



Rheinlandpfalz

MINISTERIUM FÜR
WIRTSCHAFT, VERKEHR,
LANDWIRTSCHAFT UND
WEINBAU

WEINWIRTSCHAFTS- BERICHT

Rheinland-Pfalz, Deutschland und die Welt



IMPRESSUM

Weinwirtschaftsbericht

Herausgeber:
Ministerium für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz
Internet: www.mwvlw.rlp.de

Fachliche Zuständigkeit:

Dr. Dirk Haupt
Referat Weinmarkt, Weinmarketing, Agrarmarketing
Telefon: +49 (0) 6131 - 16 21 66
Telefax: +49 (0) 6131 - 16 17 21 66
E-Mail: dirk.haupt@mwvlw.rlp.de
Internet: www.mwvlw.rlp.de

Auflage: 500 Exemplare
Mainz, August/September 2010

Umschlaggestaltung: W. Maier, MWVLW

Fotos: Deutsches Weininstitut, Mainz und MWVLW

Layout und Druck:

Jabkowski PRINTMEDIEN
Eaubonner Straße 41
55257 Budenheim

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Rheinland-Pfalz herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch Wahlbewerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von sechs Monaten vor einer Wahl zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer Mitglieder zu verwenden.

KONTAKTE ZUM MWVLW

Fachliche Ausarbeitung
Dr. Dirk Haupt
dirk.haupt@mwwlw.rlp.de

Kapitel 2 Seite Mitwirkung
Dr. Friedhelm Leimbrock
friedhelm.leimbrock@mwwlw.rlp.de

Kapitel 4 Seite Klaus Boomgaarden
klaus.boomgaarden@mwwlw.rlp.de

Heike Charissé
heike.charisse@mwwlw.rlp.de

Michael Müller
michael.mueller@mwwlw.rlp.de

Kapitel 5 Seite Petra Häußling
petra.haeussling@mwwlw.rlp.de

Kapitel 7 Seite Heribert Gröber
heribert.groeber@mwwlw.rlp.de

Kapitel 8 Seite Heinz Vogelgesang
heinz.vogelgesang@mwwlw.rlp.de

Prof. Axel Lorig
axel.lorig@mwwlw.rlp.de

Sabine Hohn-Braun sabine.hohn-
braun@mwwlw.rlp.de

Peter Hardt
peter.hardt@mwwlw.rlp.de

Kapitel 8	Seite	Hermann Fischer hermann.fischer@mwwlw.rlp.de Klaus Boomgaarden klaus.boomgaarden@mwwlw.rlp.de Stephan Eichler stephan.eichler@mwwlw.rlp.de Dr. Johannes Noll johannes.noll@mwwlw.rlp.de
Kapitel 9	Seite	Beatrice Lerch beatrice.lerch@mwwlw.rlp.de
Kapitel 10	Seite	Dr. Günter Hoos guenter.hoos@mwwlw.rlp.de Dr. Johannes Noll johannes.noll@mwwlw.rlp.de Karl-Heinz Schmahl karl-heinz.schmahl@mwwlw.rlp.de

INHALTSVERZEICHNIS

1 VORWORT.....	9
2 MENSCHEN IN DER RHEINLAND-PFÄLZISCHEN WEINWIRTSCHAFT.....	10
2.1 Allgemeine ¹ Situation der deutschen Agrarbranche.....	10
2.2 Agrarbranche und Weinbau in Rheinland-Pfalz.....	12
2.3 Vor- und nachgelagerte Wirtschaftsbereiche.....	13
3 WEINMARKT UND WETTBEWERBERUMFELD.....	16
3.1 Weltweinerzeugung und -verbrauch.....	17
3.2 EU-Weinerzeugung und -verbrauch.....	20
3.3 Deutschland - Weinerzeugung und -verbrauch.....	22
3.4 Weinmarktstruktur in Deutschland.....	24
3.4.1 Wein- und Sektmarkt in Deutschland.....	24
3.4.2 Exporte und Importe.....	26
3.4.3 Deutscher Wein - Marktanteile und Durchschnittspreise.....	29
3.4.4 Marktanteile und Durchschnittspreise rheinland-pfälzischer Weine.....	32
3.4.5 Vertriebschienen - Lebensmittelhandel etc. und Direktvermarktung.....	34
4 WEINWIRTSCHAFTSSTRUKTUR - ERZEUGUNG UND VERMARKTUNG.....	38
4.1 Entwicklung der Rebflächen und der Weinerzeugung in Deutschland.....	39
4.2 Entwicklung der Rebflächen und der Weinerzeugung in Rheinland-Pfalz.....	40
4.2.1 Rebflächen, Erträge, Weinarten und Rebsorten in Rheinland-Pfalz.....	40
4.2.2 Rebflächen, Erträge, Weinarten und Rebsorten nach Anbaugebieten.....	49
4.2.2.1 Ahr.....	49
4.2.2.2 Mittelrhein.....	51
4.2.2.3 Mosel.....	54
4.2.2.4 Nahe.....	57
4.2.2.5 Pfalz.....	59
4.2.2.6 Rheinhessen.....	61

4.3 Vermarktungsstruktur	64
4.3.1 Vermarktungsstruktur von Weinkellereien, Winzergenossenschaften und Weingütern in Deutschland	64
4.3.2 Vermarktungsstruktur von Weinkellereien, Winzergenossenschaften und Weingütern in Rheinland-Pfalz	65
4.4 Erzeugergemeinschaften und Winzergenossenschaften	66
4.4.1 Fassweinpreise und Kostenstruktur	68
4.4.2 Einkommensperspektiven der Trauben- und Fassweinerzeuger	69
4.4.3 Eingetragene Genossenschaften und alternative Rechtsformen	70
4.5 Weinkellereien, Brennereien, Sekthersteller	71
4.5.1 Nationaler und internationaler Rohwarenmarkt	72
4.5.2 Fassweinhandel in Rheinland-Pfalz	74
4.5.3 Fassweimporte und -exporte	80
5 ÖKOLOGISCHER WEINBAU	82
5.1 Aspekte der Nachhaltigkeit in der Weinwirtschaft	82
5.2 Rebflächen und Weinerzeugung weltweit	84
5.3 Ökologischer Weinbau in Rheinland-Pfalz	87
5.4 Wirtschaftlichkeit des Ökoweinbaus	90
5.5 Markt für Weine aus ökologischem Anbau	92
6 ÖKONOMISCHE POTENZIALE DER WEINWIRTSCHAFT	95
6.1 Gewinn-/Einkommenssituation europäischer Weinbaubetriebe	96
6.2 Gewinnsituation und Gewinnverteilung deutscher Weinbaubetriebe	98
6.3 Wirtschaftliche Situation und Potenziale deutscher Weinbaubetriebe	101
6.3.1 Betriebsgröße - Ertragsrebfläche	101
6.3.2 Arbeitskräftebesatz	102
6.3.3 Flächenproduktivität — Umsatz je Hektar Ertragsrebfläche	104
6.3.4 Erfolgsgröße - Unternehmensgewinn	105
6.3.5 Einkommenssituation auf Basis des Arbeitsertrages	106
6.4 Einkommenspotenziale rheinland-pfälzischer Weinbaubetriebe	108
6.4.1 Arbeitserträge rheinland-pfälzischer Weinbaubetriebe	108
6.4.2 Durchschnittliche Stundenlöhne rheinland-pfälzischer Weinbaubetriebe	109

7 WEINMARKETING	111
7.1 Deutscher Weinfonds (DWF) - Deutsches Weininstitut (DWI)	112
7.2 Gebietliche Absatzförderung - Gebietsweinwerbungen.....	113
7.3 Weinmarketing, Standortmarketing des Landes	114
8 FÖRDERUNG DES WEINBAUS UND DER WEINWIRTSCHAFT.....	117
8.1 Förderung der ländlichen Bodenordnung.....	118
8.2 Niederlassung von Junglandwirten.....	119
8.3 Umweltschonende Steil- und Steilstlagenförderung	120
8.4 Biotechnische Pflanzenschutzverfahren im Weinbau	121
8.5 Umweltschonende Wirtschaftsweise im Unternehmen.....	121
8.6 Einzelbetriebliche Investitionsförderung	122
8.7 Marktstrukturverbesserung	124
8.8 EU-Weinmarktordnung.....	125
8.8.1 Nationales Stützungsprogramm	125
8.8.1.1 Umstrukturierung und Umstellung von Rebflächen.....	126
8.8.1.2 Investitionen in Verarbeitungseinrichtungen, in Infrastrukturen von Weinbaubetrieben und in die Vermarktung von Wein	130
8.8.1.3 Absatzförderung auf Drittlandsmärkten	130
8.8.1.4 Ernteversicherung	131
8.8.2 Rodungsprogramm.....	132
8.9 Beratungsringe im Weinbau	133
8.10 Zusammenfassung der Fördermaßnahmen	134
9 WEIN UND TOURISMUS	136
9.1 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Rheinland-Pfalz.....	137
9.2 Bedeutung des Tourismus für die Weinvermarktung	140
10 AUSBILDUNG - FORSCHUNG - VERSUCHSWESEN - BERATUNG.....	147
10.1 Universitäre Ausbildung und Forschung im Agrarsektor	147
10.2 Hochschulausbildung und Forschung im Weinbau	148
10.3 Weinbauforschung und Versuchswesen.....	150
10.3.1 Bundesländerübergreifende Forschungsk Kooperationen.....	150
10.3.1.1 Forschungsring des Deutschen Weinbaus	150
10.3.1.2 Ausschuss für Technik im Weinbau	153

10.3.2 Kompetenzzentrum Weinforschung.....	154
10.3.3 Forschungsanstalt Geisenheim.....	156
10.3.4 AgroScience	157
10.3.5 Fachinformationssystem Agrar / Ernährung FISA.....	158
10.3.6 Julius-Kühn-Institut	158
10.3.7 Dokumentation der Weinbauforschung VITIS-VEA.....	159
10.4 Schulische Ausbildung in Rheinland-Pfalz	160
10.5 Dienstleistungszentren Ländlicher Raum	163
10.5.1 DLR Rheinpfalz.....	163
10.5.2 DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück.....	167
10.5 Struktur der landwirtschaftlichen Beratung in Rheinland-Pfalz	175

1 VORWORT



Die Weinwirtschaft in Rheinland-Pfalz ist der Wirtschaftsbereich, der unsere Agrarstruktur deutlich von den Strukturen der anderen Bundesländer unterscheidet. Diese Sonderstellung wird auch zukünftig Auswirkungen auf die Beschäftigung im Sektor, die Weiterentwicklung des ländlichen Raums und insbesondere auf die Erhaltung unserer einmaligen Kulturlandschaften in den Weinbauregionen haben.

Mit dem vorliegenden Weinwirtschaftsbericht analysieren wir die Strukturen der rheinland-pfälzischen Weinwirtschaft aus unterschiedlichen

Blickwinkeln und möchten allen interessierten Leserinnen und Lesern einen Einblick in die Leistungsfähigkeit dieses Wirtschaftszweiges geben. Darüber hinaus wollen wir auch dessen Zukunftschancen aufzeigen und die vor uns liegenden Herausforderungen beleuchten.

Zahlreiche Studien der vergangenen Jahre, Statistiken des Statistischen Landesamtes und der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, ergänzt durch

aktuelle Forschungsergebnisse dienen als Grundlage für diese erste umfassende Bestandsaufnahme der Weinwirtschaft im Lande.

Die Ergebnisse für den Weinbau in Rheinland-Pfalz können sich sehen lassen, werfen aber auch Fragen auf: Fragen hinsichtlich der Weiterentwicklung der Weinbranche in den kommenden Jahren sowie zur Auswahl der geeigneten Mittel, diesen Prozess im Einklang mit der übrigen Wirtschaft, der Gesellschaft und der Politik zeitnah voran zu bringen. Hier gilt es, mit den angemessenen rechtlichen Rahmenbedingungen und unter Nutzung zielorientierter Marketingstrategien und -instrumente die Grundlage für die optimale Gestaltung des zukünftigen wirtschaftlichen Erfolgs der Branche zu schaffen.

Einzelne Sparten, wie beispielsweise den Fassweinmarkt, müssen wir zukünftig differenzierter betrachten. Hierzu sind über Analysen und tiefer gehende Forschungsarbeiten die Voraussetzungen für zielgerichtete, unternehmerische sowie politische Entscheidungsfindungen zu erarbeiten. Das Potenzial dazu haben wir z. B. an unseren Dienstleistungszentren Ländlicher Raum.

Rheinland-Pfalz setzt sich in Abstimmung mit der Weinbranche für die hohe Qualität der Weine aus unserem Land ein. Nur mit überzeugenden Produkten wird unsere Weinwirtschaft dauerhaft wirtschaftlich erfolgreich sein.

Deshalb halten wir am bewährten Pflanzrechtssystem fest, um einer ausufernden Weinproduktion entgegenzuwirken und die Marktposition der Erzeugerbetriebe zu sichern.

Es wurden in der Vergangenheit viele Anstrengungen unternommen, um unsere Betriebe im Wettbewerberumfeld strukturell weiterzuentwickeln. Auch künftig werden wir zielgerichtet und ausgewogen fördern, um die Weinerzeugung in unseren Kulturlandschaften insbesondere in den Steillagegebieten zu erhalten. Damit stärken wir auch den Tourismus, der ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Rheinland-Pfalz ist.

Um die Chancen von rheinland-pfälzischen Weinen auf dem Weltmarkt zu erhöhen, setzen wir uns auch weiterhin für die nationale und regionale Gemeinschaftswerbung ein, die sich als ein wichtiges Mittel zur Vermarktung unserer Weine etabliert hat.

Die Weinbranche ist ein Erfolgsmotor des Agrarsektors in Rheinland-Pfalz. Auch wenn aufgrund des nach wie vor hohen Wettbewerbsdrucks notwendige strukturelle Anpassungen im heimischen Weinbau schneller und sichtbarer vorantreiben als in anderen Ländern und von den Betriebsleitern ein Höchstmaß an Entscheidungsgeschick abverlangt wird, überwiegen nach meiner Überzeugung, die Chancen die Risiken und lassen mich optimistisch in die Zukunft blicken. Die Vielzahl erfolgreicher Betriebsentwicklungen und die gute Positionierung rheinland-pfälzischer Weine auf den nationalen und internationalen Märkten unterstreicht das deutlich.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hendrik Hering'. The signature is stylized and fluid.

Hendrik Hering

Minister für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

2 MENSCHEN IN DER RHEINLAND-PFÄLZISCHEN WEINWIRTSCHAFT

Zusammenfassung

- Rund 2,2 % aller Erwerbstätigen in Deutschland sind im Agrarsektor tätig, das entspricht bundesweit rund 1,25 Mio. Beschäftigten.
- Die landwirtschaftliche Primärproduktion trägt rund 0,8 % zum Bruttoinlandsprodukt in Deutschland bei.
- In Rheinland-Pfalz bewirtschaften rund 10.000 Betriebe ca. 63.000 Hektar Rebfläche.
- Die Anzahl der Betriebe hat sich in den vergangenen 20 Jahren bei nahezu konstanter Rebfläche halbiert, d. h. die Betriebe sind größer geworden.
- Rund drei Viertel aller Betriebe im Weinbau werden im Haupterwerb geführt.
- Von den insgesamt rund 110.000 im Agrarsektor Beschäftigten sind ca. 40 % im Weinsektor tätig.
- Die Beschäftigtenquote im Agrarsektor im Lande liegt bei 2,5 %; der Primärsektor insgesamt trägt zu 1,3 % zur Bruttowertschöpfung bei.
- Unter Hinzunahme der vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereiche liegt sowohl der Wertschöpfungsanteil als auch die Quote der mittel- und unmittelbar in der Weinwirtschaft Beschäftigten deutlich höher als bei singulärer Betrachtung des Sektors.

2.1 Allgemeine¹ Situation der deutschen Agrarbranche

Die Entwicklung der Arbeitskräfte und Wirtschaftsleistung des Agrarsektors in Deutschland hat in den vergangenen 125 Jahren eine tief greifende strukturelle Veränderung erfahren. Waren am Ende des 19. Jahrhunderts noch rund die Hälfte aller Beschäftigten im Agrarsektor tätig, schrumpfte dieser Anteil stetig auf gegenwärtig 2,2 % aller Erwerbstätigen in Deutschland².

Im Zeitraum von 1950 bis 2006 schrumpfte deutschlandweit der Anteil der Erwerbstätigen im Primärsektor (Land- und Forstwirtschaft, Fischerei) von 24,6 % auf 2,2 %. Die im sekundären Wirtschaftsbereich Beschäftigten (produzierendes Gewerbe) verringerten sich von 42,9 % auf 25,5 %. Lediglich im tertiären Sektor (Dienstleistungssektor) stieg die Anzahl der Erwerbstätigen von ursprünglich 32,5 % auf nunmehr 72,3 %.

¹ Für das Jahr 2010 wird bundesweit eine statistische Vollerhebung zur Ermittlung der Landwirtschaftsstrukturen in Deutschland und Rheinland-Pfalz durchgeführt. Die letzte Landwirtschaftszählung fand 1999 statt. Zwischenzeitlich liegen für die Jahre 2005 und 2007 stichprobenartige Teilerhebungen vor, auf deren Basis die nachstehenden Aussagen beruhen.

² Statistisches Bundesamt, Arbeitsmarkt, Auszug aus dem Datenreport 2008

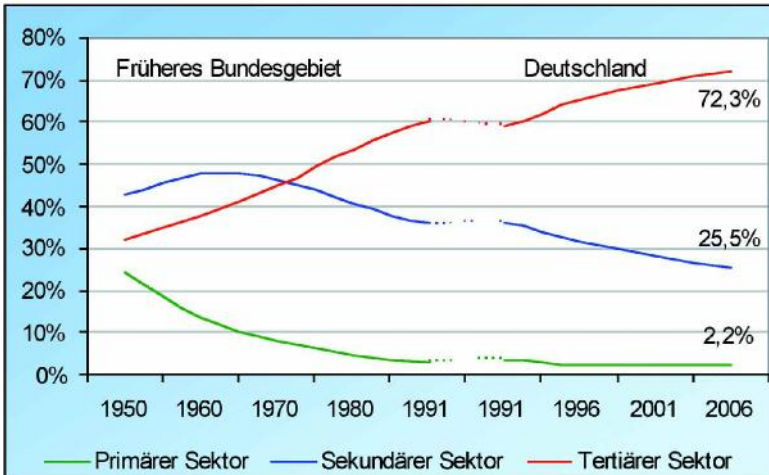


Abbildung 2.1

Erwerbstätige nach Wirtschaftsbereichen³ in Deutschland

Quelle: Statistisches Bundesamt, Auszug aus dem Datenreport 2008, Kapitel 5

Der Anteil der landwirtschaftlichen Primärproduktion in Deutschland betrug ca. 0,83 % (2009) des Bruttoinlandsproduktes⁴. Im Jahr 2007 waren rund 1,25 Mio. Arbeitskräfte in der deutschen Landwirtschaft tätig. Gegenüber dem Jahr 1999 bedeutet dies einen Rückgang um 12,9 %. Insbesondere im früheren Bundesgebiet sind die Betriebszahlen und damit verbunden die Zahl der in der Landwirtschaft Beschäftigten weiterhin stark rückläufig. Eine Tendenz, die aufgrund der abweichenden Unternehmensstrukturen und Rechtsformen, wenn auch weniger stark, ebenfalls in den neuen Bundesländern zu beobachten ist. In den neuen Ländern dominiert im Vergleich zu den Familienbetrieben im Westen die Rechtsformstruktur der Personengesellschaften und der juristischen Personen.

Unterteilt man die Beschäftigten der landwirtschaftlichen Betriebe nach Beschäftigtengruppen, so waren in Deutschland im Jahr 2007 rund 728.600 Familienarbeitskräfte (58 %) und 522.800 familienfremde Arbeitskräfte (42 %), darunter etwa 336.300 Saisonarbeitskräfte beschäftigt. Rund jede vierte Arbeitskraft im Agrarsektor ist beispielsweise als Erntehelfer saisonal tätig.

³ Die Klassifikation der Wirtschaftszweige wurde im Zeitverlauf überarbeitet, so dass die Sektoren im Betrachtungszeitraum nicht eindeutig abgrenzbar sind.

⁴ Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 2009

2.2 Agrarbranche und Weinbau in Rheinland-Pfalz

In Rheinland-Pfalz ist die Agrarstruktur sehr stark weinbaulich geprägt. Kein anderes Bundesland hat einen vergleichbaren Stellenwert des Weinbaus innerhalb des Agrarsektors zu verzeichnen. Rund zwei Drittel der deutschen Rebfläche sind in den sechs rheinland-pfälzischen Anbaugebieten am Rhein und seinen Nebenflüsse angesiedelt. Die Trauben- und Weinerzeugung sowie deren Vermarktung sichern rund 10.300 - vornehmlich Familienbetrieben⁵ das Einkommen und tragen zu einem nicht unerheblichen Teil zur Erhaltung der historischen Weinkulturlandschaften des Landes bei.

Wie im übrigen Bundesgebiet so ist auch in Rheinland-Pfalz die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe sowie der Betriebe mit Weinbau rückläufig. Seit 1991 hat sich die Zahl der landwirtschaftlichen Unternehmen auf derzeit rund 25.500 Betriebe⁶ halbiert. Entgegen dem Bundestrend werden rund drei Viertel der landwirtschaftlichen Betriebe im Haupterwerb geführt.

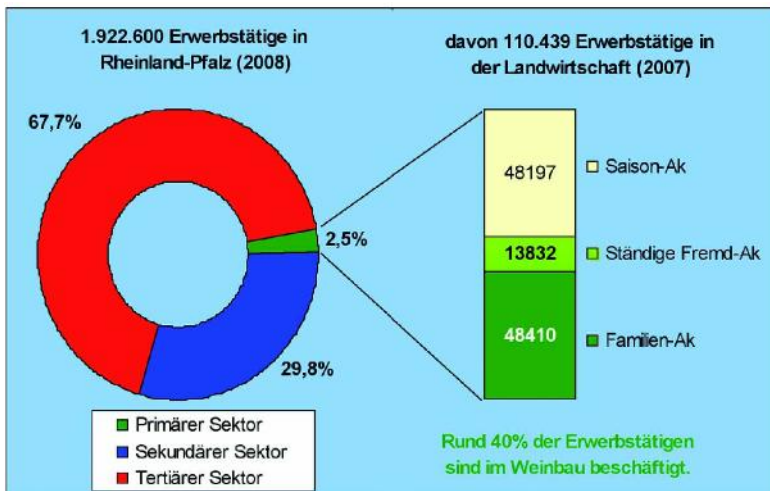



Abbildung 2.2

Erwerbstätige nach Wirtschaftsbereichen und Beschäftigungsgruppen in Rheinland-Pfalz

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Statistisches Jahrbuch 2009, Kapitel 8

⁵ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Landwirtschaft und Weinbau 2009

⁶ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Statistisches Jahrbuch 2009



Nahezu 40 % der Unternehmen (2009: 10.345 Betriebe) im Lande bewirtschaften auch Rebflächen. Seit 1999 betrug der Rückgang der Weinbauspezialbetriebe ca. 31,3 %, bei gleichzeitigem Anstieg der durchschnittlichen Betriebsgröße, da die Rebflächen der aufgebenden Betriebe fast ausnahmslos durch die verbleibenden Betriebe weiter bewirtschaftet werden. Lediglich in einigen Steillagenregionen der Mosel, der Nahe und des Mittelrheins sind seit Ende der 90er Jahre Rebflächen brach gefallen. Im rheinland-pfälzischen Agrarsektor sind ohne vor- und nachgelagerte Wirtschaftsbereiche oder Verarbeitungsstufen rund 110.000 Menschen⁷ beschäftigt, wovon etwa 48.400 Familienarbeitskräfte sind. Die über 62.000 familienfremden Arbeitskräfte rekrutieren sich zu ca. 77,7 % aus saisonalen Beschäftigten, vorwiegend aus osteuropäischen Ländern. Die Quote der Erwerbstätigen in der Landwirtschaft⁸ liegt mit 2,5 % nur leicht über dem Bundesdurchschnitt. Diese tragen mit 1,3 % zur Bruttowertschöpfung des Landes bei.

2.3 Vor- und nachgelagerte Wirtschaftsbereiche

Aufgrund ihrer klein- und mittelständischen Struktur ist die Weinwirtschaft allgemein sehr stark mit den sekundären und tertiären Wirtschaftsbereichen in den vor- und nachgelagerten Sektoren des Wertschöpfungsprozesses vernetzt. Diese wechselseitige Beziehung gilt für die Zulieferung von Verbrauchs- und Investitionsgüter ebenso wie für zahlreiche Dienstleistungen, die der Weinsektor in Anspruch nimmt.

Neben dem Materialeinsatz für die Trauben- und Weinerzeugung sind es vor allem die Investitionen in Gebäude, Spezialmaschinen und technische Einrichtungen, die den Weinsektor für viele Zulieferer interessant macht, da der Qualitäts- und Preiswettbewerb am Weinmarkt vor dem Hintergrund der zunehmenden Produkthanforderungen und notwendiger Rationalisierungsschritte, eine ständige Anpassung an den jeweiligen Stand der Technik erfordern. Hinzu kommen Dienstleistungen und Entwicklungen, die im Zuge der allgemeinen wirtschaftsstrukturellen Veränderungen auch im Weinsektor die Tertiarisierung weiter voranschreiten lassen. In der Erzeugung sind dies unter anderem Lohnunternehmer, in der Außen- und Kellerwirtschaft, die zu einer Arbeitsentlastung in den Betrieben führen und einen wesentlichen Beitrag zur Kostenreduktion leisten. Im Weinvertrieb wird vermehrt auf den Versand durch Paketdienstleister oder Speditionen gesetzt, da die Tendenz zu spontanen Weinbestellungen auch über das Internet zunimmt und die Eigenauslieferung der Weine an Kapazitätsgrenzen stößt. Auch die Inanspruchnahme von Marketingagenturen für eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit und Imagewerbung nimmt zu und entlastet das Arbeitsbudget der Familienbetriebe. Gerade in diesem Bereich wird zukünftig mit einer zunehmenden Nachfrage nach Individualdienstleistungen gerechnet.

⁷ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Statistisches Jahrbuch 2009, Tabelle 10, S. 167

⁸ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Statistisches Jahrbuch 2009, Tabelle 2, S. 149



Abbildung 2.3

Cluster Weinwirtschaft mit vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen

Die Vielzahl der zu erfüllenden Rechtsnormen seitens der Europäischen Union, des Bundes und der Länder erfordert ein hohes Maß an Qualifikation der Betriebsleiter und ihrer Angestellten. Die öffentliche Hand hält an den rheinland-pfälzischen Dienstleistungszentren hierfür eine umfassende Bildungs- und Forschungsinfrastruktur für die Weinbranche bereit, die auf Praxisnähe und Aktualität ausgerichtet ist. Gleiches gilt für Strukturförderung im Weinbau durch zahlreiche Programme, die dem Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit und Qualitätssicherheit dienen und notwendigen Kontrollen unterzogen werden, um die Einhaltung der Fördervoraussetzungen zu prüfen und die Zielerreichung der einzelnen Maßnahmen zu evaluieren.

Beratungsdienstleistungen werden, sofern sie nicht durch private Beratungsanbieter erfolgen, auch weiterhin für abgestimmte Bereiche durch staatliche Einrichtungen, angeboten. Darüber hinaus steht den Unternehmen der Weinwirtschaft das Beratungsangebot der Verbände und der Landwirtschafts-, Industrie- und Handelskammer zur Verfügung. Die Vielzahl kleinerer und in hohem Maße individueller Unternehmen sowie das vielfältige Bildungs-, Beratungs- und Förderangebot erfordert somit eine flexible öffentliche Organisation und Verwaltung.

Während zahlreiche Zulieferer, Handwerker, der Tourismus und die Verwaltung im Lande ihre Klientel unmittelbar in der Weinwirtschaft haben, partizipieren auf der Vermarktungsseite deutschlandweit und international viele Logistik- und Handelsunternehmen aber auch die Gastronomie vom Weinverkauf. Insbesondere der rheinland-pfälzische Tourismus profitiert von den Synergien des Weinkonsums und der Weinkulturlandschaften.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass unter Hinzunahme der vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereiche sowohl der Wertschöpfungsanteil als auch die Quote der mittel- und unmittelbar in der Weinwirtschaft Beschäftigten deutlich höher liegt, als dies bei singulärer Betrachtung den Anschein hat. Eine Quantifizierung ist auf Basis der vorhandenen statistischen Grundlagen nur eingeschränkt möglich und bedarf einer differenzierten Analyse des Sektors und der Wechselwirkungen zu anderen Wirtschaftsbereichen.

3 WEINMARKT UND WETTBEWERBERUMFELD

Zusammenfassung

- Der Weltweinmarkt ist hinsichtlich Erzeugung, Konsum und marktgängiger Verwertung gegenwärtig insgesamt im Gleichgewicht; in jüngster Zeit war der Weltweinkonsum jedoch rückläufig.
- Etwa zwei Drittel der Weltweinproduktion entfällt auf die Staaten der Europäischen Union, der Anteil der Neuen Welt liegt bei ungefähr 25 %.
- Der Gesamtverbrauch (Weinkonsum und marktgängige Verarbeitung) von Wein im europäischen Binnenmarkt hat mit rund 160 Mio. hl das Niveau einer durchschnittlichen europäischen Weinernte erreicht.
- In der Außenhandelsbilanz der EU mit Drittländern zeichnet sich in naher Zukunft eine Angleichung von Importen und Exporten ab.
- Der Markt für Wein in Deutschland war über viele Jahre ein Wachstumsmarkt und zeigt, wenn auch nicht so ausgeprägt, ähnliche Tendenzen wie viele internationale Verbrauchermärkte.
- Auf den tiefgreifenden, strukturellen Nachfragewandel von Weiß- zu Rotweinen haben die Winzer in Deutschland mit der Umstellung der Weinerzeugung auf rote Traubensorten reagiert; die neuen deutschen Rotweine werden von den Verbrauchern sehr gut angenommen.
- Deutsche Weine werden zu jeweils etwa einem Drittel von Traubenerzeugern genossenschaftlich erfasst, von Fassweinproduzenten frei vermarktet oder von Flaschenwein vermarktenden Winzerbetrieben direkt vertrieben.
- Eine tragende Säule des heimischen Weinabsatzes ist nicht nur aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten die Direktvermarktung von abgefüllten Erzeugerweinen.
- Die Weinkellereien zählen zu den wichtigsten Abnehmern der Fasswein erzeugenden Betriebe in Rheinland-Pfalz. Rund 75 % der Winzerbetriebe und zwei Drittel der Weinerzeugung finden über die Handelskellereien den Weg zum Verbraucher.
- Von den rund 2 Mio. Hektoliter Export von deutschen Weinen stammen über 90 % aus Rheinland-Pfalz; der Export stagniert seit Jahren, Verluste im asiatischen Markt sowie in Großbritannien konnten durch Zuwächse in den USA, den Beneluxstaaten und Skandinavien kompensiert werden.
- Deutsche Weiß- und Rotweine sind in ihren jeweiligen Segmenten in Deutschland Marktführer. Das Marktwachstum resultiert nahezu ausschließlich aus dem Erfolg deutscher Rotweine sowie der Etablierung trockener und halbtrockener Weine.
- Die Discounter setzen fast jede zweite Flasche Wein ab und nehmen eine wichtige Funktion in der Produktwahrnehmung der Verbraucher ein. In diesem Vertriebssegment sind deutsche Weine unterrepräsentiert.

3.1 Weltweinerzeugung und -verbrauch

Der Weltweinmarkt ist seit Jahren von der Globalisierung geprägt. In jüngster Zeit treten zu den bereits etablierten Weinbau treibenden Nationen weitere Länder wie Indien und China in das internationale Weingeschäft ein und tragen so zu einer weiteren Verbreitung der Weinerzeugung und des Weinkonsums in der Welt bei. Aufgrund mangelnder oder fehlender statistischer Daten können gegenwärtig für diese beiden Weinländer weder zum Erzeugungs- noch zum Marktpotenzial konkrete Angaben gemacht werden.

Waren es vor 15 Jahren vornehmlich die Weinproduzenten der südlichen Hemisphäre, so werden sich zukünftig vor allem die asiatischen Länder mit enormen Wachstumsraten in Erzeugung und Konsum am Weinmarkt beteiligen. Ein Indikator hierfür ist sicherlich die rasche Wohlstandsentwicklung in diesen Staaten sowie die zunehmende internationale Ausrichtung der dortigen Oberschicht einschließlich der Adaption westlicher Konsumgepflogenheiten, wozu auch der Weingenuss zu zählen ist. Gleiches gilt auch für den Raum der ehemaligen Sowjetrepubliken, wo nicht nur der Konsum vor allem hochwertiger Rotweine und Champagner zunimmt, sondern auch in hohem Maße in die Weinerzeugung investiert wird. Es entstehen neue, architektonisch wie technologisch anspruchsvolle Kellereien. Die Bereitschaft vieler Investoren, Kapital im Weinsektor anzulegen, ist ungebrochen. Dabei stehen primär nicht Rentabilitätsgesichtspunkte im Vordergrund, sondern die Attraktivität, in Weingüter zu investieren. Die Motivation ist eine Mischung aus Finanzspekulation, Hang zur Kunst und persönlichem Prestige der Investoren.

Die weltweite Weinproduktion (Abb. 3.1) liegt derzeit bei rund 270 Mio. Hektoliter (2009). Der Weinkonsum steigt stetig, wenn auch regional sehr unterschiedlich und hat sich zwischenzeitlich bei etwa 245 Mio. Hektoliter stabilisiert. Jüngeren Berichten zufolge hat im Jahr 2009 erstmals seit langem der Weinkonsum um 3,6 % abgenommen, was ursächlich mit der Finanz- und Wirtschaftskrise in Verbindung gebracht wird¹. Die letzten Jahre waren jedoch insgesamt eher von Entspannung geprägt, Weinerzeugung und Gesamtverbrauch (unter Einschluss der marktgängigen Verarbeitung von Wein zu Weinbrand, Wermut und Weinessig) sind global betrachtet im Gleichgewicht.

Fast zwei Jahrzehnte lang haben die Weine der Neuen Welt das Marktgeschehen bestimmt. Der lang andauernden, sehr erfolgreichen und schnellen Ausweitung der Traubenerzeugung, begleitet von außergewöhnlichen Exporterfolgen, folgt nun eine Abschwächung der Absatzentwicklung dieser Weine in nahezu allen westeuropäischen Märkten. Zwischenzeitlich sehen sich die Weinregionen aus Übersee zeitweise mit Überschüssen konfrontiert. Dieses Phänomen war bislang eher dem europäischen Weinbau zugeordnet.

¹ Castellucci, F., Präsident des OIV, Weinwirtschaft Markt, Nr. 14, 2010

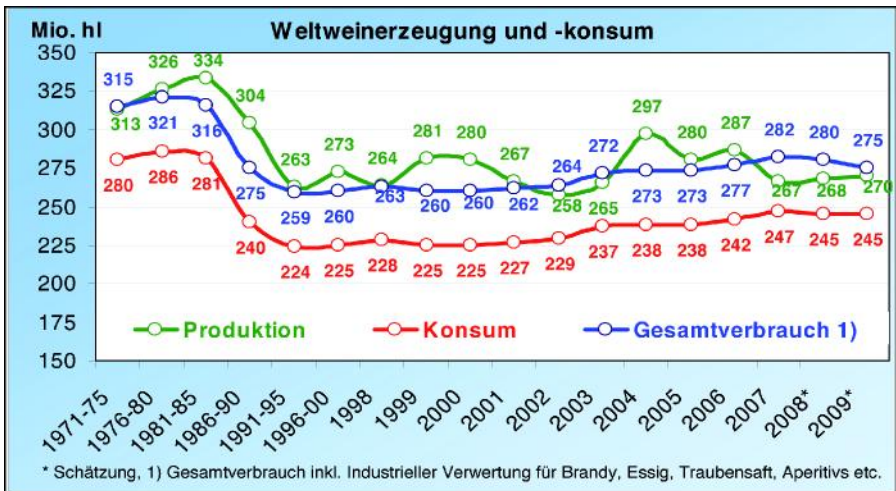


Abbildung 3.1

Weltweinerzeugung und -konsum

Quelle: Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung Geisenheim auf Basis von Daten des Internationalen Weinamtes (OIV), Paris (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Ein Indiz für die tendenzielle Überschussituation der Weinerzeugung in der Neuen Welt sind die schnell wachsenden Fassweimimporte nach Deutschland. Sie kommen zu immer günstigeren Preisen in die deutschen Kellereien, um dort abgefüllt und in die Läden des Lebensmittelhandels und der Discounter im In- und Ausland geliefert zu werden.

