

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Carina Konrad, Frank Sitta,
Dr. Gero Clemens Hocker, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP
– Drucksache 19/23659 –**

Auswirkungen der Weinrechtsnovellierung auf die deutsche Weinwirtschaft

Vorbemerkung der Fragesteller

Eine neue Weingesetzgebung muss nach Ansicht der Fragesteller zu mehr Transparenz für den Kunden führen. Für die Winzerinnen und Winzer ist der Kunde König. Deshalb ist es auch in ihrem Interesse, durch eine einfache und verständliche Weinkennzeichnung für eine hohe Verbraucherakzeptanz zu werben. Deutsche Weine sind zudem Exportschlager. Deshalb ist auch für die Vermarktung über die Ländergrenzen hinaus ein klares Weinbezeichnungsrecht die Grundlage dafür, unsere guten Weine mit einer hohen Wertschöpfung international zu platzieren. Denn von starken Winzerinnen und Winzern leben nicht nur die Weinbaufamilien und ihre Mitarbeiter selbst, sondern ganze Regionen. Weinberge prägen das Gesicht der Weinlandschaften und beflügeln den Tourismus in den Weinregionen Deutschlands. Corona und das veränderte Reiseverhalten der Menschen sind nach Ansicht der Fragesteller eine Chance für die Gleichwertigkeitsbeschleunigung dieser Regionen.

Die Parteien der Regierungskoalition haben in ihrem Koalitionsvertrag zur 19. Legislaturperiode des Deutschen Bundestages eine Änderung des Weinbezeichnungsrechts mit dem Ziel einer qualitätsorientierten Herkunftsprofilierung vereinbart. Nach mehrfacher Verschiebung hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) dem Bundeskabinett am 19. August 2020 einen Entwurf zum neuen Weingesetz vorgelegt. In einem zeitlich sehr kurz anberaumten Gesetzgebungsverfahren soll bis zum Jahresende 2020 das Weingesetz vom Deutschen Bundestag und vom Bundesrat verabschiedet werden, da darin der Prozentsatz für Neuanpflanzungen von Weinreben für die kommenden Jahre festgelegt werden muss. Neben den Anpassungen im Weingesetz beabsichtigt das BMEL auch eine Änderung der Weinverordnung, die ebenfalls zum Jahresende 2020 abgeschlossen sein soll.

Die Novellierung des Weinrechts wird einerseits mit Anpassungen an das EU-Recht sowie andererseits an das Vorhaben, die Herkunftsprofilierung deutscher Weine deutlicher in den Mittelpunkt zu stellen, begründet. Dieses Ziel unterstützen die Freien Demokraten, denn Absatz und Vermarktung sind entscheidend für die Zukunft der Weinwirtschaft, daher fordern wir, dass dieses Ziel mit der Neufassung des Weinrechts erreicht wird. Im Vorfeld solcher für die Branche weitreichenden Reformen, Marktanalysen und Auswirkungsstudien zu berücksichtigen und diese transparent zu kommunizieren, wäre nach

Ansicht der Fragesteller wünschenswert gewesen. Nur so lassen sich nach Ansicht der Fragesteller wirksame Maßnahmen mit dem Ziel anwenden, die deutsche Weinwirtschaft zu fördern bzw. möglichen Schaden von ihr abzuwenden. In den aktuellen Entwürfen zum Weingesetz und zur Weinverordnung ist nach Ansicht der Fragesteller leider nicht erkennbar, dass die Bedürfnisse der Verbraucher berücksichtigt wurden.

Der Entwurf zur Weinverordnung sieht unter anderem vor, dass bei Verwendung des Namens einer Großlage oder eines Bereichs die Angabe „Region“ bzw. „Bereich“ in Schriftzeichen gleicher Art und mindestens 75 Prozent der Schriftgröße des Bereichs- oder Großlagennamens „stets“ voranzustellen ist. Eine solche Novellierung würde bedeuten, dass die Vorgabe einer Begriffsvorstellung sowohl auf dem gesetzlichen Etikett (Rückenetikett) als auch auf dem Schmucketikett (Vorderetikett) anzuwenden ist. Sollten dadurch Weinproduzenten und Weinvermarkter gezwungen sein, das Schmucketikett zu ändern, bedeutet dies eine Erschwernis für die Weinvermarktung und etablierte Großlagennamen – beispielsweise „Piesporter Michelsberg“ oder „Kröver Nacktarsch“ würden nach Ansicht der Fragesteller eine Markenschädigung erfahren.

