonsum in diesen Ländern eine besondere Attraktivität, insbesondere auch für jüngere städtische Konsumenten, die mit Wein einen neuen Freizeitstil in einem kultivierten Rahmen – ob in Wein-Bars oder beim Dinner – entwickeln. Insofern signalisieren die Konsumzuwächse in West- und Nordeuropa positive Perspektiven. Allerdings geht mit der Gewinnung neuer Weinkonsumenten ein drastischer Wandel in der Bewertung von Wein aus Sicht der Konsumenten einher, die sich vor allem in dem schnellen Wandel der erfolgreichen Weine in den jeweiligen Märkten niederschlägt. Von diesem Wandel profitiert vor allem die „Neue Welt“, weil sie ihre Weine im Geschmack, Ausstattung und Begrifflichkeit weitaus verständlicher für die neuen Konsumenten gestaltet.

Die Weinwirtschaft in Europa hat im abgelaufenen Wirtschaftsjahr 2004/2005 eine geschätzte Weinerzeugung von 192 Mio. hl und einen direkten Still- und Sektverbrauch von 131 Mio. hl. Dabei zeigt sich, dass gegenüber der EU 15 die neuen Erzeugerländer höhere Produktionsvolumina haben und auch zu den Überschüssen beitragen werden. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass Europa neben dem reinen Weinkonsum zusätzlich ca. 13 Mio. hl exportiert, ca. 5 Mio. hl zu hochwertigen Weinbränden wie z.B. Cognac

verarbeitet, 1,5 hl für die Herstellung von Weinessig, 3,2 Mio. hl für die Herstellung von Aperitif-Weinen und immerhin knapp 8 Mio. hl Traubenmost zur Herstellung von Traubensaft verwendet. Wenn auch die industrielle Verwertung für Weinbrand, Essig, Aperitif und Most eher im niedrigpreisigen Sektor angesiedelt ist, so stehen hinter diesen Segmenten doch bedeutende und regelmäßige Verzehrsgewohnheiten, für die zumindest ein Teil der Traubenerzeugung auch nachhaltig rentabel erfolgen kann. Dem direkten menschlichen Verbrauch von 131 Mio. hl sind dementsprechend ca. 25 Mio. hl Nachfrage von Weinen für die industrielle Verwertung hinzuzurechnen (Abb. 2) und DUBOS (2005a und b).

Abb. 2. Weinerzeugung und Weinverbrauch in der EU-15



\* bis 94/95 EU-12

\*\* Schätzungen

Quelle: Erstellt nach Daten von EUROSTAT, verschiedene Quellen u. Jahrgänge durch das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim.

Besonders strittig ist gegenwärtig auf europäischer Ebene die weitere Herstellung von ca. 12 Mio. hl Trinkalkohol für verschiedenste Produktverwendungen, die von der EU durch eine spezifische Subvention finanziell unterstützt wird. Diese Erzeugung findet vor allem in Spanien und Süditalien statt, wobei davon auszugehen ist, dass ein kleiner, wenn auch der geringere Teil bei Wegfall einer EU-Förderung weiterhin eine spezielle Nachfrage im Weinsektor auslösen würde.

Der Außenhandel mit Wein ist in eine neue Dimension vorgestoßen, da gegenwärtig die EU ca. 13 Mio. hl exportiert aber dafür gleichzeitig 11 Mio. hl Weine aus der „Neuen Welt“ importiert. Die hohen Wachstumsraten des Imports von Weinen aus der „Neuen Welt“ bereitet der europäischen Weinwirtschaft erhebliches Kopfzerbrechen, da in Kürze absehbar ist, dass mehr Weine nach Europa importiert als aus Europa exportiert werden. Diese Situation ist ein besonderes Signal der mangelnden Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Weinwirtschaft im globalen Wettbewerb, da die Kunden in Europa (z.T. unmittelbar vor der Haustür der heimischen Weinerzeuger, wie beispielsweise in Deutschland) in den letzten Jahren die Weine der „Neuen Welt“ sehr gerne aufgenommen hat.

