

Hoffmann, Dieter

Article

Der Weinmarkt in der Welt

German Journal of Agricultural Economics (GJAE)

Provided in Cooperation with:

Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V. (GEWISOLA)

Suggested Citation: Hoffmann, Dieter (2010) : Der Weinmarkt in der Welt, German Journal of Agricultural Economics (GJAE), ISSN 2191-4028, Deutscher Fachverlag, Frankfurt a. M., Vol. 59, Iss. Supplement, pp. 99-110,
<https://doi.org/10.52825/gjae.v59iSupplement.1782>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/304801>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Der Weinmarkt in der Welt

Dieter Hoffmann
Forschungsanstalt Geisenheim

1. Der Weltmarkt

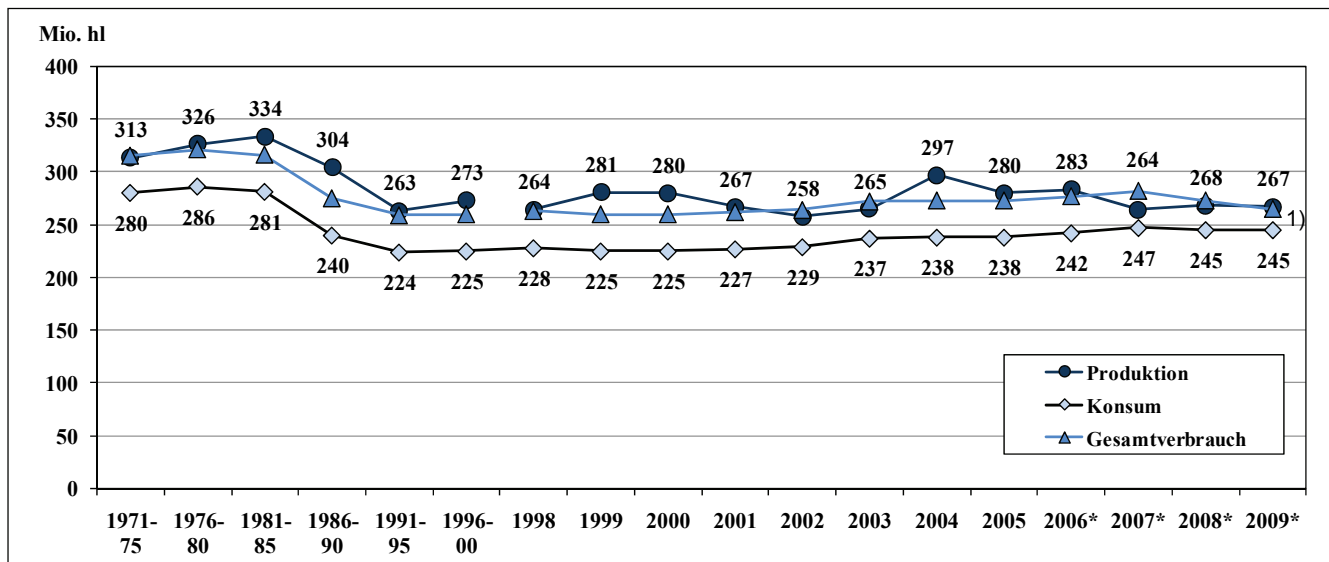
Der internationale Markt für Wein ist von der allgemeinen Wirtschaftskrise auch betroffen, aber es zeigen sich in den verschiedenen Marktsegmenten zum Teil sehr unterschiedliche Auswirkungen. Bei der Darstellung der Entwicklung im Jahr 2009 ist nach allen vorliegenden Informationen besonders deutlich zwischen Mengen- und Werteffekten zu unterscheiden. Abgesehen von einer sehr kleinen Angebotsmenge und sehr spezifischen Nachfrage nach einigen wenigen sehr hochwertigen Weinen, einschließlich Sekt und Champagner, die üblicherweise im Preisbereich von über 100 Dollar pro Flasche angeboten werden, ist allgemein ein Trading-Down-Effekt zu beobachten. Die Weinkonsumenten verbrauchen weiter ihren Wein und weichen in niedrigere Preisklassen aus. So berichten Kommentatoren (BRAGER, 2009) aus den USA, dass generell das Nachfragevolumen weiter wächst, aber die Umsätze mit Wein sinken, weil die Konsumenten von Preiskategorien zwischen 50 und 100 Dollar z.B. für hochwertige Pinot Noirs oder Cabernet Sauvignons auf Weine zwischen 20 und 30 Dollar ausweichen oder andere Konsumentengruppen statt den bisher präferierten Weinen über 10 Dollar auf Angebote – vor allem auf Sonderangebote – unter 10 Dollar ausweichen. Dieser Trading-Down-Effekt wird verstärkt, weil Fachhändler, Gastronomen und Premiumerzeuger ihre Bestände in Liquidität umwandeln wollen und durch Preissonderaktionen bisher hochwertige Weine im Absatz versuchen zu forcieren. Gleichzeitig wird berichtet, dass u.a. amerikanische Weinkäufer weniger im Fachhandel und mehr via Internet direkt bei Erzeugern einkaufen. Einhergehend mit dieser Veränderung der Nachfrage reduzieren die Hersteller von Premiumweinen den Einkauf von Premiumtrauben durch Kündigung von Kontrakten und vereinbaren niedrigere Preise. Auf den Spotmärkten für Trauben und Fassweine sind ebenfalls deutliche Preisrückgänge weltweit zu beobachten. Diese Kaufzurückhaltung für Trauben wird sowohl für Kalifornien – und hier insbesondere in den Premiumregionen wie nördlich von San Francisco – berichtet wie für den Einkauf von hochwertigen Sauvignon Blanc Trauben in Neuseeland oder Chardonnay in Australien.

Auf Grund der stark gefallen Umsätze für Champagner im Export hat das Comité Interprofessionell für die Champagne die drastische Reduzierung der Produktionsmenge für das Jahr 2009 beschlossen. Man will damit die Lagerbestände abbauen und auf den kurzfristigen Verlust von zwischen 20 und 25 % Absatzvolumen im Vergleich zum Jahr 2007 reagieren. Aber auch in Deutschland, Frankreich, Italien und in Spanien sanken die Preise auf den Fassweinemärkten im Vergleich zum Jahr 2008 um 20 bis 30 %. Wo es möglich ist, dort reduzieren die aufkaufenden Kellereien und Weingüter ihre Kontrakte oder nehmen die in der Vergangenheit regelmäßig von vertragsfreien Winzern angebotenen Trauben nicht an.

Die Wirtschaftskrise hat damit den Weinsektor weltweit in eine sektorspezifische Krise gestürzt, wobei die früher bekannten Unterschiede zwischen Europa und Übersee nicht mehr existieren. Insbesondere für die Weinwirtschaft in Übersee von Südafrika über Australien, Neuseeland, Nordamerika bis nach Chile ist die neue Situation mit stark sinkenden Umsätzen, fallenden Preisen und verringerter Nachfrage – vor allem aus Nord- und Westeuropa – eine völlig neue Situation. Nur wenige Länder, wie z.B. Deutschland, Holland und Skandinavien, erweisen sich auf Grund ihrer Stabilität im Weingeschäft als besonders verlässliche Partner. Aber auch in Asien – durch das weiterhin gute Wirtschaftswachstum in China, Südkorea, Vietnam und auch Indien – entstehen neue Märkte, auf die die alten Weinproduzenten aus Europa und Übersee zunehmend hoffen.

Die globalen Daten für Weinproduktion und Weinverbrauch in der Welt (siehe Abb. 1) zeigen diese spezifischen Hintergründe noch nicht an. Vor allem durch die nicht unbedeutende Nachfrage nach Wein für verschiedene Arten der industriellen Verwertung – hier vor allem auch der Herstellung von Weinbrand unterschiedlicher Qualitäten in den verschiedensten Ländern wie auch die steigende Nachfrage nach hochwertigem Essig aus Grundweinen – hatte sich ein weltweit weitgehend ausgeglichenes Verhältnis zwischen Erzeugung und Verbrauch eingestellt. Gleichzeitig half dieser weitgehend ausgeglichene internationale Markt Überschüsse abzubauen. Deswegen konnte in den letzten Jahren auch verstärkt auf

Abbildung 1. Weltweinproduktion und -konsum



* Schätzung, 1) Gesamtverbrauch inkl. industrieller Verwertung für Brandy, Essig, Traubensaft, Aperitif etc.
 Quelle: ORGANISATION FÜR REBE UND WEIN (OIV), verschiedene Jahre

Marktentlastungsdestillationen verzichtet werden und so der industrielle Verbrauch zurückgehen.