1. In welcher Form hat die Bundesregierung im Vorfeld der Diskussion mit den Branchenverbänden der deutschen Weinwirtschaft eine Marktbeobachtung durchgeführt (bitte Datum und Art der Branchengespräche auflisten)?

Die Bundesregierung stand und steht in regelmäßigem Austausch mit allen maßgeblichen Bundesverbänden der deutschen Weinwirtschaft, insbesondere dem Deutschen Weinbauverband (DWV), dem Deutschen Raiffeisenverband (DRV), dem Bundesverband der Weinkellereien und des Weinfachhandels (BVW), dem IHK-Weinausschuss und dem Verband Deutscher Prädikatsweinerzeuger (VDP). Seit der Einberufung eines runden Tisches zur Reform des Weinrechts durch Bundesministerin Julia Klöckner mit Verbänden der Weinwirtschaft am 15. März 2019 haben Vertreter des Ministeriums an zahlreichen Gremiensitzungen (u. a. Fachausschüsse, Arbeitskreise, Vorstandssitzungen) der genannten Bundesverbände teilgenommen und diese über den jeweiligen aktuellen Stand der Weinrechtsnovellierung informiert.

2. Inwieweit wurden die Wünsche der Verbraucher hinsichtlich ihrer Anforderungen zum Kauf deutscher Weine untersucht?

Wurden Marktforschungen durchgeführt?

- a) Welche Marktforschungen wurden durchgeführt?

- b) Wie waren die Fragestellungen, wie waren die Ergebnisse?

Welche Fragestellungen zur erhöhten Transparenz und zur Erleichterung der Kundenentscheidung wurden gestellt?

Welche Fragen zum Konsumverhalten der Käufer inländischer und ausländischer Weine wurden gestellt?

- c) Welche Schlüsse hat die Bundesregierung daraus gezogen?

- d) Wie wurden diese Erkenntnisse in das Weinrecht eingearbeitet?

Die Fragen 2 bis 2d werden gemeinsam beantwortet.

Die Bundesregierung hat alle relevanten Verbände über die anstehende Weinrechtsnovellierung informiert und ihnen sowohl schriftlich wie auch in der Verbändeanhörung Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt. In diesem Zusammenhang hat u. a. der Verein Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e. V. namens

des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv) in seiner Stellungnahme zur Weinverordnung die vorgesehenen Änderungen zur so genannten Großlage als Beitrag zu mehr Transparenz und Klarheit für die Verbraucher begrüßt. Aufgrund dessen und aufgrund einer Vielzahl ohnehin frei verfügbarer Informationen wurde keine gesonderte Marktforschung in Auftrag gegeben.

3. In welchem prozentualen Verhältnis stehen die Absatzmärkte Export, Lebensmitteleinzelhandel, Getränkefachgroßhandel, Fachhandel, Gastronomie und Direktvertrieb beim Verkauf von Weinen aus Deutschland nach Kenntnis der Bundesregierung zueinander (bitte für deutsche und internationale Weine getrennt auführen)?

Im Jahr 2019 betrug die in Deutschland vermarktete Menge an inländischem und eingeführtem Wein 19,45 Mio. Hektoliter (Deutscher Weinbauverband, Trinkweinbilanz 2018/19). Diese setzt sich zusammen aus Off-Trade* (16,05 Mio. Hektoliter) und On-Trade** (3,40 Mio. Hektoliter) (Euromonitor, Passport: Wein in Deutschland, 2020). Dazu kommt noch zusätzlich der Export in Höhe von 4,07 Mio. Hektoliter, der sich aus Ausfuhr von 1,21 Mio. Hektoliter deutschem Wein und 2,86 Mio. Hektoliter ausländischem Wein zusammensetzt (DWI, Deutscher Wein Statistik 2019/20). Wenn man Off-Trade und On-Trade sowie Export addiert, ergibt sich eine Gesamtmenge von 23,53 Mio. Hektoliter.

Was die prozentuellen Verhältnisse der Absatzmärkte betrifft, sind Discounter und der sonstige Lebensmitteleinzelhandel mengenmäßig von großer Bedeutung, während Fachhandel und Ab-Hof-Verkauf eine etwas untergeordnete Rolle spielen. Jedoch muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass aufgrund des höheren Durchschnittspreises in diesen Absatzkanälen der wertmäßige Anteil deutlich höher liegt und beinahe gleichzusetzen ist mit der Wertschöpfung der Discounter. Der online Weinhandel betrug 2019 mengenmäßig lediglich 0,33 Mio. Hektoliter, allerdings hat sich der Anteil aufgrund der Corona-Restriktionen zwischen März und Mai 2020 deutlich erhöht, während im gleichen Zeitraum der Umsatz von Ab-Hof und stationärem Fachhandel beinahe zum Erliegen kam.