Besonders drastisch hat die französische Weinwirtschaft nahezu in allen Anbaugebieten aber auch in der bekanntesten Region von Bordeaux diese Entwicklung durch einen Rückgang ihrer Exporte in den letzten drei Jahren gespürt. Mit dem Rückgang der Exporte ist ein starker Preisverfall in den verschiedenen Regionen in Frankreich eingetreten mit der Konsequenz, dass im Jahre 2005 spezielle Destillationsmaßnahmen zur Marktentlastung selbst in der Nobelpregion Bordeaux eingeleitet wurden. In Frankreich geht man für die nächsten Jahre von einem konstanten und möglicherweise steigenden Überschuss aus, da eine kurzfristige Umkehr der Exportentwicklung zwar beabsichtigt, aber nicht zu erwarten ist. Vielmehr werden in vielen Regionen durch die bisherige Stützungsolitik noch Weine produziert, die nicht marktgängig sind. Die spezielle Destillation beispielsweise für die Cognac-Grundweine ist ein besonderes Beispiel, wie nachhaltig marktungeeignete Traubenerzeugungen aus regionalpolitischen Gründen weiterhin aufrecht erhalten wird.

Mit dem Aufkommen der internationalen Absatzschwierigkeiten wird auch das französische Kennzeichnungs- und Klassifizierungssystem diskutiert und von verschiedenen Seiten schon in Frage gestellt. Die Einführung von Landweinen mit Rebsortenkennzeichnung für Bordeaux ist ein besonderes Signal, um im unteren Qualitätsbereich auf die internationalen Bedürfnisse der Konsumenten angemessen zu reagieren. Gleichzeitig zeigen die erfreulichen Exportzuwächse für die Landweine aus Südfrankreich i.d.R. mit Rebsortenkennzeichnungen, dass die Übernahme von Produktkonzepten, wie sie in der „Neuen Welt“ üblich sind, auch für die europäischen Produzenten – und hier ein Stammland wie Frankreich – erfolgreich sein können.

In Italien hat sich eine deutliche Verlagerung in den Weinaktivitäten an den Verbrauchermärkten von Nord- nach Süditalien vollzogen. Die über lange Zeit durch Destillationsmaßnahmen und andere subventionierte industrielle Verwertungen im Hintergrund agierende süditalienische Weinwirtschaft hat sich auf eine konsequente Marktorientierung ausgerichtet und durch erhebliche Investitionen in die Kellerwirtschaft auch erste beachtenswerte Markterfolge bei Weiß- und Rotweinen erzielt. Dennoch bleibt Süditalien weiter eine eher Weinüberschüsse produzierende Region mit entsprechend niedrigen Preisen für Standardqualitäten u.a. zur Herstellung von deutschen Industriesekten.

Als bedeutendes Weinproduktionsland rückt Spanien immer stärker in den Mittelpunkt der europäischen Weinmarktentwicklung, da in Spanien in den letzten Jahren durch die Umstrukturierungsbeihilfen der Europäischen Gemeinschaft die Traubenerzeugung ausgeweitet und vor allem wesentlich modernisiert wurde.

Spanien modernisiert seine Weinwirtschaft sowohl in der Traubenerzeugung als auch in den Kellereien zur Weinerzeugung kontinuierlich und ist damit in der Lage, qualitativ wettbewerbsfähige Weine in allen Qualitätsebenen anzubieten. Vor allem die deutsche Sektindustrie konnte für die Herstellung ihrer Markensekte auf diese Expansion zurückgreifen und zur relativ niedrigen Preisen ordentliche, aber einfache Grundweine einführen. Die in vielen Regionen heute anzutreffenden großen Volumina einfacher Basisweine (i.d.R. für die Verarbeitung oder z.T. den Export nach Osteuropa, vor allem nach Russland für die Herstellung einfacher Tischweine) sind zu Preisen zwischen 0,20 und 0,30 Cent/l im Fass zu haben.

Gleichzeitig wird durch die großen Destillationsmaßnahmen mit EU-Mitteln die spanische Weinwirtschaft auf Expansionskurs gehalten. In den nächsten Jahren ist vor allem bei restriktiverer Anwendung der EU-Marktentlastungsdestillation mit einem weiteren Wettbewerbsdruck aus Spanien zu rechnen.