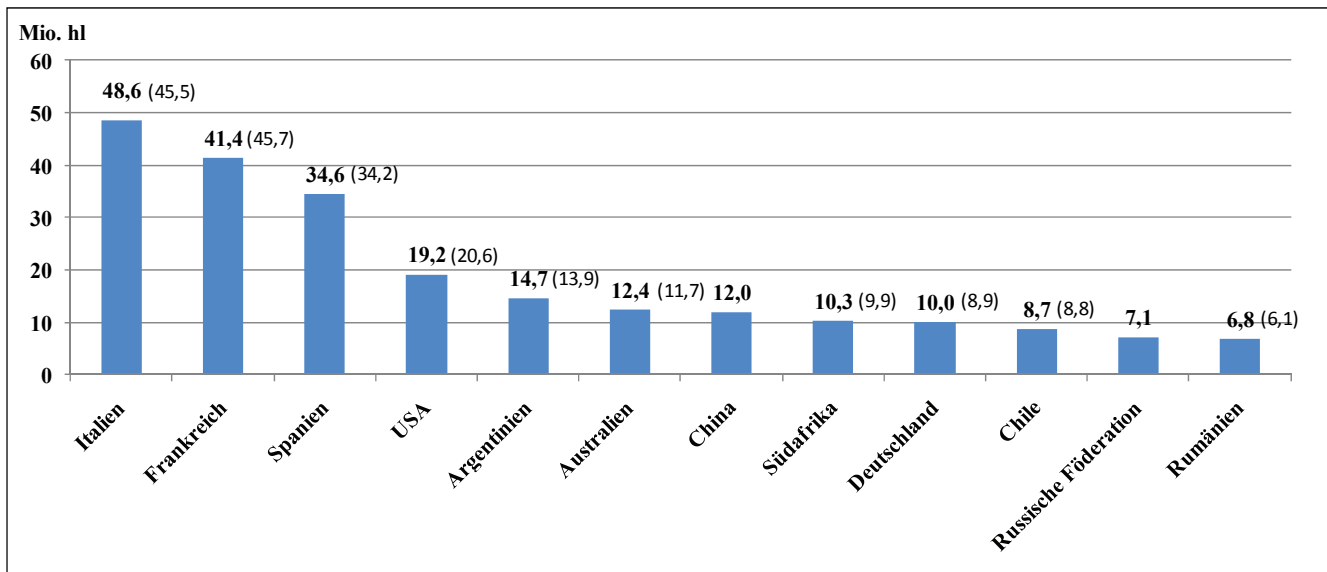
In diesem Zusammenhang ist auch darauf hinzuweisen, dass durch die immer stärkere Vernetzung der internationalen Weinmärkte über den schnell wachsenden Fassweinmarkt die witterungsbedingten Produktionschwankungen zwischen den jeweiligen Ländern ausgeglichen werden. Die heute dafür verfügbare und unkomplizierte Logistik in klassischen Seecontainern mit einlegbaren Foliensäcken vereinfacht den internationalen Fassweinhandel. Wenn in Australien durch eine Hitzeperiode wenig geerntet wird, dann springt Argentinien oder Chile im preisaggressiven Marktsegment durch ein wachsendes Angebot ebenso ein, wie eine Verschiebung in der Lieferung zwischen Spanien, Italien oder auch Moldawien, Georgien oder Serbien stattfinden kann. Die dieses Geschäft steuernden Broker verfügen über ein dichtes Informationsnetz von den nachfragenden Großkellereien für die Flaschenabfüllung bis zu engen Kontakten zu den großen Anbietern von standardisierter und heute überwiegend qualitativ einfacher aber einwandfreier Fassware.

Der politisch bedingte drastische Rückgang der Weinproduktion in den mittel- und osteuropäischen Staaten (Rumänien, Bulgarien, Ukraine und Georgien) wurde nur teilweise ausgeglichen durch das Wachstum in Übersee. Da die industrielle Verwertung nur schwer auf internationaler Ebene statistisch sauber zu erfassen ist, können die Differenzen zwischen Erzeugung und Gesamtverbrauch nur annähernd geschätzt

werden. Trotz der Annäherung von Produktion und Gesamtverbrauch auf internationaler Ebene sind keine starken Preissteigerungen in den verschiedenen Regionen zu erkennen, weil auf nationaler Ebene und zum Teil in verschiedenen Regionen sehr gegenläufige Entwicklungen stattfinden. So führt z.B. ein Land wie Moldawien erhebliche Überschüsse in den Beständen, weil die politisch bedingten Einfuhrsperren nach Russland im Jahre 2005 bisher nicht aufgehoben werden konnten. Zum Teil finden die moldawischen Weine über das Nachbarland Ukraine Zugang zum russischen Markt, weil sie in anderen Regionen – u.a. in Westeuropa – aufgrund von Unzulänglichkeiten so nicht abgesetzt werden können. Ebenso wandern die Weine von Georgien über die Provinz Abchasien in den russischen Markt. Gleichzeitig profitieren argentinische Exporteure von Fassweinen durch die politisch bedingt schnell gestiegene Nachfrage nach Importen nach Russland, nachdem für Moldawien und Georgien der Zugang zum russischen Markt geschlossen wurde.

Die Übersicht über die wichtigsten weinerzeugenden Länder in der Abb. 2 belegt nach wie vor die Dominanz der europäischen Staaten Italien, Frankreich und Spanien. Gleichzeitig sind aber auch im Vergleich zu vor 10 Jahren die Überseeländer USA, Argentinien, Australien, Südafrika und Chile in der Rangfolge der Produktionsländer weit nach vorne gewandert. Selbst China produziert mit einer Erzeugung von 12 Mio. hl schon mehr Wein für den heimischen Markt als z.B. Deutschland.

Abbildung 2. Weinerzeugung in ausgewählten Ländern in den Jahren 2008 und (2009)



Quelle: ORGANISATION FÜR REBE UND WEIN (OIV), vorläufige Daten

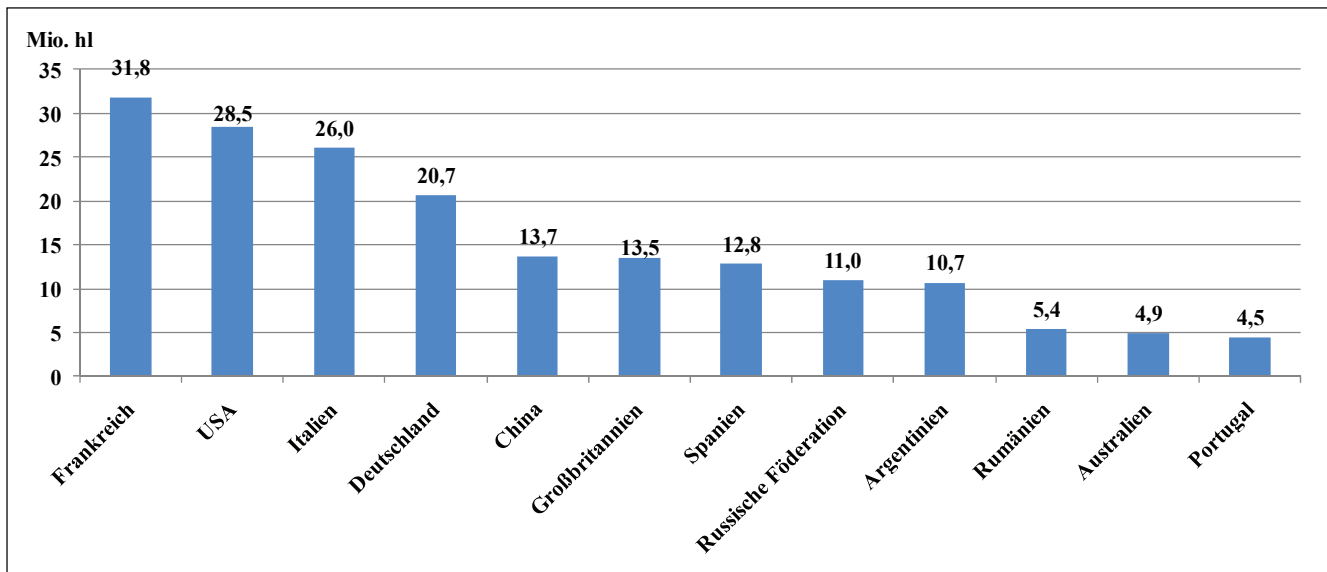
Die Zahlen in Klammern in der Abb. 2 zeigen die ersten Schätzungen für die Weinproduktion in den ausgewählten Ländern für das Jahr 2009. Daraus wird ersichtlich, dass für die kommende Kampagne im Jahr 2010 mit keinen drastischen Steigerungen der Produktion zu rechnen ist.