Zwar haben Weine aus Übersee in Deutschland einen vergleichsweise geringen Marktanteil von 6-7 %, dennoch bereiten sie den deutschen Weinen auf den europäischen und internationalen Märkten einen zunehmenden Wettbewerbsdruck, insbesondere in den lukrativen Verbrauchermärkten in Großbritannien, Skandinavien und den USA. Auch die klassischen europäischen Weinerzeuger wie Frankreich, Italien oder Spanien unterliegen bei zunehmenden inländischen Absatzproblemen dieser Konkurrenzsituation. Allen voran ist Frankreich unter einen sehr hohen internationalen Druck geraten, weil die einfachen Weinqualitäten, welche das Rückgrat der französischen Weinwelt bilden, immer weniger Nachfrage erfahren. Dies, aber auch die konsumentenfreundlichen Weinstile und Ausstattungen aus Übersee, die vor allem in der jüngeren Weinkundschaft einen größeren Anklang finden, fordert von den europäischen Wettbewerbern eine flexiblere Anpassung an die Konsumgewohnheiten.

Mit mittlerweile rund 27 Mio. hl Weinverbrauch² in den USA und weiterhin guten Wachstumsraten zieht der amerikanische Markt immer mehr internationale Weinerzeuger an. Die amerikanische Weinwirtschaft prognostiziert für das Jahr 2015, weltweit der größte Weinmarkt zu werden und damit Frankreich vom ersten Platz der Weinkonsumnationen zu verdrängen.

Der Abbau der Handelsschranken und die Internationalisierung der Handelsstrukturen insbesondere im mittel- und osteuropäischen Raum beflügeln den internationalen Weinhandel zusätzlich. Der globale Warenaustausch hat sich in den letzten zwanzig Jahren von ca. 45 Mio. hl (1981-85) auf zwischenzeitlich ca. 85 Mio. hl nahezu verdoppelt.

Etwa zwei Drittel der Weltweinproduktion entfällt auf die Europäische Union (Abb. 3.2), der Anteil der Neuen Welt liegt bei ungefähr 25 %. Die asiatischen Staaten, so unter anderem Indien und China reichen vom Produktionsniveau her an Deutschland heran, bzw. liegen bereits deutlich darüber. Präzise Angaben zur Trinkweinproduktion können aufgrund fehlender statistischer Daten gegenwärtig noch nicht gemacht werden. An der Weltweinproduktion halten deutsche Weine einen Anteil von durchschnittlich 3,5 %. Gemessen an der weltweiten Anbaufläche für Reben liegt der deutsche Anteil bei lediglich 1,3 %.

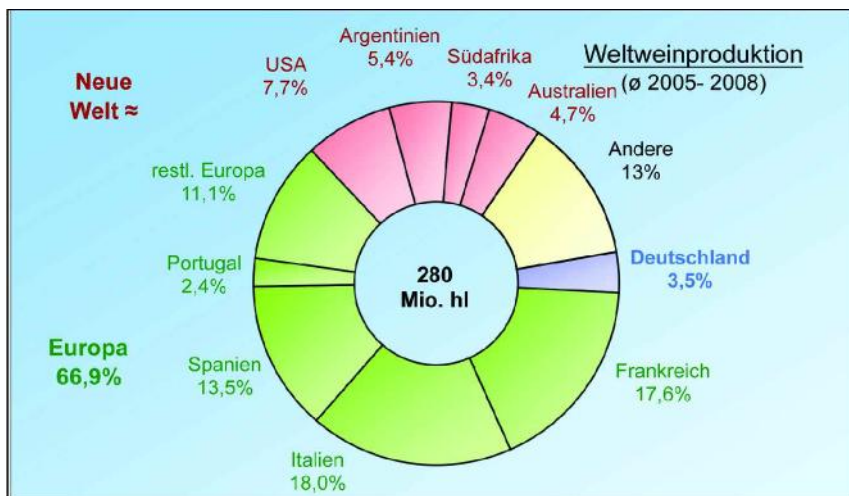


Abbildung 3.2

Weltweinproduktion

Quelle: Internationales Amt für Rebe und Wein (OIV), Paris 2009

² Quelle: Deutsches Weininstitut, Weinmarkt Basisdaten, einschließlich Schätzungen, Mainz 2010 (www.deutscheweine.de)

3.2 EU-Weinerzeugung und -verbrauch

Durch die Erweiterung der Europäischen Union nach Mittel- und Südosteuropa haben sich Weinkonsum und Weinerzeugung vergrößert (Abb. 3.3). Während die Erntemengen naturgemäß jährlichen Schwankungen unterliegen, bleibt seit einigen Jahren der Trinkweinverbrauch weitgehend stabil. Mit rund 130-135 Mio. hl direktem Weinkonsum und weiteren ca. 30 Mio. hl marktgängiger Verarbeitung von Wein erreichte der Gesamtverbrauch im europäischen Binnenmarkt mit rund 160 Mio. hl das Niveau einer durchschnittlichen Weinernte.

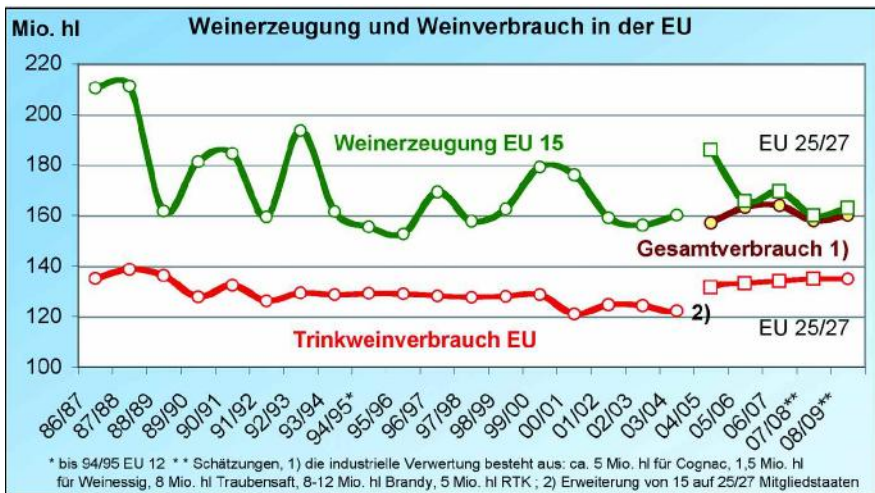


Abbildung 3.3
Weinerzeugung und Weinverbrauch in der EU

Quelle: Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung Geisenheim auf Basis von Daten der Kommission der Europäischen Union (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Der Außenhandel von Wein im Jahr 2009 mit 12-13 Mio. hl an Importen in die EU sowie 16-17 Mio. hl Exporten in Drittlandstaaten tendiert zu einer ausgeglichenen Handelsbilanz und hat die Überschussproblematik in Europa nicht weiter forciert. In der Vergangenheit fanden jedoch aufgrund der hohen und schwankenden Weinerzeugung sowie der Absatzprobleme verschiedener Regionen, insbesondere in Frankreich und Spanien, Marktentlastungsmaßnahmen auch für Qualitätsweine Anwendung. Unter den gegenwärtigen Absatzbedingungen muss auch weiterhin bei Weinernten von über 180 Mio. hl mit einer Überschussituation in Europa gerechnet werden. Der Exportrückgang französischer Weine konnte europaweit zumindest teilweise bis ins Jahr 2008 durch Exportzuwächse von Weinen aus Italien, Spanien und Deutschland kompensiert werden.

Der europäische Weinmarkt wird sich unter einer hohen Dynamik und aufgrund innovativer Marketingkonzepte in den kommenden Jahren kontinuierlich weiter entwickeln. Es wird allgemein von einem Zuwachs des Weinkonsums in Mittel-, West- und Nordeuropa ausgegangen, der die Stimmung am Weinmarkt beflügelt. In Südeuropa dagegen stagniert der Weinkonsum und wird in den nächsten Jahren tendenziell weiter rückläufig sein. Die internationalen Einflüsse im Wettbewerb haben Europa erreicht und finden ihren Niederschlag in einer Anpassung auch der heimischen Weinwirtschaft. Diese Anpassung führt zunehmend zu industriell ausgerichteten Organisationsstrukturen und flexibleren Marktanpassungen vor allem in den südeuropäischen Mitgliedsstaaten.

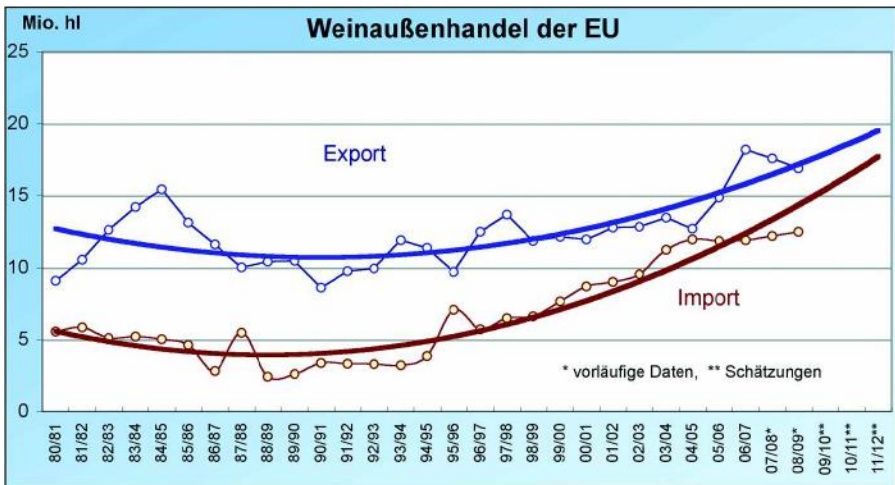


Abbildung 3.4

Weinaußenhandel der Europäischen Union

Quelle: Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung Geisenheim auf Basis von Daten der Kommission der Europäischen Union (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Die Einfuhren und Ausfuhren von Wein unterliegen mehr oder weniger starken Schwankungen in Abhängigkeit von der jährlichen Weinerzeugung sowie durch Veränderungen des Nachfrageverhaltens hervorgerufene Verschiebungen (Abb. 3.4). Sie zeigen aber grundsätzlich eine zunehmende, auf Außenhandelswachstum gerichtete Tendenz. In der Außenhandelsbilanz der EU mit Drittländern zeichnet sich in naher Zukunft eine Angleichung von Importen und Exporten ab. Inwieweit die Auswirkungen der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise diesen Prozess beschleunigen, kann nur schwer abgeschätzt werden. In der Folge muss jedoch mit einem sich weiter verschärfenden Wettbewerb im europäischen Binnenmarkt gerechnet werden.

3.3 Deutschland - Weinerzeugung und -verbrauch

Die Weinerzeugung in Deutschland unterliegt ebenfalls jahresbedingten Schwankungen. Während diese in den 80er und 90er Jahren teilweise sehr ausgeprägt waren, haben sich in den vergangenen Jahren diese Bewegungen deutlich beruhigt und pendeln um einen Mittelwert von 9,5 bis 10 Mio. hl im Jahr (Abb. 3.5).



Abbildung 3.5

Weinerzeugung und Konsum in Deutschland

Quelle: Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung Geisenheim auf Basis von Daten der Weinmarktbalanz des Deutschen Weinbauverbandes (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Der Markt für Wein in Deutschland ist seit vielen Jahren ein Wachstumsmarkt und zeigt, wenn auch nicht so ausgeprägt, ähnliche Tendenzen wie viele internationale Verbrauchermärkte, in denen auf einem überdurchschnittlichen Wohlstandsniveau der Weinkonsum zu einem modernen und weltoffenen Lebensstil zählt. In den Haushaltsausgaben liegt trotz niedrigerem Pro-Kopf-Verbrauch Wein seit Jahren vor dem Nationalgetränk Bier. Zwar hat sich das Wachstum des Weinkonsums in jüngster Zeit - auch durch konjunkturelle Auswirkungen - abgeschwächt, das Weinvolumen beträgt im Jahr 2009 jedoch rund 16,5 Mio. Hektoliter oder umgerechnet 20,7 Liter/Kopf³. Zusammen mit Schaumweinen werden 24,4 Liter/Kopf konsumiert.

Der Konsum deutscher Weine unterlag ebenfalls Schwankungen, die zum einen mit der Verfügbarkeit heimischer Weine in den 70er Jahren zusammenhingen, aber auch von einem langsam beginnenden Wandel in der Nachfragepräferenz ab den 80er Jahren und dem zunehmenden Auftreten von Importweinen beeinflusst waren. Der sich seit Anfang

³ Quelle: Deutsches Weininstitut Mainz, Weinmarkt Basisdaten

der 90er Jahre abzeichnende Absatzrückgang heimischer Erzeugnisse dürfte im wesentlichen dem Umstand geschuldet sein, dass die Konsumenten verstärkt Rotweine nachfragten, diese aber in den Angeboten des ehemaligen klassischen Weißweinerzeugungslands Deutschland unterrepräsentiert war. Erst mit wachsender Rotweinproduktion und der Anpassung der Weinstilistik an die Geschmackspräferenzen der Verbraucher konnten heimische Weine im Markt wieder zulegen. Der Deutschweinkonsum im Inland bewegt sich seit Jahren relativ konstant bei rund 7 Mio. Hektoliter (Abb. 3.6).

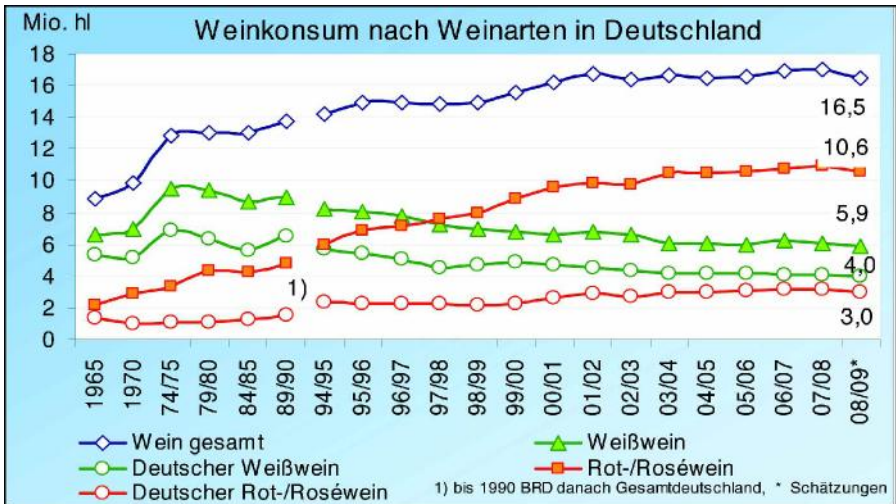


Abbildung 3.6

Weinkonsum nach Weinarten in Deutschland

Quelle: Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung Geisenheim auf Basis von Daten der Weinmarktbalanz des Deutschen Weinbauverbandes (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Differenziert nach Weinarten (Abb. 3.6) ist das Marktwachstum nahezu allein durch den stark angestiegenen Rotweinverbrauch zu erklären. Weißweine - auch deutsche Erzeugnisse - verloren kontinuierlich an Bedeutung (2009: 5,9 Mio. hl). Der Rotweinkonsum entwickelte sich insgesamt auf zwischenzeitlich rund 60 % der Weinnachfrage in Deutschland (2009: 10,6 Mio. hl) und unterscheidet sich damit nicht wesentlich von anderen internationalen Weinmärkten. Ausschließlich durch die Umstellung der Produktion auf einen Rotweinanteil von mittlerweile mehr als einem Drittel der deutschen Rebfläche und die Vermarktung von wettbewerbsfähigen Rotweinen insbesondere im Alltagsweinssegment (2009: 3 Mio. hl) konnte der Deutschweanteil im Inland gehalten werden.

Auf den tiefgreifenden, strukturellen Nachfragewandel von Weiß- zu Rotweinen haben die Winzer in Deutschland zwar verzögert mit der Umstellung der Weinerzeugung auf rote Traubensorten reagiert, die neuen deutschen Rotweine werden von den Verbrauchern jedoch sehr gut angenommen. Die Erzeugerseite hat mit diesem Verhalten eine klare Marktorientierung gezeigt, die insgesamt zu einer höheren Attraktivität deutscher Weine im In- und im Ausland führte. Daneben fanden vielfältige weitere Verbesserungen zur Erzielung einer höheren Weinqualität statt. Die nachhaltige Akzeptanz deutscher Rotweine - insbesondere neuer Rebsorten wie z. B. Dornfelder - macht deutlich, dass die Orientierung an der Verbraucherpräferenz als wichtigste Voraussetzung für Markterfolg anzusehen ist. Interessanterweise hat dabei der Alltagswein im Lebensmittelhandel - geliefert von den deutschen Handelskellereien - den volumenmäßig bedeutenden Wandel herbeigeführt.

3.4 Weinmarktstruktur in Deutschland

3.4.1 Wein- und Sektmarkt in Deutschland

Die heimischen Weinerzeuger produzieren und vermarkten im Durchschnitt der Jahre rund 9,5 Mio. hl Wein. Die Weine werden zu jeweils etwa einem Drittel von Traubenerzeugern genossenschaftlich erfasst, von Fassweinproduzenten gekeltert und frei vermarktet oder von Flaschenwein vermarktenden Winzerbetrieben direkt an Endverbraucher und über den Weinfachhandel vertrieben (Abb. 3.7).

Die Fassweinvermarktung durch Weinbaubetriebe spielt in den rheinland-pfälzischen Anbaugebieten eine bedeutende Rolle. Dennoch werden auch von der genossenschaftlichen Weinerzeugung (Ø 3,1 Mio. hl) in Deutschland rund 20% der Erzeugung als Fasswein an Wein- und Sektkellereien geliefert (Abb. 3.7). Die Weinkellereien zählen zu den wichtigsten Abnehmern der Fasswein erzeugenden Betriebe, vor allem für rheinland-pfälzische Winzerbetriebe, die wiederum über 95 % ihrer rund 3,4 Mio. hl Rohware unter den Bedingungen eines freien spekulationsgeprägten Fassweinmarktes veräußern. Sie stehen dabei in einem unmittelbaren Wettbewerb mit anderen europäischen Rohwarenerzeugern und werden zukünftig aufgrund der Austauschbarkeit der Beschaffungsbasis vor allem der Weine im Preiseinstiegssegment weiter unter Druck bleiben.

Eine tragende Säule des heimischen Weinabsatzes ist nicht nur aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten die Direktvermarktung von abgefüllten Erzeugerweinen. Sie macht innerhalb des Deutschweinsegments etwa ein Viertel des Vermarktungsvolumens aus und ist - die richtigen ökonomischen Rahmenbedingungen und Unternehmensstrukturen vorausgesetzt - ein Garant für Wertschöpfung und Einkommenserzielung. Auch die Flaschenwein vermarktenden Betriebe liefern rund ein Fünftel ihrer Erzeugung vorwiegend an Handelskellereien; je nach Ernteschwankungen kann dieser Wert sogar noch höher sein.

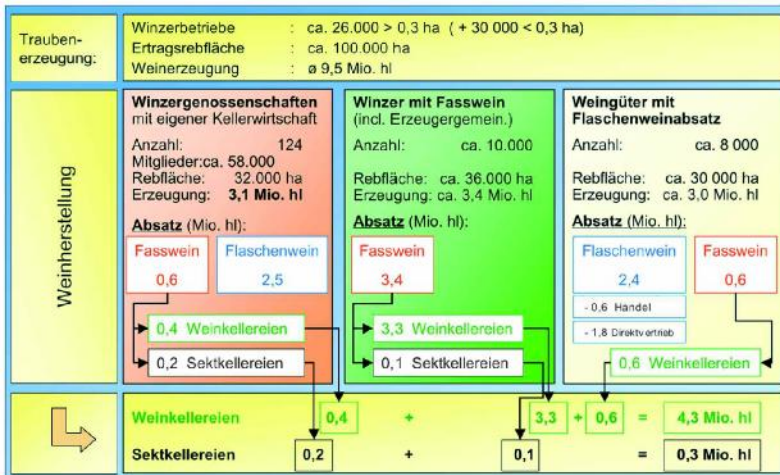


Abbildung 3.7

Lieferstruktur der deutschen Wein- und Sektellereien mit heimischen Weinen

Quelle: Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung Geisenheim, Schätzungen u.a. orientiert an Daten des Statistischen Bundesamtes, des Raiffeisenverbandes, des Deutschen Weinbauverbandes und des Verbandes deutscher Sektellereien (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Zwischenzeitlich hat sich nach Jahren des Konsumrückgangs der Markt für Sekte und Schaumweine in Deutschland wieder stabilisiert. Der Pro-Kopf-Verbrauch⁴ von Schaumwein und Sekt liegt bei rund 3,7 Liter. Anfang der 90er Jahre begann ein schleichender Einzug von zunächst italienischen Perlweinen (Prosecco), die als Alternative zu Schaumweinen einen rasanten Aufschwung erlebten und eine höhere Wertschöpfung versprachen, da Perlweine nicht der Schaumweinsteuer unterliegen. Für die Sektbranche ist der deutsche Fassweinerzeugermarkt von nur untergeordneter Bedeutung. Zum einen gibt es langjährige Lieferbeziehungen nach Italien, Frankreich und Spanien zu günstigen Rohwarenpreisen. Andererseits ist der deutsche Fassweinmarkt polypolitisch strukturiert und spekulationsgeprägt. Die Preise schwanken in Abhängigkeit von Angebot und Nachfrage, liegen aber in der Regel über denen der europäischen Mitwettbewerber. Auch die fehlende Lieferkontinuität steht den Planungen vieler Sektellereien entgegen, sodass insgesamt jährlich nur etwa 300.000 Hektoliter heimischer Grundweine in die Sektherstellung fließen. Der überwiegend als Fasswein gehandelte Anteil der deutschen Weinerzeugung (4,3 Mio. hl) wird als Stillwein abgefüllt und vermarktet (Abb. 3.7).

⁴ Quelle: Deutsches Weininstitut Mainz, Weinmarkt Basisdaten, Mainz 2010

3.4.2 Exporte und Importe

Aufgrund unterschiedlicher Erfassungszeiträume⁵ und Abgrenzungen der exportierten Erzeugnisse⁶ ist eine eindeutige Bewertung der Exporte nur eingeschränkt möglich. Über alle Produktgruppen hinweg exportierten deutsche Unternehmen im Jahr 2009 schätzungsweise 3,45 Mio. hl Flaschen- und Fassweine. Exklusive Wermut, Aperitif und Likörwein etc. weist das Statistische Bundesamt Exporte im Jahr 2009 in Höhe von 3,23 Mio. Hektoliter Wein⁷ aus (Abb. 3.8). Dabei handelt es sich zu rund zwei Drittel um deutsche Weine⁸ (ca. 2,03 Mio. hl), der Rest sind Reexporte zuvor von Weinhandelskellereien eingeführter und abgefüllter Auslandsweine. Die Reexportquote wird seitens der Marktexperten auf rund 35% geschätzt. Seit Ende der 90er Jahre sind die Weinausfuhren sprunghaft angestiegen. Das Wachstum der Exportmengen ist nahezu ausschließlich mit der Ausfuhr von zuvor importierten Rotweinen die in Deutschland abgefüllt werden verbunden und dürfte den überwiegenden Teil der Reexporte ausmachen. Der Export von Weißweinen und Qualitätsweinen verläuft, wenn auch auf unterschiedlichen Niveaus, weitgehend parallel, mit weiterhin leicht sinkender Tendenz. Demnach gelang es den Exportunternehmen nur sektoral mit deutschen Weinen, an den Wachstumsraten der internationalen Exportmärkte zu partizipieren. Die zwischenzeitlichen Exporterfolge von Rieslingweinen vor allem nach den USA haben demnach in der Gesamtmarktbeurteilung die Marktanteilsverluste in den asiatischen Märkten und in Großbritannien nur eingeschränkt kompensieren können.

Bei den Weinausfuhren deutscher Exporteure waren 2009 sowohl in der Menge als auch im Warenwert Einbußen gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen. Mengenmäßig wurden 5,0 % weniger ausgeführt als im Vorjahr. Der Gesamtwert der Exporte lag mit 637 Millionen Euro etwa 8,9 % niedriger als im Jahr zuvor. Ursache für diese Entwicklung dürfte allem Anschein nach die weltwirtschaftliche Krise sein, möglicherweise aber auch eine fehlende Weinstilistik deutscher Rebsortenweine⁹. Nach Aussagen einzelner Marktteilnehmer sind von diesem Rückgang nicht nur die höherpreisigen Produkte von Weingütern betroffen. Auch Kellereien, die vorwiegend das Preiseinstiegssegment bedienen, mussten in 2009 Einbrüche bei den Ausfuhren hinnehmen. Das Land Rheinland-Pfalz ist das anteilmäßig exportstärkste Weinbau treibende Bundesland. Schätzungsweise 90 % der Schweinexporte¹⁰ (1,82 Mio. Hektoliter) sind rheinland-pfälzischen Ursprungs. Dies unterstreicht die Exportabhängigkeit der rheinland-pfälzischen Weinerzeugung und die Notwendigkeit zur Distribution von aus Konsumentensicht nachvollziehbarer Weinstile, so unter anderem von Rebsortenweinen.

⁵ Wirtschaftsjahr oder Kalenderjahr

⁶ Abgrenzung auf Basis des Alkoholgehaltes und der Produktgruppe Wein (einschließlich Wermut, Aperitif, Likörwein etc.)

⁷ Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung Nr.109 , 2010

⁸ Deutsches Weininstitut Mainz auf Basis von Schätzungen des Deutschen Weinbauverbandes und des Verbandes deutscher Weinexporteure, 2010

⁹ Betrachtet man beispielsweise die international positive Resonanz auf die Imagewerbung des Deutschen Weininstituts bezüglich deutscher Rieslingweine im gehobenen und oberen Preissegment, klafft dennoch eine Lücke zur Marktrealität, da ein nicht unerheblicher Teil der exportierten Rieslinge nach wie vor im Preiseinstiegssegment, vorzugsweise im restsüßen Bereich vermarktet wird.

¹⁰Verband deutscher Weinexporteure, 6. Sonderbericht 2010

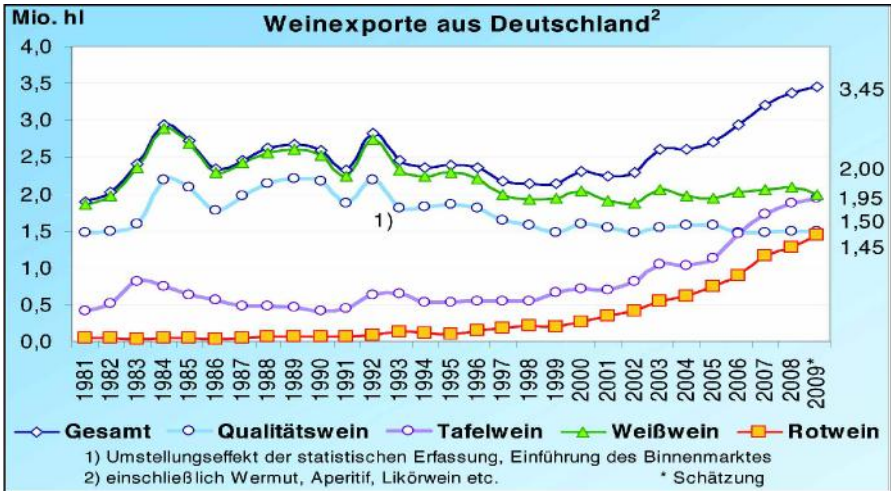


Abbildung 3.8

Weinexporte aus Deutschland

Quelle: Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung Geisenheim, auf Basis von Daten des Statistisches Bundesamtes, Außenhandel, Fachserie 7 (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Da aufgrund der statistischen Erfassungsschwellen eine obligatorische Meldung der Weinexporte erst ab einer Menge von 100.000 Liter und einem Wertanteil von 300.000 Euro erfolgen muss, bleiben die Exporte zahlreicher kleiner Weingüter und Kellereien in der amtlichen Statistik unberücksichtigt. Demzufolge dürfte das Exportvolumen, ergänzt um sogenannte Kleinstexporte, vorsichtig geschätzt um etwa 0,2 Mio. hl höher liegen.

Zu den wichtigsten Abnehmern im europäischen Markt zählen die Benelux-Staaten, Großbritannien und Skandinavien. Hauptabnehmerland von Weinen aus Deutschland sind die Niederlande, mit einer jedoch sehr hohen Reexportquote. Unter den wichtigsten Abnehmern war es zudem das einzige Land, in das die Ausfuhren (0,71 Millionen Hektoliter; 107 Millionen Euro) sowohl in der Menge (+ 10,1 %) als auch im Wert (+ 11,8 %) Zuwächse verzeichnen konnten. Dagegen fielen 2009 im Vergleich zu 2008 die Ausfuhren zum zweitwichtigsten Abnehmer, dem Vereinigten Königreich (0,65 Millionen Hektoliter; 109 Millionen Euro), sowohl in der Menge (- 16,9 %) als auch im Wert (- 26,2 %) deutlich. Bedeutendstes Drittland blieben die USA (0,27 Millionen Hektoliter; - 7,6 % und 90 Millionen Euro: - 10,4 %).

Die zehn wichtigsten Drittlandsmärkte sind zurzeit neben den USA, in absteigender Reihenfolge, die Russische Föderation, Norwegen, Kanada, Japan, China, Schweiz, Südkorea, Taiwan, Singapur und Hongkong. Etwa ein Drittel (2009: 0,65 Mio. hl) der Ausfuhr rheinland-pfälzischer Weine geht in diese Drittlandsmärkte.

Deutschlands Weinimporte¹¹ haben sich in den vergangenen Jahrzehnten rasant entwickelt. Mit rund 14 Mio. Hektoliter Weineinfuhr ist Deutschland mit Abstand der weltweit größte Importeur von Weinen (Abb. 3.9). Demnach importieren deutsche Unternehmen ungefähr das 5-fache der Weinausfuhr. Dies unterstreicht die Bedeutung des Weinmarktes Deutschland für die übrige Welt und ist weiterhin ein Beleg für den hohen Wettbewerbsdruck, dem deutsche Erzeuger unterliegen. Ähnlich wie die mengenmäßige Entwicklung hat sich auch der Importwert erhöht. Mittlerweile werden Weine zu einem Wert von über 2 Mrd. Euro von deutschen Importkellereien eingekauft. Während früher große heimische Ernten oder Naturereignisse das Importverhalten beeinflussten, so sind es heute verstärkt ökonomische Rahmenbedingungen, so unter anderem die Lieferkontinuität und die preisliche Attraktivität besonders im Bezug von Grundweinen für die Sekterzeugung oder für Weine im Preiseinstiegsbereich, die das Importverhalten beeinflussen. Zu den bedeutenden Lieferländern für Fassweine zählen unter anderem Frankreich, Spanien und Italien.

Die Weinimporte¹² nach Deutschland sind im Jahr 2009 in der Menge gegenüber 2008 leicht gestiegen, aber im Wert zurückgegangen. Im vergangenen Jahr wurden nach vorläufigen Ergebnissen der Außenhandelsstatistik Mengenzuwächse von 1,3 % und ein Rückgang der Werte importierter Weine von 5,2 % registriert

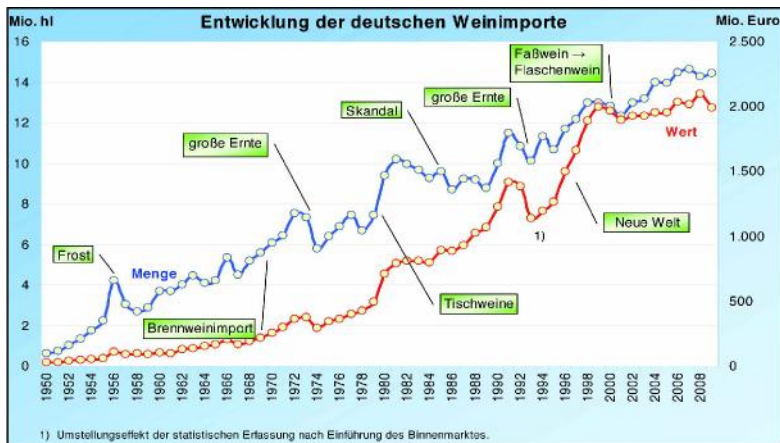


Abbildung 3.9

Entwicklung der deutschen Weinimporte

Quelle: Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung Geisenheim, auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes, Außenhandel, Fachserie 7 (www.weinokonomie-geisenheim.de)

¹¹ Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung Nr.109, 2010

¹² Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung Nr.109, 2010

Unberücksichtigt hierbei bleiben die Kleinimporte von Gastronomen, Fachhändlern und auch der Direktbezug von Wein z.B. während Urlaubsreisen, der auf mehrere Hunderttausend Hektoliter geschätzt wird und statistisch unerfasst bleibt. Damit erhöhen sich auch in Deutschland der theoretische Pro-Kopf-Verbrauch sowie das durchschnittliche Preisniveau, da für diesen Weineinkauf tendenziell höhere Durchschnittsausgaben der Einkäufer zugrunde gelegt werden können.

Die wichtigsten Herkunftsländer der nach Deutschland importierten Weine waren im Jahr 2009 Italien (5,17 Millionen Hektoliter, Wert von 550 Millionen Euro), das damit die Einfuhrmenge gegenüber dem Vorjahr um 4,8 % steigerte. Es folgen Frankreich mit 2,03 Millionen Hektoliter (- 5,1 %) im Wert von 376 Millionen Euro und Spanien (1,9 Millionen Hektoliter) im Wert von 196 Millionen Euro, das 10,8 % weniger Wein nach Deutschland lieferte.

Auch die meisten Überseeländer konnten im vergangenen Jahr ihre Exporte nach Deutschland steigern. Südafrika war mit 0,71 Millionen Hektoliter (+ 4,4 % gegenüber 2008) für 71 Millionen Euro größter Lieferant aus der Neuen Welt. Chile mit 0,52 Millionen Hektoliter verlor mengenmäßig 6,1 %. Gewachsen sind die Importe aus den USA (0,45 Millionen Hektoliter, +1,9 %) und aus Australien (0,37 Millionen Hektoliter, +23,3 %).

3.4.3 Deutscher Wein - Marktanteile und Durchschnittspreise

Deutsche Weißweine (21,7 %) und Rotweine (27,7 %) sind in ihren jeweiligen Segmenten Marktführer im deutschen Weinmarkt. Waren im Jahr 1980 noch knapp 90 % der deutschen Rebfläche mit Weißweinrebsorten bestockt, hat die Anpassungsreaktion der Wein-erzeuger an die Nachfrageverschiebungen im Weinmarkt Deutschland insgesamt zu einem flächenmäßigen Rotweinanteil von über 36 % verholfen, die über die unterschiedlichen Vertriebschienen zwischenzeitlich im Markt angekommen sind. Während der Wechsel zu einem höheren Rotweinkonsum bereits Mitte/Ende der 80er Jahre den deutschen Weinmarkt erreichte, fand die Anpassungsreaktion für inländische Rotweine zeitlich um 5-10 Jahre verzögert statt. Seit dem Jahr 2006 dominieren deutsche Rotweine auch das Deutschweinsegment. Insgesamt liegt der Gesamtmarktanteil deutscher Weine bei rund 48 %, wobei der Zuwachs seit dem Jahr 2002 vorwiegend den Wachstumsraten bei deutschen Rotweinen zu verdanken ist, die vorwiegend durch die Handelskellereien im Lebensmittelhandel vermarktet werden (Abb. 3.10).