Vor allem die neuen Beitrittsländer in Ungarn, Rumänien und Bulgarien, die ebenfalls über eine große Weinerzeugung verfügen, werden bei Öffnung ihrer Grenzen mit dem Angebotsdruck aus Spanien und Süditalien konfrontiert. Möglicherweise werden sie in den nächsten Jahren in ihren eigenen Exportmärkten in der Ukraine, in Russland und Polen weitere Marktanteile verlieren, weil sie mit der modernisierten und durch staatliche Stützung stark geförderten spanischen Weinwirtschaft nicht mithalten können, wenn ihnen keine adäquaten öffentlichen Unterstützungen aus Brüssel zufließen.

In den neuen Beitrittsländern hat die Weinerzeugung als ein bedeutender landwirtschaftlicher Positionszweig eine zumindest in verschiedenen Regionen große Bedeutung, weswegen zur Herstellung von Wettbewerbsgleichheit ihnen künftig bedeutende Finanzmittel zur Modernisierung zufließen müssen. Während u.a. in Ungarn die Modernisierung der Weinwirtschaft auch vor dem EU-Beitritt u.a. durch große deutsche Sekthersteller schon in erheblichen Umfang erfolgte, weil sie mit diesen Produkten die mittel- und osteuropäischen Märkte erobern konnten, werden die Länder Rumänien und Bulgarien wie auch die Slowakei und im kleineren Umfang Tschechien vor einer großen Herausforderung stehen, ihre Weinwirtschaft technologisch den europäischen Nachbarn gegenüber wettbewerbsfähig zu machen.

Das im Jahre 2003 von der europäischen Gemeinschaft in Auftrag gegebene Gutachten über die ökonomischen Wirkungen der EU-Weinmarktordnung wurde im Januar 2005 auf der Internetseite der EU-Kommission veröffentlicht. Mit diesem Gutachten liegt eine kritische Einschätzung der europäischen Weinmarktpolitik der letzten 15 Jahre vor, die im scharfen Gegensatz zu den Einschätzungen der EU-Kommission selbst stehen. Demgemäß hat auch die Kommission dieses Gutachten relativ schlecht bewertet, dennoch sind in diesem Gutachten weitreichende Hinweise auf die tiefgreifende Fehlentwicklung der europäischen Weinmarktpolitik zu finden. U.a. wird in diesem Gutachten kritisiert, dass sich die europäische Weinmarktpolitik ausschließlich auf eine historisch orientierte Produktionssteuerung konzentriert, ohne dabei die Veränderungen auf der Nachfrageseite angemessen in die marktpolitischen Maßnahmen mit einzubeziehen. Die Datengrundlage ist mehr als dürftig, auf der milliardenschwere Stützungsprogramme entschieden werden. Im Gutachten konnte eindeutig nachgewiesen werden, dass die europäische Weinmarktpolitik zur nachhaltigen Stützung und Aufrechterhaltung eines strukturellen Weinüberschusses in Europa beiträgt. Auch die europäische Qualitätsweinpolitik hat nicht zu den nachhaltigen Markterfolgen geführt, wie es nach den Zielen und mit den eingesetzten Instrumenten der Weinmarktordnung angestrebt war. Insbesondere der Wettbewerb mit der „Neuen Welt“ zeigt, dass die Weinmarktordnung zu einer nachhaltigen Konservierung traditioneller Verhaltensweisen und Strukturen beigetragen hat, die nicht der Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Weinwirtschaft diene (EUROPEAN COMMISSION-DG AGRI, 2005).

### 3. Der Weinmarkt in Deutschland

Der Weinmarkt in Deutschland stagniert in seinem Volumen, während er kontinuierlich an Wert verliert. Nach allen vorliegenden Marktdaten (Weinmarktbilanz wie auch GFK Haushaltspanel) ist das Wachstum des Verbrauchs zum Stillstand gekommen. Allerdings sind auch keine gravierenden Nachfrageeinbrüche zu melden. Die heimische Weinerzeugung war in den letzten Jahren witterungsbedingt und durch einen Rückgang der Rebflächen rückläufig, so dass sich die Märkte für deutsche Weine entspannt haben. Als ein besonderes Signal dieser Entspannung sind die deutlich gestiegenen Fassweinepreise vor allem für Weißweine hervorzuheben, während bei dem Rotwein Superstar „Dornfelder“ es zu deutlichen Preisrückgängen kam, nach dem die mit EU-Fördermitteln vollzogenen schnellen Umstrukturierungen von Weiß- zu Rotweinrebsorten in den Jahren 2000-2001 mit ersten Produktionsmengen in den Markt gingen.