Die Gegenüberstellung mit den Daten für den nationalen Weinkonsum in ausgewählten Ländern im Jahr 2008 (Schätzungen für 2009 liegen noch nicht vor) zeigen die Verschiebungen innerhalb der internationalen Weinszene mit dem Vorrücken der USA als einem der bedeutendsten internationalen Weinverbrauchsländer. Neben Frankreich und Italien, den traditionellen Weinverbrauchsändern und dem bisher höchsten Weinkonsumvolumen, rücken Länder wie USA, Deutschland, China, Großbritannien, aber auch Russland nach vorne und verändern damit die internationale Weinwirtschaft nachhaltig. Während die USA mit ihrem Produktionsvolumen von ca. 20 Mio. hl Wein gleichzeitig ein bedeutendes Produktions- und Importland sind, kämpfen Frankreich, Italien und Spanien, aber auch Argentinien, Chile und Südafrika mit deutlichen Überschüssen. Sie sind damit auf die Nachfrage aus anderen Ländern der Welt – wie z.B. Deutschland, USA, Großbritannien, Russland und Skandinavien angewiesen. Die skandinavischen Länder tauchen in dieser Gegenüberstellung nicht einzeln auf, weil sie national relativ kleine Volumina konsumieren und damit in der Betrachtung der großen Volumen keine große Bedeutung haben.

Aus der Gegenüberstellung der Abb. 2 und 3 wird deutlich, dass Länder wie Frankreich, Italien, Spanien, Argentinien, Australien und Chile auf den internationalen Handel für die wirtschaftliche Stabilität und Entwicklungsfähigkeit ihrer eigenen Weinerzeugung dringend angewiesen sind. Gleichzeitig zeigen die Gegenüberstellungen, dass Länder wie die USA, Deutschland und Großbritannien damit zu bedeutenden Zielmärkten der exportierenden Länder werden, weil sie als starke Netto-Importeure und attraktive Zielländer anzusehen sind. Während Deutschland mit einem Importvolumen von knapp 15 Mio. hl als volumenstärkster Importeur die Reihe der Netto-Importeure anführt – vor Großbritannien und den USA – sind bei wertmäßiger Betrachtung vor allem Großbritannien und die USA von großer Bedeutung, weil in diese Länder überwiegend abgefüllte Weine exportiert werden und damit eine generell höhere Wertschöpfung erzielt werden kann. Demgegenüber ist der deutsche Markt durch einen harten Preiswettbewerb bei einfachen Grundweinen – unter anderem für die Sekterzeugung, aber auch für die Bereitstellung einfacher Weine im Preiseinstiegsbereich in den Discountern – gekennzeichnet.

Bei den Rebsorten stehen im internationalen Weingeschäft weiterhin die sogenannten „Big Five“ (Chardonnay und Sauvignon Blanc bei den Weißweinen und Cabernet Sauvignon, Merlot und Shiraz bei den Rotweinen und Roséweinen) im Vordergrund des internationalen Geschäfts. Darüber hinaus weitete sich aber die Rebsortenvielfalt aus; angeführt von Pinot

Abbildung 3. Weinkonsum in ausgewählten Ländern im Jahr 2008



Quelle: ORGANISATION FÜR REBE UND WEIN (OIV), vorläufige Daten

Grigio, der große Erfolg in den USA feiert. Diese sind weitaus größer, als der in Deutschland häufig kommunizierte Erfolg für Riesling. Sowohl der Import von Pinot Grigio steigt steil an, wie auch die Eigenherzeugung in den Vereinigten Staaten stark auf die Rebsorte Pinot Grigio setzt. Aus Südafrika wird vor allem nach Deutschland und England ‚Semillon‘ und ‚Chenin Blanc‘ importiert. Diese Wein sind hauptsächlich unter ihrem Rebsortennamen in den Geschäften, vor allem im preiswerten Sortiment, positioniert.

Als Besonderheit für das europäische Weingeschäft ist das zunehmende Auftauchen der Rebsorte ‚Airen‘ aus Spanien in den Regalen der deutschen Discounter festzustellen, womit erkennbar wird, dass die spanische Weinwirtschaft sich von der Interventions-Orientierung mit Hilfe der Destillation auf eine Marktorientierung umstellt. Die großen Massenimporteure und Abfüller in enger Verbindung mit den deutschen Discountern bieten dazu für den Preiseinstiegsbereich attraktive Kanäle.

Die Weine aus den oben genannten „Big Five“-Rebsorten sind längst zu ‚Commodities‘ im Geschäft der internationalen Broker avanciert, wobei zurzeit noch deutliche Preisdifferenzen für die Rebsorten dieser Weine aus unterschiedlichen Herkunftsländern existieren. Danach erzielten Chardonnays aus Kalifornien deutlich höhere Preise als Chardonnay aus Chile, Australien oder Südfrankreich, während Shiraz vor allem aus Australien gefragt ist. Nach deutschen Importstatistiken liegen die Preise dieser

Fassweine in der Regel deutlich unter 1 Euro pro Liter, aber auf einem höheren Niveau als die europäischen Verschnittweine mit Preisen von 0,40 bis 0,60 €/L aus den verschiedenen Regionen Süditaliens oder Spaniens.

Mit der Ausweitung der Anbauflächen in der Neuen Welt z.B. in Neuseeland, Australien, USA, Chile und Argentinien, aber auch neuerdings in Brasilien, die zum Teil noch nicht in den Ertrag gegangen sind, muss für die nächsten Jahre aus diesen Ländern mit einem weiteren Angebot gerechnet werden. Die starken Rückgänge des Weinabsatzes – vor allem bei den höherpreisigen Marken – u.a. im Markt in England, in den Niederlanden und in Deutschland machen vor allem der Weinwirtschaft in Australien und Neuseeland besonderes Kopfzerbrechen, weil ihr gesamtes Weingeschäftsmodell auf einem hohen Preisniveau – vor allem für abgefüllte Flaschenweine unter bekannten Marken - ausgerichtet ist. Gerade Australien diskutiert eine deutliche Einschränkung der Produktion in den nächsten 2-4 Jahren um u.a. bis zu 20 % durch Rodung von Rebflächen, um die eigene Erzeugung und die Absatzmöglichkeiten der eigenen Weine auf einem noch profitablen Preisniveau auszutarieren. Auch in Neuseeland wird über erste Rodungen und die Umstellung auf Kiwi-, Zitrus- oder Apfelanbau diskutiert, um die in den letzten Jahren zu euphorischen Erwartungen und daraus folgenden Investitionsentscheidungen durch die Anlage von Weinbergen wieder zu korrigieren.

Insgesamt zeigt sich der internationale Weinmarkt in einer eher aufgeregten und vor tiefgreifenden Umbrüchen stehenden Phase. Die restriktiven Auswirkungen der Wirtschaftskrise stehen in einem krassen Widerspruch zu den euphorischen Expansionsperspektiven der neuen Weinerzeugerländer in Übersee und erzwingen kurzfristige Korrekturen.

2. Der Weinmarkt in Europa

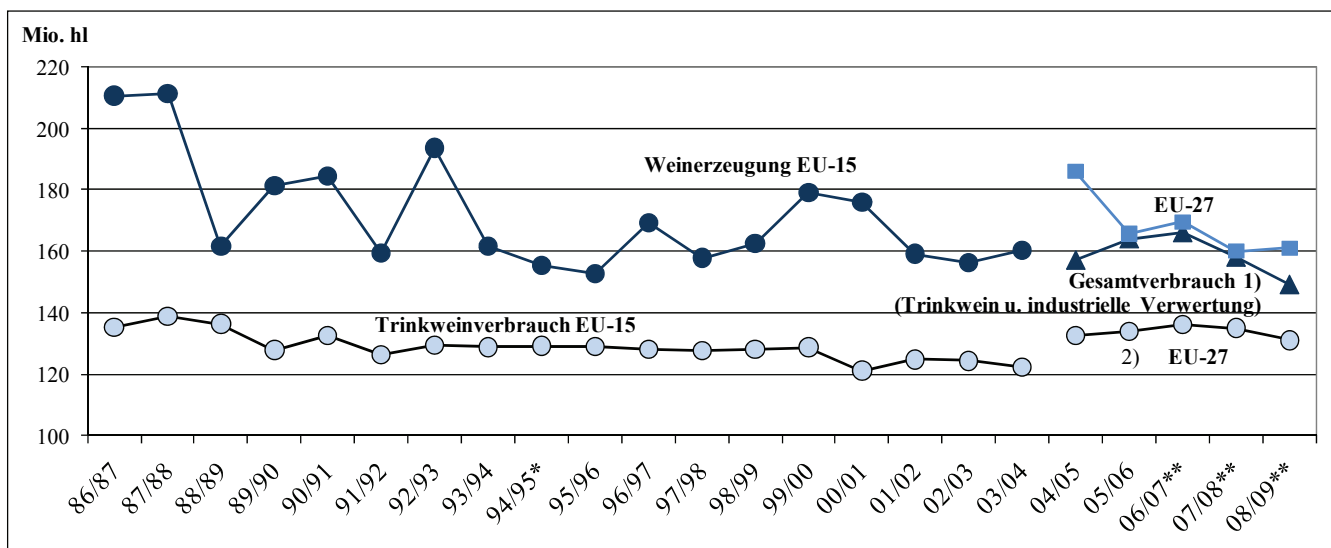
Nach Jahren relativer Ruhe, in der auch die Konturen und wesentlichen Eckpfeiler der neuen Weinmarktordnung und Weinpolitik entwickelt wurden, haben sich im Jahr 2009 die Verhältnisse geändert. Es werden aus vielen Regionen – vor allem denen mit auf Massenproduktion orientierten Genossenschaften in Süditalien, Südfrankreich und Spanien – schon wieder Krisendestillationen mit europäischer Subvention und z.T. nationalen Ergänzungen gefordert. Die in den letzten 12 Monaten stark gefallen Erzeugerpreise auf Grund der zurückhaltenden Einkäufe der großen Abfüller und Händler – vor allem in den volumenstarken Importländern wie Deutschland, Großbritannien und USA, aber auch Russland und Japan – setzen die wichtigsten europäischen Weinproduzenten zunehmend unter Druck. Vor allem der parallel verlaufende Rückgang des Konsumvolumens nicht nur hochwertiger, sondern auch einfacher Tisch- und Tafelweine in Frankreich und Italien führen in Europa zu einem Rückgang des gesamten Verbrauchsvolumens, weil die in früheren Jahren kompensierende Expansion des