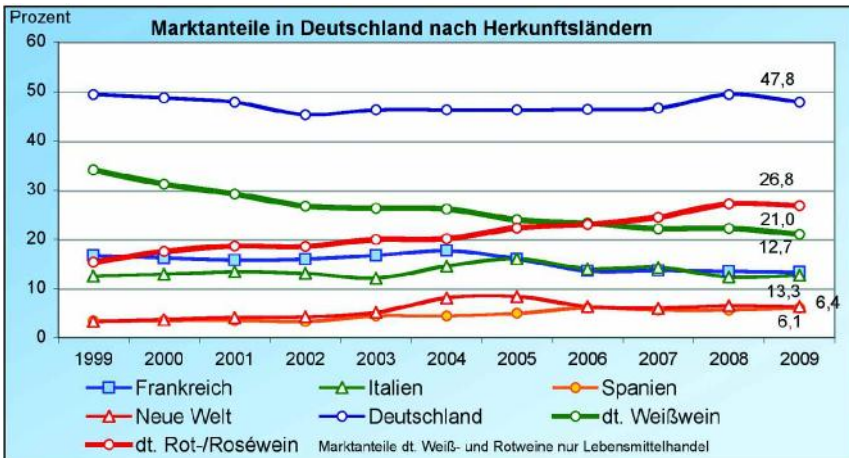


Abbildung 3.10

Marktanteile von Wein in Deutschland nach Herkunftsländern

Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg verschiedene Jahre

Die Rotweinvermarktung aus eigener Erzeugung stagniert zurzeit in Deutschland auf nach wie vor hohem Niveau. Damit haben sich heimische Rotweine (einschließlich der Roséweine) entgegen vorschneller Aussagen einzelner Marktbeobachter zu einem Ende des Rotweinbooms oder zu Gunsten einer Riesling-Euphorie als der eigentliche Wachstumsmotor und Stabilitätsfaktor der heimischen Marktanteile erwiesen. Diese Anpassungsreaktion verhinderte beispielsweise strukturelle Überschüsse im Weißweinsektor und ist ein Beleg für die Flexibilität der heimischen Erzeuger, sich den Herausforderungen des Wettbewerbs anzupassen.

Hinsichtlich der Wertschöpfung und insbesondere der preislichen Positionierung deutscher Weine im heimischen Markt gehen die Ergebnisse der Marktbeobachtungen auseinander. Während die GfK-Daten¹³ einen harten Preiswettbewerb im internationalen Markt Deutschland mit zum Teil sinkenden Durchschnittspreisen und einer unterdurchschnittlichen Repräsentanz der Direktvermarktung ausweisen, zeigen qualitative Studien zum Einkauf in Premiumeinkaufsstätten¹⁴ für Wein, wozu vor allem die Erzeugervermarktung zu rechnen ist, ein durchweg positiveres Bild, sowohl hinsichtlich der Durchschnittspreise als auch in Bezug auf die vermarktete Menge.

¹³ Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg 2010

¹⁴ Hoffmann, D. und Szolnoki, G.: Premiumeinkaufsstätten für Wein in Deutschland - Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherbefragung, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim 2010

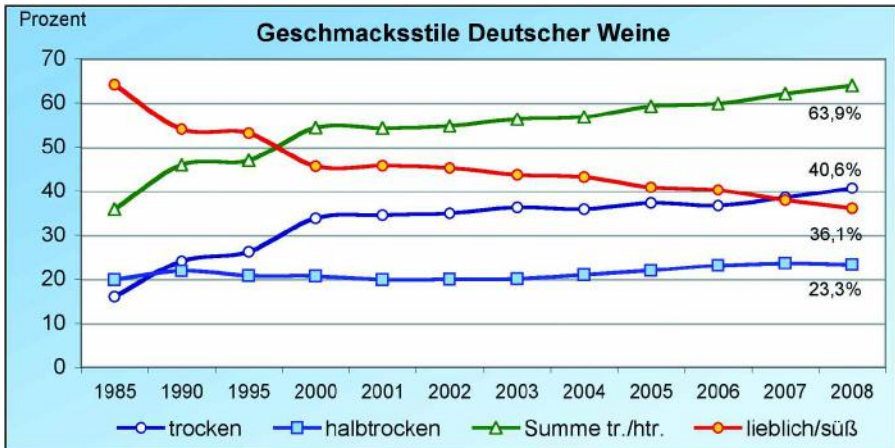


Abbildung 3.11

Geschmacksstile deutscher Weine im Lebensmittelhandel

Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg verschiedene Jahre

Dem weltweiten Konsumtrend folgend haben sich deutsche Weine seit Mitte der 80er Jahre deutlich von süß oder lieblich in Richtung trocken/halbtrocken entwickelt (Abb. 3.11). Einerseits zwang der Vertrauensverlust im Zuge des Weinskandals Mitte der 80er Jahre die Winzer und Vermarkter zum Umdenken, andererseits dürfte die zunehmende Rotweinnachfrage und die Produktionsumstellung sowie die internationale Rotweinstilistik, die eher auf der trockenen Geschmacksausprägung beruht, diesen Effekt beschleunigt haben. Deutsche Weine werden heute zu knapp zwei Dritteln trocken oder halbtrocken angebaut, im Jahr 1985 waren noch über 60 % der heimischen Erzeugnisse in den Geschmacksrichtungen lieblich und süß auf dem Markt. Sowohl die moderne Kellerwirtschaft als auch die Aromatik heimischer Rebsorten haben dazu beigetragen, dass mittlerweile rund 40 % der Weine trocken angebaut und vermarktet werden (Abb. 3.11).

3.4.4 Marktanteile und Durchschnittspreise rheinland-pfälzischer Weine

Im Deutschweinsortiment des Lebensmittelhandels (ohne Direktvermarktung) haben die großen rheinland-pfälzischen Anbaugebiete Pfalz (33 %) und Rheinhessen (26 %) die größten Marktanteile und damit auch die höchste Bekanntheit und Käuferreichweite (Abb. 3.12). Die große Differenz zwischen rheinhessischen und pfälzischen Weinen erklärt sich unter anderem an der Erfassungsmethodik der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und der Austauschbarkeit der Anbaugebiete durch den Handel und Vermarkter je nach Verfügbarkeit und Preissituation an den Fassweismärkten. Deklariert werden vordergründig Rebsorten wie Riesling, Müller-Thurgau oder Dornfelder, während die regionale Herkunftsbezeichnung zumindest bei den Handelskellereien eher sekundärer Natur ist.

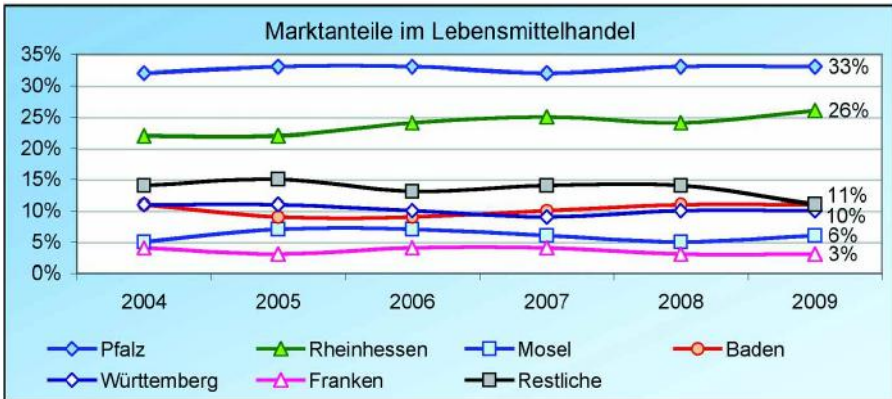


Abbildung 3.12

Marktanteile deutscher Weine im Lebensmittelhandel nach Anbaugebieten

Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg verschiedene Jahre

Es sind vorwiegend die großen Winzergenossenschaften und Handelskellereien, die diesen Markt bedienen. Im Vergleich zu Anbaugebieten wie Baden, Franken oder Würtemberg sind die Käuferschichten von rheinland-pfälzischen Weinen sogar etwas jünger. Nicht unterschätzt werden darf auch, dass die breite nationale Distribution rheinland-pfälzischer Weine positive Nachfrageeffekte auf den Konsum hat, da die Einkaufsgewohnheiten der Weintrinker immer stärker anlassbezogen sind, unabhängig davon ob es sich um Weine des alltäglichen Konsums oder um solche zu besonderen Anlässen handelt.

Der Rückgang des Marktanteils von Weinen der Mosel hat seine Ursache vornehmlich in der Verfügbarkeit von Moselrieslingen, die in den Jahren 2007 und 2008 sehr stark exportiert wurden und es aufgrund fehlender Lieferkontinuität und unrealistischen Preisforderungen bei gleichzeitiger Austauschbarkeit am Beschaffungsmarkt zu umfangreichen Auslistungen im Lebensmittelhandel kam.

Mit Blick auf die Weinarten unterscheiden sich die drei großen Anbauggebiete des Landes im Lebensmitteleinzelhandel und bei den Discontnern (ohne Direktvermarktung und Fachhandel) am deutlichsten Abb. 3.13). Mit über 60 % Rot- und Roséweinen hat die Pfalz in diesem Segment eine dominierende Stellung, was auch die höheren Marktanteile gegenüber Rheinhessen mit erklären könnte, da das Deutschweinssegment hauptsächlich im Bereich der Rot/Roséweine gewachsen ist. Aus Rheinhessen kommen mit abnehmender Tendenz noch knapp über 50% Weißweine in die Outlets des Lebensmittelhandels. Deutlich weißweinlastig ist aufgrund des traditionell hohen Rieslinganteils das Anbauggebiet Mosel im Handel vertreten. Die Marktanpassung hin zu Rotweinsorten hat auf vergleichsweise niedrigem Niveau in den letzten Jahren zu einem Marktanteil von ungefähr 20 % des Angebots geführt. Der Weißweinanteil der Mosel im Markt ist im Jahr 2009 wieder angestiegen.

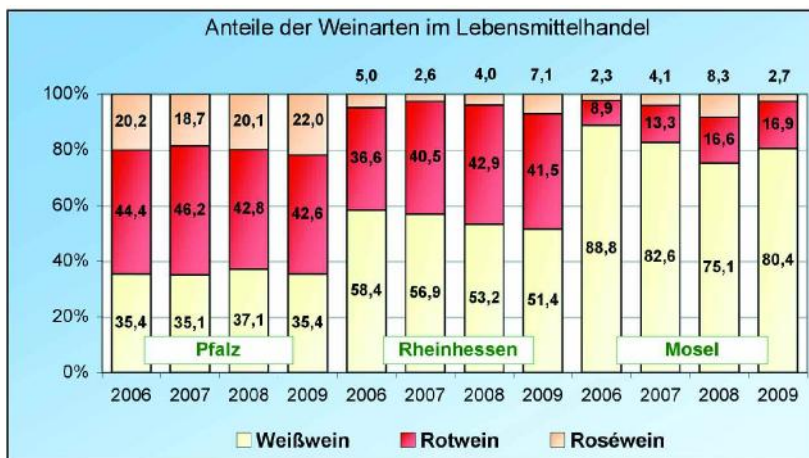


Abbildung 3.13

Marktanteile deutscher Weinarten im Lebensmittelhandel nach Anbaugebieten

Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung, verschiedene Jahre, Nürnberg 2010

Die Preisentwicklung im Lebensmittelhandel ist durchweg positiv, jedoch auf einem nach wie vor unbefriedigenden Level. Der nationale und internationale Wettbewerb und das preisaggressive Verhalten des Handels lassen wenige Spielräume für nachhaltige Preissteigerungen. Die zwischenzeitlich gute qualitative Positionierung deutscher Weine gerade für den alltäglichen Konsum und im Preiseinstiegsbereich haben die Verbraucher verwöhnt und signalisieren, dass guter Wein nicht teuer sein muss.

Anbaugebiete wie die Pfalz und Rheinhessen bekommen den Qualitäts- und Preiswettbewerb in Deutschland am deutlichsten zu spüren und erzielen Durchschnittserlöse von knapp unter 2 Euro je 0,75-Literflasche (Abb.: 3.14). Dass fränkische und vor allem württembergische Weine zum Teil einen Euro mehr pro Flasche Erlösen, liegt in dem Umstand begründet, dass diese weniger breit distribuiert und tendenziell regional mit einem gewissen Konsumpatriotismus nachgefragt werden. Letzteres birgt aber auch die Gefahr, dass nachwachsende Konsumentengenerationen mit einer liberaleren Werteorientierung künftig bei gleicher Qualität günstigeren Weinen anderer Herkünfte den Vorzug geben und aus diesen Segmenten abwandern.

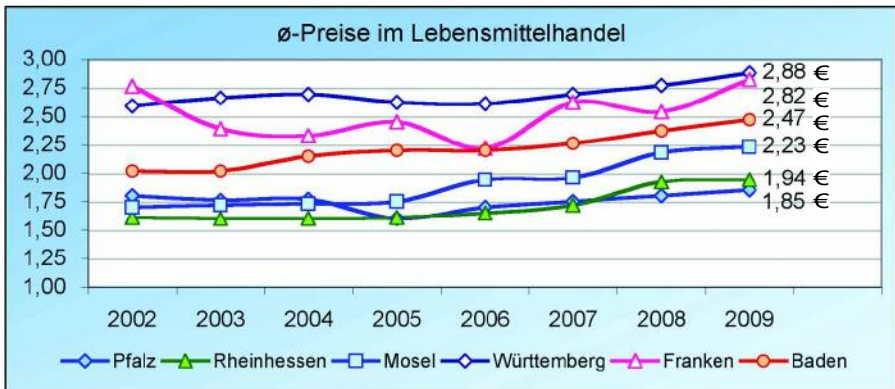


Abbildung 3.14

Durchschnittspreise deutscher Weine nach Anbaugebieten im Lebensmittelhandel

Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg verschiedene Jahre

3.4.5 Vertriebsschienen - Lebensmittelhandel etc. und Direktvermarktung

Der Weinverbrauch in Deutschland wächst langsamer als in den anderen west- und nord-europäischen Ländern. Die Konsumzuwächse finden vor allem im Lebensmittelhandel statt, im Bereich des Außer-Haus-Konsums und der Gastronomie sind Rückgänge festzustellen. Aufgrund der zunehmenden Vertriebsintensität dürfte es für die Direktvermarktung und den traditionellen Fachhandel schwer sein, ihre Positionen im Weinmarkt weiter auszubauen. Die veränderten Einkaufsgewohnheiten - gleich beim Lebensmitteleinkauf anlassbezogen auch Wein zu besorgen - sprechen perspektivisch hier eine deutliche Sprache.

Mit rund 19,7 Mio. hl ist der deutsche Weinmarkt der viertgrößte der Welt (Abb. 3.15). Auf den Schaumweinmarkt entfallen hiervon mengenmäßig ca. 16 % und wertmäßig etwa 21 % des Marktvolumens. An Still- und Perlweinen wurden im Jahr 2009 rund 16,5 Mio. hl zu einem Gesamtwert von 6,09 Mrd. Euro vermarktet.

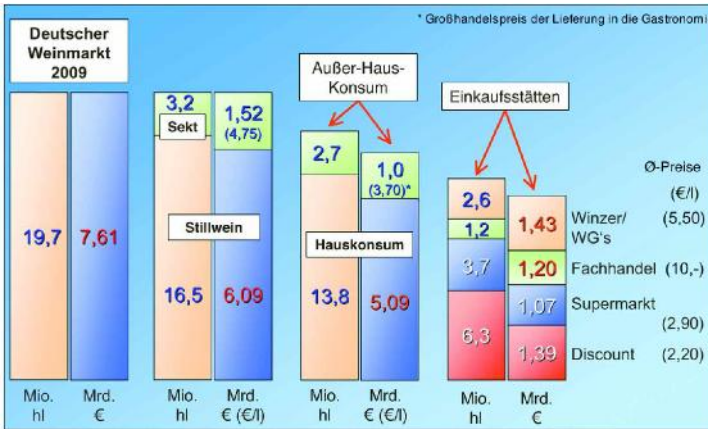


Abbildung 3.15

Vertriebsstruktur und Durchschnittspreise im Weinmarkt Deutschland

Quelle: Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung Geisenheim, Schätzungen (u.a. orientiert an Daten des Statistischen Bundesamtes, des Raiffeisenverbandes, des Deutschen Weinbauverbandes und des Verbandes deutscher Sektkellereien) (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Die Marktentwicklung im Direktabsatz wird allenfalls auf eine Stagnation hinauslaufen, wengleich laut den jüngsten differenzierten Untersuchungen der Erzeugervermarktung die Bedeutung dieser Vertriebsschiene in der Konsumentenforschung¹⁵ unterschätzt wird. Interessant sind die in diesem Zusammenhang ebenfalls ermittelten Durchschnittspreise der einzelnen Vertriebsschienen, die durchweg höher liegen als bei anderen Verbraucheruntersuchungen bzw. Panelerhebungen. Der Absatz über die Direktvermarktung von privaten Weingütern zu privaten Haushalten hat sich als qualitätsorientiert, preisstabil und vor allem wirtschaftlich rentabel behauptet.

Der Weinmarkt in Deutschland mit seiner hohen Dynamik einerseits und seiner sehr differenzierten und liberalen Struktur andererseits ist als ein Modell und Muster für die Erhaltung klein- und mittelbetrieblicher Strukturen in Erzeugung und Handel anzusehen. Das Bedürfnis der Verbraucher, möglichst authentische und individuelle Weine preiswert nachzufragen, erhält damit die in Deutschland und in Westeuropa üblichen, weitgehend fragmentierten Erzeugungs- und Vermarktungsstrukturen¹⁶.

15 Hoffmann, D. und Szolnoki, G.: Premiueinkaufsstätten für Wein in Deutschland - Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherbefragung, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim 2010
16 Hoffmann, D., Der Markt für Wein, Agrarwirtschaft Heft 1, 2007

Weiterhin ist vor dem Hintergrund der ungebrochenen Reisefreudigkeit der Deutschen von einem nicht unbedeutenden statistisch nicht erfassten Weinimport auszugehen, der zu einem insgesamt deutlich höheren Weinkonsum führt, als es die Zahlen der Weinmarkt看bilanz ausweisen.

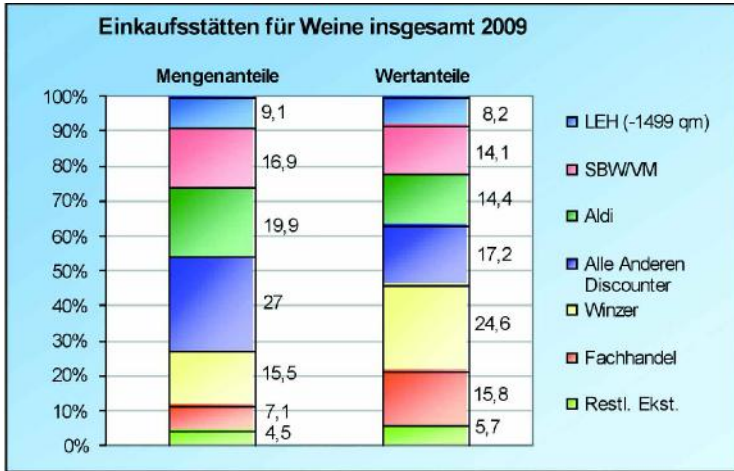


Abbildung 3.16

Einkaufsstätten für Weine insgesamt in Deutschland 2009

Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg

Der überwiegende Teil des Weins in Deutschland wird über den Lebensmittelhandel und die Discounter vermarktet (Abb. 3.16). Nur etwa ein Viertel des Weineinkaufs erfolgt direkt beim Erzeuger oder über den Weinfachhandel, einem wichtigen Multiplikator für den Weinvertrieb der direktvermarktenden Familienbetriebe.

Eine besonders rasante Entwicklung haben in den vergangenen 10-15 Jahren die Discounter erlebt. Etwa jede fünfte Flasche Wein in Deutschland wird beim Discounter Aldi gekauft. Dieser genießt bei den Verbrauchern aufgrund seines überschaubaren Sortiments großes Vertrauen und übernimmt gleichzeitig eine erzieherische Funktion im Weineinkauf, da bei lediglich 15-20 Weinen im relevanten Weinangebot - von saisonalen Aktionen einmal abgesehen - die Verbraucher nur das einkaufen können, was vorhanden ist.

Insgesamt wird rund die Hälfte des Weins bei den Discountern eingekauft. Umgekehrt hat der klassische Lebensmittelhandel in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung verloren. Zum einen sind die Sortimente wesentlich umfangreicher, zum anderen sind die Preise dort über den preisaggressiven Angeboten des Discounts angesiedelt. Wertmäßig erreichen die Discounter nur etwas mehr als 30% des Weinmarktvolumens.

Die Bedeutung der Direktvermarktung für die gesamte Wertschöpfung des Weinsektors erkennt man an dem mengenmäßigen Anteil von 15,5 % bei einem gleichzeitigen Wertanteil von 24,6 % (Abb. 3. 17). Betrachtet man nur das Deutschweinsortiment, sieht die Bilanz noch positiver aus. Einem Mengenanteil von 28,9 % steht ein Wertanteil von 40 % gegenüber. Auffallend ist, dass heimische Weine bei den Discountern unterrepräsentiert sind, obwohl diese Vertriebschiene über alle Altersgruppen und den sozialen Status hinaus eine richtungsweisende Position einnimmt.

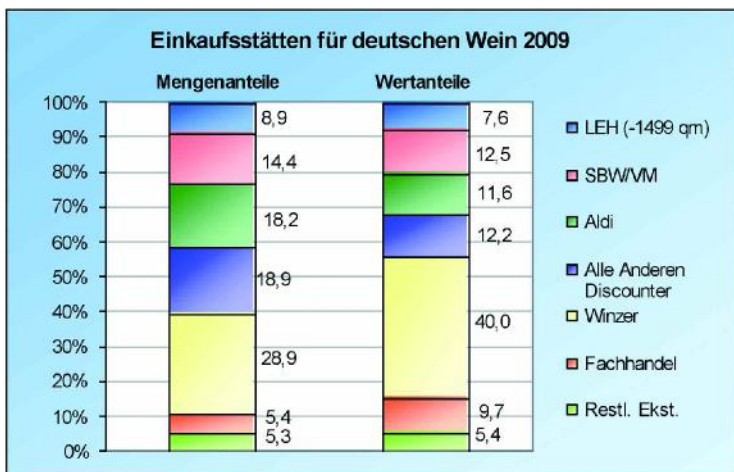


Abbildung 3.17

Einkaufsstätten für deutschen Wein im Jahr 2009

Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg

4 WEINWIRTSCHAFTSSTRUKTUR - ERZEUGUNG UND VERMARKTUNG

Zusammenfassung

- Mit rund 63.000 Hektar Ertragsreiblefläche liegen 62,7 % der Weinbauflächen Deutschlands in Rheinland-Pfalz. Von der gesamten deutschen Weinernte sind rund zwei Drittel rheinland-pfälzischen Ursprungs.
- Die rheinland-pfälzischen Anbauggebiete entwickeln sich sehr unterschiedlich. Während in Rheinhessen und der Pfalz eine starke Umstellung auf Rotweinsorten stattgefunden hat, überwiegen in den übrigen Regionen mit Ausnahme der Ahr die Weißweine.
- Durch diesen drastischen Wechsel in Richtung Rotweinerzeugung wurde einerseits dem Nachfragewandel im Weinmarkt durch die Erzeugerbetriebe Rechnung getragen und andererseits einem strukturellen Weißweinüberschuss in der Erzeugung und Vermarktung entgegengewirkt.
- Insgesamt werden 5,2 Mio. Hektoliter als rheinland-pfälzische Qualitätsweine vermarktet. Jeweils rund 1 Mio. Hektoliter sind Riesling- bzw. Dornfelderweine.
- In Rheinland-Pfalz wird in rund 10.000 Betrieben auch Weinbau betrieben. Während die Betriebszahlen strukturell weiter sinken, steigt die durchschnittlich bewirtschaftete Weinbaufläche in den Regionen zum Teil deutlich an – insbesondere in Rheinhessen und der Pfalz.
- Mehr als eine Million Hektoliter Wein werden durch Erzeugergemeinschaften und Winzergenossenschaften erfasst und vermarktet. Diese bieten insbesondere vielen kleinen Nebenerwerbswinzern eine Möglichkeit zur Traubenvermarktung. Gutes Flächenmanagement der Genossenschaften hielt die Erfassungsflächen in den letzten Jahren stabil bei etwa 10.000 Hektar.
- Die Erzeugerbetriebe (vorwiegend Fassweinebetriebe) des Landes liefern rund 3,9 Mio. Hektoliter Wein überwiegend an Weinhandelskellereien und in geringeren Mengen auch an die Sektindustrie. Seit 1997 hat eine starke Umschichtung von Weiß- zu Rotweinen stattgefunden.
- Rund 75 % der Betriebe erzeugen Trauben und Fassweine. Zwei Drittel der rheinland-pfälzischen Weinernte werden als Fassweine vermarktet.
- Die strukturelle Entwicklung der Betriebszahlen und der Flächenausstattung lässt eine weitere Spezialisierung der Weinbaubetriebe in Richtung Trauben-/Fassweinerzeugung bzw. Direktvermarktung erkennen.
- Als Wachstumsmotor für die rheinland-pfälzische Weinerzeugung in den letzten Jahren haben sich die Weinhandelskellereien herauskristallisiert. Sie verzeichnen hinsichtlich Menge und Umsatz beachtliche Zuwachsraten, besonders bei Rebsortenweinen wie Riesling und Dornfelder. Die Direktvermarktung im Lande stagniert und scheint an einer vorläufigen Kapazitätsgrenze angelangt zu sein.

4.1 Entwicklung der Rebflächen und der Weinerzeugung in Deutschland

In Deutschland schwankt die Ertragsrebfläche¹ seit Jahren um einen Wert von durchschnittlich 100.000 Hektar, die sich in 13 Weinanbaugebiete über das Land verteilen. Die Hauptweinbauregionen befinden sich im Südwesten in den Bundesländern Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg. Sechs deutsche Weinanbaugebiete², darunter mit Rheinhessen und der Pfalz die beiden größten, sind in Rheinland-Pfalz gelegen und umfassen mit rund 62.600 Hektar Ertragsrebfläche (62,7 %) annähernd zwei Drittel der deutschen Erzeugungsbasis.

Die Erntemengen in Deutschland schwanken jahrgangsbedingt zwischen 9 und 10 Mio. Hektoliter, was einem durchschnittlichen Hektarertrag von rund 98,6 Hektoliter/Hektar Ertragsrebfläche entspricht.

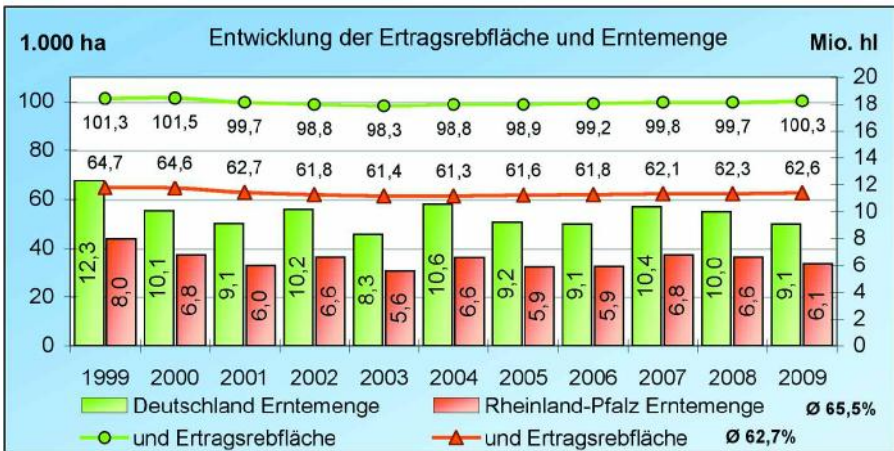


Abbildung 4.1

Entwicklung der Ertragsrebfläche und Erntemenge

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Bundesamtes und des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

¹ Ertragsrebfläche: die bestockte Rebfläche vom zweiten Weinwirtschaftsjahr nach dem der Pflanzung (vgl. Weingesetz 1, Abschnitt, § 2 Begriffsbestimmungen (BGBl. I 2010, Nr. 30, S. 723 - 750 vom 10.06.2010)

² Bestimmte Anbaugebiete in Rheinland-Pfalz: Ahr, Mittelrhein, Nahe, Mosel, Pfalz und Rheinhessen

Deutschlandweit³ wurden im Jahr 2008 auf 63,4 % der Rebfläche Weißweinsorten angebaut, 21,9 % davon waren Riesling und 13,4 % Müller-Thurgau. Die weißen Burgundersorten insgesamt erreichen einen Erzeugungsanteil von über 9,1 % der Fläche. Im Zuge der unter anderem durch die Weinmarktordnung unterstützten Umstrukturierung der Rebflächen hat eine Bereinigung des Sortenspektrums zu Lasten vieler Neuzüchtungen im Weißweibereich stattgefunden. Im Rotweibereich der zwischenzeitlich mehr als ein Drittel der Erzeugungsfläche ausmacht kamen neue, vor allem international bekannte Rebsorten hinzu. Mit 11,5 % zählt der Spätburgunder zu der wichtigsten Rotweinsorte in Deutschland, gefolgt von dem vorwiegend in Rheinland-Pfalz angebauten Dornfelder, der 7,9 % der Rebfläche einnimmt. Diese fünf genannten weißen und roten Rebsorten machen zwischenzeitlich rund zwei Drittel des deutschen Rebsortenspektrums aus.

4.2 Entwicklung der Rebflächen und der Weinerzeugung in Rheinland-Pfalz

4.2.1 Rebflächen, Erträge, Weinarten und Rebsorten in Rheinland-Pfalz

Im Jahr 2009 waren in Rheinland-Pfalz 64.004 Hektar mit Weinreben bestockt, davon sind 62.603 Hektar (97,8 %) Ertragsrebflächen. Auf Junganlagen, d.h. neu gepflanzte Weinberge vom 1. bis 2. Standjahr, entfallen schätzungsweise 4,4 %, was einer durchschnittlichen Standdauer von etwa 25 Jahren entspricht. Während in den 80er und 90er Jahren die Umtriebszeiten insbesondere in Direktzulagen zum Teil deutlich kürzer waren ist mittlerweile eine Trendumkehr zu einer längeren Nutzung der Rebanlagen zu beobachten.

Fläche in Hektar	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bestockte Rebfläche	63.604	63.683	63.623	63.731	63.995	64.004
davon Weisswein	43.496	43.227	43.251	43.536	44.109	44.371
davon Rotwein	20.108	20.456	20.372	20.195	19.885	19.633
Ertragsrebfläche	61.104	61.739	61.843	62.131	62.285	62.603
Pachtanteil * (%)	50,0%	50,5%	50,9%	51,0%	51,0%	50,9%

Tabelle 4.1

Entwicklung der Rebfläche in Rheinland-Pfalz

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz und der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz*, "Grüner Bericht"

Bei der Hälfte der rheinland-pfälzischen Rebfläche handelt es sich um Pachtflächen, was darauf zurückzuführen ist, dass seit Jahrzehnten bei nahezu konstanter Rebfläche die Betriebszahlen sinken und die in der Erzeugung verbleibenden Betriebe die freiwerdende Fläche im Pachtverhältnis übernehmen.

³ Statistisches Bundesamt und Deutscher Weinbauverband 2009

Die Erntemenge im Lande schwankt um einen mittleren Wert von 6,35 Mio. Hektoliter und entspricht einem durchschnittlichen Ertrag von 103,6 Hektoliter je Hektar Ertragsrebfläche.

	Ø-1999-2008	2007	2008	2009
Gesamt:	6.349.514 hl	6.796.572 hl	6.612.519 hl	6.088.367 hl
Hektar-Ertrag:	103,6 hl/ha	109,4 hl/ha	106,2 hl/ha	97,3 hl/ha

Tabelle 4.2

Entwicklung der Erntemengen in Rheinland-Pfalz

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz, Statistische Berichte, Weinmosternte

Auf die drei wichtigsten Weißweinsorten Riesling, Müller-Thurgau und Silvaner entfallen zusammen 44,4 % der Rebfläche, hinzukommen weitere 23,6 % für die drei Rotweinsorten Dornfelder, Portugieser und Spätburgunder. Weiter 13,3 % der Fläche sind mit den weißen Burgundersorten und Chardonnay bestockt, sodass insgesamt mehr als 80 % der heimischen Weine aus am Markt etablierten und bekannten Rebsorten hergestellt werden (Tab. 4.3) und den Trend hin zu Rebsortenweinen widerspiegeln. Die Bedeutung vieler Neuzüchtungen - gepflanzt in den 70er Jahren des vorigen Jahrhunderts - ist weiter rückläufig. Am Markt haben sich vorwiegend Weine aus traditionellen Rebsorten etabliert, mit einer Ausnahme, dem Dornfelder, der im abgelaufenen Jahrzehnt eine Boomphase erlebte und mittlerweile rund ein Fünftel der als rheinland-pfälzische Qualitätsweine vermarkteten Erzeugnisse ausmacht.

Seit dem Flächenrückgang vor allem in den Steillagenregionen der Mosel aber auch am Mittelrhein und an der Nahe vor etwa 10 Jahren hat sich die Rebfläche – von leichten Schwankungen abgesehen konstant entwickelt. Der Rückgang hatte seine Ursache in den ungünstigen Betriebsstrukturen und den schwierigeren Bewirtschaftungsbedingungen in den steilen und klein parzellierten Weinbergslagen, mit nur eingeschränkten Mechanisierungs- und Rationalisierungspotenzialen. Aber auch die abnehmende Herkunftsdifferenzierung am Rohwarenmarkt bei gleichzeitiger Austauschbarkeit von Fassware bei der Beschaffung von Rebsortenweinen über die Anbaugebietsgrenzen hinweg sowie eine unzureichende Preisdifferenzierung für Steillagenweine haben zu dieser Entwicklung beigetragen.

Keltertrauben 1979-2009 nach ausgewählten Rebsorten							
Rebsorte	1979	1989	1999	2008	2009	Veränderung 2009 zu 2008	
	ha					%	
Insgesamt	63.187	66.812	66.831	63.995	63.995	100	0
Weißweinrebsorten	59.873	60.223	55.213	44.109	44.364	69,3	0,6
Riesling	13.100	14.584	15.390	16.081	16.291	25,5	1,3
Müller-Thurgau	16.116	15.435	13.072	8.477	8.481	13,3	0
Silvaner, Grüner	7.911	5.835	4.956	3.589	3.560	5,6	-0,8
Kerner	3.880	6.173	5.573	2.944	2.848	4,5	-3,3
Ruländer	1.351	830	1.036	2.505	2.543	4,0	1,5
Burgunder, Weißer	445	439	1.243	2.172	2.322	3,6	6,9
Scheurebe	3.469	3.687	2.909	1.476	1.456	2,3	-1,3
Bacchus	2.394	2.840	2.449	1.177	1.138	1,8	-3,3
Chardonnay	-	3	408	946	993	1,6	4,9
Huxelrebe	1.478	1.563	1.285	633	611	1,0	-3,4
Sonstige	9729	8834	6893	4110	4118	9,3	0,2
Rotweinrebsorten	3.312	6.589	11.618	19.885	19.631	30,7	-1,3
Dornfelder	98	1.037	3.383	7.440	7.348	11,5	-1,2
Spätburgunder, Blauer	432	1.268	2.485	3.909	3.909	6,1	0,0
Portugieser, Blauer	2.515	3.832	4.505	4.001	3.860	6,0	-3,5
Regent	-	-	217	1.603	1.581	2,5	-1,4
Saint Laurent	6	24	171	633	633	1,0	0,0
Sonstige	261	428	858	2297	2297	11,7	0,0

Tabelle 4.3

Wichtigste Rebsorten in Rheinland-Pfalz

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Die Jahrgangsbedingten Ertragsunterschiede fielen im letzten Jahrzehnt weniger deutlich aus als noch in den 80er und 90er Jahren, was unter anderem als eine Folge der Hektarhöchsttertragsregelung gewertet werden kann, aber auch auf den gewachsenen Qualitätsanspruch des Weinmarktes allgemein zurückzuführen ist. Die Weinerzeuger haben teilweise mit staatlicher Unterstützung umfangreich in marktkonforme Rebsorten und Anbaumethoden investiert, bei denen auch die Ertragssteuerung im Fokus steht.