Aufgrund der stagnierenden Verbrauchsentwicklungen und der weitgehend stabilen Eigenerzeugung in Deutschland sind die Exporte ebenfalls weitgehend stabil, wobei sich innerhalb der einzelnen Segmente erhebliche innere Umstrukturierungen vollziehen. Erfreulich ist festzustellen, dass der Weinexport seit 2004 wieder deutlich zulegt. Allerdings handelt es sich dabei überwiegend um Reexporte von Rotweinen aus der „Neuen Welt“ (hier insbesondere Chile) und aus südosteuropäischen Ländern wie beispielsweise Rumänien und Bulgarien (Abb. 3).

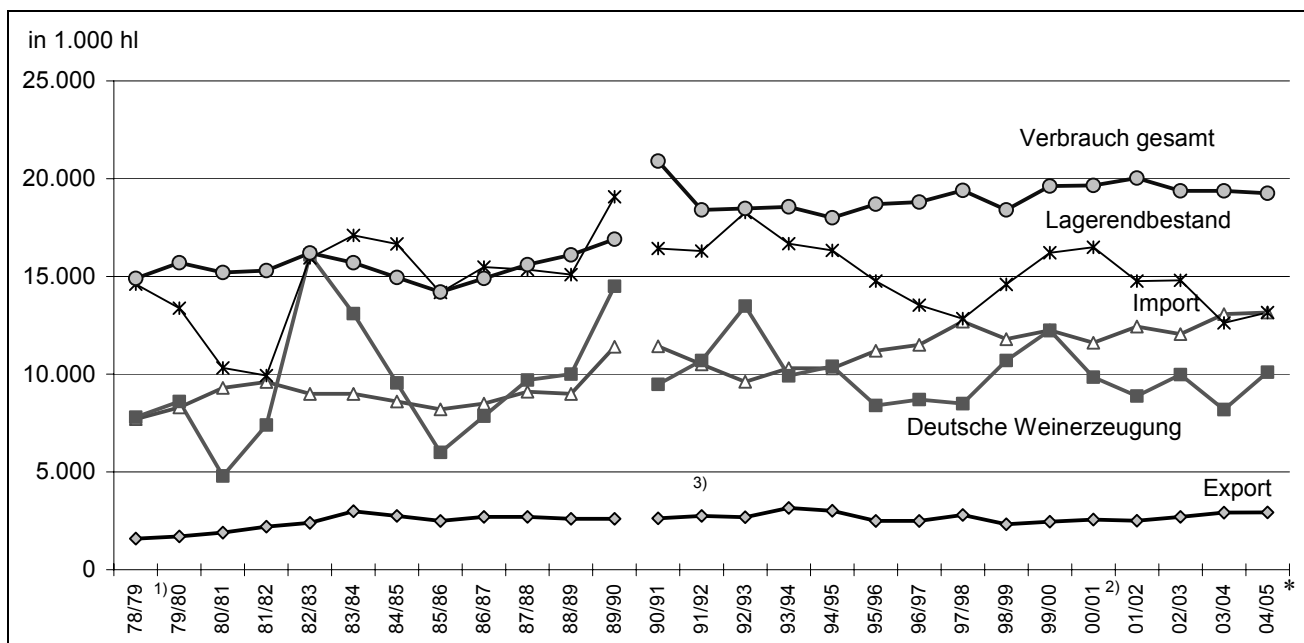
Der nachhaltige Strukturwandel in der Nachfrage nach Wein wird vor allem durch den Wandel in der Konsumentenpräferenz von Weiß- zu Rotwein dokumentiert. Nur durch den schnellen Wandel im Anbau Ende der 90er Jahre konnte die heimische Weinerzeugung wieder ihr Absatzvolumen halten. Mit 3,5 Mio. hl Rotwein aus Deutschland werden in Deutschland gegenwärtig mehr heimische Rot-

weine verbraucht als aus den Ländern Frankreich oder Italien konsumiert. Die deutschen Winzer bleiben damit Marktführer auch im Rotweinkonsum in Deutschland, obwohl die Weinexperten nach wie vor heimischen Rotweinen keine besondere Akzeptanz zuordnen.