Weinkonsums in England, Deutschland und Skandinavien gegenwärtig nicht zum Ausgleich der Rückgänge in Südeuropa ausreicht. Wenn auch das Geschäft in den wichtigsten Ländern mengenmäßig überwiegend auf Vorjahresniveau verläuft, ist der Rückgang des Absatzes hochwertiger Weine und die zurückhaltende Einkaufspolitik der großen Abfüller für die Preissenkungen und den Preisdruck auf den Fassweismärkten verantwortlich.

Aus Sicht der großen Abfüller ist die Gefahr der Lagerbestandsabwertung in der gegenwärtigen Marktlage auf Grund der großen Unsicherheiten durch die allgemeine Wirtschaftskrise nachvollziehbar, denn ihre Margen reichen nicht aus, um 20- oder 30prozentige Lagerbestandsabwertungen auszugleichen. Die Erfahrung früherer Jahre, durch überbeuerte Lagerbestände Liquidität und Existenzfähigkeit zu verlieren, haben die großen Importeure – ob Sekt- oder Weinkellereien – zu einer immer kurzfristigeren Einkaufs- und Lagerhaltungspolitik geführt. Aus Sicht der einzelnen Unternehmen ist diese Strategie nachvollziehbar und sinnvoll, während sie im Gesamtmarkt gleichzeitig weiteren Druck auf die Fassweinpreise auslöst.

Aus den oben genannten Gründen wird der im Jahr 2008/2009 wieder entstandene Überschuss zwischen Weinerzeugung und Gesamtverbrauch erklärbar. Gleichzeitig wurde in den letzten Jahren die Marktentlastungsdestillation mit Hilfe von Finanzmitteln der EU zurückgefahren und damit die Differenz zwischen Trinkweinverbrauch und Gesamtverbrauch verringert (Abb. 4).

Abbildung 4. Weinerzeugung und Weinverbrauch in der EU-15 (27)



* bis 94/95 EU-12, ** Schätzungen, 1) die industrielle Verwertung besteht u. a. aus (grobe Schätzung): ca. 5 Mio. hl für Cognac, 1,5 Mio. hl für Weinessig, 8-12 Mio. hl Brandy, 5 Mio. hl RTK ; 2) Erweiterung von 15 auf 27 Mitgliedstaaten

Quelle: KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN UNION

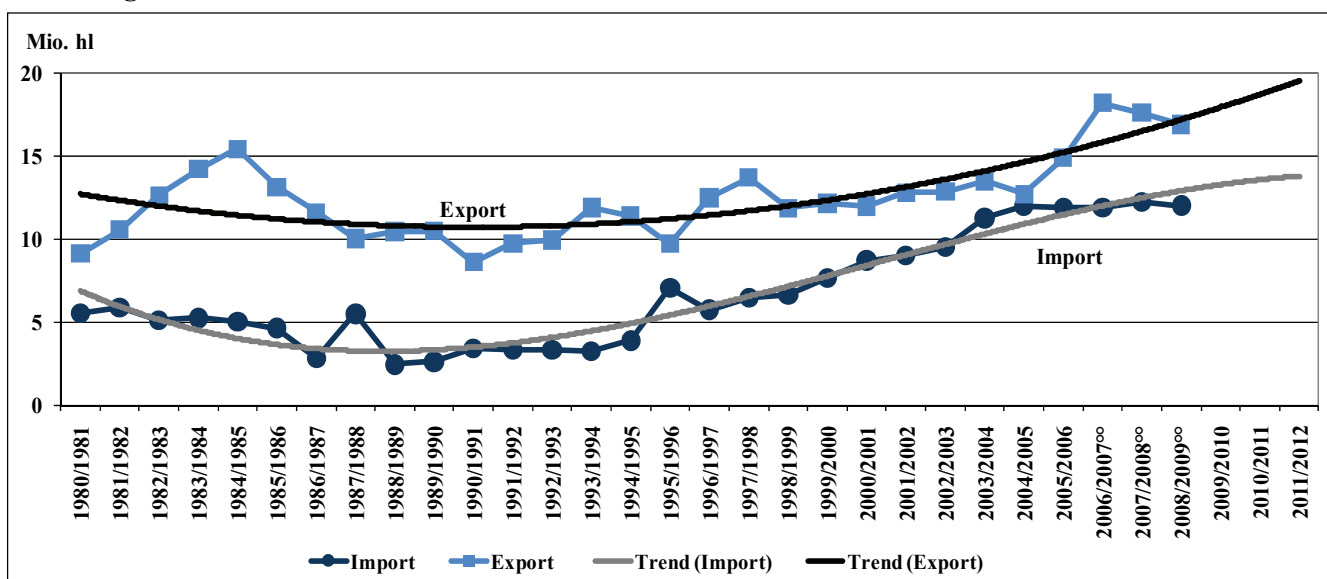
Während die Volumen der Ex-EU-Importe weitgehend stagnieren und damit die lange Erfolgsphase der Überseeländer beim Export ihrer Weine nach Europa in einer schon länger anhaltenden Stagnationsphase mündeten, konnten die Europäer von 2004/2005 bis 2007 ihr Exportvolumen deutlich steigern.

Besonders erfolgreich im Export waren Spanien und Portugal natürlich auf Grund ihrer außerordentlich niedrigen Fassweinpreise, während die Weinexporteure aus Frankreich zunehmend Volumen abgeben mussten. Ein Teil des Exporterfolges kam durch die Öffnung des russischen Marktes für die Weine aus der ganzen Welt auf Grund des Importstops für Weine aus Georgien und Moldawien zustande. Darüber hinaus nahm aber auch der amerikanische Markt zunehmend Importe aus Europa auf. Auch nach Deutschland wurden bis zum Jahr 2008 immer größere Mengen aus den Nachbarländern importiert, um dort abgefüllt und wieder reexportiert in die europäischen Nachbarstaaten, vor allem nach Holland, Polen und Skandinavien, geleitet zu werden (Abb. 5).

Anscheinend trifft die gegenwärtige Wirtschaftskrise die Weinwirtschaft von Frankreich besonders hart, wie die neuesten Meldungen für das Wirtschaftsjahr 2008/2009 andeuten, nachdem der mengenmäßige Absatz um 12 % und der Wert des Absatzes von Wein und Champagner aus Frankreich um 18 % gefallen sind. Besonders starke Einbußen erlitten dabei vor allem die höherwertigen AOC-Weine, die international auch in mittleren und höheren Preissegmenten vermarktet wurden.

Neben Champagner sind hier vor allem hochwertige Rotweine aus dem Bordeaux, dem Burgund, dem Rhonetal und die höherwertigen Weißweine aus dem Chablis betroffen. Die Kaufzurückhaltung beispielsweise englischer und amerikanischer Importeure treffen die über die letzten 30 Jahre sehr erfolgreichen Weinherkünfte besonders hart, weil sie in der jungen Businessszene rund um die Welt als ‚In-Getränke‘ galten, mit denen man im gesellschaftlichen Umfeld den eigenen wirtschaftlichen Erfolg demonstrierte. An herausragender Stelle steht hier vor allem die Champagne, in der die Winzer in der Kampagne 2008 noch bis zu 14 000 kg pro Hektar ernten und dafür Preise zwischen 5 und 6 Euro pro kg erzielen konnten. Der lang anhaltende Erfolg der Erzeugung und internationalen Vermarktung von Champagner, dessen Erzeugung von um die 12 000 ha in den 70iger Jahren auf über 32 000 ha Rebfläche in den letzten Jahren angewachsen ist, wurde in den letzten beiden Jahren gestoppt. Um die Finanzierung des Lagerbestandes der Champagnerhäuser zu entlasten, wurde der zulässige Hektarertrag für das Jahr 2009 auf 9 700 kg reduziert. Durch diese Maßnahme wird versucht, den Preisdruck auf den Absatz von Champagner in der eigenen Region zu reduzieren. Gleichzeitig ist aber international eine Preisaktionswelle für Champagner zu erkennen, weil sich die Importhäuser, Groß- und Einzelhändler, aber auch Spitzengastronomen von ihren hohen Lagerbeständen an Champagner trennen und sie in ‚flüssige Mittel‘ umwandeln wollen oder müssen.