Auffällig ist der seit Mitte der 80er Jahre beginnende und etwa ab Mitte der 90er Jahre starke Anstieg des Rotweinanbaus im Lande. Wurden im Jahr 1980 noch fast 95 % Weißwein erzeugt, verschob sich dieser Anteil zu Gunsten der Rotweinerzeugung, die mittlerweile 31 % der Ertragsrebfläche in Rheinland-Pfalz einnimmt (Abb. 4.2). Durch diesen drastischen Wechsel in der Erzeugung wurde einerseits dem Nachfragewandel im Weinmarkt durch die Erzeugerbetriebe Rechnung getragen und andererseits einem strukturellen Weißweinüberschuss in der Erzeugung und Vermarktung entgegengewirkt.

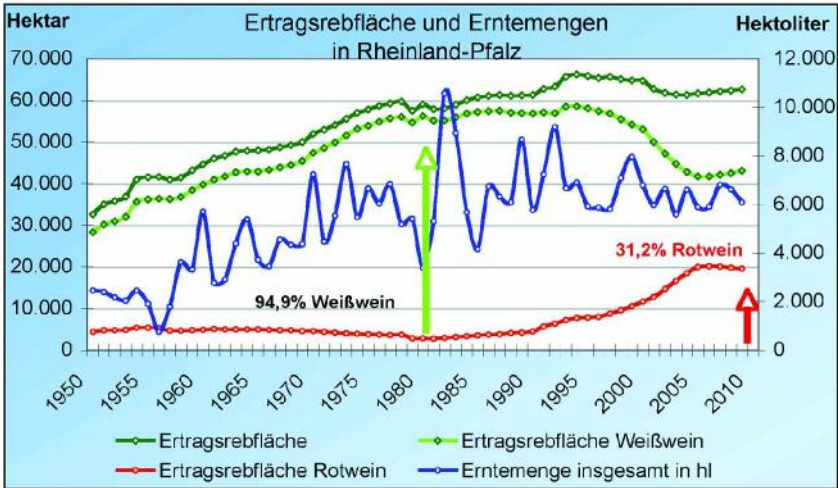


Abbildung 4.2

Ertragsrebläche und Erntemenge in Rheinland-Pfalz

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Die Entwicklungen der Weinbaubetriebe im Lande kann aktuell nur geschätzt werden, da die gegenwärtig laufende weinbauliche Gesamterhebung des Statistischen Landesamtes, die nur alle 10 Jahre stattfindet, noch nicht abgeschlossen ist. Der Strukturwandel setzt sich allerdings fort, die Anzahl der Betriebe sinkt weiter auf schätzungsweise 10.000, wobei der Rückgang vor allem bei Kleinstbetrieben oder solchen die im Nebenerwerb tätig sind stattfindet (Abb. 4.3). Da die rheinland-pfälzische Rebläche nahezu unverändert bleibt ist eine positive Folge dieser strukturellen Entwicklung das Wachstum der durchschnittlichen Betriebsfläche auf über 6 Hektar im Jahr 2009.

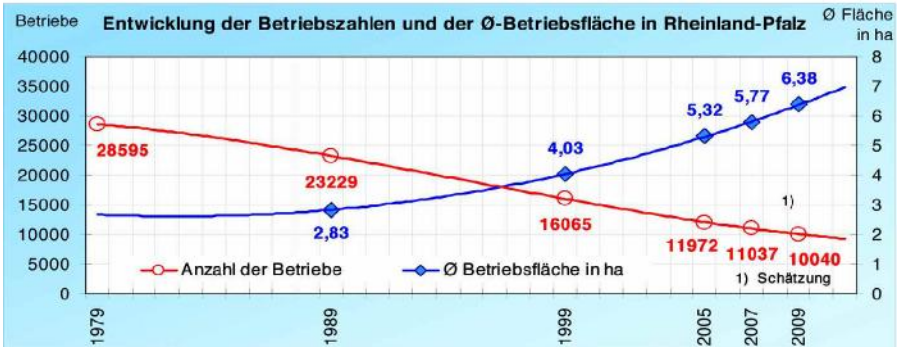


Abbildung 4.3

Entwicklung der Betriebszahlen und \bar{x} -Betriebsflächen in Rheinland-Pfalz

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Auf Basis der amtlich geprüften Qualitätsweinmenge⁵ lassen sich weiter differenziertere Aussagen zu der Vermarktungsstruktur rheinland-pfälzischer Weine nach Betriebsgruppen, Weinarten und Rebsorten vornehmen.

Insgesamt werden in Rheinland-Pfalz jährlich rund 5,2 Mio. Hektoliter abgefüllt und amtlich geprüft. Nach Jahren des kontinuierlichen Wachstums der Qualitätsweinmenge ist diese seit dem Jahr 2008 leicht rückläufig. Mit gleicher Entwicklungstendenz vermarkten die Weinhandelskellereien rund zwei Drittel dieser Weine (3,4 Mio. hl). Die Weingüter des Landes vermarkten tendenziell weniger Qualitätsweine unter dem Namen des Gutes; ihr Volumen verringerte sich von 1,5 Mio. Hektoliter im Jahr 1997 auf aktuell 1,35 Mio. Hektoliter (Abb. 4.4) und stagniert auf diesem Niveau. Das Vermarktungsvolumen der Winzergenossenschaften und Erzeugerzusammenschlüsse an Flaschenwein liegt unverändert bei 0,5 bis 0,6 Mio. Hektoliter im Betrachtungszeitraum.

⁵ Durchgeführt wird die Qualitätsweinprüfung durch die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Landwirtschaft und Weinbau

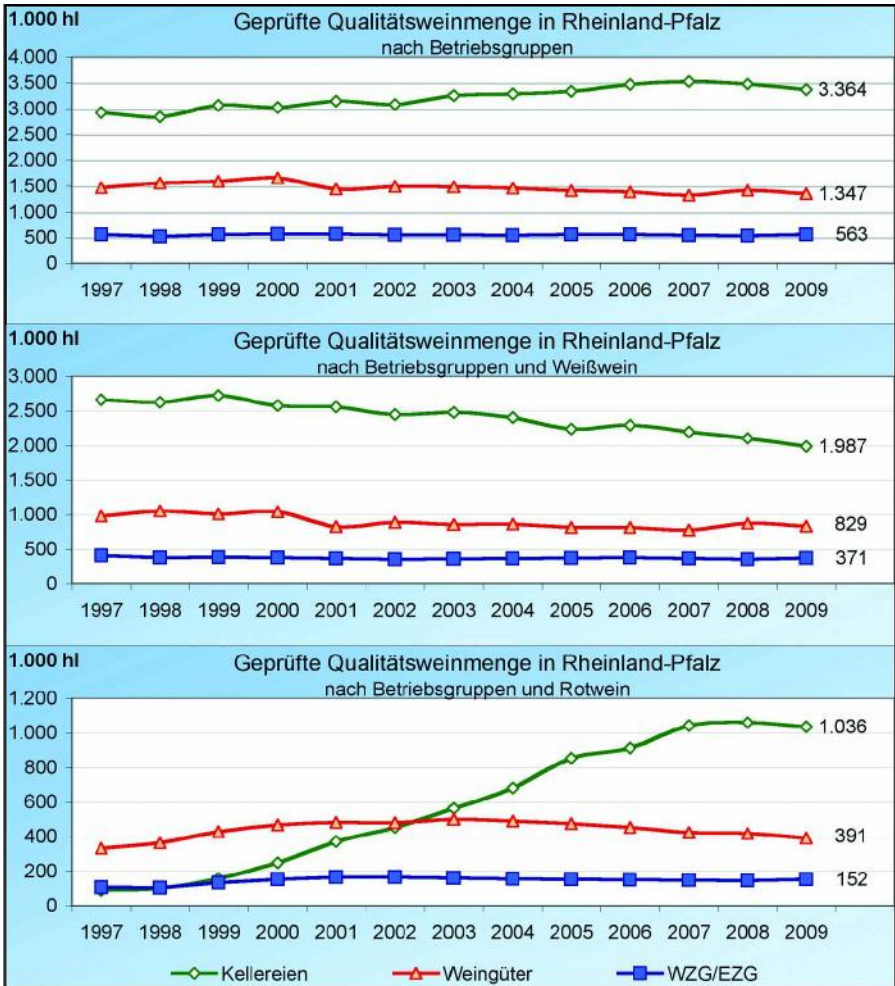


Abbildung 4.4

Entwicklung der geprüften Qualitätsweinmenge nach Betriebsgruppen und Weinarten
 Quelle: Erstellt nach Daten Qualitätsweinprüfung der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz

Als Wachstumsmotor für den rheinland-pfälzischen Weinabsatz in den letzten Jahren haben sich demnach die Weinhandelskellereien herauskristallisiert. Sowohl die Zuwächse beim Riesling (1 Mio. hl) als auch immense Abverkäufe des Dornfelders (1 Mio. hl) in den letzten Jahren gehen auf das Konto dieser Unternehmensgruppe.

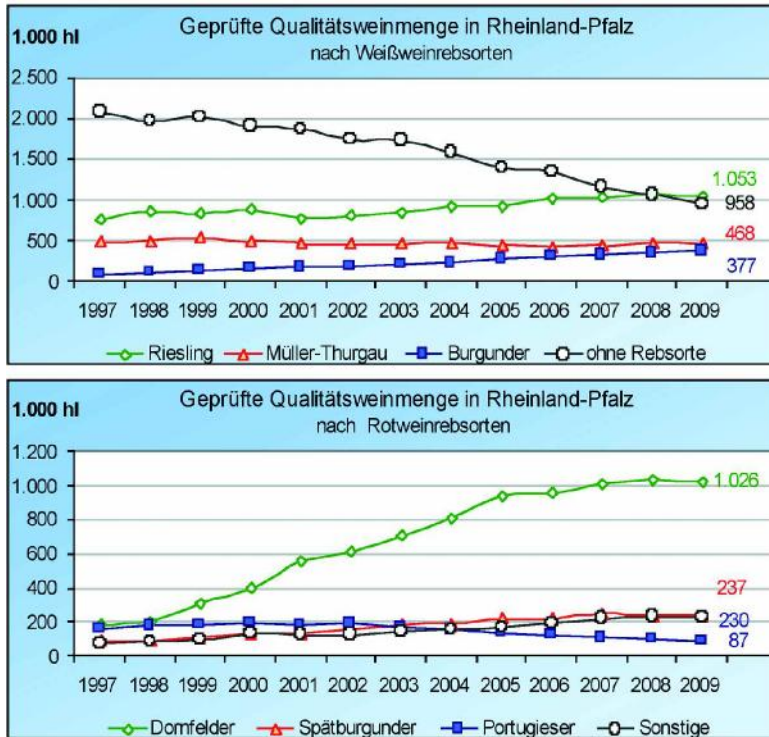


Abbildung 4.5

Entwicklung der geprüften Qualitätsweinmenge nach Rebsorten

Quelle: Erstellt nach Daten Qualitätsweinprüfung der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz

Der Trend nach Rebsortenweinen nimmt kontinuierlich zu, die Vermarktung von Weinen mit geografischer Herkunft ohne Rebsortenangabe hat sich seit 1997 nahezu halbiert (Abb. 4.5). Auffällig ist auch die zunehmende Bedeutung weißer Burgundersorten sowie die Rückgänge beim Portugieser. Während sich der Müller-Thurgau konstant um ein Niveau von 0,5 Mio. Hektoliter bewegt, zeigen Spätburgunder und die sonstigen roten Rebsorten, darunter auch zahlreiche internationale wie Merlot und Cabernet Sauvignon Zuwächse.

Unter den Anbaugebieten hat die Mosel aufgrund des Flächenrückgangs Verluste bei der Qualitätsweinmenge zu verzeichnen (Abb. 4.6). Auffällig sind die ausgeprägten Rückgänge der rheinhessischen Qualitätsweine, die vorwiegend im Kellereibereich stattgefunden haben. Inwieweit hier die Austauschbarkeit der Beschaffungsbasis oder die Abgabebereitschaft bei gleichen Rohwarenpreisen eine Rolle spielt kann nicht abschließend beurteilt werden.

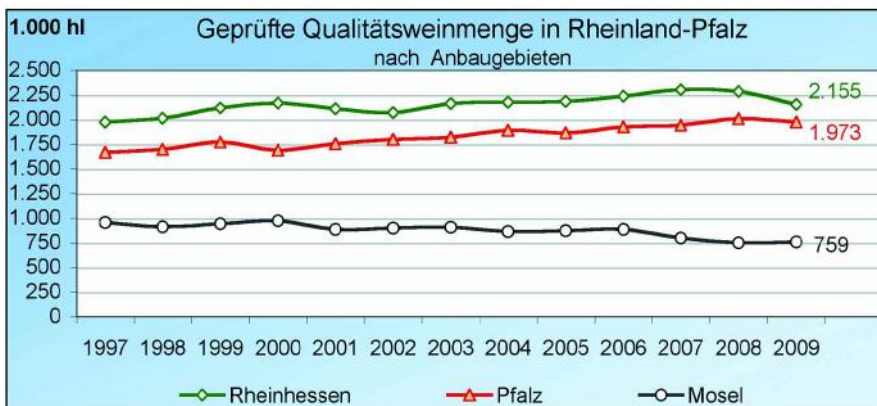


Abbildung 4.6

Entwicklung der geprüften Qualitätsweinmenge nach Anbaugebieten

Quelle: Erstellt nach Daten Qualitätsweinprüfung der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz

Insgesamt wurden im Jahr 2009 über alle Betriebsgruppen hinweg 96.738 Partien (Anstellungen) geprüft, 1997 waren es noch 107.987 Partien, was einem Rückgang um 10,5 % entspricht. Als ein Indiz für die zunehmende Straffung des Vertriebs kann die Entwicklung der Partigröße, d.h. der durchschnittlich geprüften Weinmenge je Anstellung angesehen werden. Es zeigt sich jedoch, dass mit Ausnahme der Handelskellereien im Betrachtungszeitraum seit 1997 keine nennenswerten Veränderungen stattgefunden haben (Abb. 4.7). Weingüter füllen Partigrößen von rund 17 Hektoliter, Winzergenossenschaften und Erzeugergemeinschaften von rund 120 Hektoliter ab und stellen diese zur Qualitätsweinprüfung an. Diese globale Betrachtung darf jedoch nicht darüber hinweg täuschen, dass in zahlreichen Winzerbetrieben eine Sortimentsbereinigung stattgefunden hat und die durchschnittlich abgefüllte Weinmenge auch dort angestiegen ist.

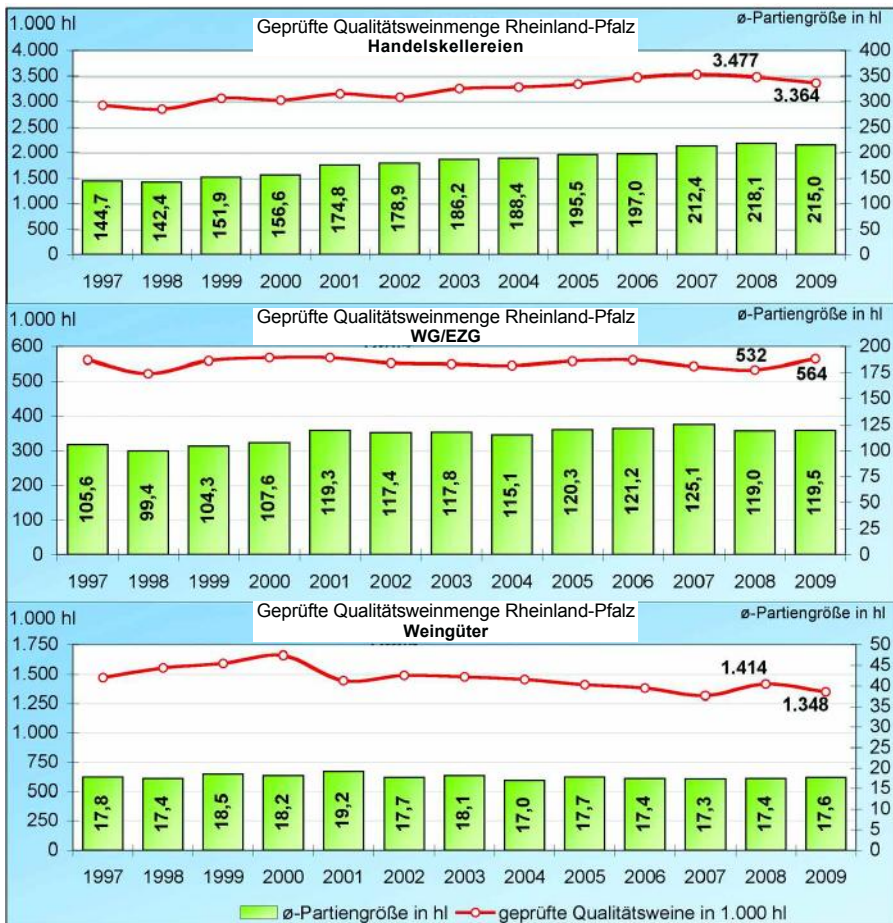


Abbildung 4.7

Entwicklung der geprüften Qualitätsweinmenge nach Betriebsgruppen und Partiengröße

Quelle: Erstellt nach Daten Qualitätsweinprüfung der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz

Lediglich den Handelskellereien ist es gelungen bei steigender Qualitätsweinmenge auch die mittlere Anstellmenge zu steigern, was zu Einsparungen auf der Abfüllerseite und der Logistik führt und seine Ursache in den gewachsenen Anforderungen des Lebensmittelhandels hat.

4.2.2 Rebflächen, Erträge, Weinarten und Rebsorten nach Anbaugebieten

Die nachfolgende differenzierte Betrachtung der rheinland-pfälzischen Anbaugebiete basiert auf Daten der Auswertungen der Weinerzeugungsmeldung durch das Statistische Landesamt Rheinland-Pfalz, der Daten der Qualitätsweinprüfung sowie der Daten zur Weinbaukartei, bereitgestellt durch die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz.

4.2.2.1 Ahr

Das Anbaugbiet Ahr ist mit 557 Hektar das zweitkleinste der Anbaugebiete in Rheinland-Pfalz (Tab. 4.4). Seit 1979 ist die Rebfläche um 36 % gewachsen und hat ihre größte Ausdehnung seit der statistischen Erhebung zu Beginn der 50er Jahre erreicht. Mit 69 % verfügt die Ahr über einen sehr hohen Steillagenanteil⁶. Außergewöhnlich aus Landessicht ist, dass 86 % der Rebfläche mit roten Sorten bestockt ist, die Leitsorte, mit rund 62 %, ist der Spätburgunder.

Fläche in Hektar	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bestockte Rebfläche	538	544	548	552	558	557
davon Weisswein	64	64	68	72	77	79
davon Rotwein	474	480	479	480	480	477
Ertragsrebfläche	515	521	531	537	543	545
Pachtanteil * (%)	55,6%	55,8%	57,3%	56,3%	56,6%	56,4%

Tabelle 4.4

Entwicklung der Rebfläche an der Ahr

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz und der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz*, "Grüner Bericht"

Der überdurchschnittliche Rotweinanteil in den Steillagen ist seit Jahrzehnten die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg dieses Anbaugbietes und kann als richtungsweisend für die Neuorientierung anderer Steillagenregionen angesehen werden. Hinzu kommt das hohe Qualitätsniveau, dass neben der vorwiegend trockenen Geschmacksausprägung, vollends den Konsumpräferenzen der Verbraucher entspricht.

⁶ Steillagen: Hangneigung > 30 %

Die durchschnittliche Betriebsgröße an der Ahr ist im Vergleich zum Landesdurchschnitt sehr klein (Abb. 4.8). Dies hat seine Ursache in dem beträchtlichen genossenschaftlichen Erfassungsgrad und den vielen kleinen Nebenerwerbsswinzern die dieser Unternehmensgruppe angehören. Gegenwärtig bewirtschaften noch rund 240 Betriebe Weinbergsflächen im Anbaugebiet.

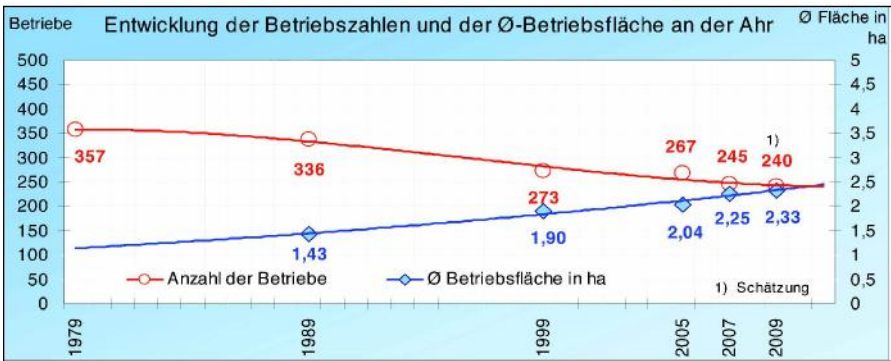


Abbildung 4.8

Entwicklung der Betriebszahlen und $\bar{\sigma}$ -Betriebsflächen an der Ahr

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

	Ø-1999-2008	2007	2008	2009
Gesamt:	41.740 hl	45.634 hl	43.038 hl	32.967 hl
Hektar-Ertrag:	84,2 hl/ha	84,9 hl/ha	79,3 hl/ha	60,5 hl/ha

Tabelle 4.5

Entwicklung der Erntemengen an der Ahr

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz und der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz*, "Grüner Bericht"

Die Traubenerzeugung an der Ahr ist stark genossenschaftlich geprägt. Im Qualitätswettbewerb spielen die drei Genossenschaften eine ähnliche Rolle wie zahlreiche erfolgreiche Weingüter. Für die Handelskellereien mit einer stark national ausgerichteten Distribution ist das Anbaugebiet als Beschaffungsbasis zu klein. Insgesamt verzeichnet die amtliche Qualitätsweinprüfung im Jahr 2009 rund 38.780 Hektoliter Wein (985 Partien).

2009	Handel		Erzeuger-zusammenschlüsse		Weinbaubetriebe		Gesamt	
Ahr	1.081 hl	10,5%	22.835 hl	58,9%	11.861 hl	30,6%	38.780 hl	
Rheinland-Pfalz:	3.364.444 hl	63,8%	569.600 hl	10,7%	1.347.825 hl	25,5%	5.275.869 hl	
nach Weinart:	Weisswein		Rosé / Rotling Weissherbst		Rotwein			
Ahr	5.207 hl	13,4%	6.032 hl	15,6%	27.540 hl	71,0%		
Geschmacks-richtung:	"trocken"		"halbtrocken"		"lieblich"		"süß"	
Ahr	23.253 hl	60,0%	11.248 hl	29,0%	3.953 hl	10,2%	325 hl	0,8%

Tabelle 4.6

Struktur der geprüften Qualitätsweinsteinmenge an der Ahr

Quelle: Erstellt der Daten der Qualitätsweinprüfung, Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz

Die Absatzsituation des gesamten Anbaugebietes ist vergleichsweise gut. Die große Nachfrage nach qualitativ gutem Rotwein bringt den Betrieben sehr gute Erlöse pro Hektar. Durch die vielen Touristen aus dem Ruhrgebiet bzw. dem angrenzenden Ausland, vor allem aus den Niederlanden und Belgien, gelingt es auch, die Weißweine erfolgreich zu vermarkten. Hier besteht ein Nachfragebedarf, so dass Ahrwinzer verstärkt Vermarktungskoooperationen mit Winzern am Mittelrhein (Riesling) eingehen. Die Ahr weist weiterhin einen gut entwickelten Tourismus auf, der den Weinabsatz beachtlich fördert. Die Kooperation zwischen Gastronomie und Weinwirtschaft funktioniert gut; Ahrweine werden in fast jedem Lokal angeboten. Die gebietliche Weinwerbung und die Tourismusinformation arbeiten zusammen, sodass die Öffentlichkeitsarbeit rund um den Wein erheblich hiervon profitiert.

4.2.2.2 Mittelrhein

Das Anbaugebiet Mittelrhein ist mit 439 Hektar das kleinste der Anbaugebiete in Rheinland-Pfalz. Im Jahr 1972 wurden noch 890 Hektar Rebfläche bewirtschaftet. Mit 83,5 % der Rebfläche verfügt es über die meisten Steillagenflächen im Lande. Mit der Rebsorte Riesling waren zuletzt 68,4% der Weinbaufläche bestockt. Der niedrige Pachtflächenanteil ist darauf zurückzuführen, dass zahlreiche Flächen durch Rodung oder Aufgabe gänzlich aus der Produktion gefallen sind.

Fläche in Hektar	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bestockte Rebfläche	453	445	440	437	441	439
davon Weisswein	388	379	375	372	375	373
davon Rotwein	65	66	65	65	66	66
Ertragsrebfläche	440	437	432	430	429	431
Pachtanteil * (%)	37,8%	36,4%	36,0%	36,7%	37,1%	38,5%

Tabelle 4.7

Entwicklung der Rebfläche am Mittelrhein

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz und der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz*, "Grüner Bericht"

Die durchschnittliche Betriebsgröße am Mittelrhein ist im Vergleich zum Landesdurchschnitt auch aufgrund des hohen Steillagenanteils sehr klein (Abb. 4.9). Gegenwärtig bewirtschaften noch rund 150 Betriebe Weinbergsflächen im Anbaugebiet.



Abbildung 4.9

Entwicklung der Betriebszahlen und Ø-Betriebsflächen am Mittelrhein

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Die Durchschnittsernten der letzten Jahre sowie das mittlere Ertragsniveau sind vergleichsweise gering, daher haben Weine vom Mittelrhein eine eher regionale Bedeutung. Dennoch sollte es zahlreichen ambitionierten Weingütern gelingen die Steillagenrieslinge des Mittelrheins auch weiterhin erfolgreich zu vermarkten. Hierzu bedarf es innovativer gemeinschaftlicher Anstrengungen um die Regionalität und Einzigartigkeit der Mittelrheinweine einem weininteressierten Publikum näher zu bringen. Der Tourismus bietet hier zumindest die Basis, die Produktqualität muss den Ansprüchen eines internationalen Publikums genügen.

	Ø-1999-2008	2007	2008	2009
Gesamt:	35.471 hl	33.135 hl	34.886 hl	27.079 hl
Hektar-Ertrag:	74,3 hl/ha	77,0 hl/ha	81,2 hl/ha	62,8 hl/ha

Tabelle 4,8

Entwicklung der Erntemengen am Mittelrhein

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Der Mittelrhein weist einen relativ gut entwickelten jedoch ausbaufähigen Tourismus auf, der auch für den mit 76,8 % relativ hohen Direktabsatz förderlich ist. Wünschenswert wäre jedoch eine stärkere Akzeptanz des Mittelrheinweines in der Gastronomie. Von vielen Gastronomen werden nach wie vor vielfach Weine aus anderen deutschen Anbaugebieten bevorzugt, weil diese zu günstigeren Konditionen einzukaufen sind. Begrüßenswert sind daher Initiativen von Gastronomen mit Weingütern des Anbaugebietes. Gute Ansätze hierzu haben die Veranstaltung „Wein und Tourismus“ sowie kontinuierliche Aktionen mit Hotellerie und Gastronomie, der Tourismusbranche und Winzern gebracht. Eine positive Resonanz zeigt sich auch im Rahmen der laufenden Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Mittelrheintal als Welterbe. Ebenso viel versprechend entwickelt sich das Vorhaben „Bester Schoppen“, das eine Verbesserung des Mittelrhein-Weinangebotes in der heimischen Gastronomie zum Ziel hat.

Es gibt viele Initiativen, den Weinbau im Steilhang zu erhalten, um in begrenzten Bereichen, insbesondere bei landschaftsprägenden Steillagen, die Bewirtschaftung fortzusetzen bzw. wieder aufzunehmen. Das Land bietet hierzu zahlreiche Fördermöglichkeiten, die mit dazu beitragen, den Bewirtschaftungsnachteil zumindest teilweise zu kompensieren.

Die Qualitätsweinerzeugung am Mittelrhein hat lediglich einen Anteil von 0,5 % in Rheinland-Pfalz. Der überwiegende Teil wird von den Weinbaubetrieben direkt an Endverbraucher vermarktet. Rieslingweine in der Geschmacksrichtung trocken und halbtrocken sind das Haupterzeugnis dieser Region. Aufgrund der Ausrichtung auf den Anbau von Rieslingreben sind Rotweine mit etwas mehr als 10 % der geprüften Qualitätsweinmenge unterrepräsentiert. Insgesamt verzeichnet die amtliche Qualitätsweinprüfung im Jahr 2009 rund 29.600 Hektoliter Wein (1.421 Partien).

2009	Handel		Erzeuger- zusammenschlüsse		Weinbaubetriebe		Gesamt	
Mittelrhein	6.080	hi 20,6%	793	hi 2,7%	22.696	hi 76,6%	29.569 hi	
Rheinland-Pfalz:	3.364.444	hi 63,8%	563.900	hi 10,7%	1.347.825	hi 25,5%	5.275.969 hi	
nach Weinart:	Weisswein		Rosé / Rotling Weissherbst		Rotwein			
Mittelrhein	24.853	hi 84,1%	1.917	hi 6,9%	3.071	hi 10,4%		
Geschmacks- richtung:	"trocken"		"halbtrocken"		"lieblich"		"süß"	
Mittelrhein	12.294	hi 41,6%	8.425	hi 28,5%	8.188	hi 27,6%	954	hi 3,2%

Tabelle 4.9

Struktur der geprüften Qualitätsweinsteinmenge am Mittelrhein

Quelle: Erstellt nach der Daten der Qualitätsweinprüfung, Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz

4.2.2.3 Mosel

Im Anbaugebiet Mosel ist seit 1992 die Rebfläche um rund 3.900 Hektar zurückgegangen und hat zwischenzeitlich nur noch 70 % ihrer ursprünglichen Ausdehnung. Gegenwärtig umfasst das Produktionspotenzial der Mosel rund 14 % der Rebfläche des Landes. Mit einem Steillagenanteil von rund 40 % der Rebfläche ergeben sich für über 3.000 Hektar Weinberge erschwerte Bewirtschaftungsbedingungen. Aufgrund von Rodung und Produktionsausstieg ist der Pachtflächenanteil im Vergleich zum Landesdurchschnitt eher gering.

Fläche in Hektar	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bestockte Rebfläche	9.154	8.985	8.878	8.883	8.935	8.891
davon Weisswein	8.331	8.147	8.042	8.052	8.117	8.083
davon Rotwein	823	838	836	831	818	807
Ertragsrebfläche	9.073	8.814	8.814	8.707	8.695	8.718
Pachtanteil * (%)	34,5%	34,8%	35,3%	35,5%	35,2%	34,9%

Tabelle 4.10

Entwicklung der Rebfläche an der Mosel

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz und der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz*, "Grüner Bericht"

Die durchschnittliche Betriebsgröße an der Mosel ist im Vergleich zum Landesdurchschnitt auch aufgrund des hohen Steillagenanteils mit rund 3 Hektar relativ klein. Gegenwärtig bewirtschaften noch rund 3.000 Betriebe Weinbergflächen im Anbaubereich.



Abbildung 4.10

Entwicklung der Betriebszahlen und \bar{x} -Betriebsflächen an der Mosel
Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Aufgrund des Flächenrückgangs hat sich die Mosel mittlerweile weit von dem durchschnittlichen Ertragsniveau von über 1 Mio. Hektoliter entfernt. In den kommenden Jahren werden sich die Erträge zwischen 0,8 und 0,9 Mio. Hektoliter bewegen, sofern die Anbaufläche nicht weiter schrumpft. Die Durchschnittserträge liegen bei etwa 104 hl/ha Ertragsreblfläche, was eine optimierte Außenwirtschaft vorausgesetzt, als gute Ausgangsbasis für wirtschaftlich erfolgreichen Steillagenweinbau angesehen werden kann.

	Ø-1999-2008	2007	2008	2009
Gesamt:	1.024.625 hl	942.238 hl	898.503 hl	804.793 hl
Hektar-Ertrag:	104,4 hl/ha	108,2 hl/ha	103,3 hl/ha	92,3 hl/ha

Tabelle 4.11

Entwicklung der Erntemengen an der Mosel

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Der Weinmarkt der Mosel ist bestimmt von einem im Landesvergleich der großen Gebiete relativ hohen Flaschenweinvermarktungsanteil der Weinbaubetriebe von 36,7 %. Der Anteil der Handelsweine fällt gegenüber dem Landesdurchschnitt dagegen geringer aus. Etwa ein Viertel der Reblfläche ist genossenschaftlich erfasst.

2009	Handel		Erzeuger- zusammenschlüsse		Weinbaubetriebe		Gesamt	
Mosel	352.664 hl	46,5%	127.932 hl	16,9%	278.200 hl	36,7%	758.796 hl	
Rheinland-Pfalz:	3.364.444 hl	63,6%	563.600 hl	10,7%	1.347.825 hl	25,5%	5.275.969 hl	
nach Weinart	Weisswein		Rosé / Rotling Weissherbst		Rotwein			
Mosel	687.288 hl	90,6%	22.424 hl	3,0%	49.083 hl	6,5%		
Geschmacks- richtung	"trocken"		"halbtrocken"		"lieblich"		"süß"	
Mosel	146.646 hl	19,3%	118.366 hl	15,6%	405.082 hl	53,4%	88.671 hl	11,7%

Tabelle 4.12

Struktur der geprüften Qualitätsweinsteinmenge an der Mosel

Quelle: Erstellt nach der Daten der Qualitätsweinprüfung, Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz,

Die Mosel ist das Anbaugebiet mit dem höchsten Anteil an lieblichen Weinen. Rotweine spielen eine eher untergeordnete Rolle. Diese Konstellation spiegelt die strukturellen Defizite der Mosel in einem stark gewachsenen Rotweinmarkt sowie einer weiter zunehmenden Tendenz nach trockenen Weinen wieder. Ergänzt um die Tatsache, dass die Betriebe im Vergleich zu den großen Anbaugebieten des Landes vergleichsweise klein sind, bei gleichzeitigen Bewirtschaftungsungleichheiten in den Hang- und Steillagen, offenbaren sich die zukünftigen Herausforderungen dieser Region, die in der Erschließung weiterer Rationalisierungsreserven und dem einzelbetrieblichen Wachstum liegen, bei gleichzeitiger Anpassung der Erzeugungsstrukturen an die nationalen und internationalen Konsumgewohnheiten. Insgesamt verzeichnet die amtliche Qualitätsweinprüfung im Jahr 2009 rund 0,76 Mio. Hektoliter Wein (22.830 Partien).

4.2.2.4 Nahe

Das Anbaugebiet Nahe mit 4.164 ha bestockter Rebfläche hat in den vergangenen 20 Jahren etwa 10 % seiner ursprünglichen Rebfläche verloren. Insbesondere schwer zu bewirtschaftende Randlagen sind gerodet worden. Etwa 16 % der Rebfläche sind Steillagen.