Der Wandel von Rot- zu Weißwein deckt die Dominanz der Konsumentenpräferenzen vor Preiseffekten auf, da Rotweine üblicherweise höherwertiger als Weißweine angeboten und eingekauft werden. Der Wandel von Weiß- zu Rotwein kommt vor allem aus den jüngeren Verbraucherschichten, die den Rotweinkonsum in den mediterranen Ländern und in der internationalen Gastronomie in Deutschland früh kennen lernen und dies auch zunehmend Zuhause in Verbindung mit Essen praktizieren (Abb. 4). Die Ertragsreblächen sind in den letzten 10 Jahren in Deutschland um rd. 4 % gesunken und haben damit auch die Verfügbarkeit heimischer Erzeugung reduziert. Weiterhin hat die qualitätsorientierte Anbaupolitik zu niedrigen Variationen der Erträge zwischen den einzelnen Jahren und damit zu einer höheren Grundqualität geführt, wie es vor allem aufgrund der Produktionsstatistik durch den Anteil der Qualitätsweine mit Prädikat nachgewiesen werden kann, der in den letzten 10 Jahren deutlich höher als Ende der 80er Jahre angesiedelt ist (Abb. 5).

Deutschland ist mit einem Gesamtimport von nahezu 13 Mio. hl Wein bei einem Gesamtinlandsverbrauch von ca. 20 Mio. hl volumenmäßig nach wie vor das weltweit führende Weinimportland. Dieses große Importvolumen hat auch auf die Anbieterländer aus der „Neuen Welt“ eine hohe Anziehungskraft, weswegen die Importe der Weine aus der „Neuen Welt“ in den letzten 10 Jahren drastisch zunahm. Demgegenüber sind die Weinimporte sowohl als Flaschen als auch als Fassweine aus Europa weiterhin rückläufig. Zwar bleibt Italien nach wie vor das wichtigste Lieferland für Weine nach Deutschland, dennoch sind die

**Abb. 3. Wein- und Sektmarkt (gesamt) in Deutschland - Erzeugung, Lagerbestand, Außenhandel, Verbrauch**

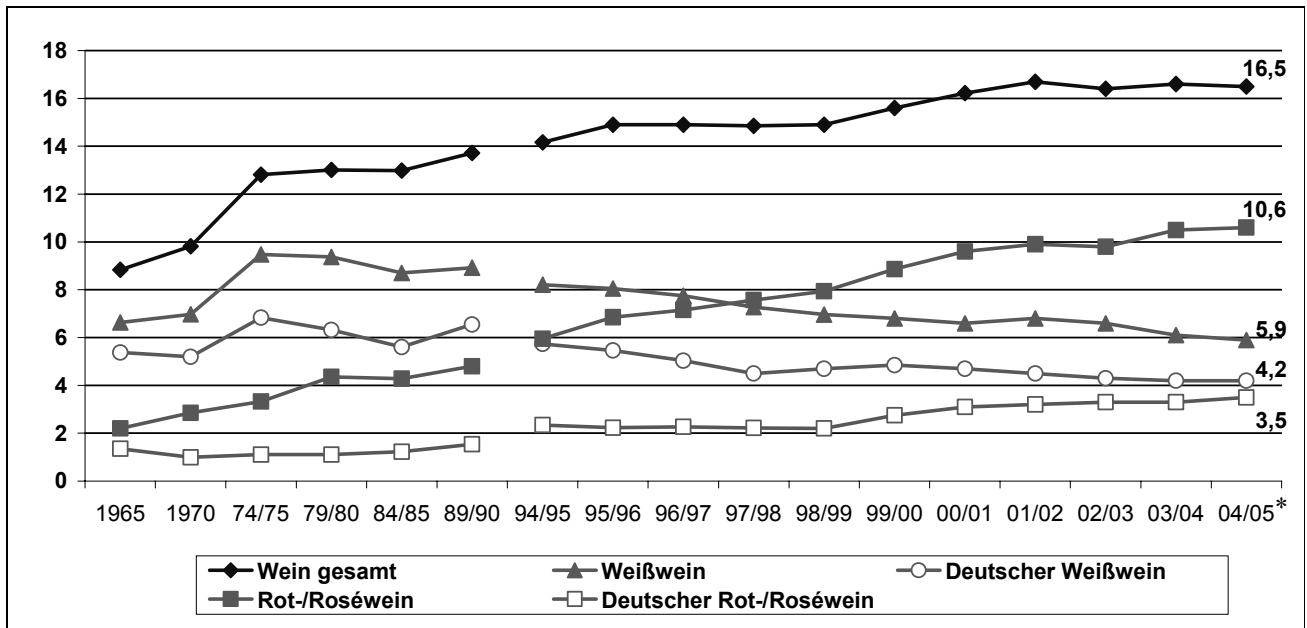


1) Wirtschaftsjahre 1.9 - 31.8., 2) Ab der Periode 00/01 erstreckt sich das Weinwirtschaftsjahr vom 1.8. - 31.7.,