Wie die Ergebnisse in der nachfolgenden Tabelle 1 zeigen, profitieren vor allem deutsche Kellereien von dem internationalen Geschäft mit Wein. Der Reexport mit 2,86 Mio. Hektoliter Wein liegt deutlich höher als der Export deutscher Weine und macht im mengenmäßigen Vergleich einen Anteil von 12 Prozent aus, was nach den Discountern und sonstigem LEH der drittichtigste Absatzkanal ist.

* Off-Trade steht für den LEH (Discounter, Edeka, Rewe etc.)

** On-Trade steht für Gastronomie, Hotellerie, Gutsausschank, also den Direktkonsum.

Tabelle 1: Absolute Menge und relativer Anteil von Wein in Bereichen Export, Off- und On-Trade in Deutschland

	Export		Off-Trade				On-Trade	
	Deutsch	Re-export	Dis-counter	sons. LEHs	Fachhandel	Ab-Hof		Online
<i>Absolute Menge</i>								
Deutsch. Wein (Mio. hl)	1,21	---	2,80	2,73	0,74	1,68	0,15	1,53
Ausländ. Wein ⁴ (Mio. hl)	---	2,86	3,42	3,33	0,91		0,18	1,87
Summe (Mio. hl)	1,21	2,86	6,22	6,06	1,65	1,80	0,33	3,40
<i>Relativer Anteil</i>								
Alle Spalten (%)	5 %	12 %	26 %	26 %	7 %	8 %	1 %	14 %
Nur Off- und On-Trade (%)	---	---	32 %	31 %	8 %	9 %	2 %	17 %
Nur Off-Trade (%)	---	---	40 %	39 %	10 %	11 %	2 %	---

Diese Ergebnisse basieren auf den Basiswerten (Gesamtweinmarkt und Export 2019) von Trinkweinsteinbilanz 2018/2019 (Deutscher Weinbauverband, Sonderbericht 2020); auf den Daten (Still- und Schaumweinmarkt, On-Trade) von Euromonitor (Passport: Wines in Germany, 2019) und der Publikation (Off-Trade) von Prof. Dr. Gergely Szolnoki von der Hochschule Geisenheim (Weinkundenanalyse, 2018). Aufgrund nicht vorhandener Informationen wurde der Schaumweinanteil in Off-Trade Absatzkanälen mit jeweils 17 Prozent und im Fall von Fachhandel und Ab-Hof mit 7 Prozent geschätzt. Darüber hinaus wurde eine Schätzung für den Anteil deutscher und ausländischer Weine in Off- und On-Trade verwendet – diese Schätzung basiert auf den Ergebnissen von DWI (Deutscher Wein Statistik 2019/20) und verwendet den Mittelwert von 45 Prozent deutsche und 55 Prozent ausländische Weine. Die Zahlen beziehen sich auf den deutschen Weinmarkt in Jahre 2019.

4. Welche Gruppierungen haben nach Kenntnis der Bundesregierung welchen Absatzanteil innerhalb der deutschen Weinwirtschaft?

Gemäß einer Auswertung des Instituts für Wein- und Getränkewirtschaft der Hochschule Geisenheim entfallen die Vermarktungsanteile auf die Betriebstypen wie folgt:

- Erzeugergemeinschaften 3 Prozent,
- Kellereien 42 Prozent,
- Winzergenossenschaften 28 Prozent,
- Weingüter 27 Prozent.

(Quelle: HG, Auswertung der Qualitätsweinprüfstellen der Jahre 2014 bis 2016)

5. Wie hoch ist nach Kenntnis der Bundesregierung der Anteil von Weinen aus Großlagen, die international exportiert werden gegenüber Weinen anderer Qualitätsstufen?

Es liegen nur Zahlen zum Export insgesamt vor. Eine Differenzierung nach der Größe der geografischen Herkünfte ist nicht möglich.

6. Wie groß ist nach Kenntnis der Bundesregierung der Anteil der Branchenteilnehmer, die durch einzelne Anpassungen in der Weinrechtsnovellierung Veränderungen in der Vermarktung vornehmen müssen?

Die Änderung des Weingesetzes führt zu einer besseren Mittelausstattung der Absatzförderung auf Bundesebene. Hiervon profitieren grundsätzlich alle Wein vermarktenden Betriebe.