Abbildung 5. EU-Weinaußenhandel



Quelle: KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN UNION

In Frankreich wird von einer breiten Wirtschaftskrise in der Weinwirtschaft gesprochen, die neben den nachhaltigen strukturellen Defiziten aus der Vergangenheit zusätzlich auch durch die aktuellen Absatz- und Umsatzeinbußen auf den internationalen Märkten verschlechtert wurde. Dies hat in Frankreich zu einer breiten Diskussion über das französische Reglement für die Weinerzeugung ebenso geführt, wie über die Strukturen von produzierenden und vermarktenden Unternehmen. Der über viele Jahre anhaltende Erfolg in der Vermarktung französischer Weine auf den internationalen Märkten auf häufig hohem und überhöhtem Preisniveau hat den schon lang erkennbaren strukturellen Anpassungsbedarf verdeckt, der in der gegenwärtigen Situation Handelshäuser, Kooperativen und vor allem die Traubenerzeuger besonders hart trifft.

Die allgemein anpassungsfähigere italienische Weinwirtschaft fordert durch ihre politisch starken Genossenschaften das forcierte Eingreifen des italienischen Staates und der europäischen Gemeinschaft zur Abwendung eines noch drastischeren Preisverfalls.

Gleichzeitig findet in Europa in den weinerzeugenden Ländern eine breite Diskussion über die Folgen der Reform der Weinmarktordnung in den Jahren 2006 bis 2008 statt. Mit der Renationalisierung der Budgets für die Weinwirtschaft und Eröffnung von nationalen Freiheiten hinsichtlich der Verwendung von Brüssel bereitgestellten Mitteln entsteht ein innerer Wettbewerb um die sinnvollsten Maßnahmen. Die generell auf Export angewiesenen Weinsektoren in Frankreich, Italien und Spanien richten sich auf die neuen Herausforderungen aus. In den meisten Ländern wurde vor allem ein sehr großes Budget zur forcierten Förderung des Exportes ihrer Weine in Drittländer – also außerhalb der Europäischen Union – vereinbart. Ob in Anbetracht der gegenwärtigen internationalen Wirtschaftskrise diese Maßnahmen eine hohe Effizienz zeigen, bleibt abzuwarten. Mit Sicherheit kann erwartet werden, dass auf den außereuropäischen Märkten ein verschärfter Kommunikationswettbewerb zwischen den großen Weinerzeugerländern stattfindet. So werden u.a. in Ländern wie Japan, USA, aber auch China und Russland erhebliche Budgets zur Präsentation der Weine aus Frankreich, Italien und Spanien eingesetzt. Gleichzeitig bemühen sich aber auch die großen Markenunternehmen aus Australien und den USA, in den gleichen Ländern ihren Absatz zu forcieren. Der staatlich geförderte Kommunikationswettbewerb zur Präsentation der

Weine aus den großen Erzeugerländern hat begonnen. Es ist abzuwarten, wann dieses Thema zu bilateralen Konflikten und Importrestriktionen führt. Die in Schwierigkeiten geratene kalifornische Weinwirtschaft wird sich sicherlich einen mit staatlichen Finanzmitteln forcierten Werbeauftritt europäischer Weinanbieter in den USA nicht bieten lassen.

Neben den aktuellen Marktproblemen wird über die Umsetzung der Kennzeichnung der aus engeren Herkunftsländern stammenden Weine in Europa diskutiert. Die Vorschläge der Europäischen Kommission zur Reform der Weinmarktordnung mit einer Anpassung des Weinkennzeichnungssystems an das international übliche Kennzeichnungssystem von Lebensmitteln durch den Schutz besonderer Qualitäten aus engeren Herkunftsländern oder mit spezifisch geschützten Ursprungsbezeichnungen dürfte den romanischen Weinerzeugern wie Frankreich, Italien, Spanien, Portugal und Griechenland keine großen Probleme bereiten. Ihre AOC- und DOC-Regelungen entsprechen weitgehend diesem System. Demgegenüber haben vor allem Deutschland, Luxemburg und Österreich ihre Weinkennzeichnung nur teilweise dem romanischen System angepasst, und insbesondere in Deutschland steht die heimische Weinerzeugung unter dem Druck der internationalen Anbieter.

Mit der formalen Überführung des geltenden Weinbezeichnungsrechts in neue Kennzeichnungskategorien im Laufe des Jahres 2009 wurde ein gleitender Übergang mit weitgehender Beibehaltung des auf Anbaugebiet und Lagen konzentrierten deutschen Weinkennzeichnungssystems gewählt. Diese rechtliche Lösung hat einen kurzfristigen Konflikt vermieden und ist damit zu begrüßen. Die heimische Weinwirtschaft hat nun Zeit, sich mit einem neuen Kennzeichnungssystem auseinander zu setzen und vor allem das Verhältnis zwischen gesetzlich geregelten Kennzeichnungen (Kategorien) und firmenspezifischer Kennzeichnung (Erzeuger und Marken) zu klären.

Im Rahmen der Reform der Weinmarktordnung wurde zusätzlich beschlossen, die oenologischen Verfahren (Verfahren zur Herstellung von Wein) auf internationaler Ebene auf die Internationale Organisation für Rebe und Wein (OIV) zu verlagern und damit einen europäischen Alleingang zu vermeiden. Mit dieser Entscheidung wurde die OIV deutlich aufgewertet. Sie wurde aber auch animiert, schneller zu einer internationalen Klärung zu gelangen, um künftig bilaterale Abkommen zwischen Europa und außereuropäischen Weinerzeugerländern zu vereinfachen oder

weitgehend zu vermeiden. Als besonderes aktuelles Beispiel dieses Klärungsbedarfs ist die jüngste Resolution der OIV zur Anwendung und zum Umfang von Entalkoholisierung von Wein hervorzuheben. Gerade die Länder in Übersee hatten in den letzten Jahren mit immer höheren Alkoholgehalten zu kämpfen und stießen dabei zunehmend auf Abneigung der Verbraucher, weil Weine mit Alkoholgehalten von 14 und 15 Volumenprozent nicht zum regelmäßigen Konsum geeignet sind. Demgemäß suchen sie Verfahren, mit denen die auf Grund der Witterung entstehenden hohen Alkoholgehalte reduziert werden können und sie auf ein für den Verbrauch angemessenes Niveau zwischen 12 und 13 Volumenprozent einstellen zu können. Die europäische Kommission signalisiert mit diesem Vorgehen ihre Bereitschaft zur Öffnung und Liberalisierung des europäischen Weinmarktes.

3. Der Weinmarkt in Deutschland

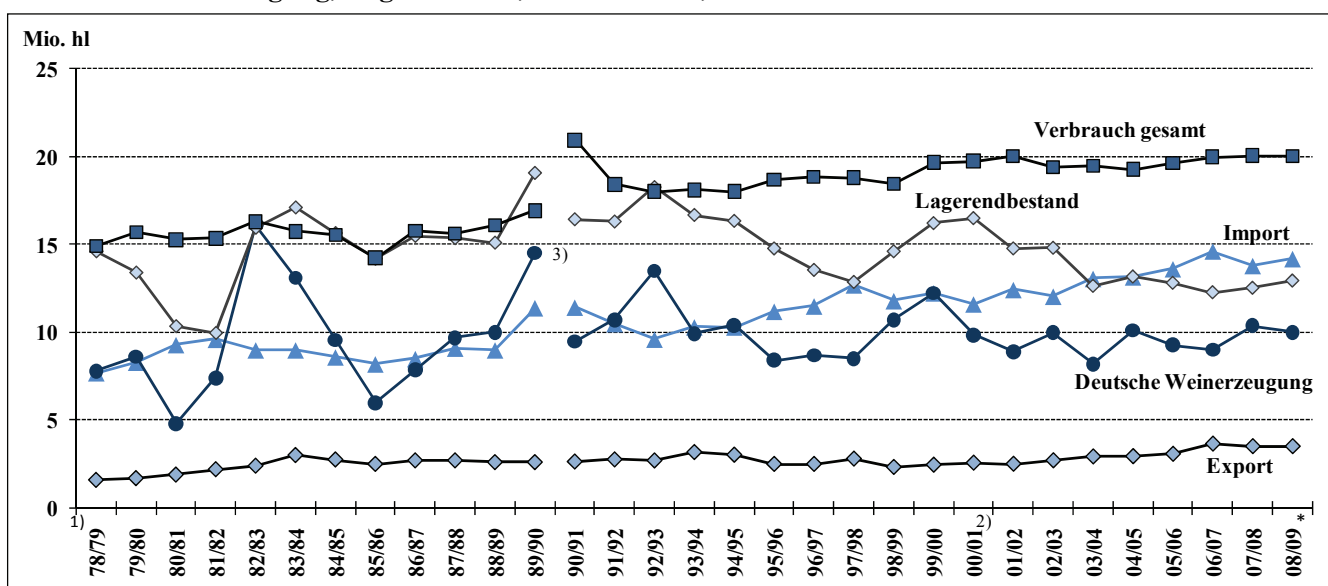
Mit 8,88 Mio. hl ist die gerade abgeschlossene Weinernte in Deutschland bei gleichzeitig außergewöhnlich hoher Qualität marktgerecht und entlastet die oben beschriebenen Tendenzen im internationalen Markt. Nach allen vorliegenden Daten hat sich der Weinverbrauch – zumindest mengenmäßig – in Deutschland nicht wesentlich verändert, wenn auch die großen Handelsforschungsinstitute wie GfK und Nielsen aus dem Handel leichte Rückgänge im Bereich von