3) ab 1991 einschl. der neuen Bundesländer, \* Schätzung

Quelle: Weinmarktbilanz des Deutschen Weinbauverbandes, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden und eigene Berechnungen durch das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim.

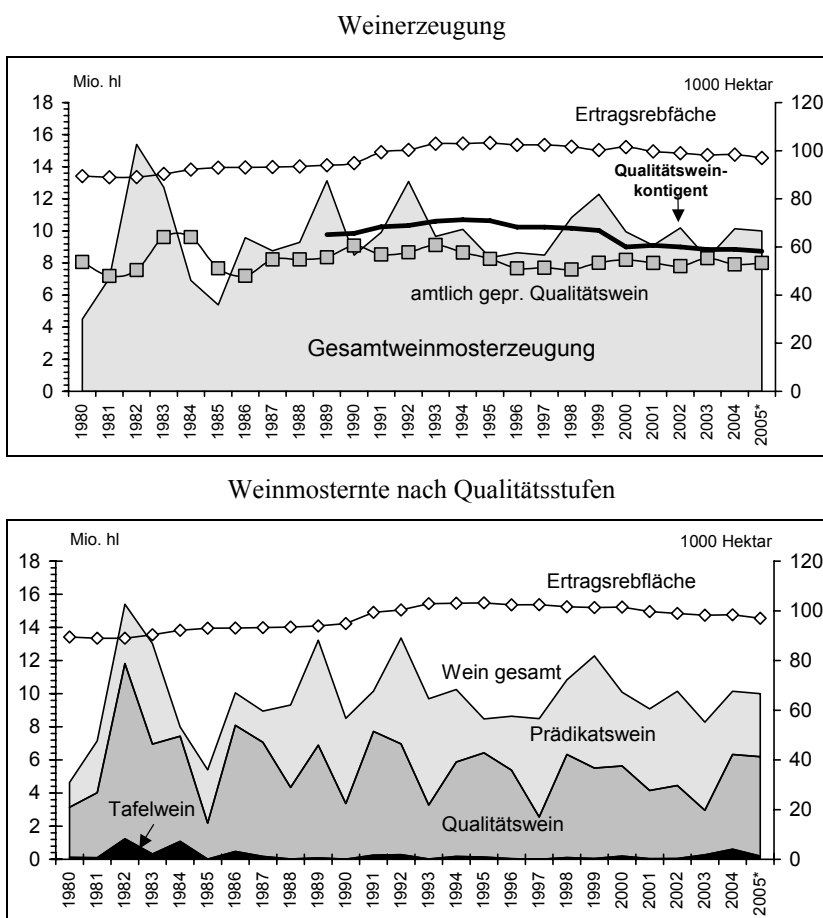
Abb. 4. Deutscher Weinmarkt: Weinarten und Herkunft (ohne Sekt), in Mio. hl



\* Schätzung

Quelle: Erstellt nach Daten der Weinmarktbalanz des Deutschen Weinbauverbandes und des GfK-Haushaltspansels durch das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim.