Fläche in Hektar	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bestockte Rebfläche	4.145	4.119	4.124	4.135	4.155	4.164
davon Weisswein	3.104	3.060	3.061	3.076	3.106	3.126
davon Rotwein	1.041	1.059	1.063	1.059	1.050	1.038
Ertragsrebfläche	3.994	4.005	4.023	4.050	4.066	4.078
Pachtanteil * (%)	39,5%	39,5%	39,2%	38,7%	38,1%	38,0%

Tabelle 4.13

Entwicklung der Rebfläche an der Nahe

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz und der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz*, "Grüner Bericht"

Die durchschnittliche Betriebsgröße an der Nahe entspricht etwa dem Landesdurchschnitt, sie beträgt rund 7 Hektar. Gegenwärtig bewirtschaften noch rund 600 Betriebe Weinbergflächen im Anbaugebiet.



Abbildung 4.11

Entwicklung der Betriebszahlen und Ø-Betriebsflächen an der Nahe

Quelle: Erstellt nach *Daten* des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Im Durchschnitt der Jahre bewegen sich die Erntemengen des Anbaugebietes Nahe bei rund 360.000 Hektoliter, die Hektarerträge sind im Vergleich zu den großen Anbaugebieten des Landes um 10-15 % niedriger.

	Ø-1999-2008	2007	2008	2009
Gesamt:	362.485 hl	397.269 hl	380.468 hl	313.160 hl
Hektar-Ertrag:	87,9 hl/ha	98,1 hl/ha	93,6 hl/ha	76,8 hl/ha

Tabelle 4.15

Entwicklung der Erntemengen an der Nahe

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Der Weinmarkt der Nahe ist bestimmt von einem relativ hohen Direktvermarktungsanteil der Weinbaubetriebe von fast 40 %. Die Bedeutung der Handelsweine ist gegenüber dem Landesdurchschnitt wesentlich geringer. Im Lebensmittelhandel haben Naheweine einen eher regionalen Charakter. Die Nahe ist jedoch das Anbaugebiet mit der größten Nähe zum Landesdurchschnitt bei der Verteilung von Weiß- und Rotweinen sowie der Geschmacksrichtungen der geprüften Qualitätsweine.

Hinsichtlich der Bewirtschaftungsverhältnisse kann man die untere Nahe bis Bad Kreuznach in etwa mit den Verhältnissen in Rheinhessen vergleichen. Hier überwiegen die Direktzuglagen mit den guten Möglichkeiten der Mechanisierung der einzelnen Arbeitsabläufe. An der oberen Nahe hingegen dominieren die steileren und Steillagen, sodass die dortigen Verhältnisse eher mit denen an Mosel und Mittelrhein vergleichbar sind. Insgesamt verzeichnet die amtliche Qualitätsweinprüfung im Jahr 2009 rund 0,32 Mio. Hektoliter Wein (7.560 Partien).

2009	Handel		Erzeuger-zusammenschlüsse		Weinbaubetriebe		Gesamt
Nahe	147.834 hl	46,2%	45.882 hl	14,3%	125.578 hl	39,5%	320.294 hl
Rheinland-Pfalz	3.364.444 hl	63,8%	563.600 hl	10,7%	1.347.625 hl	25,5%	5.275.869 hl
nach Weinart	Weisswein		Rosé / Rotling Weissherbst		Rotwein		
Nahe	225.714 hl	70,5%	13.867 hl	4,9%	80.614 hl	25,2%	
Geschmacks- richtung	"trocken"		"halbtrocken"		"lieblich"		"süß"
Nahe	110.542 hl	34,6%	41.403 hl	12,9%	130.829 hl	40,8%	37.220 hl 11,6%

Tabelle 4.16

Struktur der geprüften Qualitätsweinmenge an der Nahe

Quelle: Erstellt nach der Daten der Qualitätsweinprüfung, Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz

4.2.2.5 Pfalz

Das Anbaugebiet Pfalz ist mit 23.466 ha bestockter Rebfläche das zweitgrößte deutsche Anbaugebiet und umfasst rund 37 % der rheinland-pfälzischen Rebfläche. Seit 1972 hat sich die Rebfläche der Pfalz um etwa 20 % vergrößert. Die strukturelle Veränderung in diesem Zeitraum hin zu größeren Betriebseinheiten führt zwangsläufig zu einer Zunahme der Pachtanteile aufgrund der stark rückläufigen Zahl an Weinbaubetrieben bei weitgehend konstanten Weinbergsflächen in der Region.

Mit 23,5 % der bestockten Rebfläche (2009) ist der Riesling die bedeutendste Weißweinsorte des Gebietes und die Pfalz gleichzeitig das größte Rieslinganbaugebiet in Deutschland und weltweit. Weitere 9,7 % der Rebfläche sind mit Müller-Thurgau bestockt. Insgesamt beträgt der Anteil weißer Rebsorten 60,9 %. Rote Sorten wie Dornfelder (13,6 %), Portugieser (9,1 %) und Spätburgunder (6,8 %) machen die Pfalz zum flächenmäßig größten Rotweinerzeuger des Landes.

Fläche in Hektar	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bestockte Rebfläche	23.413	23.363	23.353	23.389	23.461	23.466
davon Weisswein	14.040	13.887	13.942	14.073	14.293	14.425
davon Rotwein	9.373	9.476	9.410	9.316	9.168	9.041
Ertragsrebfläche	22.428	22.682	22.734	22.828	22.884	22.987
Pachtanteil * (%)	56,9%	57,4%	57,8%	57,8%	57,9%	57,9%

Tabelle 4.17

Entwicklung der Rebfläche in der Pfalz

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz und der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz*, "Grüner Bericht"

Die durchschnittliche Betriebsgröße in der Pfalz liegt mit rund 7,5 Hektar über dem Landesdurchschnitt. Gegenwärtig bewirtschaften noch rund 3.100 Betriebe Weinbergsflächen im Anbaugebiet.

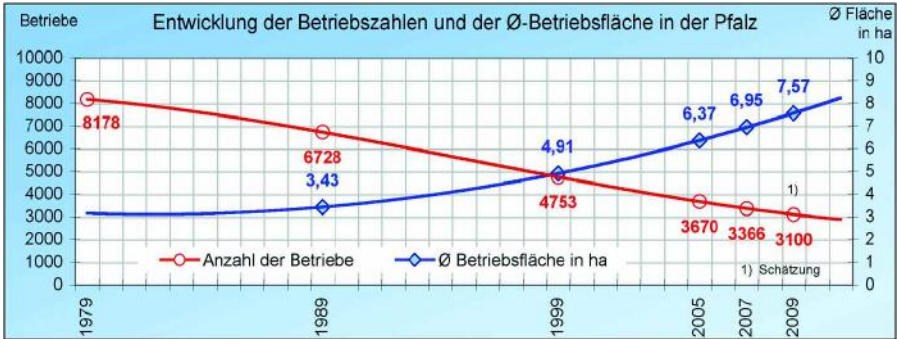


Abbildung 4.12

Entwicklung der Betriebszahlen und Ø-Betriebsflächen in der Pfalz

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Im Durchschnitt der Jahre werden in der Pfalz rund 2,4 Mio. Hektoliter Wein geerntet, was einem mittleren Hektarertrag von 105,4 Hektoliter entspricht.

	Ø-1999-2008	2007	2008	2009
Gesamt:	2.357.343 hl	2.649.034 hl	2.390.349 hl	2.353.116 hl
Hektar-Ertrag:	105,4 hl/ha	116,0 hl/ha	104,5 hl/ha	102,4 hl/ha

Tabelle 4.18

Entwicklung der Erntemengen in der Pfalz

Quelle: Statistisches Landesamt / Statistische Berichte / Weinmosterernte

Die Vermarktungsstruktur auf Basis der amtlich geprüften Qualitätsweine in der Pfalz ist bestimmt von einem insgesamt hohen Fassweinanteil, der mit 58,7 % (2009) etwas unter dem Landesdurchschnitt liegt. Die als Fasswein gehandelte Rohware wird zum überwiegenden Teil von den großen Handelskellereien des Landes abgefüllt und über die Vertriebs-schienen des Lebensmittelhandels vermarktet. Der Genossenschaftsanteil ist mit 16,3 % im Landesvergleich für die Größe des Anbaugebietes überproportional hoch. In der Pfalz erfassen 38 Genossenschaften die Erntemenge von 4.942 Hektar. Alles in allem liefern 1.772 Betriebe ihre Ernte komplett ab (Vollablieferer), 212 Betriebe liefern ihre Ernte von einer Teilfläche ab (Teilablieferer). Die Erntemenge der Genossenschaften liegt bei etwa 0,5 Mio. hl das entspricht 22 % der Weinerzeugung des Anbaugebietes. Insgesamt verzeichnet die amtliche Qualitätsweinprüfung im Jahr 2009 knapp 2 Mio. Hektoliter Wein (32.261 Partien).

2009	Handel		Erzeuger- zusammenschlüsse		Weinbaubetriebe		Gesamt	
Pfalz	1.157.858 hl	58,7%	321.937 hl	16,3%	493.001 hl	25,0%	1.972.796 hl	
Rheinland-Pfalz:	3.364.444 hl	63,8%	563.600 hl	10,7%	1.347.825 hl	25,5%	5.275.669 hl	
<u>nach Weinart:</u>	Weisswein		Rosé / Rotling Weissherbst		Rotwein			
Pfalz	972.694 hl	49,3%	257.222 hl	13,0%	742.881 hl	37,7%		
<u>Geschmacks- richtung</u>	"trocken"		"halbtrocken"		"lieblich"		"süß"	
Pfalz	877.242 hl	44,5%	484.517 hl	24,6%	571.068 hl	28,9%	39.970 hl	2,0%

Table 4.19

Struktur der geprüften Qualitätsweinmenge in der Pfalz

Quelle: Erstellt nach der Daten der Qualitätsweinprüfung, Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz

Mit 37,7 % werden in der Pfalz überdurchschnittlich viel Rotweine angebaut, dies erklärt neben den rund 70 % trocken und halbtrocken ausgebauten Weinen die Prosperität des Anbaugebietes am Weinmarkt sowie den wirtschaftlichen Erfolg der Winzerbetriebe in den vergangenen Jahren. Flankiert wird diese positive Situation durch optimierte betriebswirtschaftliche Rahmenbedingungen wie überdurchschnittliche Betriebsgrößen und den Bewirtschaftungsvoraussetzungen des Weinbaus in Direktzulagen. Dies gilt, die genannten Aspekte vorausgesetzt, für Fasswein- und Traubenerzeuger ebenso wie für Direktvermarkter.

4.2.2.6 Rheinhessen

Das Anbaugebiet Rheinhessen ist mit 26.480 ha bestockter Rebfläche das größte deutsche Anbaugebiet. Es umfasst rund 42 % der Rebfläche des Landes Rheinland-Pfalz. Seit 1972 hat sich die Anbaufläche um rund 39 % vergrößert.

Fläche in Hektar	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bestockte Rebfläche	26.177	26.228	26.281	26.334	26.444	26.488
davon Weisswein	17.858	17.689	17.762	17.890	18.141	18.285
davon Rotwein	8.319	8.539	8.519	8.444	8.303	8.203
Ertragsrebfläche	24.913	25.179	25.377	25.577	25.669	25.844
Pachtanteil * (%)	51,0%	51,4%	52,0%	52,2%	52,4%	52,2%

Tabelle 4.20

Entwicklung der Rebfläche in Rheinhessen

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz und der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz*, "Grüner Bericht"

Aufgrund der immer noch hohen Nachfrage nach Pflanzrechten in Rheinhessen pendeln die Preise zwischen 2,00 und 2,50 €/m², im Gegensatz zu anderen Anbaugebieten bei denen zurzeit wesentlich geringere Preise gezahlt werden. Die in Rheinhessen übertragene Fläche entspricht fast 50 % der gesamten in Rheinland-Pfalz übertragenen Pflanzrechte. Die durchschnittliche Betriebsgröße in Rheinhessen liegt bei rund 9 Hektar und erreicht landesweit den höchsten mittleren Wert. Gegenwärtig bewirtschaften noch rund 2.950 Betriebe Weinbergflächen im Anbaugbiet.

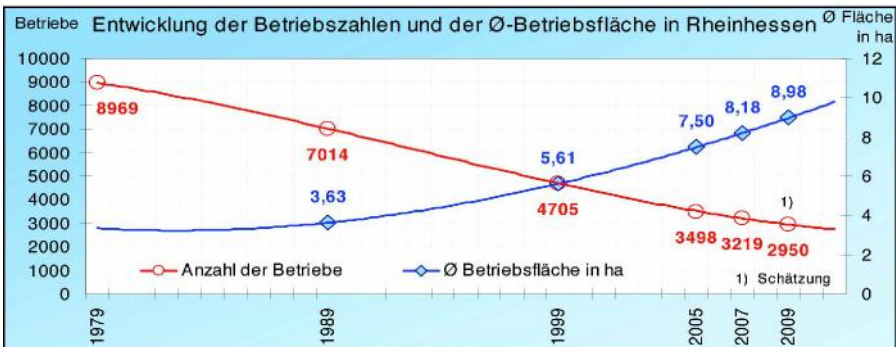


Abbildung 4.13

Entwicklung der Betriebszahlen und ø-Betriebsflächen in Rheinhessen

Quelle: Erstellt nach Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz

Der Weinmarkt Rheinhessen ist bestimmt von einem relativ hohen Fassweinanteil. Etwa 58 % der gesamten rheinhessischen Weinproduktion wird außerhalb des Anbaugebietes gefüllt und vermarktet. Die Großkellereien an der Mosel verarbeiten den überwiegenden Teil der abgefüllten Weine.

	Ø-1999-2008	2007	2008	2009
Gesamt:	2.584.015 hl	2.857.288 hl	2.865.276 hl	2.557.252 hl
Hektar-Ertrag:	105,3 hl/ha	111,0 hl/ha	111,6 hl/ha	99,0 hl/ha

Tabella 4.21

Entwicklung der Erntemengen in Rheinhessen

Quelle: Statistisches Landesamt / Statistische Berichte / Weinmosternte

Die rheinhessischen Winzer erzeugen im Durchschnitt der Jahre rund 2,6 Mio. Hektoliter Wein, die zu über 80 % als Qualitätsweine vermarktet werden. Die Handelskellereien insgesamt hatten im Jahr 2009 hiervon einen Anteil von 78,7 %, die direktvermarktenden Weingüter von knapp 20 %. Erzeugergemeinschaften und Winzergenossenschaften haben in Rheinhessen eine untergeordnete Bedeutung. Zwischenzeitlich werden rund 40 % Rot- und Roséweine abgefüllt. Über die Hälfte der Weine werden trocken und halbtrocken ausgebaut. Insgesamt verzeichnet die amtliche Qualitätsweinprüfung im Jahr 2009 rund 2,16 Mio. Hektoliter Wein (31.682 Partien).

2009	Handel		Erzeugerzusammenschlüsse		Weinbaubetriebe		Gesamt	
Rheinhessen	1.695.923 hl	78,7%	44.220 hl	2,1%	415.215 hl	19,3%	2.155.358 hl	
Rheinland-Pfalz:	3.364.444 hl	63,8%	563.600 hl	10,7%	1.347.825 hl	25,5%	5.275.669 hl	
nach Weinart	Weisswein		Rosé / Rotling Weissherbst		Rotwein			
Rheinhessen	1.272.196 hl	59,0%	208.856 hl	9,6%	676.307 hl	31,4%		
Geschmacksrichtung	"trocken"		"halbtrocken"		"lieblich"		"süß"	
Rheinhessen	778.718 hl	36,1%	375.587 hl	17,4%	808.311 hl	37,5%	192.742 hl	8,9%

Tabella 4.22

Struktur der geprüften Qualitätsweinmenge in Rheinhessen

Quelle: Erstellt nach der Daten der Qualitätsweinprüfung, Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz

4.3 Vermarktungsstruktur

4.3.1 Vermarktungsstruktur von Weinkellereien, Winzergenossenschaften und Weingütern in Deutschland

Einschließlich der Importe und Exporte hat der Deutsche Wein- und Sektmarkt ein Volumen von rund 19,7 Mio. Hektoliter (Abb. 4.14). Die heimischen Sektkellereien verarbeiten einschließlich der Importe ausländischer Grundweine rund 2,5 Mio. hl, die Weinkellereien füllen rund 9,4 Mio. hl Wein ab. Etwa 45 % davon sind deutschen Ursprungs.

Die Importe von Sekt und Schaumweinen sind im Vergleich zum Wein relativ unbedeutend. Im heimischen Markt werden durchschnittlich 3,2 Mio. hl Sekt vertrieben. Die Nachfrage nach Wein und Perlwein lag mit 16,5 Mio. hl deutlich höher und war bislang der Wachstumsmotor der Branche. Rund 70% dieses Marktes bedienen die Importhäuser und Weinkellereien. Winzergenossenschaften und Weingüter tragen zu jeweils knapp 15% zur Deckung der Gesamtnachfrage bei. Da sie ausschließlich deutsche Erzeugnisse vermarkten, sind sie wichtige Absatzschienen für inländische Produkte. Aus Erzeugersicht wird knapp die Hälfte einer deutschen Durchschnittsernte über die Weinhandelskellereien vermarktet.

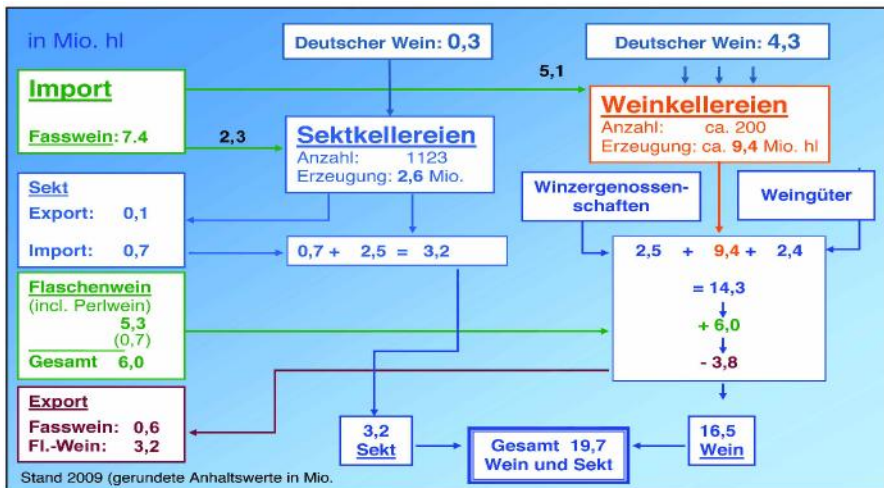


Abbildung 4.14

Wein- und Sektmarkt in Deutschland

Quelle: Schätzungen des Fachgebiets Betriebswirtschaft und Marktforschung Geisenheim u.a. orientiert an Daten des Statistischen Bundesamtes, des Raiffeisenverbandes, des Deutschen Weinbauverbandes und des Verbandes deutscher Sektkellereien

4.3.2 Vermarktungsstruktur von Weinkellereien, Winzergenossenschaften und Weingütern in Rheinland-Pfalz

Die rheinland-pfälzische Weinwirtschaft hat an der Wein- und Sektvermarktung in Deutschland (deutsche und importierte Weine) mit 7,5 Mio. Hektoliter Marktvolumen einen Anteil von fast 40 % und damit eine insgesamt herausragende Bedeutung. In der Grundweinbeschaffung werden fast ausschließlich heimische Produkte der großen Anbaugebiete des Landes verwendet. Schätzungsweise 3,9 Mio. Hektoliter⁷ rheinland-pfälzischer Weine gehen an die Wein- und Sektkellereien und werden zusammen mit den Fassweinimporten (3,6 Mio. hl) dort abgefüllt und vermarktet (Abb. 4.15). Rund zwei Drittel der rheinland-pfälzischen Weinerzeugung werden aufgrund der weniger starken genossenschaftlichen Erfassung über die großen Handelskellereien abgewickelt, was die Bedeutung dieser Betriebsgruppen für etwa 75 % der heimischen Erzeugerbetriebe unterstreicht. Da der überwiegende Teil der Sektkellereien außerhalb des Landes angesiedelt ist, spielt die Sektverarbeitung eine vergleichsweise untergeordnete Rolle.

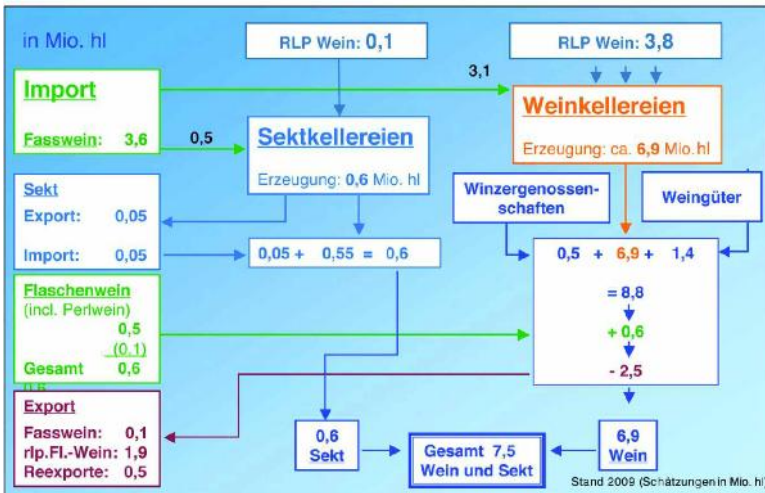


Abbildung 4.15

Wein- und Sektverarbeitung in Rheinland-Pfalz

Quelle: Schätzungen u.a. orientiert an Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz, der Weinerzeugungsmeldungen, der Qualitätsweinprüfung der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz sowie der Begleitscheinauswertungen

⁷ Einschließlich einer zunehmenden eigenen Traubenerfassung durch die Weinhandelskellereien, Kellereien sowie vorgeschalteter Erzeugergemeinschaften

Winzergenossenschaften vermarkten über 0,5 Mio. Hektoliter Wein aus Rheinland-Pfalz und liefern die gleiche Menge an Rohware vorwiegend an die Handelskellereien im Lande. Als wichtige Vertriebschiene hat sich die Direktvermarktung mit rund 1,4 Mio. Hektoliter erwiesen, diese ermöglicht eine breite Marktdurchdringung qualitativ hochwertiger Weine, wengleich die Direktvermarktung durch die Winzer in einem immensen Wettbewerb mit den großen Weinerzeugern aus aller Welt steht, die mit effizienten Markenstrategien im Weinmarkt Deutschland auftreten.

Die Weinhandelskellereien sehen ihre Hauptaufgabe in der Abfüllung von heimischen und importierten Weinen. Daher hat der Import von Flaschenweinen durch diese Unternehmen eine eher untergeordnete Bedeutung. Dies zeigt sich auf der anderen Seite auch an den mit 1,9 Mio. Hektoliter hohen Exportmengen an Flaschenweinen bei gleichzeitig niedrigen und seit Jahren rückläufigen Fassweinausfuhren. Die Exportquote rheinland-pfälzischer Weine liegt bei rund 25 %. Die gesamte Exportmenge dürfte noch um mehrere Hunderttausend Liter höher sein, würde man die Kleinexporte vor allem der Weingüter mit einrechnen. Um diesen Wert würde sich dann auch das geschätzte inländische Verkaufsvolumen verringern. Aufgrund fehlender statistischer Daten können hierzu keine differenzierteren Aussagen getroffen werden.

4.4 Erzeugergemeinschaften und Winzergenossenschaften

In Rheinland-Pfalz gab es 1997 insgesamt 86 anerkannte Erzeugerzusammenschlüsse (16 Erzeugergemeinschaften⁸ und 70 Winzergenossenschaften⁹). Durch Fusionen und/oder Betriebsaufgaben hat sich diese Zahl bis 2009 um 38 auf nunmehr 48 Unternehmen verringert, wobei die erfasste Rebfläche nahezu konstant blieb. Insgesamt waren im Jahr 2009 diesen beiden Unternehmensformen 5.277 Weinbaubetriebe mit 10.036 Hektar Rebfläche angeschlossen. Das entspricht ca. 15,7 % der bestockten Rebfläche in Rheinland-Pfalz (Tab. 4.23).

2009	Winzergenossenschaften	Erzeugergemeinschaften	Bestockte Rebfläche	davon Anteil Vollablieferer	Betriebe	davon Anteil Vollablieferer	Anteil der Rebfläche ¹ im Anbaugebiet
Ahr	3		322	100,0%	679	100,0%	57,9%
Mittelrhein	2	1	46	24,9%	47	70,2%	10,5%
Mosel-Saar-Ruwer ²	3	1	2.389	57,3%	2.017	60,0%	26,9%
Nahe	1		61	100,0%	18	100,0%	1,5%
Pfalz	15	11	4.943	92,4%	1.934	89,0%	21,1%
Rheinmassen	9	2	2.276	84,0%	582	78,5%	8,6%
Rheinland-Pfalz insg.	33	15	10.036	82,1%	5.277	78,0%	15,7%

1) Anteil der genossenschaftlich erfassten bestockten Rebfläche im jeweiligen Anbaugebiet

2) Einschließlich der Mitglieder und Rebflächen der ehemaligen Nahewinzer e.G.


Tabelle: 4.23

Winzergenossenschaften und Erzeugergemeinschaften in Rheinland-Pfalz

Quelle: Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz

⁸ Erzeugergemeinschaften, in der Regel als wirtschaftlicher Verein (w. V.)

⁹ Rechtsform der eingetragenen Genossenschaft (e. G.)



Während sich die erfasste Rebfläche dieser Unternehmen im Zeitraum 1997-2009 nur unwesentlich veränderte (+1,4 %), sank die Zahl der Mitgliedsbetriebe deutlich (51,1 %). Das spricht einerseits für ein engagiertes Flächenmanagement der Genossenschaften bei aufgebenden/ausscheidenden Betrieben und andererseits für eine überfällige Anpassung der Betriebsgröße der Mitgliedsbetriebe.

Dennoch bleibt bei allgemeiner Betrachtung die durchschnittliche Rebfläche der Mitgliedsbetriebe mit 1,88 Hektar im Jahr 2009 (0,95 Hektar 1997) im Betrachtungszeitraum sehr klein. Vollablieferer bewirtschaften aktuell rund 2 Hektar, während Teilablieferer mit durchschnittlich 1,55 Hektar Rebfläche den Genossenschaften angeschlossen sind.

Eine detaillierte Betrachtung nach Haupt- und Nebenerwerbsbetrieben kann nicht vorgenommen werden, da die Datenbasis in den offiziellen Statistiken nicht erhoben wird. Da die vollabliefernden Nebenerwerbsbetriebe¹⁰, diese stellen rund 80 % der Betriebe und 15-25 % der erfassten Rebfläche, den überwiegenden Teil der genossenschaftlich organisierten Weinbaubetriebe ausmachen, deutet dies auf ein mittelfristiges strukturelles Problem der genossenschaftlichen Weinerzeugung, insbesondere bei den kleinen Genossenschaften hin. Bedenklich sind in diesem Zusammenhang die künftige Kapazitätsauslastung und damit die Wirtschaftlichkeit der Weinerzeugung sowie die Wettbewerbsfähigkeit. Auch die Tatsache, dass nur rund 20 % der Betriebe in Rheinland-Pfalz insgesamt eine geregelte Hofnachfolge haben, unterstreicht die Dramatik der augenblicklichen Situation.

Die Genossenschaften erzeugen im Durchschnitt der Jahre rund 1 Mio. Hektoliter Wein, was einem Hektarertrag von rund 105 Hektoliter entspricht. Vollablieferer und Teilablieferer unterscheiden sich dabei nur unwesentlich.

Im Jahr 2009 wurden von 10 Genossenschaften weniger als 50 Hektar Rebfläche je Betrieb erfasst und verarbeitet. Weitere 8 Genossenschaften bewirtschaften zwischen 50 und 100 Hektar Fläche. Sofern diese nicht über ein gutes Direktvermarktungsgeschäft an Endverbraucher überdurchschnittliche Verkaufserlöse erzielen und ungeachtet der einzelbetrieblichen wirtschaftlichen Situation, muss diesen Genossenschaften eine schwierige künftige Entwicklung bescheinigt werden, da aufgrund der hohen Fixkostenbelastung und der Personalkostenstruktur die „kritische Masse“ unterschritten sein dürfte.

Weitere 10 Genossenschaften bewirtschaften zwischen 100 und 200 Hektar Rebfläche, 9 Betriebe zwischen 200 und 400 Hektar und lediglich 6 Betriebe mehr als 400 Hektar. Der letzten Gruppe werden gegenwärtig - vorbehaltlich der jeweiligen wirtschaftlichen Lage die größten Wettbewerbschancen eingeräumt.

Etwa 55 % der Erntemenge wird von den Genossenschaften als Flaschenwein vermarktet. Die größeren Unternehmen beliefern vorzugsweise den nationalen Lebensmittelhandel und sind im Export tätig, während die kleineren verstärkt auch im Direktvertrieb an Endverbraucher und regional im Handel engagiert sind. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass rund 0,5 Mio. Hektoliter (45 %) über den freien Fassweinmarkt bzw. über Lieferverträge mit den großen Handelskellereien des Landes vermarktet werden.

¹⁰ Trauben werden zu 100 % an die Genossenschaft geliefert

4.4.1 Fassweinpreise und Kostenstruktur

Die gegenwärtigen Fassweinpreise für Dornfelder-Qualitätsweine (82,50 bis 85,- Euro/hl) und Spätburgunder (85,- bis 87,5 Euro/hl) in den großen Anbaugebieten Rheinhessen und Pfalz sind seit dem Jahr 2005 weitestgehend konstant und damit ein Garant für eine zufrieden stellende Erlössituation im Rotweinsegment. Dies darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Vollkostendeckung unter Direktzugbedingungen damit noch nicht erreicht ist (Abb. 4.16).

Im Weißweinsegment (Qualitätsweine) erlebte der Riesling preislich mit bis zu 120 Euro/Hektoliter in der Pfalz und 105 Euro/Hektoliter in Rheinhessen und bis zu 140 Euro/Hektoliter an der Mosel in den Jahren 2006-2008 eine zwischenzeitliche Hochpreisphase. In allen drei Regionen ist nach Jahren der Preisüberhitzung bedingt durch die mengenmäßig überdurchschnittliche Ernte 2007 und die Exportrückgänge verursacht durch die Wirtschafts- und Finanzkrise eine Preis Anpassung zu beobachten, die sich gegenwärtig zumindest in Rheinhessen und der Pfalz bei 60,- bis 62,50 Euro/Hektoliter eingependelt hat. Die extrem niedrigen Preise für Mosel-Riesling im Jahr 2009 haben sich im 1. Halbjahr 2010 bei rund 80,- Euro/Hektoliter stabilisiert, es ist jedoch festzuhalten, dass unter diesen Bedingungen zur Zeit nur wenig Mengen gehandelt werden.

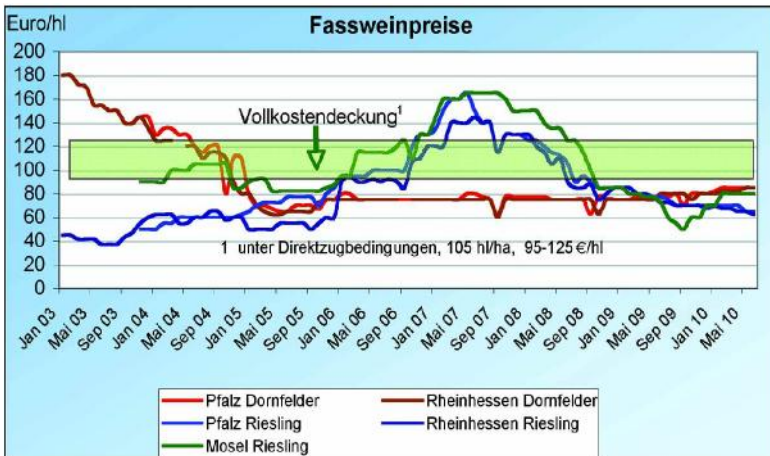



Abbildung 4.16

Fassweinpreisentwicklung und Vollkostendeckung in Rheinland-Pfalz

Quelle: Eigene Darstellung und Fassweinpreisnotierungen des Kompetenzzentrums Weinmarkt und Weinmarketing Rheinland-Pfalz, Oppenheim 2010



Die Vollkosten für die Traubenerzeugung¹¹ liegen bei guten Bewirtschaftungsverhältnissen unter Direktzugbedingungen und einem Ertragsniveau von 105 Hektoliter/Hektar bei 85-90 Euro/Hektoliter. Hinzu kommen in Abhängigkeit von technischer Ausstattung und Anreicherungsspanne für Qualitätsweine Kosten für die Fassweinerzeugung von weiteren 20-30 Euro/Hektoliter.

Bei einer Gesamtsituation von 105-120 Euro/Hektoliter erreichten die Fassweinerzeuger im Weißweimbereich in den Jahren 2006 und 2007 Vollkostendeckung. Die rückläufigen Weißweinpreise seit dem Herbst 2007 lassen dieses ökonomische Ziel jedoch wieder fraglich erscheinen. Bei weitestgehend abbeschriebenen technischen Anlagen, entsprechender Flächenausstattung (>15 ha), guten Bewirtschaftungsverhältnissen und reduzierten Lohnansätzen ist eine kostengünstigere Fassweinerzeugung im Bereich von 80-90 Euro/Hektoliter noch möglich. Dies ist einer der wesentlichen Gründe für das Verbleiben zahlreicher Weinbaubetriebe in der Erzeugung von Trauben und Fassweinen.

4.4.2 Einkommensperspektiven der Trauben- und Fassweinerzeuger


Auf Basis einer Studie¹² zur Wirtschaftlichkeit der Trauben- und Fassweinerzeuger (Rohwarenerzeuger) sollen nachfolgend Aussagen zur ökonomischen Ist-Situation und zur Zukunftsfähigkeit der Traubenproduktion getroffen werden. Von den nahezu 5.300 rheinland-pfälzischen Genossenschaftserzeugern wirtschaften nur ca. 30 % als Haupterwerbsbetriebe (Voll-/Teilablieferer). Dies wirft die Frage der Zukunftsfähigkeit der Betriebe insgesamt auf. Lukrativ für einen Nebenerwerbswinzer ist die Traubenproduktion künftig nur dann, wenn er damit eine deutliche Einkommensverbesserung erzielt. Andernfalls löst sich die Frage der Flächenbewirtschaftung spätestens mit der Hofnachfolge aufgrund fehlender Anreize. Hierin liegen die Herausforderungen und die Überlebenschancen zumindest kleiner Genossenschaften bzw. des genossenschaftlichen Managements.

Durchschnittliche fasswein- und traubenproduzierende Betriebe erwirtschaften laut Agrarbericht der Bundesregierung¹³ rund 37-52.000 Euro Gewinn/Jahr. Abzüglich der anteiligen Altersversorgung, der Steuern, der Fremdkapitaltilgung und der notwendigen Nettoinvestitionen resultieren hieraus eher verhaltene Einkommensgrößen. Da die Agrarberichterstattung für die Branche als repräsentativ angesehen wird und rund 75 % der rheinland-pfälzischen Betriebe dieser Gruppe zuzurechnen sind, zeigt sich trotz gestiegener Gewinne in den letzten Jahren deutlich die angespannte Einkommenssituation innerhalb der Branche. Die strukturellen Effekte, die sich spätestens bei der Hofnachfolge auf die Anzahl der Betriebe ergeben, sind abzusehen. Sofern die in der Produktion verbleibenden Trauben- und Fassweinerzeuger die Flächen ganz oder teilweise übernehmen, resultiert hieraus ein gewisses aber bei weitem nicht ausreichendes durchschnittliches Betriebswachstum.