1 bis 3 % der mengenmäßigen Nachfrage melden. Derartige Rückgänge sind in der gegenwärtigen allgemeinen Verbraucherverunsicherung nicht als besonders gravierend einzustufen, zumal sie in Deutschland mit einer Steigerung der Wertschöpfung einhergehen, weil die Verbraucher für die gekaufte Menge leicht höhere Preise gezahlt haben (DWI, 2009). Damit bleibt der Gesamtumsatz von Wein im Handel nach Angaben von GfK und Nielsen weitgehend auf Vorjahresniveau. Die Lagerbestände sind gegenüber früheren Jahren auf das handelsübliche Niveau abgeschmolzen und bereiten nur in einigen wenigen Regionen lokale Schwierigkeiten. Der Import von Wein hat im Jahr 2008/2009 gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum leicht zugelegt, wobei ein zunehmender Teil dieser Importe in den Re-Export geht (Abb. 6).

Der Sektverbrauch ist in Deutschland nach Angaben des deutschen Sektverbandes in den letzten Monaten wieder leicht gestiegen, zumindest ist kein starker Einbruch zu verzeichnen. Auch der Import von Champagner hat nicht den englischen oder amerikanischen Verhältnissen vergleichbare Einbrüche zu verzeichnen, wenn er auch um ca. 10 % zurückging.

Der Verbrauch von Stillweinen (ohne Sekt) vollzog in den letzten Jahren keinen tiefgreifenden strukturellen Wandel. Danach ist die Umstellung des Konsums von Weiß- auf Rotweine nach den gegenwärtigen Daten als weitgehend abgeschlossen einzustufen. Im letzten und auch in diesem Jahr (2009) nahm der

Abbildung 6. 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

Quelle: DEUTSCHER WEINBAUVERBAND (2009): Weinmarktbilanz, Bonn und * eigene Schätzung

Konsum von Roséweinen leicht zu und Weiß- und Rotweine mussten beide kleine Rückgänge in Kauf nehmen. Allerdings handelt es sich hier um Marktanteilsverschiebungen im 1%-Bereich, die mehr oder minder als kurzfristige Effekte – möglicherweise initiiert durch große Aktionen von Discontern – einzustufen sind.

Der Wandel in der Konsumentenpräferenz von Weiß- zu Rotwein kann damit als struktureller Wandel und nicht als Modeeffekt eingeordnet werden (Abb. 7). Er ist für die deutschen Erzeuger von besonderer Bedeutung, weil nach wie vor große Teile der heimischen Weinerzeugung weiter auf einen neuen Weißweinboom hoffen und deswegen sich in ihrer eigenen Erzeugungsentscheidung noch nicht nachhaltig genug auf die Rotweinnachfrage eingestellt haben. Dennoch sind deutsche Rotweine mit einem Marktanteil von ca. 35 % der Handelseinkäufe als Marktführer einzustufen – allerdings konzentriert auf das Preissegment unter 5 €/l. Im Premiumsegment der Rotweinwelt sind deutsche Rotweine aus der Rebsorte Spätburgunder zwar vorhanden und genießen bei Experten eine durchaus gute Anerkennung – vor allem wegen ihres günstigen Qualitäts-Preis-Verhältnisses, konnten aber in der breiten Handelslandschaft und in der Fachpublizität auf Grund mangelnder Verfügbarkeit und fehlenden breiteren Angebotes noch nicht zu höheren Marktanteilen gelangen.

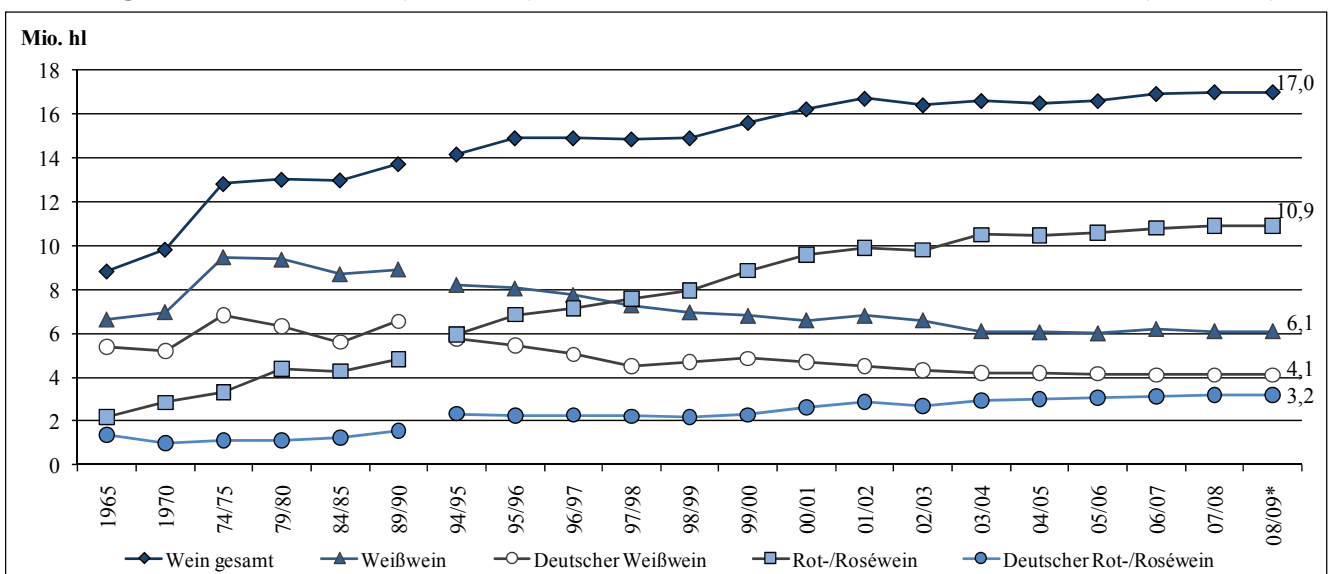
Die vom Verband der Prädikatsweinerzeuger (dem Verband der Topwinzer in Deutschland) initiierten Aktivitäten zur Profilierung höherer Qualitäten konzentrieren sich im Wesentlichen auf die Profilie-

rung von Weißwein und hier vorrangig aus der Rebsorte Riesling. Ein großer Teil der darin zusammengeschlossenen Erzeuger stammt aus traditionellen Rieslingregionen. Insofern forcieren sie weiterhin im Premiumsegment die Etablierung von hochwertigen Rieslingweinen im In- und Ausland und vernachlässigen das Engagement in dem weitaus größeren Segment hochwertiger Rotweine.

Der Außenhandel mit Wein nimmt in Deutschland eine immer größere Bedeutung ein. Deswegen ist die genaue Betrachtung der Importentwicklung und -struktur ebenso wichtig, wie die nähere Analyse des Exports von Wein aus Deutschland. Die Importe sind vor allem zwischen Flaschen- und Fassweinimporten zu differenzieren, um auch die langfristige strukturelle Entwicklung zwischen diesen beiden Kategorien näher zu beobachten.