Abb. 5. Erzeugungsstruktur in Deutschland

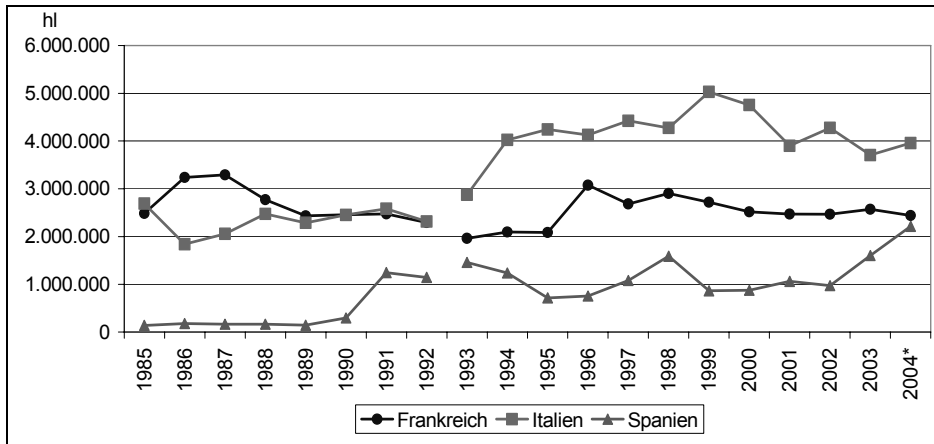


\* Schätzungen

Quelle: Erstellt nach Daten des Stat. Bundesamtes, der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz und den Qualitätsweinprüfstellen der anderen Bundesländer durch das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim, im Auftrag des Deutschen Weininstituts.

Importe seit Ende der 90er Jahre kontinuierlich rückläufig wie dies auch für Frankreich festzustellen ist. Demgegenüber konnten vor allem in den letzten 3 Jahren spanische Weine auf dem deutschen Markt weitere Marktanteile gewinnen, wobei dies im wesentlichen auf die kontinuierliche Lieferung von Sektgrundweinen für die Herstellung von Markensekten in Deutschland zurückzuführen ist. Darüber hinaus werden aber auch zunehmend rote Fassweine importiert, die in Deutschland abgefüllt werden (Abb. 6+7). Als ein besonderer Indikator des schnellen Wandels im europäischen und insbesondere auch im deutschen Weinmarkt sind die hohen Wachstumsraten der Importe von Wein aus der „Neuen Welt“ (hier zu 80 % Rotweine) anzusehen. Am schnellsten haben sich die Importe aus Chile und USA entwickelt, die in den letzten Jahren vor allem durch Weine aus Australien und Südafrika ergänzt wurden.

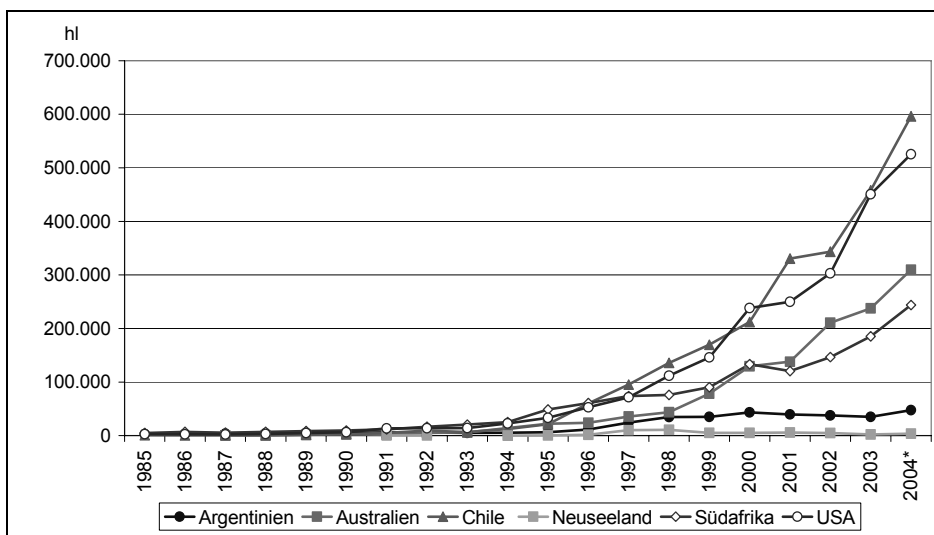
Da in Deutschland zahlreiche größere Kellereien angesiedelt sind, die auf die Verarbeitung und Abfüllung von Grundweinen i.d.R. einfacher Qualitäten aus anderen Ländern, früher aus Europa und heute zunehmend auch aus der „Neuen Welt“, eingespielt sind, wird Deutschland in den nächsten Jahren zur weiteren Drehscheibe eines überwiegenden preisaggressiven internationalen Weinhandels. Insbesondere hat die „Neue Welt“ im Absatz über Discounter ein schnelles Wachstum realisieren können, nachdem

**Abb. 6. Flaschen- und Fassweininporte aus »Europa«, Menge**

1) Umstellungseffekt der statistischen Erfassung durch den Wegfall der Importformalitäten an den Grenzen (Einführung des Binnenmarktes).