¹¹ Oberhofer, J.: Kostenkalkulation für die Fassweinerzeugung, DLR Neustadt 2008

¹² Mend, M.: Beurteilung von Zukunftsperspektiven von Rohwarenerzeugern in der Weinbranche, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim 2007

¹³ Oberhofer, J.: Agrarbericht 2009, Der deutsche Weinbau, Nr. 22, 30.10.2009



Die oben genannte Studie zeigt, dass Genossenschaftsbetriebe mit 9-10 Hektar Rebfläche in der Lage sind 2-3.000 Euro Gewinn/Hektar durch die gegenwärtig optimale Auslastung der betrieblichen Kapazitäten zu erwirtschaften. Um Gewinne von rund 60.000 Euro/Jahr zu erwirtschaften, die als Einkommensalternative zu außerlandwirtschaftlichen Tätigkeiten als notwendig erachtet werden, müssten diese Betriebe jedoch eine Fläche von 25-30 Hektar bewirtschaften. Gleiches gilt für die Fassweinerzeuger im Lande. Die gegenwärtigen Strukturen in Rheinland-Pfalz haben diesen ökonomischen Optimalzustand noch nicht erreicht und zeigen den Handlungsspielraum für die Weiterentwicklung der Erzeugerbetriebe aber auch der Genossenschaften auf.

Langfristig müsste aus Sicht der Genossenschaften auf ein Konzept hingearbeitet werden, dass 20-30 professionelle Traubenerzeuger mit 20-30 Hektar Betriebsfläche einen mittleren Genossenschaftsbetrieb von rund 600 Hektar für die Weiterverarbeitung und den Vertrieb bedienen können. Die Genossenschaft hätte so eine stabile Basis und wäre damit in der Lage, auch den zahlreichen kleineren Nebenerwerbsbetrieben die Möglichkeit der genossenschaftlichen Traubenproduktion lukrativ zu gestalten.

Zwar wird auch mittelfristig der Nebenerwerbswinzer im Genossenschaftswesen eine wichtige Rolle spielen, er ist auch notwendig zur betrieblichen Kapazitätsauslastung; dieses Standbein wird aber aufgrund sich wandelnder Wettbewerbsbedingungen in weiten Teilen der Rohwarenerzeugung weiter zurückgehen. Begründet liegt dies in den zurzeit fehlenden Einkommensalternativen und Perspektiven zur weinbaulichen Erzeugung.

4.4.3 Eingetragene Genossenschaften und alternative Rechtsformen

Sowohl seitens der Genossenschaftsverbände als auch der Agrarfakultäten der deutschen Universitäten, die sich mit der Weiterentwicklung des Genossenschaftswesens vom „Selbsthilfeverein“ hin zu einer modernen Unternehmung beschäftigen, gibt es derzeit keine befriedigende Antwort auf die Frage, ob die genossenschaftliche Unternehmensform noch zeitgemäß und in ihrer Entscheidungsstruktur noch den Anforderungen eines globalen Marktes gewachsen ist.

Nach wie vor sind die Winzergenossenschaften in ihrer Ausrichtung dominiert von den jeweiligen Mitgliederversammlungen (Ein-Mann-eine-Stimme-Prinzip) sowie den ehrenamtlichen Vorständen und Aufsichtsräten. Diese sind oftmals den Anforderungen einer modernen Wirtschaftsführung und einer strategischen Beurteilung der gesamtwirtschaftlichen Lage im Wettbewerberumfeld nur unzureichend gewachsen. Auch das genossenschaftliche Management - in der Regel von den Ehrenamtlichen berufen - erfüllt nicht immer die gesetzten Erwartungen.

In jüngster Vergangenheit hat sich den Genossenschaften das ein oder andere Signal für Fusionierung und Kooperation geboten, um einerseits Managementkosten zu sparen und andererseits Synergien im technischen Bereich zu nutzen. Vielfach wird jedoch seitens der Mitgliedsbetriebe diese Chance nicht konsequent genutzt und weiterhin auf eine gerade für kleinere Genossenschaften kostspielige Eigenständigkeit gesetzt. Diesen Entwicklungen

wurde in den letzten Jahren unter anderem durch eine gezielte Aus- und Weiterbildung initiiert durch den Genossenschaftsverband Frankfurt - entgegengewirkt. Zielgruppe der Maßnahme waren neben den Verantwortlichen in der Geschäftsleitung auch der Mitarbeiterstab sowie ehrenamtlich Tätige in den Genossenschaften. Ziel ist die wettbewerbsfähige Gestaltung und Ausrichtung der Genossenschaften im internationalen Weinmarkt sowie die Steigerung der Effizienz von Management und Vermarktung einschließlich der Effekte, die durch Kooperationen von Genossenschaften und Erzeugerzusammenschlüssen sowie der Handelspartner erreicht werden können.

Die Weiterentwicklung der Rechtsform eingetragene Genossenschaft beispielsweise hin zu einer Form der Kapitalgesellschaft ist schwierig. Einerseits bedarf dies einer grundlegenden Novellierung des Genossenschaftsgesetzes. Wichtig ist z.B. die Berücksichtigung der Entscheidungsstrukturen in Abhängigkeit der Geschäftsanteile. Des Weiteren sollten klare Unternehmensstrategien vorliegen und geeignete Maßnahmen zur Erreichung dieser gemeinschaftlichen Ziele erarbeitet werden. Andererseits sind nicht zwangsläufig neue Strukturen notwendig, wenn es gelingt die Mitglieder zu motivieren aktiv an notwendigen Veränderungen innerhalb der Unternehmung mitzuarbeiten.

4.5 Weinkellereien, Brennereien, Sekthersteller

Knapp 6.000 Menschen sind in der Getränkebranche in Rheinland-Pfalz beschäftigt. Sie erwirtschaften einen Umsatz von über 2,2 Mrd. Euro.

	Betriebe	Beschäftigte	Absatz Menge in 1.000 hl	Umsatz Wert in 1.000 Euro
Getränkeherstellung insgesamt	47	5.958	-	2.245.548
Herstellung von Wein	16	1.259	-	372.704
- Schaumweine ¹	7		748	177.184
- Weißweine b.A. ²	7		671	111.623
Herstellung von Spirituosen	3		-	37.147
- davon Brantwein aus Wein oder Traubentrester	3		15	2.589
Mineralwässer, Erfrischungsgetränke und nichtalkoholische Getränke	31	2.689	-	644.456
- davon Mineralwässer ohne Heilwasser	17		12.894	336.012
Herstellung von Malz	3		-	51.801
Herstellung von Bier	8	1.858	7.979	

1 Weißweine bestimmter Anbaugebiete, <=15 %-vol. Alkohol

2 Schaumwein, vorhandener Alkoholgehalt >= 8,5 %-vol.

Tabelle 4.24

Unternehmen (mit 20 und mehr Beschäftigten), Absatz und Umsatz ausgewählter Wirtschaftszweige der Getränkeherstellung in Rheinland-Pfalz 2008

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Ergebnisse der Monats- und Jahresberichte für Unternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten

4.5.1 Nationaler und internationaler Rohwarenmarkt


Der Fassweinmarkt ist für Deutschland, als weltweit größter Weinimporteur, mit wenigen großen Kellerei- und Abfüllbetrieben, bei gleichzeitig starker internationaler Konsumausrichtung ein wichtiges Vertriebssegment. Entscheidend sind jedoch aus Sicht der abnehmenden Wein- und Sektkellereien, eine gute Produktqualität vorausgesetzt, Lieferkontinuität und Preisstabilität, um Listungen im nationalen und internationalen Lebensmittelhandel strategisch zu planen und zu erhalten. Weiterhin ist der Fassweinmarkt in Deutschland¹⁵ und Teilen der EU im Gegensatz zu vielen außereuropäischen Weinerzeugungsländern nach wie vor spekulationsgeprägt. Dabei dominiert die Verknappung die Preisgestaltung nachhaltiger als die Qualitätsdifferenzierung.

Dieser Spotmarkt steht im Widerspruch zu den Kontinuitätsbestrebungen des Weinhandels, der wiederum weitgehend von den Einkäufern der Lebensmittelkonzerne, allen voran die Discounter, dominiert wird. Am effektivsten wird der Rohwarenmarkt zurzeit durch große Erzeuger bedient, die vornehmlich aus Süd-/Osteuropa und Übersee kommen. Wichtige Fassweinxporture sind neben Frankreich und Italien vor allem die Länder Spanien und Argentinien mit mehr als zwei Drittel Fassweinanteil am jeweils gesamten Weinexport dieser Erzeugerländer. In Chile werden ebenfalls große Exportmengen als Rohware gehandelt. Die Erzeugerstrukturen in Chile zum Beispiel sind im Gegensatz zu Deutschland durch wenige große Traubenproduzenten/Kellereien geprägt. Der größte chilenische Weinerzeuger „Concha y toro“ erfasst und verarbeitet Trauben von rund 17.000 ha Rebfläche, was etwa dem Volumen aller rheinland-pfälzischer Genossenschaften entspricht. Davon sind rund 30 % der Fläche im Eigenbesitz, der übrige Teil wird über vertragliche Bindungen erreicht. Die Entscheidungsstrukturen sind durch die beiden Eigentümerfamilien straff und transparent organisiert, im Gegensatz zu den Strukturen vieler kleiner deutscher Genossenschaften.

Weiterhin kommt abweichend von den heimischen Gepflogenheiten der so genannte Vertragsweingebiet, mit festen Liefer- und Abnahmeverträgen zwischen Winzern und Kellereien und/oder Genossenschaften auf Basis streng definierter Qualitätsrichtlinien hinzu. Das Rohwarengeschäft in der neuen Welt ist weiterhin stärker geprägt von der Bedeutung der sensorischen Qualität im Trauben- und Weinbezug. Ein Aspekt, der in Deutschland erst in den letzten Jahren durch den zunehmenden Qualitätswettbewerb und nach intensiven Anstrengungen unter anderem der rheinland-pfälzischen Dienstleistungszentren¹⁶ an Bedeutung gewonnen hat. Die Folgen der genannten strukturellen Unterschiede spiegeln sich in der Preisstabilität beider Marktsysteme wieder. Während in Deutschland aufgrund von Verknappung, Ernteschwankungen und der freien Rohwarenproduktion die Preise stark schwanken, ist in der neuen Welt und/oder in Spanien seit Jahren eine gewisse Preiskontinuität in der Beschaffung zu beobachten. Dies macht die Anbieter aus diesen Ländern zu perspektivisch gesehen lukrativeren Geschäftspartnern.

¹⁵ Seidemann, J.: Internationale Fassweine Märkte, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim, 2007

¹⁶ Einrichtung des Beratungsringes Weinbau-Qualitätsmanagement mit über 400 Trauben- bzw. Fassweinproduzenten und vertikalen Kooperationen mit abnehmenden Kellereien



Die Genossenschaften und Erzeugerzusammenschlüsse in Rheinland-Pfalz können nur eingeschränkt durch Lieferverträge mit Kellereien den Rahmenbedingungen des oben genannten Spotmarktes entgegen treten, obwohl zumindest die größeren davon über die entsprechenden Liefermengen und Kontrakte verfügen. Die zurzeit aus Sicht der Kellereien eher zurückhaltende Bindungsgepflogenheiten an Erzeugerbetriebe liegen auch in der Option der größtmöglichen Flexibilität begründet, die sich die Handelskellereien für die sich immer schneller wandelnden Konsumtrends offen halten. Gleichwohl steigen die Bemühungen der Kellereien im Bereich der Traubenerfassung, um das Qualitätsspektrum von der ersten Verarbeitungsstufe an unter Kontrolle zu haben.

Zwar haben Mitte dieses Jahrzehnts die geringeren Erntemengen und abnehmenden Weinbestände zu einem Anstieg der Fassweinpreise, insbesondere bei Rebsortenweinen wie Riesling oder Weißburgunder geführt, diese Situation ist jedoch mit dem Risiko verbunden, das mittelfristig aufgrund der Kosten eine Substitution mit Auslandsweinen die rheinland-pfälzischen Erzeuger in Bedrängnis bringt. Zwischenzeitlich hat sich auch aufgrund der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise und den damit verbundenen Exportrückgängen diese Hochpreisphase wieder normalisiert. Insgesamt dürfte zusätzlich die verstärkte Ausrichtung der Kellereien auf internationale Weinsortimente, trotz günstiger Rohwarenpreise und guter Verfügbarkeit von heimischen Fassweinen die Substitutionsentwicklung noch weiter beflügeln. Die Angleichung der derzeitigen Fassweinpreinsniveaus – wenn auch auf niedrigem Niveau – über Herkünfte und Rebsorten hinweg, kann jedoch als Indiz für die Attraktivität rheinland-pfälzischer Erzeugnisse für den Weinhandel deutschlandweit gewertet werden.

In Rheinland-Pfalz fehlt es keineswegs an den grundsätzlichen Voraussetzungen, sich den Erfolg versprechenden Erfassungsstrukturen anderer Weinproduzentennationen anzupassen. Am Beispiel des Anbaugesbietes Rheinhessen, wo zwei Erzeugerzusammenschlüsse mit jeweils rund 50 Mio. Liter potenziellem Erfassungsvolumen existieren, lässt sich die grundsätzliche Herausforderung der Branche skizzieren. Beide Unternehmen zusammen könnten mehr als die Hälfte des Fassweinangebotes, unter anderem durch Traubenanname, erfassen.

Die Handelskellereien nutzen diese Situation sowie die grundsätzliche weltweite Austauschbarkeit von Grundweinen im Rohwarenmarkt für die Weinbeschaffung. Die Marktforschung¹⁷ zeigt, dass die breitflächige Präsenz von Weinen bestimmter Rebsorten und Herkünften im Markt ein wichtiges Wahrnehmungskriterium im Weineinkauf, insbesondere bei Wiederholungskäufen ist. Werden heimische Produkte aufgrund der Angebotsverknappung bzw. der Austauschbarkeit kurzfristig ausgelistet, bedeutet das unweigerlich Marktanteilsverluste und zunehmend schwierigere Absatzbedingungen in der Zukunft. Die Internationalisierung der Weinsortimente der Handelskellereien sollte als Anzeichen für dieses Entwicklungsszenario gewertet werden. All dies zusammen spricht für die Schaffung von Rahmenbedingungen, die der Kooperation und Erzeugungs- bzw. Angebotsbündelung zuträglich sind.

¹⁷ Hoffman, D.: Weißweinstudie, Geisenheim 2006

4.5.2 Fassweinhandel in Rheinland-Pfalz

Insgesamt liefern die rheinland-pfälzischen Erzeugerbetriebe ca. 3,89 Mio. Hektoliter vorwiegend an die großen Weinhandelskellereien im Land. Hierbei handelt es sich lediglich um die Erstlieferungen, der Zwischenhandel bleibt dabei unberücksichtigt (Abb. 4.17). Tendenziell haben im Betrachtungszeitraum volumenmäßig die Weißweinelieferungen (23 %) um den Wert abgenommen, wie die Rotweinelieferungen (+72 %) zulegen konnten. Hintergrund sind die nachhaltige Umstrukturierung der Rebflächen aufgrund der verstärkten Nachfrage nach heimischen Rotweinen und die Verfügbarkeit aufgrund der Ernte des Vorjahres.

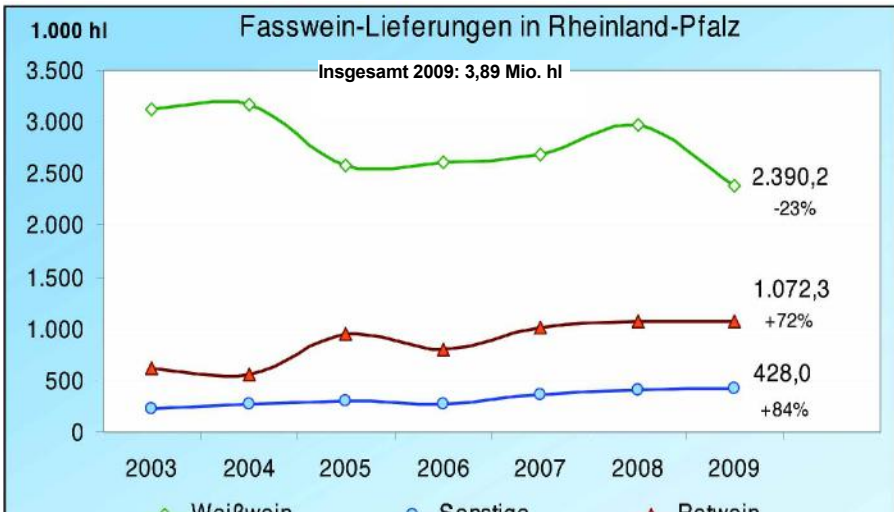


Abbildung 4.17

Fasswein-Lieferungen in Rheinland-Pfalz nach Weinarten
(Veränderungen 2003 - 2009 in %)

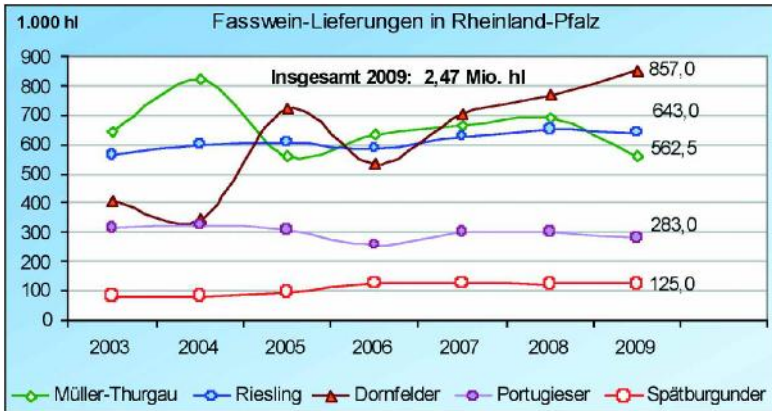


Abbildung 4.18

Fasswein-Lieferungen in Rheinland-Pfalz nach wichtigen Rebsorten

Der Fassweinhandel mit den 5 wichtigsten Rebsorten hat ein Volumen von 2,47 Mio. Hektoliter (63,5 %) erreicht und ist in der Summe weitestgehend stabil. Während der Handel mit Weinen der Rebsorte Müller-Thurgau aufgrund des Flächenrückgangs leicht abnimmt, wuchsen im Betrachtungszeitraum mit jährlichen Schwankungen die Dornfelderlieferungen kontinuierlich (Abb. 4.18).

Bei differenzierter Betrachtung der großen Anbaugebieten Mosel, Rheinhessen und Pfalz, die insgesamt 3,5 Mio. Hektoliter (89,9 %) des Fassweinhandels ausmachen zeigen sich zum Teil deutliche Austauschbewegungen der Regionen beim Handel mit Rebsortenweinen. Die umfangreichsten Fassweinemengen werden in Rheinhessen (1,29 Mio. hl) gehandelt. Deutliche Zunahmen sind im Betrachtungszeitraum beim Riesling und erwartungsgemäß beim Dornfelder zu beobachten (Abb. 4.19). Die rheinhessische Rieslingmenge ist in dem Umfang gewachsen, wie die der Mosel zurückgegangen ist. Insgesamt werden an der Mosel lediglich 0,2 Mio. Hektoliter Riesling und Müller-Thurgau als Rohware gehandelt (Abb. 4.20).

In der Pfalz (0,86 Mio. hl) zeigt sich ein ausgeglicheneres Bild, wenngleich wie in Rheinhessen auch hier die Rotweinelieferungen kontinuierlich – mit Ausnahme des Portugieser – zunehmen und vor allem der Müller-Thurgau, nicht zuletzt aufgrund des Flächenrückgangs im Zuge der Umstrukturierung der Erzeugerbetriebe eine rückläufige Tendenz zeigt. Die Bewegungen am Fassweinmarkt allgemein lassen seitens der Handelskellereien eine Entwicklung erkennen, die die Rebsorte, weniger aber die regionale Herkunft im Fokus hat.

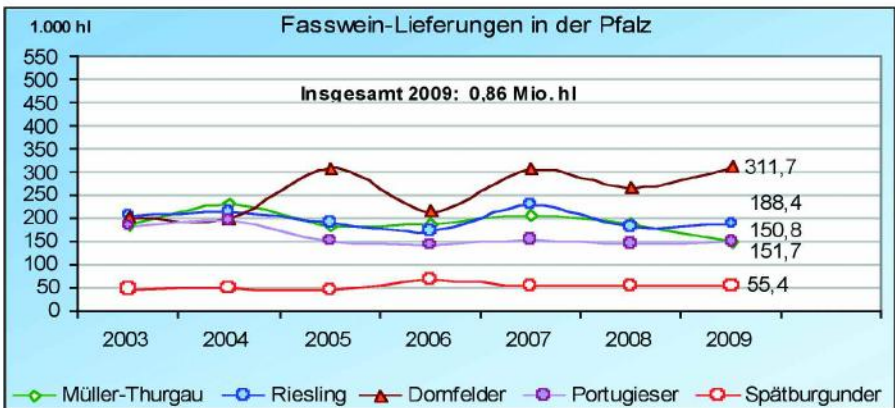
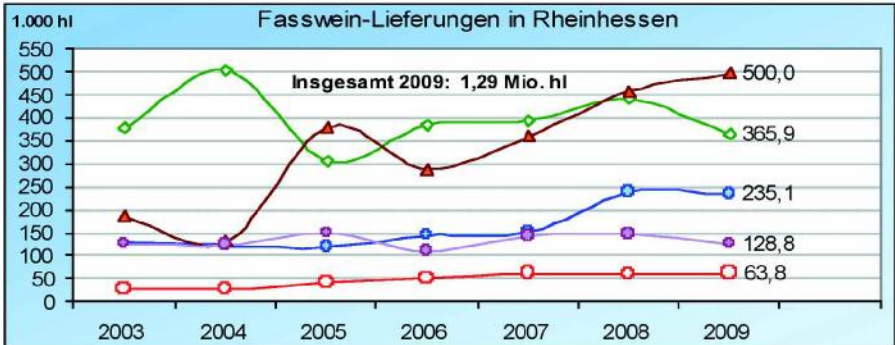
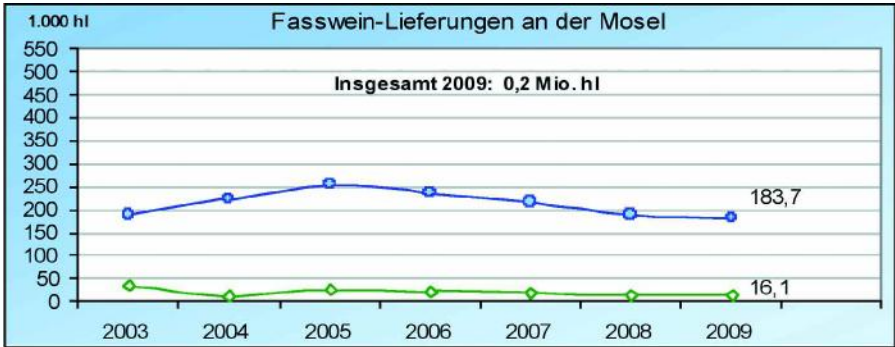


Abbildung 4. 19

Fasswein-Lieferungen der großen Anbauggebiete nach wichtigen Rebsorten

Auf Quartalsebene lässt sich eine Entwicklung der Handelsmengen von Riesling-Fassweinen an der Mosel in Abhängigkeit von den jeweiligen Durchschnittspreisen ableiten (Abb. 4.20). Die jeweils starke Zunahme des Fassweingeschäfts im 4. und 1. Quartal hängt mit der Verfügbarkeit der neuen Ernte zusammen und ist nichts Außergewöhnliches. Im Jahr 2006 zogen aufgrund der zunehmenden Rieslingexporte und der Verknappung der Weine die Preise deutlich auf ein Niveau von rund 130 Euro/Hektoliter an, um sich bis zum Ende des Jahres 2009 bei einem mittleren Wert von 60-70 Euro/Hektoliter einzupendeln. Diese Rohwarenpreise sind völlig unzureichend, um gewinnbringend Fassweine zu erzeugen. Der Handel mit Moselweinen war in dem Betrachtungszeitraum dennoch eher rückläufig, was einerseits an der Abgabezurückhaltung der Winzer bei gleichzeitiger Spekulation auf höhere Preise lag und andererseits zur Folge hatte, dass Moselweine im nationalen Lebensmittelhandel ausgelistet wurden. Die Situation verschärfte sich im Jahr 2009 noch, als die Exporte von Riesling vorwiegend in die USA dramatisch zurückgingen.

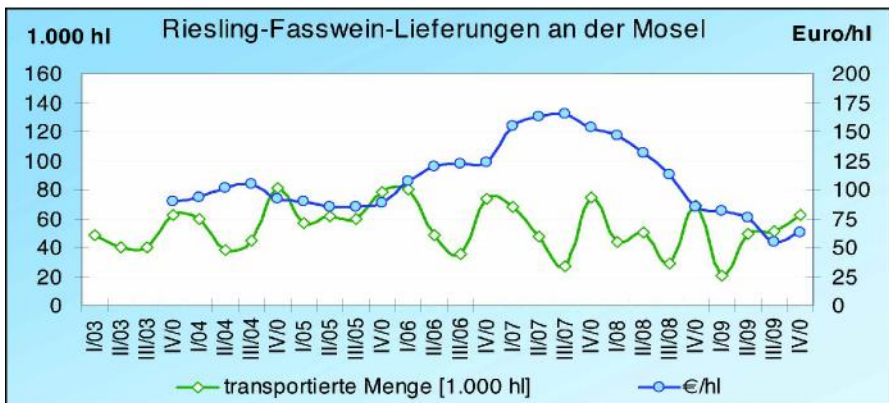


Abbildung 4.20

Fasswein-Lieferungen und Ø-Preise für Riesling an der Mosel

Ein ähnliches Bild bei der Preisentwicklung von Riesling zeigt sich in Rheinhessen und der Pfalz (Abb. 4.21 und 4.22). Dort hat sich allerdings das Preisniveau zwischenzeitlich bei 75 Euro/hl eingependelt. In beiden Gebieten ist trotz des höheren Preisniveaus im Vergleich zur Mosel zunehmend mehr Rieslingfasswein eingekauft worden, ursächlich wegen der größeren Verfügbarkeit und Abgabenbereitschaft seitens der Erzeugerbetriebe.

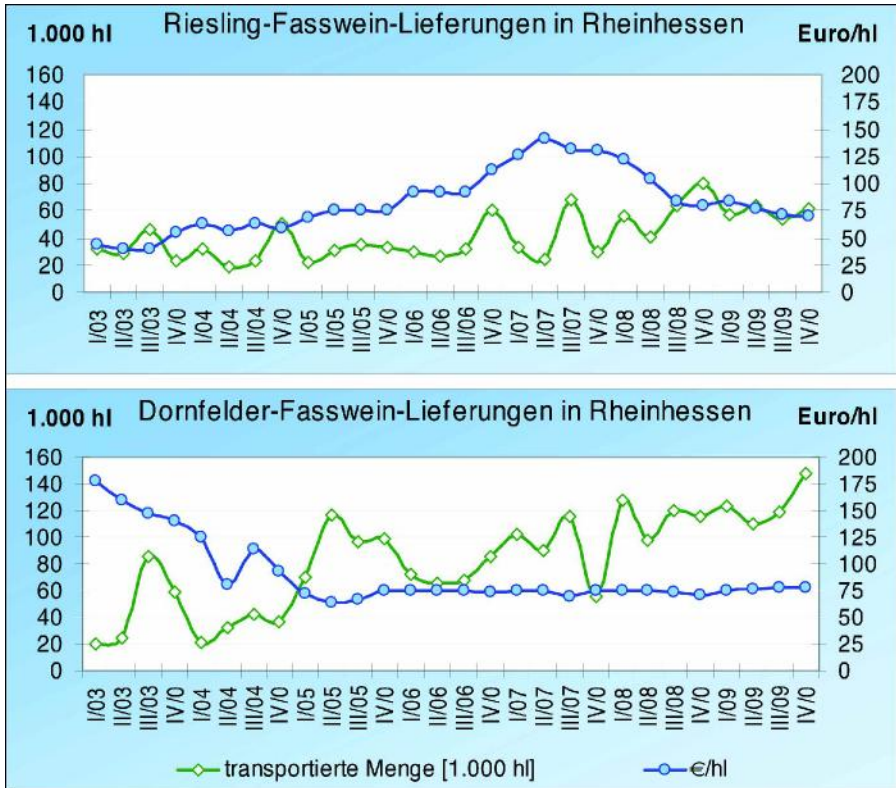


Abbildung 4.21

Fasswein-Lieferungen und Ø-Preise für Riesling und Dornfelder in Rheinhessen

In der Dornfeldervermarktung unterscheiden sich die beiden größten deutschen Anbaugebiete nur unwesentlich (Abb. 4.21 und 4.22). Seit der Hochpreisphase in den Jahren bis 2003 hat sich aufgrund der Angebotsanpassung der Fassweinpreis seit 2005 bei rund 75-80 Euro/Hektoliter eingestellt. Die Lieferungen an die Handelskellereien nehmen insbesondere in Rheinhessen kontinuierlich zu und sind ein Beleg für die erfolgreiche Positionierung von Dornfelderweinen im Preiseinstiegsbereich des Lebensmittelhandels vornehmlich durch die Handelskellereien im Lande.

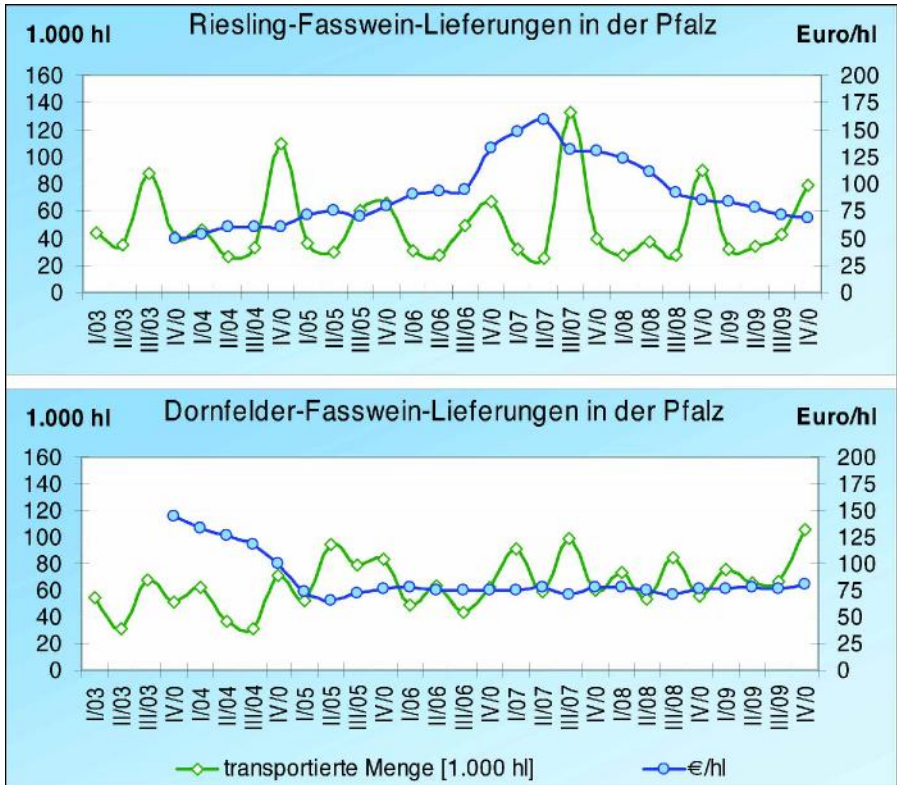


Abbildung 4.22

Fasswein-Lieferungen und Ø-Preise für Riesling und Dornfelder in der Pfalz

4.5.3 Fassweinimporte und -exporte

Die Exporte rheinland-pfälzischer Fassweine verlieren immer mehr an Bedeutung und erreichten im Jahr 2009 noch ein Volumen von rund 94.000 Hektoliter, wovon der überwiegende Teil Weißweine waren (Abb. 4.23). In Verbindung mit einem relativ konstanten Flaschenweinexport sowie der Zunahme der Reexporte kann darauf geschlossen werden, dass es den Kellereien im Laufe der Jahrzehnte verstärkt gelungen ist Fertigprodukte zu exportieren und somit eine größere Wertschöpfung im Lande zu generieren. Geringe Mengen an Fassweinen gingen nach Großbritannien und Dänemark, unter anderem als Grundweine für die Herstellung von Wermut, Aperitifs und Weitmischgetränken.

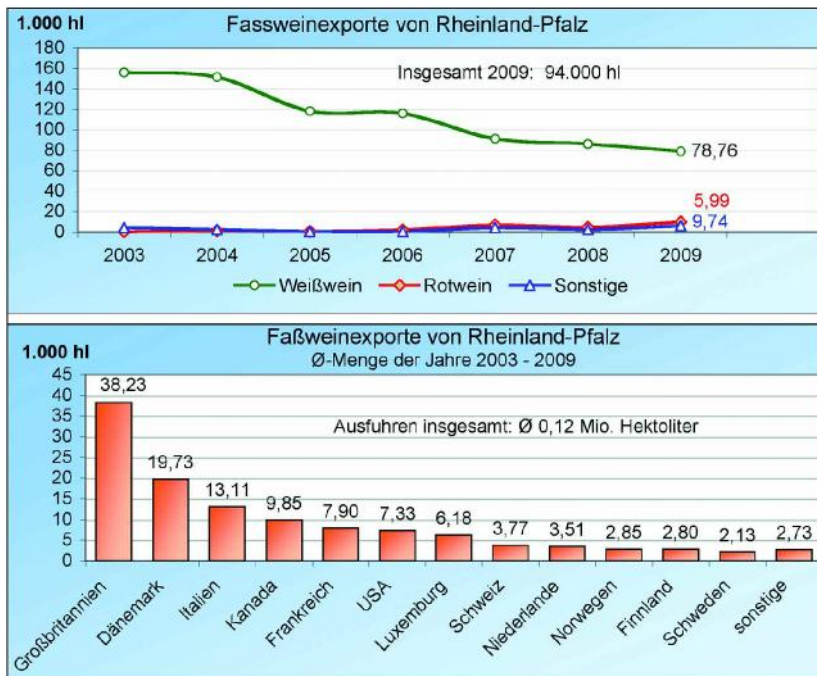


Abbildung 4.23

Fassweinexporte nach Weinarten und Zielmärkten aus Rheinland-Pfalz

Mit 3,6 Mio. Hektoliter importieren die rheinland-pfälzischen Weinkellereien rund ein Viertel aller Weine, die nach Deutschland eingeführt werden. Das Volumen erreicht im Durchschnitt der Jahre von jährlichen Schwankungen abgesehen einen Wert von 3,58 Mio. Hektoliter (Abb. 4.24).

Wichtige Herkunftsländer sind Italien, Spanien und Frankreich, die knapp zwei Drittel der Rohwarenimporte nach Rheinland-Pfalz ausmachen. Auch aus der Neuen Welt importieren die Unternehmen der Weinwirtschaft mit zunehmender Tendenz Fassweine, zuletzt ein Gesamtvolumen von knapp 0,65 Mio. Hektoliter. Allein aus Südafrika und Australien stammen jeweils fast 0,2 Mio. Hektoliter Wein.