Dabei wird deutlich, dass die Flaschenweinimporte in den letzten Jahren nicht wesentlich zulegen konnten – weder für Rot- noch für Weißweine. Vor allem die Importe von abgefüllten Rotweinen sowohl in der Kategorie der Qualitätsweine wie auch der Tafelweine dominieren. Der Rückgang der Qualitätsweinimporte in Flaschen seit dem Jahr 2000 und der gleichzeitig festzustellende Anstieg der Tafelweinimporte von Rot- und Roséweinen in Flaschen zeigt die langfristigen Umstellungen im Sortiment und die relativ geringe Marktbedeutung der generellen Unterscheidungen zwischen ‚Qualitätsweinen bestimmter Anbaugebiete, AOC- und DOC-Weinen‘ einerseits und Tafelweinen andererseits. Wenn künftig auf Grund der neuen EU-Weinrechtsregelungen für Tafel-

Abbildung 7. Weinverbrauch (ohne Sekt) in Deutschland nach Weinarten und Herkunft (in Mio. hl)



* Schätzung

Quelle: DEUTSCHER WEINBAUVERBAND und eigene Berechnungen

weine auch die Angabe von Rebsorte und Jahrgang möglich sind, ist sowohl bei den Fassweinen als auch bei den Flaschenweinen mit einem weiteren Anstieg der Tafelweine oder der künftigen Weinkategorie ohne engere Herkunftsangabe zu rechnen (siehe Abb. 8).

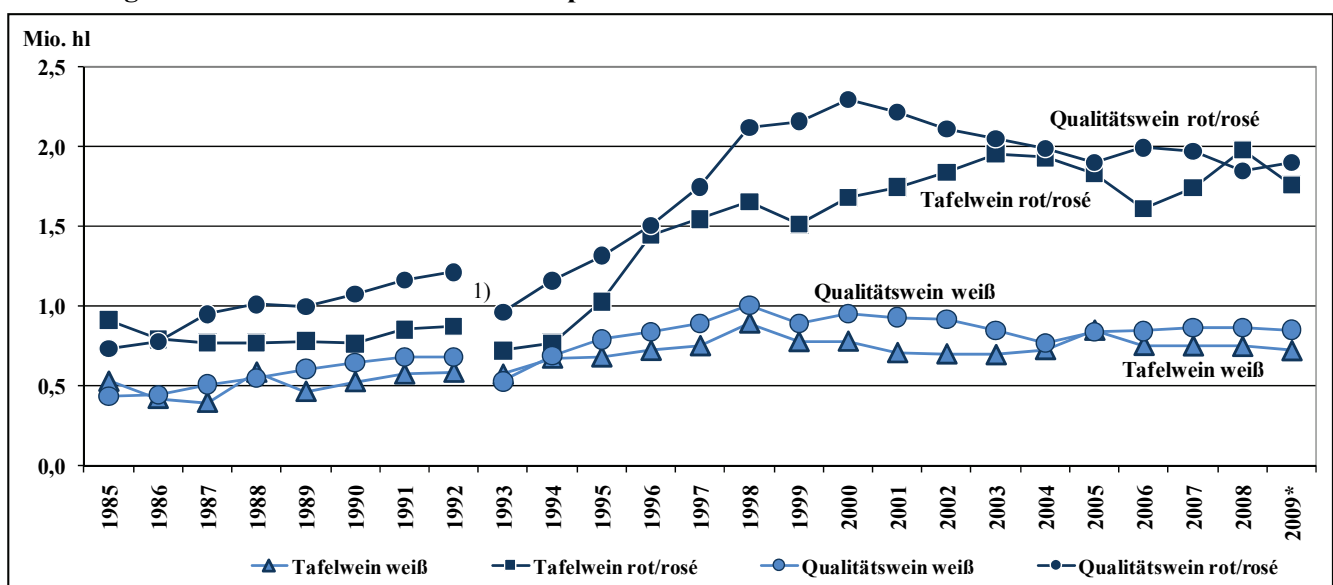
Als besonders dynamisch stellt sich der Fassweinmarkt heraus, wenn auch in den Jahren 2008 und 2009 Einbußen hinzunehmen waren. Die Entwicklung der Fassweinimport zeigt in den letzten Jahren eine besondere Dynamik durch das Wachstum vor allem der importierten Weißweine im Fass, womit auch der Preis-Wettbewerb zu der heimischen Erzeugung erkennbar wird. Nach den starken Zuwächsen in den Jahren 2006 und 2007 auf Grund der knappen heimischen Erzeugung ging der Import von Tafelwein in der Kategorie der Weißweine im Fass im Jahr 2008 wieder leicht zurück, weil sich die Weißweinpreise in allen europäischen Ländern in den untersten Preiskategorien durch die witterungsbedingte Verknappung deutlich erhöht hatten und mit dem Jahrgang 2008 in Deutschland eine breite Marktversorgung sichergestellt war. Qualitätsweine spielen bei den Fassweinimporten kaum eine Rolle, u.a., weil viele Qualitätsweinregelungen in den verschiedenen Anbaugebieten eine Abfüllung ihrer Weine außerhalb ihrer Region nicht zulassen.

Während in der Zeit bis zum Jahr 2001 die importierten Tafelweißweine überwiegend in die Herstellung von Markensekten in Deutschland gingen, ist der Zuwachs an Tafelweißweinimporten seit 2003 vor allem der breiten Marktversorgung in den unter-

ten Preiskategorien u.a. durch preiswerte Weine (nicht in Flaschen, sondern in TetraPack-Gebinden) zu erklären. Weißweinangebote im Preis unter 1 Euro pro Liter im TetraPack eröffnen einkommensschwachen Konsumschichten auch den Weinkonsum. Die Ausweitung des Weingeschäftes der Discounter mit derartigen Angeboten bringt auch die heimische Weißweinerzeugung unter Druck, weil die Abfüllung in Deutschland durch heimische Kellereien den Discountern qualitätssteigernde Auflagen ermöglichen. Die Kellereien unterwerfen sich den Qualitätsmanagementregeln der großen Discounter und erfüllen damit eine deutlich qualitätssteigernde Politik der Discounter.

Die gestiegenen Importe von Tafelrotwein im Fass gingen fast ausnahmslos in die direkte Abfüllung in Deutschland und in den Trinkweinverbrauch im In- und Ausland (Abb. 9). Bei Importpreisen für diese Fassweine, ob als Weiß- oder Rotwein, im Preisbereich zwischen 40 und 60 Cent pro Liter fällt es der heimischen Weinerzeugung in beiden Kategorien schwer, wirtschaftlich mitzuhalten. Die nachhaltige Erzeugung auch von preiswerten Weinen in Deutschland erfordert ein Preisniveau von mindestens 80 Cent pro Liter, um für zukunftsorientierte Investitionen attraktiv zu bleiben. Allerdings führt der internationale Preisdruck im Fassweinmarkt auch in Deutschland zu einem forcierten Strukturwandel zu immer größeren und professionelleren Fassweinerzeugern, die sich gleichzeitig auf Grund der begrenzten Preisgestaltung auf ein konsequentes Kostenmanagement

Abbildung 8. Volumen der Flaschenweinimporte nach Deutschland



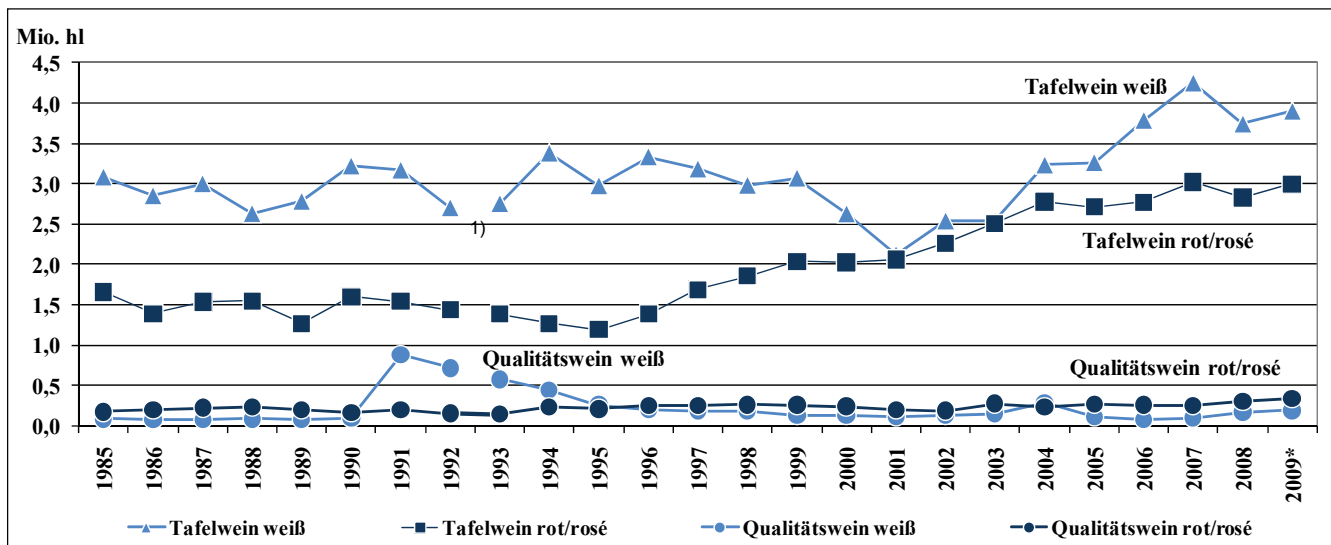
1) Umstellungseffekt der statistischen Erfassung durch den Wegfall der Importformalitäten an den Grenzen (Einführung des Binnenmarktes)
 Quelle: STATISTISCHES BUNDESAMT, Außenhandel, Fachserie 7, und eigene Schätzungen für 2009

in der Traubenerzeugung und Weiterverarbeitung konzentrieren. Dabei ist die Vergrößerung ihres Produktionsvolumens und die Anstellung von Saisonarbeitskräften ein wesentlicher Teil ihrer strategischen Ausrichtung.