\* Schätzung

Quelle: Erstellt nach den Daten des Statistischen Bundesamtes, Außenhandel, Fachserie 7, durch den Deutschen Weinbauverband sowie das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim, im Auftrag des Deutschen Weininstituts.

**Abb. 7. Flaschen- und Fassweininporte aus der »Neuen Welt«, Menge**

\* Schätzung

Quelle: Erstellt nach den Daten des Statistischen Bundesamtes, Außenhandel, Fachserie 7, durch den Deutschen Weinbauverband sowie das Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim, im Auftrag des Deutschen Weininstituts.

sie Ende der 90er Jahre sich überwiegend hochpreisig in den Regalen des Lebensmittelhandels positioniert hatte. Das schnelle Wachstum der letzten 5 Jahre resultiert im wesentlichen aus dem Import von Fassweinen, die in Deutschland abgefüllt und i.d.R. zu Preisen zwischen 1,50 € und 3,00 €/Flasche bei den Discountern erscheinen. Bei einem Storecheck in verschiedenen Discountvertriebslinien ist schnell festzustellen, dass dort mehr Angebote der Rebsorten „Chardonnay“ und „Cabernet Sauvignon“ aus verschiedenen Ländern der „Neuen Welt“ als beispielsweise Weißweine aus Frankreich, Italien und Spanien zu finden sind. Die heimischen Erzeuger sind mit einfachen Standardqualitäten auch in den Regalen der Discounters vertreten, allerdings wird von den Verbrauchern für deutsche Weine der Discount weit unterdurchschnittlich im Vergleich zu Weinen aus Frankreich und neuerdings aus Übersee genutzt.

Die aktuelle Weinernte 2005 in Deutschland mit einem Gesamtvolumen von ca. 9 Mio. hl wird für die heimische Erzeugung zu einem stabilen Weinmarkt führen. Die deutschen Weißweine haben im Inland und Ausland eine neue Attraktivität erreicht und aufgrund ihres deutlich niedrigeren Produktionsvolumens sind sie in der Lage, sich für qualitätsorientierte Konsumenten höherpreisig zu positionieren. Die Umschichtung der heimischen Erzeugung von Weiß- zu Rotweinen hat zu einem weitgehend stabilen Markt für deutsche Weine trotz des hohen internationalen Wettbewerdrückes geführt. Für die nächsten Jahre muss allerdings auch die heimische Erzeugung mit einem weiterhin preisaggressiven Wettbewerb aus der gesamten Welt rechnen, zumal wenn sich nachhaltig die Qualitäten durch staatlich geförderte Investitionsprogramme in den verschiedenen Wettbewerbsländern verbessern.

## Literatur

<http://www.OIV.int>

DEUTSCHER WEINBAUVERBAND (2005): Trinkweibilanz. 3. Sonderbericht. Bonn.

DUBOS, J. (2005a): Viticulture and reality of surplus production. In: EuroWine Nr. 22: 34-41.

– (2005b): Economic analysis, 2004-2005 estimated harvests. In: EuroWine Nr. 21: 44-52.

EUROPEAN COMMISSION-DG AGRICULTURE (2005): Expost Evaluation of Common Market Organisation for Wine. In: [http://www.europa.eu.int/comm/agriculture/eval/reports/wine/index\\_en.htm](http://www.europa.eu.int/comm/agriculture/eval/reports/wine/index_en.htm).

EUROSTAT (1999): Agriculture. Statistical Yearbook.

STATISTISCHES BUNDESAMT (versch. Jgg.): Außenhandel. Fachserie 7.

WEINWIRTSCHAFT (2005): Ernte 2005 Südhalbkugel. Nr. 15: 14, 15.

Autor:

**PROF. DR. DIETER HOFFMANN**

Forschungsanstalt Geisenheim

Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung

Von-Lade-Str. 1, 65366 Geisenheim

Tel.: 067 22-50 23 81, Fax: 067 22-50 23 80

E-Mail: [d.hoffmann@fa-gm.de](mailto:d.hoffmann@fa-gm.de)