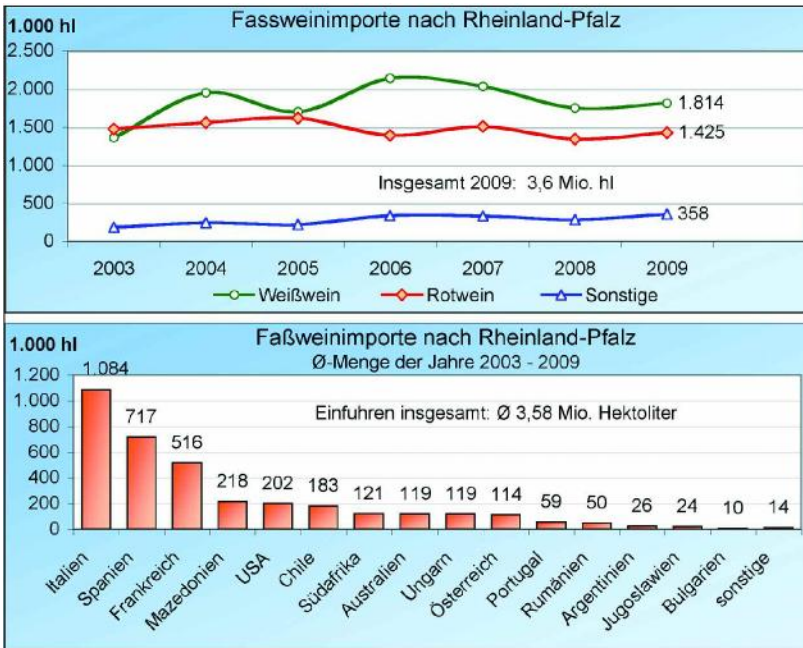


Abbildung 4.24

Fassweinimporte nach Weinarten und Zielmärkten nach Rheinland-Pfalz

5 ÖKOLOGISCHER WEINBAU

Zusammenfassung

- Die weltweite ökologisch bewirtschaftete Rebfläche hat sich in den letzten zehn Jahren nahezu verdreifacht und ist zwischenzeitlich auf rund 148.000 Hektar angewachsen. Deutschlandweit wird auf ca. 4.400 Hektar Weinbergsfläche Ökoweinbau betrieben, das sind rund 4,3 % der Gesamtrebfläche. Etwa 80 % dieser Flächen liegen in den rheinland-pfälzischen Anbaugebieten.
- Die Beweggründe sind unterschiedlich. Sie reichen von rein ethischer bzw. ökologisch geprägter Haltung über Prämienoptimierung bis hin zu marktpolitischer Grundhaltung.
- In Rheinland-Pfalz wirtschaften 329 Betriebe auf 3.596 Hektar Rebfläche (2009) nach ökologischen Grundsätzen. Etwa die Hälfte der Betriebe ist in Rheinhessen angesiedelt, ein weiteres Drittel in der Pfalz.
- Betriebsgrößen und Erzeugungsbedingungen des Ökoweinbaus unterscheiden sich regional nicht von denen des konventionellen Weinbaus.
- Die rheinland-pfälzischen Ökobetriebe arbeiten nach den Richtlinien der EU-Ökoverordnung, die Hälfte davon sind verschiedenen Verbänden mit zum Teil restriktiveren Rahmenbedingungen in der ökologischen Traubenerzeugung angeschlossen.
- Der Ökoweinbau, wie die übrige Weinerzeugung auch, unterliegt den Bedingungen eines preisaggressiven Marktes, insbesondere im Lebensmittelhandel. Daher sind alle Möglichkeiten der Effizienzsteigerung zu nutzen, um die ökonomische Nachhaltigkeit der Ökoweinerzeugung zu erhalten.

5.1 Aspekte der Nachhaltigkeit in der Weinwirtschaft

Unter ökologischem Weinbau wird derzeit die Traubenproduktion verstanden, die auf Basis der Richtlinien der EU-Öko-Verordnung¹ bzw. auf teilweise sehr viel strengeren Normen der verschiedenen Ökoverbände beruht. Bereits frühzeitig hat sich die Agrar- und Ernährungsbranche mit den Forderungen der Gesellschaft nach ökologisch bzw. „nachhaltig“ erzeugten Lebensmitteln auseinandergesetzt. Im allgemeinen Verständnis ist Nachhaltigkeit vor dem Hintergrund des Zusammenwirkens von Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft zu sehen².

Die ökologische Nachhaltigkeit verfolgt das Ziel, Natur und Umwelt für die nachfolgenden Generationen zu erhalten. Neben dem Erhalt der Artenvielfalt umfasst dies auch Fragen des Klimaschutzes, der Pflege von Kulturlandschaften in ihrer ursprünglichen Gestalt sowie des schonenden Umgangs mit den natürlichen Ressourcen.

¹ EG-Öko-Basisverordnung (EG) Nr. 834/2007 vom 28. Juni 2007

Durchführungsverordnung (EG) Nr. 889/2008 vom 5. September 2008

² Nachhaltigkeit: aus Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages 2004 und www.agenda21.rlp.de

Die ökonomische Nachhaltigkeit zielt auf eine Wirtschaftsweise, die so angelegt ist, dass sie dauerhaft eine tragfähige Grundlage für Beschäftigung und Wohlstand bietet. Im Fokus steht hier der Schutz wirtschaftlicher Ressourcen vor Ausbeutung und Zerstörung. Hierzu zählen auch die Kapitalausstattung bzw. finanziellen Dispositionen von Unternehmen in einem arbeitsteiligen Wirtschaftsleben. Unternehmerische Entscheidungen sind so zu treffen, dass auch konkurrierende Ziele die wirtschaftliche Basis des Betriebes nicht gefährden oder in Frage stellen.

Die soziale Nachhaltigkeit hat die Entwicklung der Gesellschaft als Ganzes im Blickfeld, mit dem Ziel, eine auf Dauer zukunftsfähige, lebenswerte Gesellschaft zu erreichen. Sie ist u. a. die Grundlage der Unternehmensphilosophien, der Kommunikation nach innen wie nach außen sowie der Wahrnehmung im Wettbewerbsumfeld. Zentrales Motiv der Gesellschaft, sowohl auf der Anbieter- als auch auf der Nachfragerseite, ist das Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt heutiger und künftiger Generationen. Diese Aspekte der Nachhaltigkeit können lokal, regional, national und global verwirklicht werden. Für immer mehr Lebensbereiche wird eine nachhaltige Entwicklung gefordert, sei es für den individuellen Lebensstil oder für ganze Sektoren wie Gesundheitsmanagement, Finanzanlagen, Ernährung oder Energieversorgung.

Der ökologische Landbau und damit der Nachhaltigkeitsaspekt der landwirtschaftlichen Produktion erfährt seit Jahren durch vielzählige Maßnahmen eine breite Unterstützung.

In der aktuellen EU-Förderperiode 2007-2013 werden im Rahmen des Programms Agrarwirtschaft, Umweltmaßnahmen, Landentwicklung (PAUL3) auch aus Mitteln des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des Ländlichen Raums (ELER), einzel- wie überbetriebliche Investitionen, die Umstellung bzw. Beibehaltung auf den ökologischen Weinbau aber auch die Zusammenarbeit zwischen Weinbau und Tourismus gefördert.

Das Kompetenzzentrum Ökologischer Landbau⁴ (KÖL) bietet den Betrieben darüber hinaus eine Unterstützung durch gezielte Beratung sowie die Einbindung der ökologischen Fragestellungen in das Versuchswesen der Dienstleistungszentren Ländlicher Raum des Landes. Weiterhin zeigt eine umfassende Marktforschungsstudie⁵ aus dem Jahr 2008 die Grundlagen zur zielgerichteten Weiterentwicklung der Produktions- und Absatzstrukturen für den ökologischen Landbau in Rheinland-Pfalz auf.

Um den Verbrauchern eine bessere Erreichbarkeit und eine leichtere Handhabung beim Finden von regionalen Bio-Produkten zu gewährleisten, hat die Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz⁶ einen professionellen internetgestützten Einkaufsführer für Bioprodukte erarbeitet (www.bioeinkaufen.rlp.de).

³ Verordnung (EG) Nr. 1698/2005.

⁴ Kompetenzzentrum Ökologischer Landbau (KÖL), (www.oekolandbau.rlp.de)

⁵ CO Concept, Studie 2008 - Entwicklungsperspektiven für die Erzeugung und Vermarktung ökologisch erzeugter Produkte in Rheinland-Pfalz (www.mwlvw.rlp.de/Landwirtschaft/Oekologischer-Landbau)

⁶ Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz (www.verbraucherzentrale-rlp.de)

War es bislang aufgrund fehlender rechtlicher Grundlagen nur möglich, Weine mit dem Zusatz zu deklarieren „Wein aus Trauben aus ökologischem Anbau“, wird angestrebt, dass künftig im Rahmen der Überarbeitung der EU-Rechtsvorschriften auch die Bezeichnung „Bio-Wein“ in der Weinbezeichnung verwendet werden darf.

5.2 Rebflächen und Weinerzeugung weltweit

Die ökologisch bewirtschaftete Rebfläche hat sich in den letzten 10 Jahren weltweit nahezu verdreifacht. Im Jahr 2008 wurden rund 148.000 Hektar Rebfläche (einschließlich Tafeltraubenproduktion) mit weiterhin steigender Tendenz nach ökologischen Grundsätzen bewirtschaftet. Auslöser dieser Entwicklung war die zunehmende Nachfrage nach Öko-Weinen, sondern vor allem in den Vertriebsstätten des Lebensmittelhandels und des Weinfachhandels.

Durchschnittlich wuchs die weltweite ökologisch bewirtschaftete Rebfläche zwischen 8 und 9% jährlich und damit das Angebot an Weinen aus ökologischer Produktion. In nahezu allen Weinerzeugungsländern werden auch Öko-Weine hergestellt und vermarktet. In Deutschland werden rund 4.400 Hektar Rebfläche ökologisch bewirtschaftet. Der ansteigende Trend der Vergangenheit wird sich voraussichtlich auch in den kommenden Jahren fortsetzen. War es in den 80er und 90er Jahren vielfach ein anderes Verständnis für die Bewirtschaftung die einzelne Betriebe zu einer Abkehr von den Methoden des konventionellen Weinbaus bewegten, sind es heute eher pragmatische Gründe. Der verantwortliche Umgang mit den natürlichen Ressourcen spielt ebenso eine Rolle wie die Fortschritte, die bei der ökologischen Anbauweise erzielt und in der Praxis umgesetzt werden konnten⁷. Aufgrund des positiven Einflusses der biologisch- dynamischen Wirtschaftsweise unter anderem auf das Image haben auch einige renommierte Weinbaubetriebe ihre Produktionsweise umgestellt oder befinden sich gerade in der Umstellungsphase⁸. Insbesondere Spitzenweingüter gehen immer häufiger von der konventionellen Bewirtschaftung zur ökologischen Anbauweise über. Forschung und Entwicklung haben viel dazu beigetragen, dass sich die konventionelle Traubenerzeugung der ökologischen Produktion angenähert hat.

⁷ Meißner, G.: Forschungsanstalt Geisenheim, in Ökologie& Landbau 2/2010

⁸ Huber, W.: Wein spezial, in Getränkefachgroßhandel 8/2009, S. 13 ff (... rund 15 % der VDP-Weingüter haben auf Ökweinbau umgestellt)

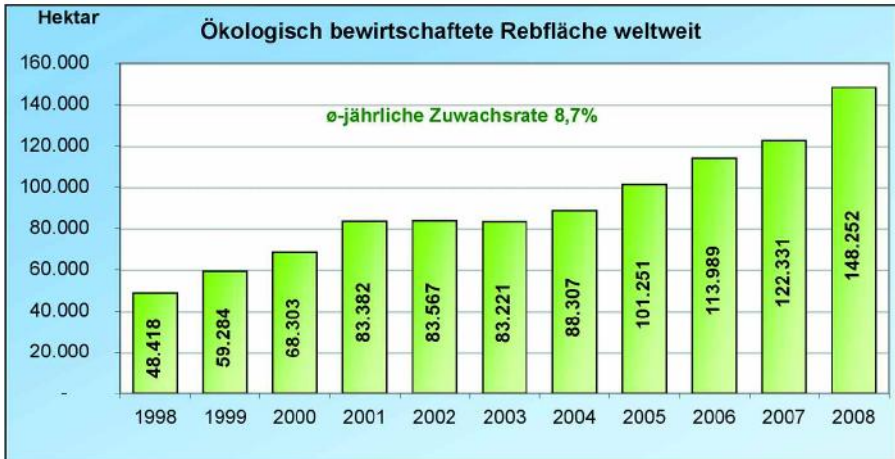


Abbildung 5.1

Ökologisch bewirtschaftete Rebfläche weltweit

Quelle: Kompetenzzentrum Weinmarkt und Weinmarketing Rheinland-Pfalz, Oppenheim 2010 auf Basis von Daten des FiBL, Forschungsinstitut für Biologischen Landbau, Frankfurt, der SÖL, Stiftung Ökologie und Landbau, Bad Dürkheim 2009 und der IFOAM; International Federation of Organic Agriculture Movements, Bonn

Die Bandbreite der zugelassenen Insektizide und Fungizide im Weinbau wurde drastisch reduziert, die bedeutendsten Schädlinge werden auch im herkömmlichen Weinbau mittlerweile zu einem großen Teil biologisch bekämpft. Auch wurden vielfach große Anstrengungen unternommen, um den Einsatz von Fungiziden auf ein Minimum reduzieren zu können. Gleiches gilt für die mineralische Düngung. Entwicklungen, die ohne die Ökologisierung des Weinbaus weniger rasch und effizient gewesen wären. Viele dieser Erfahrungen werden indessen in Ausbildung und Lehre umgesetzt und bewegen in Deutschland Jahr für Jahr mehr Betriebe, sich den Herausforderungen des ökologischen Weinbaus zu stellen. Jüngsten Untersuchungen zufolge zählt der verantwortungsbewusste Umgang mit der Natur und der Wunsch, gesündere Lebensmittel zu erzeugen, zu den Hauptbeweggründen auf ökologischen Weinbau umzustellen und nicht, wie vielleicht vermutet wird, die Bewirtschaftungsprämien im Rahmen der Agrarumweltprogramme⁹. Diese kompensieren nur zu einem geringen Teil das Produktionsrisiko und die Ertragsreduktion. Daher sind weitere wissenschaftliche Untersuchungen erforderlich, um insbesondere im phytosanitären Bereich eine höhere Ertragssicherheit zu erreichen und Alternativen z. B. zum Kupfereinsatz für die ökologische Wirtschaftsweise zu entwickeln.

⁹ Gänz, P. Ökologischer Weinbau in Rheinland-Pfalz - Ergebnisse der Betriebsbefragung 2009
Dienstleistungszentrum ländlicher Raum Rheinhessen-Nahe-Hunsrück, Oppenheim 2010

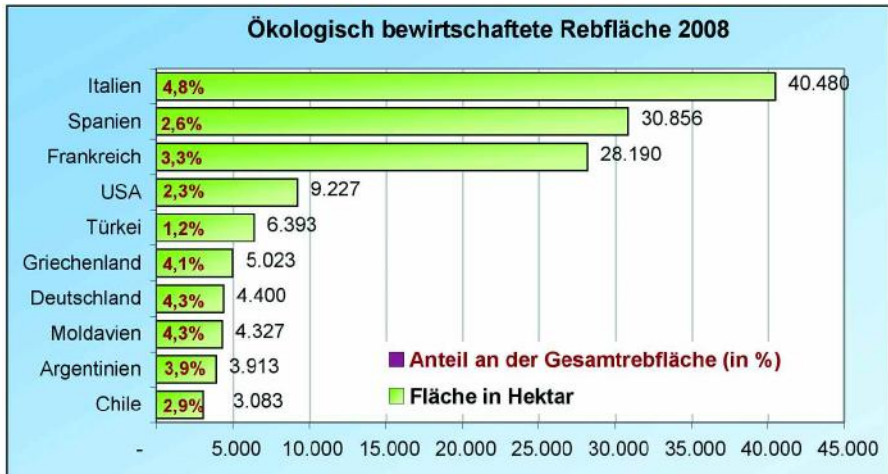


Abbildung 5.2

Ökologisch bewirtschaftete Rebfläche und Flächenanteile nach Ländern 2008

Quelle: Kompetenzzentrum Weinmarkt und Weinmarketing Rheinland-Pfalz, Oppenheim 2010 auf Basis von Daten des FiBL, Forschungsinstitut für Biologischen Landbau, Frankfurt und der IFOAM; International Federation of Organic Agriculture Movements, Bonn

Zwar rangiert Deutschland bei der weltweiten Öko-Weinproduktion absolut betrachtet nur im unteren Mittelfeld, da Nationen wie Italien, Spanien oder Frankreich wesentlich größere Rebflächen in der ökologischen Produktion haben. Bezogen auf die nationalen Flächenanteile relativiert sich dieses Bild jedoch: Im Weltweinbau werden rund 2,1 % (2008) der Rebfläche ökologisch bewirtschaftet. Italien mit 4,8 % oder Deutschland mit 4,3 % weisen deutlich höhere Anteile ökologisch bewirtschafteter Flächen auf. Dies dürfte dem Umstand zu verdanken sein, dass in westeuropäischen Ländern eine höhere Sensibilität für die nachhaltige Produktion auch in der Weinerzeugung vorherrscht und gleichzeitig die Märkte und das Verbraucherbewusstsein offener für Produkte aus ökologischer Erzeugung sind. Auch die Boomphase Mitte dieses Jahrzehnts und diverse politische Weichenstellungen¹⁰ dürften diesen Effekt verstärkt haben. Zwar ist das Öko-Angebot insgesamt seit Anfang 2000 deutlich gestiegen, die Nachfrage war jedoch stärker als erwartet von der Preissensibilität der Konsumenten geprägt. Das kann auch als ein Beleg für den verschärften nationalen wie internationalen Wettbewerb im Ökoweinsortiment des Lebensmittelhandels gewertet werden.

¹⁰ Hamm, U.: Bioverbraucher, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing, Kassel 2008

5.3 Ökologischer Weinbau in Rheinland-Pfalz

Im Jahr 2009 bewirtschafteten in Rheinland-Pfalz 329 Betriebe eine Rebfläche von 3.596 ha nach ökologischen Grundsätzen, das entspricht über 80% der deutschen Ökorebfläche und unterstreicht die Bedeutung des Landes im Ökoweinbau. Wie im Ackerbau- und Grünlandbereich, liegt die durchschnittliche Rebfläche der ökologisch wirtschaftenden Betriebe mit 10,6 ha deutlich über der der konventionellen Weinbaubetriebe (6,4 ha). Wie im konventionellen Weinbau gibt es jedoch regionale Unterschiede¹. So sind in Rheinhessen und der Pfalz die Betriebseinheiten in der Regel größer als in den nördlichen Regionen des Landes, wo der Weinbau auch in Steillagen angesiedelt ist. Hinsichtlich der Flächenausstattung kann daher bei ökologisch wirtschaftenden Weinbaubetrieben von einer mindestens vergleichbaren Wettbewerbsfähigkeit und einer guten Basis zur Einkommenserzielung ausgegangen werden.



Abbildung 5.3

Entwicklung der ökologisch bewirtschafteten Rebfläche und Betriebe in Rheinland-Pfalz
Quelle: Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

¹ Schätzung auf Basis von Daten des Statistisches Landesamtes Rheinland-Pfalz „Landwirtschaft und Weinbau“, Angabe bezieht sich auf Betriebe > 0,3 ha Rebfläche.

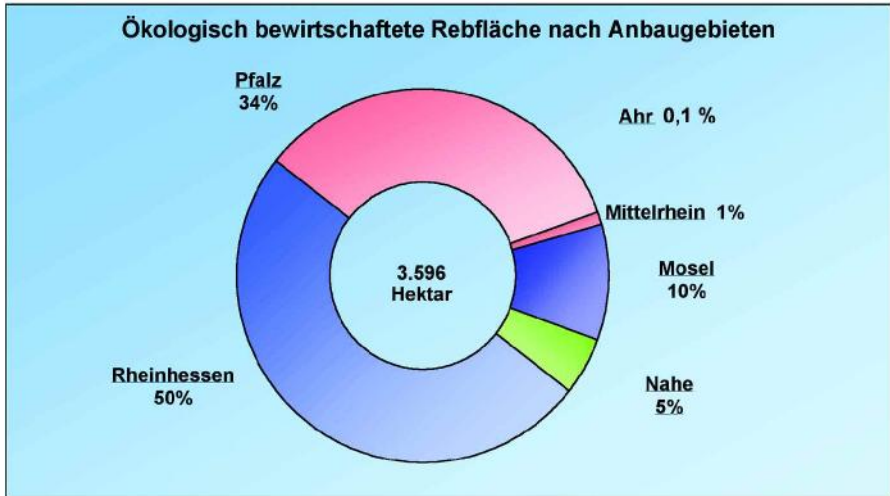


Abbildung 5.4

Ökologisch bewirtschaftete Rebfläche in Rheinland-Pfalz nach Anbaugebieten 2009

Quelle: Kompetenzzentrum Weinmarkt und Weinmarketing Rheinland-Pfalz, Oppenheim 2010

Die Hälfte der ökologischen Traubenerzeugung findet im Anbaugebiet Rheinhesen statt, ein weiteres Drittel in der Pfalz. Dies kann als ein Indiz dafür gewertet werden, dass es den Betrieben unter Direktzugbedingungen eher gelingt, dem Kosten- und Wettbewerbsdruck im Weinmarkt zu begegnen.

Dem Kostendruck können Trauben- und Fassweinerzeuger in erster Linie mit einer größeren Flächenausstattung entgegentreten, um höhere Erzeugungsmengen mit einer günstigeren Kostenstruktur am Markt zu platzieren. Obwohl die Anbaufläche für die ökologische Weinerzeugung erheblich vergrößert wurde, ist die ökologische Produktionsbasis jedoch gegenwärtig noch nicht so angewachsen, dass der Lebensmittelhandel kontinuierlich mit unterschiedlichen Rebsorten und Weinarten aus regionaler Herkunft bedient werden kann. Wie die Preise in anderen landwirtschaftlichen Produktionsbereichen (z. B. Zucker) sind auch die Fassweinepreise in Abhängigkeit von Angebot und Nachfrage schwankend. Diese Situation besteht ebenfalls bei Fassweinen aus ökologischem Anbau: Die hohen Fassweinepreise 2007 und 2008 von teilweise über 2,00 € je Liter¹² für Ökoweine haben die Umstellungsentwicklung beflügelt. Bei den gesunkenen Preisen in den Jahren 2009 und 2010 wurde diese Euphorie jedoch zumindest für den Fassweinsektor deutlich gedämpft.

¹² Aussagen in der projektbegleitenden Arbeitsgruppe zur CO CONCEPT-Studie von der Goldberg-Kellerei

Auch bei der ökologischen Fassweinerzeugung ist daher wie im konventionellen Bereich mit Preisschwankungen zu rechnen. Trotz höherer Fassweinepreise für Ökoware¹³ im Vergleich zu konventionellem Wein, können dadurch eventuell in einzelnen Jahren die zusätzlichen Ertragsrisiken und Produktionskosten bei der ökologischen Erzeugung nicht ausgeglichen werden. Hinzu kommt, wie auch im konventionellen Bereich, das große internationale Angebot vor allem aus Italien, Frankreich und Spanien und damit eine Zunahme des Wettbewerbs im deutschen Weinmarkt. Ähnlich wie im konventionellen Weinbau fehlen verbindliche Produktions- und Lieferstrukturen auf horizontaler und vertikaler Ebene. Ein wenig besser sieht es in der Direktvermarktung aus, bei der durch teilweise höhere Preise die Erzeugungsnachteile kompensiert werden und die Verbraucher gleichzeitig ihrem Wunsch nach Regionalität nachkommen und direkt beim Winzer einkaufen können. Darüber hinaus kann dem Kunden bei der Direktvermarktung leichter der Zusatzwert der ökologischen Produkte vermittelt werden.

Zusammengefasst hat sich der Ökoweinbau, wie die übrige Weinerzeugung, den Bedingungen eines preisaggressiven Marktes insbesondere im Lebensmittelhandel anzupassen und alle Möglichkeiten der Effizienzsteigerung zu nutzen, um seine ökonomische Nachhaltigkeit zu erhalten.

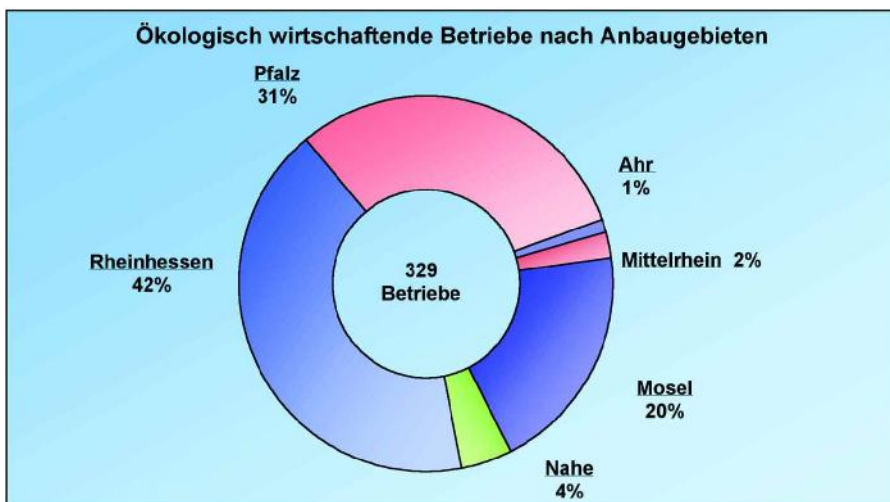



Abbildung 5.5

Ökologisch wirtschaftende Betriebe in Rheinland-Pfalz nach Anbaugebieten 2009

Quelle: Kompetenzzentrum Weinmarkt und Weinmarketing Rheinland-Pfalz, Oppenheim 2010

¹³ Siehe auch CO CONCEPT, „Ökologisch erzeugte Produkte“, Studie 2008



Wie schon bei den Flächenanteilen haben die meisten ökologisch wirtschaftenden Betriebe ihren Sitz in Rheinhessen und der Pfalz. Mit lediglich 10 % der landesweiten Öko-Flächen sind an der Mosel jedoch 20% der rheinland-pfälzischen Öko-Betriebe angesiedelt, in der Regel mit vergleichsweise deutlich kleineren Betriebsflächen. In diesem Punkt unterscheidet sich die Struktur der ökologischen Produktion an der Mosel im Vergleich zu anderen Anbaugebieten nur unwesentlich von der konventionellen Traubenerzeugung.

Die Betriebe wirtschaften nach den Vorschriften der EU-Öko-Verordnungen. Etwa die Hälfte sind überwiegend den nachfolgenden Öko-Verbänden angeschlossen, deren Produktionsauflagen und Zertifizierungsrichtlinien zum Teil deutlich strenger als die EU-Vorgaben sind.

Bioland e.V. – www.bioland.de

ECOVIN Bundesverband Ökologischer Weinbau e.V. – www.ecovin.de

Naturland - Verband für ökologischen Landbau e.V. – www.naturland.de

Demeter e.V. – www.demeter.de

5.4 Wirtschaftlichkeit des Ökoweinbaus

Informationen des Bundes¹⁴ zufolge, basierend auf repräsentativen Untersuchungen des Testbetriebsnetzes, erwirtschaften Betriebe des ökologischen Landbaus rund 55.200 Euro Gewinn/Jahr und Unternehmen. Sie lagen damit um etwa ein Drittel über der Vergleichsgruppe konventionell wirtschaftender Landwirtschaftsbetriebe, die Gewinne von rund 38.500 Euro erreichten. Die Weinbaubetriebe insgesamt erreichen einen Jahresgewinn von rund 41.600 Euro; die Unterschiede zwischen konventionellen und ökologischen Traubenerzeugern dürften nur marginal sein. Zurückliegende Untersuchungen des Testbetriebsnetzes zeigen darüber hinaus, dass ökologisch wirtschaftende Betriebe im Vergleich zu den konventionellen Betrieben

- bei erheblich niedrigeren Erträgen und zum Teil deutlich höhere Produktpreise erzielen,
- niedrigere Aufwendungen für Dünge- und Pflanzenschutzmittel aber einen deutlich höheren Arbeitskräftebesatz haben,
- mehr öffentliche Zuwendungen, insbesondere aus Agrarumweltprogrammen erhalten.

Dies gilt in der Regel auch für den Vergleich zwischen ökologischen und konventionellen Weinbaubetrieben.

Andere, nicht repräsentative betriebswirtschaftliche Untersuchungen¹⁵ zeigen, dass für das wirtschaftlich erfolgreichere obere Drittel der Weinbaubetriebe die Unternehmensgewinne mehr als doppelt so hoch liegen wie beim Gesamtdurchschnitt der Testbetriebe der Agrarberichterstattung. Diese Untersuchungen lassen sich daher nur eingeschränkt zur Bewertung der Einkommenssituation des Weinbaus verwenden.

¹⁴ Ertragslage Garten- und Weinbau 2010, herausgegeben vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (www.bmelv-statistik.de)

¹⁵ Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Ökologischer versus konventioneller Weinbau, Geisenheim 2010 (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Die Auswertungen für das Wirtschaftsjahr 2007/08 ergaben, dass, gemessen an den Gewinnniveaus, wirtschaftlich erfolgreicher Weinbau sowohl in konventioneller als auch in ökologischer Wirtschaftsweise möglich ist, sofern die ökonomischen Aspekte der Nachhaltigkeit, insbesondere beim Kapitaleinsatz, beachtet werden. Direktvermarktende Ökobetriebe erwirtschaften dieser Studie zufolge etwas niedrigere Unternehmensgewinne, sie erreichen rund 88.800 Euro/Jahr gegenüber den konventionellen Direktvermarktern mit ca. 97.000 Euro/Jahr.

Diese Untersuchungen beschreiben zunächst das Möglichkeitspotenzial und gelten nicht als repräsentativ für den Weinbau insgesamt, da die untersuchten Betriebe vornehmlich zu den erfolgreicheren der Weinbranche zählen. Gründe für die weniger hohen Gewinne der Ökobetriebe sind zum einen die niedrigere Flächenausstattung, aber auch die mit 20-25 % deutlich niedrigere Ertragsproduktivität. Erstaunlicherweise fällt die Arbeitsintensität, d.h. die Arbeitsstunden pro Hektar von der Traubenerzeugung bis zur Vermarktung, bei den Öko-Betrieben sogar besser aus.

Wirtschaftsjahr 2007/08		Direktvermarktung	
		Ökologisch	Konventionell
Fläche	Hektar	11,9	13,2
Arbeitskräfte	Ak	4,2	5,3
Kapital	1.000 €	536,8	896,9
Ertragsproduktivität	h/ha	70,6	85,0
Arbeitsintensität	Akh/ha	770	829
Gewinn	1.000 €/Jahr	88,8	97,1
Arbeitsproduktivität	1.000 €/Ak	83,6	80,5
Umsatzproduktivität	1.000 €/ha	30,6	31,0
Umsatzrentabilität	%	22,1	20,4
Wirtschaftlichkeit		0,79	0,81
Ø-Preise	€/Liter	5,12	4,01
Ø-Aufwand	€/Liter	3,91	3,47
Eigenkapitalrentabilität	%	4,2	5,9
Arbeitsertrag	1.000 €/Familien-Ak	40,6	39,7
Durchschnittslohn	€/Akh	17,04	16,67

Tabelle 5.1

Betriebswirtschaftliche Kennzahlen des Ökoweinbaus 2007/08
 Quelle: Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim 2010

Zusammenfassend zeigt diese Untersuchung, dass ökologischer Weinbau in der Direktvermarktung wirtschaftlich auf Augenhöhe mit dem konventionellen Weinbau liegt. Bei den Analysen handelt es sich vornehmlich um erfolgreichere Weinbaubetriebe, was die guten Gewinnraten und auch die Wirtschaftlichkeit in beiden Wirtschaftsformen belegen. Anhand des Gewinns und der Eigenkapitalrentabilität könnte eine geringfügige Tendenz zu Ungunsten des Ökoweinbaus bestehen. Die Arbeitserträge und die durchschnittlichen Stundenlöhne belegen jedoch eine vergleichbare Einkommensgrundlage.

Aufgrund des Mangels an differenzierterem Datenmaterial zur Bewertung des Betriebserfolges beider Wirtschaftsweisen können keine abgesicherten Aussagen getroffen werden. Weitere vergleichende Untersuchungen wären dafür erforderlich.


5.5 Markt für Weine aus ökologischem Anbau

Marktforschungsergebnissen und Expertenschätzungen¹⁶ zufolge hat der Wein aus ökologischem Anbau im Lebensmittelhandel mit rund 2 % des Marktvolumens einen deutlich niedrigeren Marktanteil als andere Bioprodukte. Der Biomarkt ist eine schnell und breit wachsende Kategorie bei vielen Lebensmitteln, wobei Getränke weit hinter frischen Erzeugnissen rangieren. Ebenso wie bei anderen Lebensmitteln findet die Internationalisierung der Sortimente im Lebensmittelhandel in großem Tempo statt. Die Attraktivität der Bioweine im Lebensmittelhandel ist wie im Weinmarkt allgemein von einer ungewöhnlichen Preisaggressivität begleitet. Da das breite internationale Angebot vielfältige Qualitäten und Preise bietet, bilden Weine aus ökologischem Anbau keine eigene Premiumkategorie, sondern unterliegen den preis- und wettbewerbsdeterminierten Regeln des Handels. Eine gewisse Exklusivität genießen die regionalen Erzeuger und Direktvermarkter, die allerdings in einem starken Wettbewerb zu den übrigen Weinvermarktern im Lande stehen.

Obwohl das Ertragsniveau mit 75-80 % gegenüber dem konventionellen Weinbau deutlich unterdurchschnittlich ist und dies die wirtschaftliche Erfolgsgrundlage belastet, bestehen doch auch gerade dadurch Chancen, höhere und stabilere Weinpreise zu erzielen. Diese sind dadurch gegeben, dass

- sich eine geringere Erzeugungsmenge je Hektar qualitätsfördernd auswirken kann. In den Ökobetrieben ist der Prädikatsweinanteil relativ hoch und damit ein zusätzliches Potential für höhere Fass- und Flaschenweinpreise gegeben.
- eine „Qualität“ der Erzeugung „aus ökologischem Anbau“ bei der Kaufentscheidung eine Rolle spielt,
- tendenziell bei der Umstellung auf ökologischen Weinbau ein Imagegewinn sowie ein höheres Kundenvertrauen erwartet wird.

¹⁶ Hoffmann, D. und Jung, C.: Marktentwicklung bei Bio – Weinen, Geisenheim 2009



Die die Nachfrage nach Weinen aus ökologischer Traubenerzeugung und deren Produktion in Rheinland-Pfalz und deutschlandweit wächst kontinuierlich. Ein weiterer Anstieg wird auch für die kommenden Jahre erwartet¹⁷. Im Weinmarkt kann in begrenztem Umfang eine preisliche Besserstellung von Ökoweinen bei einer ständig wachsenden Käuferschicht durchgesetzt werden. Die sich hieraus ergebenden Preisdifferenzierungen am Ökofassweinmarkt sind, von einer Hochphase Mitte dieses Jahrzehnts einmal abgesehen, eher begrenzt. Während bei frischen, unverarbeiteten Lebensmitteln wie Obst und Gemüse eine größere Preissensibilität der Verbraucher beobachtet werden kann, ist dies bei Getränken und Wein weniger stark ausgeprägt. Auch hinsichtlich der Zahlungsbereitschaft der Konsumenten haben Weine aus ökologischer Erzeugung, gemessen an ihrer nachhaltigen Erzeugung, nur einen begrenzten Wettbewerbsvorteil gegenüber konventionellen Weinen. Weinkunden sind nur eingeschränkt bereit, die Umweltaspekte bei der Erzeugung mit höheren Preisen zu honorieren. Bei der Kaufentscheidung spielt in erster Linie der Geschmack eine Rolle. Dies zeigt die Wertschätzung des Weins im Allgemeinen. Die Vermittlung eines Zusatzwertes des ökologisch erzeugten Weines und damit der Besonderheiten des Produktes bedarf einer verstärkten Kommunikation¹⁸.