Der Export aus Deutschland hat im Weingeschäft in den letzten 10 Jahren einen tiefgreifenden strukturellen Wandel erfahren (siehe Abb. 10). Während früher der Export von heimischem Weißwein dominant war, hat sich aufgrund der guten Absatzmöglichkeiten bis

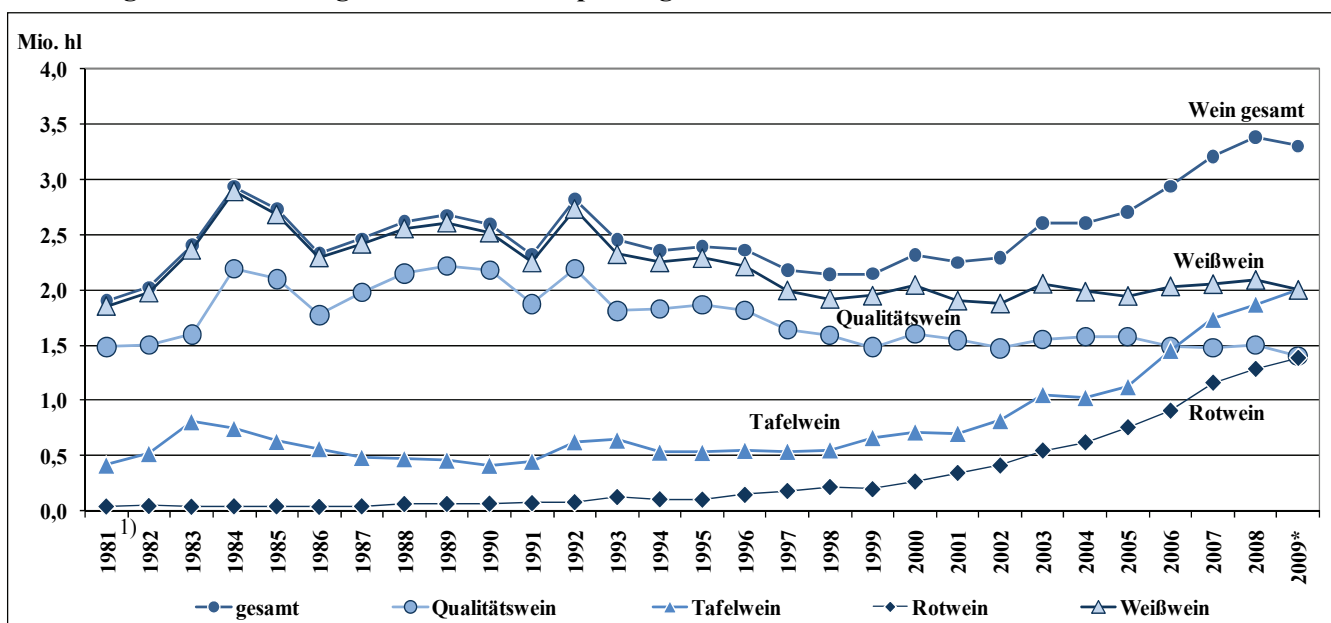
zum Sommer 2008 in die USA der Absatz deutscher Weißweine auf einem konstanten Niveau von um 2 Mio. Hektolitern halten lassen. Gleichzeitig konnte der Exportwert durch die Verlagerung der Exporte von dem preisaggressiven Markt Großbritannien zu dem preisstabileren Markt USA deutlich gesteigert werden. An dieser Steigerung war vor allem der Export von höherwertigen Rieslingweinen beteiligt und hat damit die Marktposition von Riesling im amerikanischen Markt wieder verbessert.

Abbildung 9. Volumen der Fassweinimporte nach Deutschland



1) Umstellungseffekt der statistischen Erfassung durch den Wegfall der Importformalitäten an den Grenzen (Einführung des Binnenmarktes).
 Quelle: Statistisches Bundesamt, Außenhandel, Fachserie 7, und eigene Schätzung für 2009*

Abbildung 10. Entwicklung deutscher Weinexporte: gesamt, Qualitätswein, Tafelwein, Rot- und Weißwein



1) 1981-1982: nur bis 13% vol. Alkohol, ab 1983: bis 15 % vol. Alkohol -
 Quelle: STATISTISCHES BUNDESAMT, Außenhandel, Fachserie 7, und eigene Schätzung für 2009*

Parallel zu dieser im Volumen und im Wert kleinen Verschiebung im Export deutscher Weine haben sich die großen Exporteure auf eine Ergänzung ihrer Sortimente mit internationalen Weinen verlagert und damit u.a. die großen Marken wie ‚Black Tower‘ und ‚Blue Nun‘ im Sortiment sowohl um Weißweine als auch vor allem um Rotweine aus anderen europäischen und zum Teil aus überseeischen Ländern erweitert. Deswegen ist in den letzten 10 Jahren der Rotweinexport von wenigen Millionen Litern auf ca. 1,4 Mio. hl angestiegen. Einher damit ging der Export von Tafelwein, weil der überwiegende Teil dieser Weine in der Kategorie der Tafelweine angeboten und von Verbrauchern in den anderen europäischen Ländern akzeptiert wurde. Der Strukturwandel in den Sortimenten der Exporteure signalisiert ihre strategische Ausrichtung mit einer Entkopplung der Verantwortung für die Vermarktung heimischer Weine und einem zunehmen unternehmensspezifischen Engagement zur Profilierung ihrer Marken mit einem breiten internationalen und für die Verbraucher der Zielländer bekannten Rebsortensortiment. Da die „Big Five“-Rebsorten in diesen Ländern den Markt dominieren, haben es heimische Rebsorten wie Spätburgunder, Dornfelder bei den Rotweinen oder Weißweine aus den Rebsorten Müller-Thurgau und Riesling besonders schwer, lediglich Grauburgunder in der Kennzeichnung als Pinot Grigio lässt sich auch aus heimischer Erzeugung im Ausland problemlos vermarkten.

Im heimischen Markt haben sich unter den deutschen Weinen vor allem die Rotweine als besonders erfolgreich erwiesen – allen voran die vor 20 Jahren nahezu unbekannten Rotweine aus der Rebsorte Dornfelder, die vor allem in Rheinland-Pfalz angebaut und vermarktet werden. Sie haben sich als besonders verbraucherakzeptiert im Preisbereich unter 4 Euro pro Flasche erwiesen und damit als die Kategorie herausgestellt, die den Marktanteil deutscher Weine

im heimischen Markt wieder verbessert. Neben einigen hochwertigen Rieslingweinen in der Spitzengastronomie und im Fachhandel sind es vor allem die preiswerten Rotweine im Lebensmittelhandel, die die Akzeptanz deutscher Weine in breiten Verbraucherschichten erhöhen. Selbstverständlich haben deutsche Weißweine in Deutschland mit nahezu 50 % Marktanteil in ihrer Kategorie noch eine dominante Stellung und eine breite Verbraucherakzeptanz. Dennoch zeigt sich das Weißweinsegment, insbesondere unter Berücksichtigung der preiswerten Importe aus anderen Ländern, nicht als Wachstumssektor. Es zeigt sich der steigende Absatz von Rotwein als Hinweis darauf, dass mit engagierter und segmentspezifischer Produktpolitik die Marktanteile der heimischen Erzeuger im heimischen Markt wieder verbessert werden können.

Literatur

- BRAGER, D. (2009): United States: the wine market evolves as a result of the economic crisis. In: EuroWine 43: 10
DEUTSCHER WEINBAUVERBAND (2008): Weinmarktbilanz. Bonn.
DWI (Deutsches Weininstitut) (2009): Deutscher Wein: Markt. Mainz, Nr. 3.
ORGANISATION FÜR REBE UND WEIN (OIV) (versch. Jahre): www.oiv.int/Statistik.
KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN UNION (2007): <http://www.ec.europa.eu/agriculture/markets/wine>.
STATISTISCHES BUNDESAMT (versch. Jahre): Außenhandel. Fachserie 7. Wiesbaden.

Autor:

PROF. DR. DIETER HOFFMANN

Forschungsanstalt Geisenheim

FG für Betriebswirtschaft und Marktforschung
von-Lade-Str.1, 65366 Geisenheim

E-Mail: d.hoffmann@fa-gm.de