Auswirkungen auf die Vermarktung dürften sich darüber hinaus vor allem aufgrund geplanter bezeichnungsrechtlicher Änderungen der Weinverordnung insbesondere für Betriebe ergeben, die Weine mit geschützter Ursprungsbezeichnung unter Angabe einer Großlage vermarkten. Auslöser für die Änderungen sind im Wesentlichen unionsrechtliche Bestimmungen. Über den bundesweiten Anteil der mit der Angabe einer Großlage vermarkteten Weine liegen keine amtlichen Statistiken vor. Nach Schätzungen auf Grundlage der Anmeldungen zu den Qualitätsweinprüfungen in den Ländern schwankt der mengenmäßige Anteil bei rückläufiger Tendenz zwischen 10 und 12 Prozent.

Beabsichtigte Änderungen mit möglichen Auswirkungen auf die Vermarktung von Weinen mit geschützter Ursprungsbezeichnung insbesondere im Falle der Angabe eines Ortsnamens oder einer Einzellage dürften bereits heute von der weit überwiegenden Mehrzahl der Betriebe erfüllt werden.

Durch weitere Änderungen ergeben sich darüber hinaus zusätzliche Chancen der Wertschöpfung bei Weinen mit geschützter Ursprungsbezeichnung und Angabe eines Orts- oder Lagenamens sowie neue Absatzmöglichkeiten insbesondere durch die Etablierung neuer geschützter Herkunftsweine und im Segment der Weine ohne geschützte Herkunftsangabe, so dass insgesamt positive wirtschaftliche Auswirkungen von der Weinrechtsreform zu erwarten sind.

7. Wie hoch sind nach Kenntnis der Bundesregierung die Kosten der betroffenen Branchenteilnehmer für die weinrechtlichen Anpassungen?

Sind Unterstützungen für einzelne Branchenteilnehmer geplant?

Die Kosten der betroffenen Branchenteilnehmer hängen davon ab, in welchem Umfang sie Weine vermarkten, die von den weinrechtlichen Änderungen betroffen sind. Es wird Betriebe geben, bei denen keinerlei zusätzliche Kosten anfallen. Bei betroffenen Betrieben ist lediglich die Etikettierung und Kennzeichnung anzupassen, was mit einmaligen Umstellungskosten verbunden ist. Zudem greifen die kennzeichnungsrechtlichen Änderungen erst nach einer mehrjährigen Übergangszeit.

Zusätzlich finanzielle Förderungen über die bereits im Rahmen bestehender Maßnahmen, insbesondere des nationalen Stützungsprogramms Wein, bereit gestellten Mittel hinaus sind nicht vorgesehen.

8. In welchen Absatzsparten innerhalb der Branche sind nach Kenntnis der Bundesregierung wirtschaftliche Einbrüche auf Grund der Reformen anzunehmen?

Die Bundesregierung geht in keiner Absatzsparte von wirtschaftlichen Einbrüchen aufgrund der Weinrechtsreform aus. Auch nach den unionsrechtlich gebotenen bezeichnungsrechtlichen Änderungen können zum Beispiel weiterhin uneingeschränkt Weine mit geschützter Ursprungsbezeichnung aus einer Großlage oder einem Bereich vermarktet werden.

9. Mit welcher Begründung sollen Erzeuger verpflichtet werden, die Begriffe „Region“ oder „Bereich“ der Großlagen- oder Bereichsbezeichnung nicht nur auf dem gesetzlichen Etikett, sondern auch auf dem Schmucketikett voranzustellen?
10. Welcher Vorteil bzw. Nutzen ergibt sich durch die Voranstellung der Begriffe „Region“ und „Bereich“ bei der Großlage für die anderen Stufen?

Die Fragen 9 und 10 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Mit der Voranstellung des Begriffs „Region“ vor den Namen der Großlage oder des Bereichs soll den Verbraucherinnen und Verbrauchern signalisiert werden, dass es sich bei der nachfolgenden Angabe um eine geografische Bezeichnung und nicht um einen Fantasienamen handelt. Zudem soll die Stufe der Herkunftspyramide erkennbar werden. Das Wort „Region“ verdeutlicht, dass sich eine Großlage in aller Regel über das geografische Gebiet mehrerer Gemeinden erstreckt, was bei einer Einzellage grundsätzlich nicht der Fall ist.

Die Angaben sollen stets im gleichen Sichtfeld angebracht werden, um eine Irreführung des Verbrauchers auszuschließen.