Nach einer Studie¹⁹ aus dem Jahr 2007 kaufen 91 % der Haushalte bereits „bio“. Ökologische Nahrungsmittel finden eine breite Akzeptanz in der Bevölkerung. Die Zielgruppe²⁰ potentieller Bio-Weinkäufer wird gegenwärtig auf etwa 20 % der Bevölkerung geschätzt. Laut den Sinus-Milieus sind viele Konsumenten vorwiegend in der bürgerlichen Mitte, bei den Postmateriellen und den modernen Performern angesiedelt. Vorbehalte bezüglich hoher Preise für Bioprodukte werden nach und nach abgebaut. Insbesondere Personen mit einer eher modernen Werteorientierung sowie einem gehobenen sozialen Status, zu dem unter anderem auch eine bessere Bildung sowie ein höheres Einkommen gehören, zählen zu den Bio-Kunden. Kaufmotive für Bioprodukte sind bei diesem Personenkreis unter anderem die Verantwortung für Umwelt, Geschmack, Wohlfühlen und Gesundheit. Sie bevorzugen eher den Lebensmittelhandel und vereinzelt den Bioladen. Nicht-Biokäufer haben das gleiche Werteverständnis, zeigen aber ein gewisses Misstrauen gegenüber den Bioprodukten und setzen mehr auf Regionalität. Sie gehen daher eher zu Erzeugern vor Ort. Langjährige Untersuchungen²¹ der Stiftung Warentest kommen zu dem Schluss, dass es bei Lebensmitteln allgemein keine nennenswerten Unterschiede zwischen Bioware und herkömmlichen Produkten bezüglich Geschmack und Gesundheit gibt und beide Systeme qualitativ gleichauf liegen. Bei bestimmten Produkten schneiden allerdings Bioprodukte in Bezug auf Umwelt- und Tierschutzstandards besser ab. Insbesondere sind Bioprodukte, aufgrund der besonderen Produktionsweise weniger oft mit Pflanzenschutzmitteln belastet. Dies gilt auch für die ökologische Traubenerzeugung.

¹⁷ Kompetenzzentrum Weinmarkt und Weinmarketing Rheinland-Pfalz, Weinmarketingtag 2010

¹⁸ Janssen, M. und Heid, A: Öko-Qualitätsmerkmale besser kommunizieren, in: Ökologischer Landbau 2/2009

¹⁹ Wippermann, C. (Sinus) und Hübsch, H. (GfK); Biofach 2007

²⁰ Hoffmann, D: Marktentwicklung bei Bio-Weinen, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim 2010

²¹ Stiftung Warentest, Tester sehen Bio gleichauf mit üblichen Lebensmitteln, in Spiegel-Online vom 27.5.2010

Die Käuferreichweite²² bei Bioweinen wächst kontinuierlich, sie liegt derzeit bei 4,1 % der Konsumenten gegenüber 49 % für Wein gesamt. Zwar ist die Zielgruppe nach wie vor klein, die Kunden sind jedoch bereit, etwas mehr für Bioweine auszugeben, überschaubare Mehrpreise werden akzeptiert.

²² Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ConsumerScan Beverages , 8/2009

6 ÖKONOMISCHE POTENZIALE DER WEINWIRTSCHAFT

Zusammenfassung

- Deutsche Weinbauunternehmen haben im Kontext europäischer Familienbetriebe zielgerichtete Antworten auf die Fragen der Kostenwirtschaftlichkeit in der Traubenerzeugung und im Qualitätswettbewerb gefunden und haben im Einkommensvergleich der Erzeugerbetriebe europaweit mit über 53.000 Euro Einkommen je Unternehmen die Spitzenposition.
- Flaschen- und Fassweinvermarkter, insbesondere in den großen Anbaugebieten Rheinhessen und der Pfalz, können zu einem Drittel Gewinne von über 50.000 Euro/Jahr erzielen, ein Niveau, das als zukunftsfähig angesehen werden kann. Weitere 22 % können zukünftig als so genannte Schwellenbetriebe zu dieser Spitzengruppe aufschließen.
- Genossenschaftliche Haupterwerbsbetriebe und Weinbaubetriebe in Steillagenregionen verbuchen die niedrigsten Durchschnittsgewinne. Etwa 60 % dieser Betriebe erwirtschaften Gewinne von weniger als 30.000 Euro/Jahr oder gar Verluste und stehen somit vor den größten Herausforderungen in der Zukunft.
- Der strukturelle Wandel der vergangenen Jahre hatte in Rheinland-Pfalz besonders in den großen Anbaugebieten bzw. unter Direktzugbedingungen eine höhere Dynamik als in anderen Bundesländern. Viele Betriebe haben zwischenzeitlich Größenordnungen erreicht, die einen direkten und erfolgreichen Wettbewerb in der Grundweinerzeugung ermöglichen.
- Es ist zu erwarten, dass die Anpassungsreaktionen in Zukunft zu weiterhin optimierten und wachsenden Erzeugerbetrieben führen und somit die Grundlage zur Einkommenserwirtschaftung im Weinbau im Lande auf Basis des gegenwärtigen Umfangs erhalten bleibt, jedoch mit weniger Betrieben bei gleichzeitig größeren und leistungsfähigeren Betriebseinheiten.
- Weinbaubetriebe in Deutschland und Rheinland-Pfalz erzielen Einkommen zwischen 10.000 und 20.000 Euro pro nicht entlohnter Familienarbeitskraft.
- Wirtschaftlich erfolgreiche Direktvermarkter erzielen mit durchschnittlich knapp 37.000 Euro/Familien-Ak ein vergleichbares außerlandwirtschaftliches Einkommensniveau. Dem geht ein Gewinn von rund 100.000 Euro je Unternehmen und Jahr voraus.
- Mit der Professionalisierung der Trauben- oder Fassweinproduktion (Erzeugerbetriebe) mit deutlich größeren Bewirtschaftungseinheiten als heute sowie der verstärkten Ausrichtung der Direktvermarkter auf ihre Vermarktungskompetenz (Vermarkterbetriebe) bieten sich zwei zukunftsfähige Alternativen für die Weinbaubetriebe.

6.1 Gewinn-/Einkommenssituation europäischer Weinbaubetriebe

Die europäische Weinerzeugung ist seit Jahrhunderten geprägt von kleinstrukturierten Familienbetrieben, während weltweit das Weingeschäft vielfach von großen Getränkekonzernen dominiert wird, die in der Regel die Trauben von tausenden von Hektar Rebfläche erfassen, verarbeiten und vermarkten. Die historischen Strukturen im europäischen Weinbau sichern in vielen Familienbetrieben Arbeitsplätze und Einkommen und leisten darüber hinaus unter zum Teil schwierigen Bewirtschaftungsbedingungen einen wertvollen Beitrag zur Erhaltung der Kulturlandschaften. Eine Gegenüberstellung der Einkommenssituation ist demnach allenfalls auf EU-Ebene sinnvoll, wobei auch hier Unterschiede in der Rechnungslegung und –abgrenzung aufgrund vieler spezifischer einzelstaatlicher Normen berücksichtigt werden müssen, die einen direkten Vergleich der Weinbaubetriebe innerhalb der Mitgliedstaaten erschweren.

Eine Betrachtung der Ertragslage findet zunächst nur auf Basis einiger weniger Kenngrößen statt, die die Gewinn- und Einkommenssituation beschreiben. Eine tiefere Analyse wird im Zusammenhang mit diesem Bericht nicht vorgenommen. Daher müssen bei der globalen Gegenüberstellung der ausgewählten aggregierten Kenngrößen immer die Schwankungsbreite der Betriebsergebnisse und deren Datenbasis im Auge behalten werden. Im europäischen Vergleich erreichen die deutschen Weinbaubetriebe auf Basis von Daten des Informationsnetzes landwirtschaftlicher Betriebe¹ (INLB) Einkommen² von rund 53.380 Euro je Unternehmen (Wirtschaftsjahr 2007/08) und damit wie schon im Vorjahr die Spitzenposition³ innerhalb der EU-Staaten (Tab. 6.1). Der europäische Mittelwert liegt mit etwas mehr als 30.000 Euro/Unternehmen um etwa 40 % niedriger.

Ebenfalls in der führenden Gruppe allerdings mit fallender Tendenz gegenüber dem letzten Jahr finden sich Luxemburg mit rund 46.000 Euro und Frankreich mit über 50.000 Euro Einkommen/Jahr. Österreichische Betriebe liegen im Bereich des EU-Mittelwertes und am Ende der Einkommensskala rangieren Weinerzeugerländer wie Slowenien, Ungarn und Portugal.

¹ Informationsnetz landwirtschaftlicher Buchführungen (European Commission Farm Accountancy Data Network)
<http://ec.europa.eu/agriculture/rica/database/database.cfm>

² Der in der EU-Systematik verwendete Begriff Einkommen bringt niedrigere Ergebnisse, da die Abschreibungen vom Wiederbeschaffungswert vorgenommen werden, während sie bei der nationalen Auswertung der Testbetriebe vom Anschaffungswert erfolgen. Weitere Abweichungen ergeben sich aufgrund unterschiedlicher Gewichtungen der Betriebsgruppen sowie einzelstaatlicher Hochrechnungen.

³ Oberhofer, J. Agrarbericht 2009, Gewinne steigen weiter, in: Der Deutsche Weinbau, Nr. 22, 30.10.2009

2007/08	Betriebsgröße	Arbeitskräfte	Betriebliche Erträge			Aufwand	Gewinn
			Insgesamt	dav. Subventionen			
	ha	AK	Euro	Euro	In %	Euro	Euro
Bulgarien	27,8	6	41.420	3.546	8,6%	42.325	- 905
Tschech. Republik	29,4	4,5	99.862	17.209	17,4%	81.441	17.421
Deutschland	11,9	2,6	157.806	2.450	1,6%	104.425	53.380
Griechenland	3,8	1,2	22.301	4.210	18,9%	9.793	12.509
Spanien	18,4	1,3	41.776	1.847	4,4%	14.598	27.178
Frankreich	20,5	2,5	177.595	3.897	2,2%	127.239	50.355
Ungarn	7,7	2,4	38.145	2.910	7,6%	40.303	- 2.159
Italien	9	1,6	65.602	1.425	2,2%	36.015	29.588
Luxemburg	10,5	2,3	149.565	12.297	8,2%	103.433	46.132
Österreich	20,1	1,7	83.850	12.186	14,5%	53.829	30.020
Portugal	8,6	1,6	18.417	1.572	8,5%	12.863	5.555
Rumänien	16,6	6,6	60.286	2.480	4,1%	50.133	10.154
Slowenien	5,8	1,9	31.866	3.745	11,8%	16.560	15.306
EU	14	1,9	81.207	2.728	3,4%	50.838	30.370

Tabelle 6.1


Buchführungsergebnisse der Weinbaubetriebe der EU-Mitgliedstaaten

Quelle: Erstellt auf Basis von Daten des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Ertragslage Garten- und Weinbau 2010 und dem Informationsnetz landwirtschaftlicher Buchführungen (European Commission Farm Accountancy Data Network)

Die Betriebserträge der deutschen Weinbaubetriebe liegen trotz zum Teil deutlich niedriger Flächenausstattung im oberen Bereich. Hinsichtlich der Protektionsniveaus rangieren die deutschen Unternehmen nach der europäischen Betrachtung mit 1,6 % am Ende der Skala und auch in absoluten Zahlen deutlich hinter Tschechien, Österreich und Luxemburg.

Ursächlich für die vergleichsweise guten deutschen Werte dürften die seit Jahrzehnten anhaltenden harten Wettbewerbsbedingungen im deutschen Weinmarkt sein, da Deutschland sowohl Erzeugerland als auch das aus Sicht des Weinimportes wichtigste europäische Verbraucherland ist und daher schon immer ein hoher Anpassungsdruck an internationale Gepflogenheiten bestand. Frankreich und Italien beispielsweise waren bis in die jüngste Vergangenheit weitgehend von einem vergleichbaren Inlandswettbewerb verschont, da in diesen Ländern traditionell heimische Weine konsumiert werden. Deutsche Weinbauunternehmen haben im Kontext europäischer Familienbetriebe offensichtlich zielgerichteter Antworten auf die Fragen der Kostenwirtschaftlichkeit in der Traubenerzeugung und im Qualitätswettbewerb gefunden, die sich in den Betriebsergebnissen niederschlagen.

Hinsichtlich des Qualitätswettbewerbs – ausgelöst vor allem durch die Marktteilnehmer der Neuen Welt – hat Deutschland in allen Qualitäts- und Vertriebssegmenten insbesondere beim Rotwein an die führenden Nationen aufgeschlossen und teilweise bedeutende Marktanteile zurückgewonnen. Der wirtschaftliche Erfolg der Weinbaubetriebe schlägt sich auch in den Resultaten der Agrarberichterstattung nieder, wenngleich die Einkommenssituation den Optimalzustand, sowohl in der Einkommensverteilung als auch in der durchschnittlichen Höhe noch nicht erreicht hat und darüber hinaus die Daten der Agrar-



berichterstattung Interpretationsspielraum bieten. Die Sensibilität der Angebots-Nachfragebeziehungen, der Preisbildung am Rohwarenmarkt und insbesondere kurzfristige und unvorhersehbare Nachfrageverschiebungen aufgrund der Veränderungen des Verbraucherverhaltens, nicht zuletzt in der öffentlichen Wahrnehmung des Weinkonsums, lassen den Weinmarkt und somit die Traubenerzeugung auch in Zukunft schwierig planbar erscheinen.

6.2 Gewinnsituation und Gewinnverteilung deutscher Weinbaubetriebe

Die Auswertungen des Testbetriebsnetzes⁴ bringt für die Weinbaubetriebe (Haupterwerbsbetriebe) in Deutschland und Rheinland-Pfalz keine überraschenden Ergebnisse hervor. Die Gewinn- und Einkommenssituation der Winzerbetriebe ist stark abhängig von den jährlichen Erzeugungsmengen und insbesondere bei den Trauben- und Fassweinerzeugern von der jeweiligen Preissituation am Rohwarenmarkt. Längerfristige Entwicklungen und Schwankungen sind darüber hinaus bestimmt von der einzelbetrieblichen strukturellen Weiterentwicklung der Branche sowie dem Anpassungsverhalten an Nachfrageveränderungen, denen Dauerkulturbetriebe mit zum Teil sehr langen Standzeiten der Weinbergsanlagen nur zeitversetzt folgen können. Die Auswertungen zum Agrarbericht der Bundesregierung basieren auf einer repräsentativen Stichprobe und können daher als durchschnittliche Anhaltswerte für die wirtschaftliche Situation des Weinbaus herangezogen werden.

Bei Betrachtung der Gewinnklassen der deutschen Weinbaubetriebe fällt auf, dass nur rund 30 % der Betriebe Gewinne von 50.000 Euro (Wirtschaftsjahr 2008/09) und mehr erwirtschaften, ein Niveau, das als zukunftsfähig angesehen werden kann. Gegenüber dem Vorjahr sind die Gewinne jedoch aufgrund der niedrigeren Erntemenge und der gefallen Rohwarenpreise gesunken. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass diese Gewinne noch zu versteuern sind. Ebenso sind die entsprechenden Sozialversicherungen zu bedienen, sowie die Nettoinvestitionen und die Fremdkapitaltilgung aus den versteuerten Gewinnen zu leisten, so dass allenfalls von einem im gesamtwirtschaftlichen Vergleich unterdurchschnittlichen Einkommensniveau der im Weinbau tätigen Familienarbeitskräfte ausgegangen werden kann. Die Tatsache, dass zwischen 1,5 und 2 nicht entlohnte Familienarbeitskräfte aus diesen Gewinnen ihr Einkommen beziehen relativiert die vordergründig gute Gewinnsituation um ein weiteres.

In den Gewinnklassen zwischen 30.000 und 50.000 Euro bewegen sich weitere 22,4 % der Trauben- und Weinerzeuger als so genannte Schwellenbetriebe, von denen erwartet werden kann, dass sie zukünftig aufgrund ihrer Anpassung an die ökonomischen Rahmenbedingungen sowie die jeweiligen Marktverhältnisse gute Voraussetzungen haben, wirtschaftlich erfolgversprechend in der weinbaulichen Produktion zu verbleiben. Rund die Hälfte aller Weinbaubetriebe in Deutschland erwirtschaftet im Wirtschaftsjahr 2008/09 unbefriedigende Gewinne oder sogar Verluste. Diesen Problembetrieben fehlt es vielfach an den strukturellen Voraussetzungen, um an die zuvor genannten Gruppierungen aufzuschließen.

⁴ Statistik und Berichte des Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (www.bmelv-statistik.de)

Deren weiteres Verbleiben in der weinbaulichen Produktion kann als eine Mischung aus mangelnden außerlandwirtschaftlichen Perspektiven, der nicht geregelten Hofnachfolge und in der Folge mit Investitionsrückstände behaftet angesehen werden und wird spätestens im Rahmen des Generationswechsels in Frage gestellt sein.

Differenziert nach Anbaugebieten zeigen sich die vorteilhaften Strukturen unter Direktzugbedingungen in Rheinhessen und der Pfalz, wohingegen sich die unterdurchschnittlichen Betriebsgrößen an der Mosel auch in der Gewinnverteilung der Region widerspiegeln (Abb. 6.1).

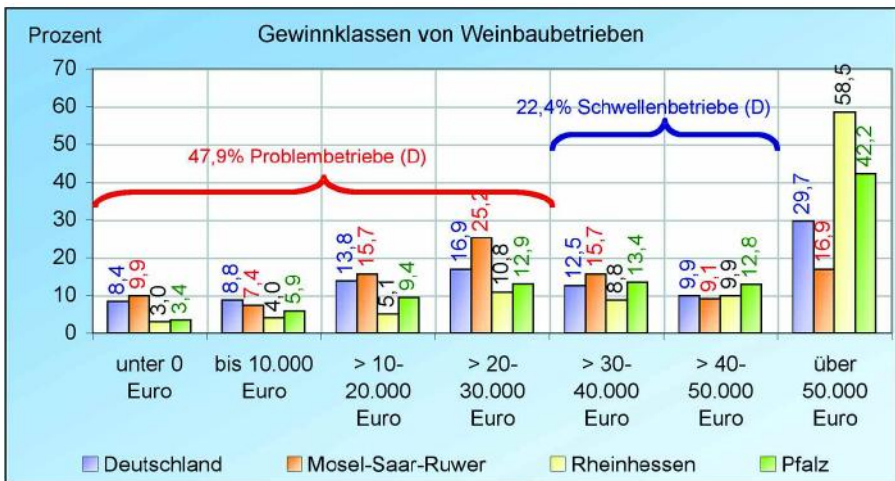


Abbildung 6.1

Gewinnklassen von Weinbaubetrieben in Deutschland und Rheinland-Pfalz

Quelle: Erstellt auf Basis von Daten des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Ertragslage Garten- und Weinbau 2010

Überträgt man die gleiche Betrachtungsweise auf die verschiedenen Vermarktungsformen von Trauben und Wein, ergibt sich ebenfalls eine differenzierte Ergebnislage. Während bei den überwiegend Flaschenwein vermarktenden Betrieben über ein Drittel relativ gute Gewinne erwirtschaftet, können im Durchschnitt lediglich 20 % der Genossenschaftsbetriebe auskömmliche Gewinne von über 50.000 Euro pro Jahr erzielen. Traubenerzeuger, die an Genossenschaften ihre Ernte abliefern sind vorwiegend in den Anbaugebieten Baden und Württemberg angesiedelt. Diese Betriebe verfügen über eine geringere Flächenausstattung – auch im Haupterwerb – was diesen Sachverhalt zu einem erheblichen Teil erklärt. Die überwiegend in Rheinland-Pfalz angesiedelten Fassweinerzeuger verfügen über größere Erzeugungsflächen und sind damit in der Lage kostengünstiger zu produzieren und damit die angespannte preisliche Situation an den Rohwarenmärkten zumindest teilweise zu kompensieren. Dies erklärt auch warum in der Gruppe der Fassweinerzeuger (42,6 %) eine

ähnlich niedrige Quote an Problembetrieben anzutreffen ist wie bei den Flaschenweinvermarktern (41,7 %), im Gegensatz zu über 61,9 % bei den genossenschaftlich organisierten Betrieben.

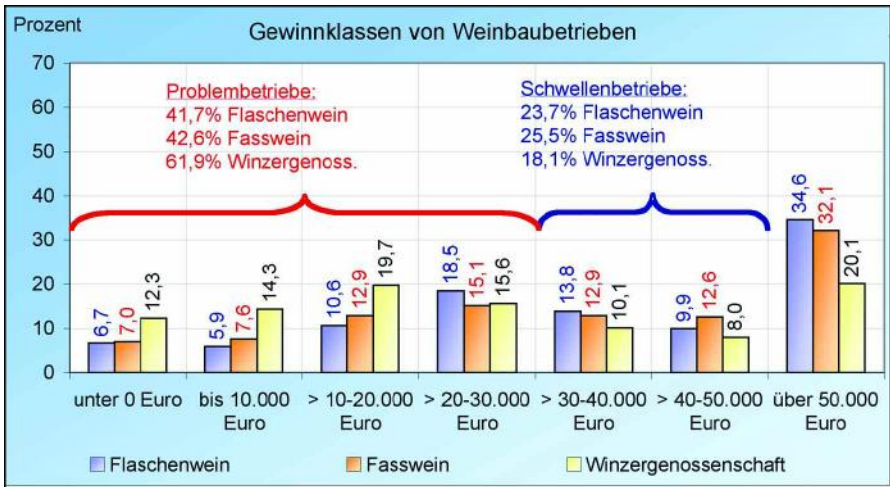


Abbildung 6.2

Gewinnklassen von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart

Quelle: Erstellt auf Basis von Daten des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Ertragslage Garten- und Weinbau 2010

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der strukturelle Wandel in Rheinland-Pfalz besonders in den großen Anbaugebieten bzw. unter Direktzugbedingungen eine höhere Dynamik als in anderen Bundesländern hatte. Viele Betriebe haben zwischenzeitlich Größenordnungen erreicht, die einen direkten und erfolgreichen Wettbewerb in der Grundweinerzeugung ermöglichen. Es ist zu erwarten, dass diese Anpassungsreaktion in Zukunft zu weiterhin optimierten und wachsenden Erzeugerbetrieben führt und somit die Grundlage zur Einkommenserwirtschaftung im Weinbau im Lande auf Basis des gegenwärtigen Umfangs erhalten bleibt, jedoch mit weniger Betrieben bei gleichzeitig größeren und leistungsfähigeren Betriebseinheiten.

6.3 Wirtschaftliche Situation und Potenziale deutscher Weinbaubetriebe

Die nachfolgende Beschreibung der Ertragslage deutscher Weinbaubetriebe (Haupterwerbsbetriebe) erfolgt zum einen auf Basis der Auswertungen zur Agrarberichterstattung⁵ (AgB) mit dem Ziel, die Ist-Situation im Weinbau abzubilden. Zum anderen werden diesen Durchschnittswerten auf Basis der Unternehmensanalyse für Weingüter⁶ (UA) Benchmarks gegenüber gestellt, die das Möglichkeitspotenzial aufzeigen, welches direktvermarktende Weingüter in Deutschland besitzen, um Einkommen zu erzielen, die mit denen außerhalb des Weinsektors vergleichbar sind⁷.

6.3.1 Betriebsgröße - Ertragsrebfläche

Als wichtige Bezugsgröße und als definierte Maßeinheit zur Darstellung der Betriebsgröße wird die im Ertrag stehende Rebfläche herangezogen, da auf ihr vermarktbar Produkte erzeugt werden, die unmittelbar in die Ergebnisrechnung eines Weinbaubetriebes einfließen.

Alle definierten Betriebsgruppen⁸ zeigen im Betrachtungszeitraum seit Mitte der 90er Jahre ein beträchtliches Flächenwachstum, was sich jedoch in den letzten Jahren etwas abgeschwächt hat. Fassweinebetriebe in Deutschland bewirtschaften laut Agrarbericht (AgB) gegenwärtig rund 10,7 Hektar Rebfläche, mit 6,7 Hektar sind die Genossenschaftsbetriebe durchschnittlich betrachtet deutlich kleiner. Flaschenweinvermarktende Weingüter bewirtschaften ca. 7,2 Hektar Rebfläche, was jedoch nur eingeschränkt Rückschlüsse zum Vermarktungspotenzial erlaubt, da unter anderem auch Fassweine vermarktet werden können oder über Trauben- und Fassweinzukäufe der Direktabsatz deutlich über dem eigenen Erzeugungsniveau liegen kann. Während diese Flächenstruktur unter Repräsentativitätsgesichtspunkten die Ist-Situation in Deutschland abbildet, so zeigt der zweite Teil der Darstellung (Abb. 6.3) die Flächenausstattung von direktvermarktenden Betrieben eingeteilt in wirtschaftlich sehr erfolgreiche Weingüter (Spitzenbetriebe) und weniger erfolgreiche Weingüter (Problembetriebe). Die bewirtschaftete Rebfläche der Spitzenbetriebe ist demnach mit 15 Hektar (2007/08) doppelt so hoch wie die der Betriebe der Agrarberichterstattung, zeigt aber, die Notwendigkeit einer Mindestbetriebsgröße als Ausgangsbasis, um erfolgreich wirtschaften zu können.

⁵ Agrar- und Ernährungspolitischer Bericht der Bundesregierung, Statistik und Berichte des Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (www.bmelv-statistik.de); Datenbasis der Wirtschaftsjahre 1992/93 bis 2008/09

⁶ Unternehmensanalyse für Weingüter, Wirtschaftlichkeitsuntersuchung bei direktvermarktenden Betrieben, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung der Forschungsanstalt Geisenheim (www.weinokonomie-geisenheim.de), Datenbasis der Wirtschaftsjahre 1992/93 bis 2007/08

⁷ Die Gegenüberstellung beider Statistiken erforderte Umrechnungen insbesondere bei den Bezugsgrößen Ertragsrebfläche (ERF) und Arbeitskräften (Ak), sodass ein unmittelbarer Vergleich zu den Originaldaten des Agrarberichtes zu Abweichungen führen kann.

⁸ Flaschenwein-, Fasswein- und Genossenschaftsbetriebe (Traubenerzeuger)

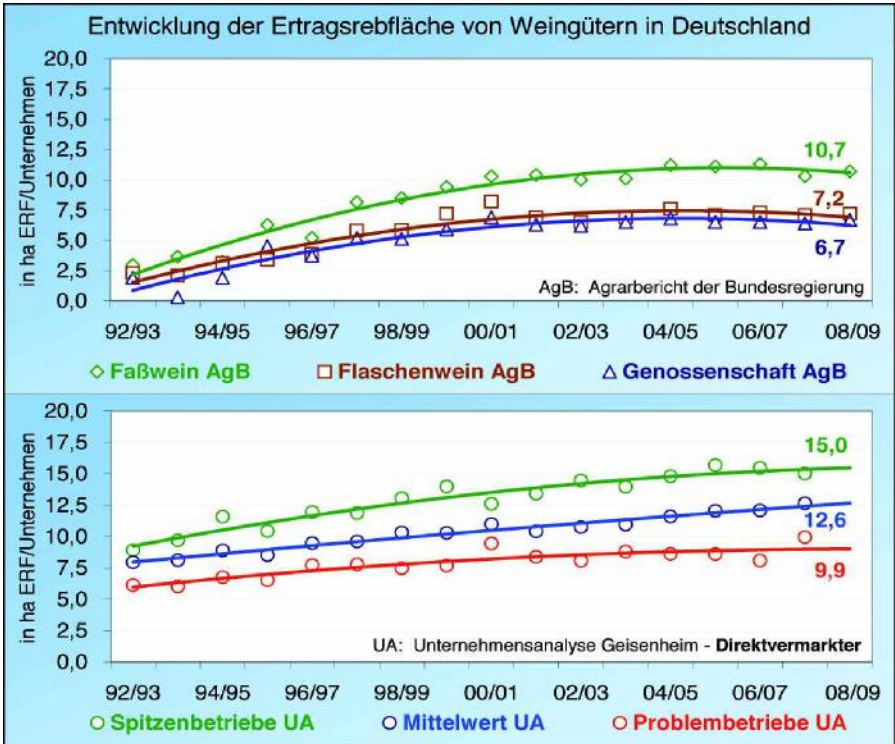


Abbildung 6.3

Flächenausstattung von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart und Erfolgsgruppen

Quelle: Erstellt auf Basis von Daten des Agrarberichtes der Bundesregierung, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Ertragslage Garten- und Weinbau 2010 und der Unternehmensanalyse, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

6.3.2 Arbeitskräftebesatz

Entsprechend der Zunahme der Ertragsrebläche hat sich auch der Arbeitskräftebesatz (Voll-Ak im Unternehmen) in den Weinbaubetrieben erhöht, allerdings weniger stark, was auf eine verbesserte Arbeitswirtschaftlichkeit und die Erschließung von Rationalisierungsreserven im Betrachtungszeitraum hindeutet (Abb. 6.4). Bei etwa drei Viertel der Arbeitskräfte laut Agrarberichterstattung (AgB) handelt es sich um nicht entlohnte Familien-Ak. Im zweiten Teil der Betrachtung (Abb. 6.4) – bei den Erfolgsgruppen – sind fast zwei Drittel der Arbeitskräfte im Angestelltenverhältnis bzw. saisonal tätig, was

Rückschlüsse auf das Beschäftigungspotenzial im Weinsektor erlaubt. Während sich bei der Flächenentwicklung zwischenzeitlich eher eine Konsolidierung abzeichnet, deuten die zunehmenden Arbeitskraftzahlen bei den Erfolgsgruppen auf eine Intensivierung des Direktvertriebs hin, welcher, sofern dieser Prozess abgeschlossen ist, ein konsequenterweise weiteres Flächen- und Vermarktungswachstum nach sich ziehen muss.

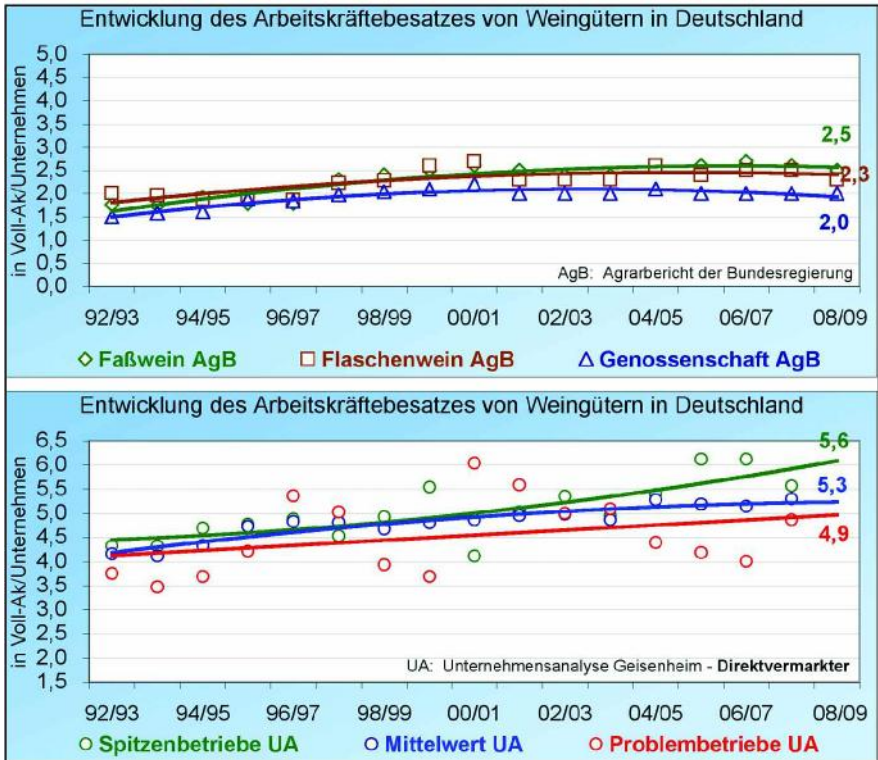


Abbildung 6.4

Arbeitskräftebesatz von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart und Erfolgsgruppen

Quelle: Erstellt auf Basis von Daten des Agrarberichtes der Bundesregierung, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Ertragslage Garten- und Weinbau 2010 und der Unternehmensanalyse, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

6.3.3 Flächenproduktivität — Umsatz je Hektar Ertragsrebfläche

Die Flächenproduktivität beschreibt die monetären Umsätze, die ein Weinbaubetrieb je Hektar Ertragsrebfläche erzielen kann. Während der Gesamtumsatz des Unternehmens primär über die bewirtschaftete Fläche gesteuert werden kann, sind es bei der Flächenproduktivität darüber hinaus die Weinerzeugung pro Hektar sowie die Preise, die maßgeblichen Einfluss auf das Betriebsergebnis nehmen. Die Entwicklungen der Hektarumsätze spiegeln die Ernte- und Preisschwankungen wider und zeigen im Wirtschaftsjahr 2008/09 mit den zum Teil deutlichen Umsatzrückgängen die Auswirkungen sowohl der niedrigeren Erntemenge des Jahrgangs 2008 als auch die rückläufigen Rohwarenpreise (Abb. 6.5). Deren Ursache ist in den Kapiteln 3 und 4 bereits erläutert.

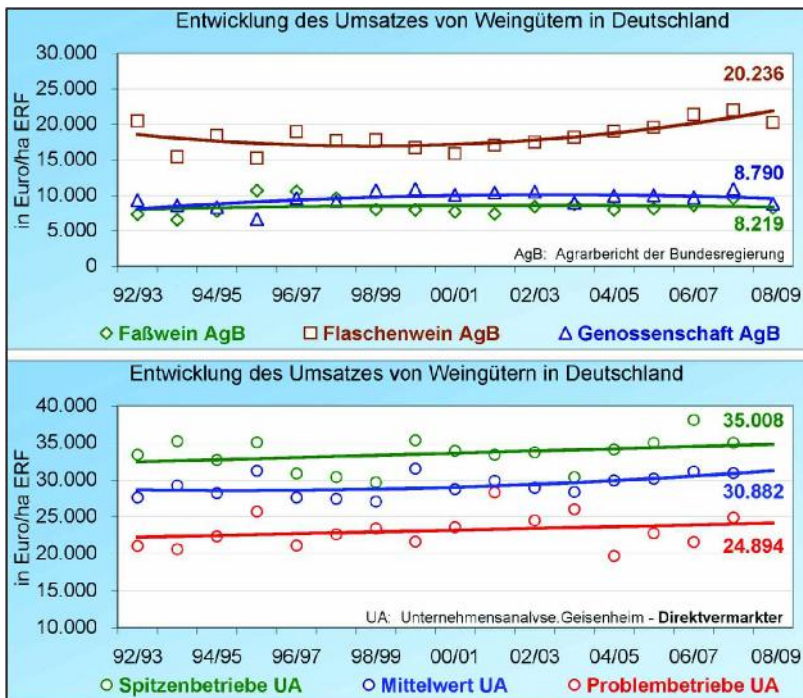


Abbildung 6.5

Flächenproduktivität von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart und Erfolgsgruppen

Quelle: Erstellt auf Basis von Daten des Agrarberichtes der Bundesregierung, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Ertragslage Garten- und Weinbau 2010 und der Unternehmensanalyse, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Vergleicht man die Ergebnisse der Flaschenweinvermarktung, so reichen die Ergebnisse der Agrarberichterstattung (AgB) nur annähernd an die guten Ergebnisse des Benchmarkings (JA) heran und verdeutlichen, dass der repräsentative Mittelwert der Direktvermarkter (20.236 Euro/ha ERF) vor dem Hintergrund des Möglichkeitspotenzials (35.008 Euro/ha ERF) der Flaschenweinvermarktung (Spitzenbetriebe) noch einen immensen Entwicklungsspielraum in der Marktverwertung der Erzeugnisse bietet (Abb. 6.5). Gleichzeitig begrenzen unter anderem die Preissensibilität der Verbraucher und der hohe Wettbewerbsdruck im Inland die Handlungsoptionen der einzelnen Betriebe.

6.3.4 Erfolgsgröße - Unternehmensgewinn

Die Entwicklung der Unternehmensgewinne zeigt im Betrachtungszeitraum seit Anfang der 90er Jahre eine erfreuliche Tendenz, wenngleich die Niveaus von Agrarberichterstattung und Unternehmensanalyse deutliche Unterschiede aufweisen.

Erfreulich aus Sicht der Agrarberichterstattung ist, dass die Weinbaubetriebe mit Ausnahme der Traubenerzeuger durchschnittliche Gewinne erwirtschaften, die sie vordergründig als zukunftsfähig erscheinen lassen (Abb. 6.6). Dabei ist jedoch die Bandbreite der Gewinnverteilung zu berücksichtigen, die für rund die Hälfte der Weinbaubetriebe in Deutschland ein eher negatives Bild zeichnet (Kapitel 6.2).

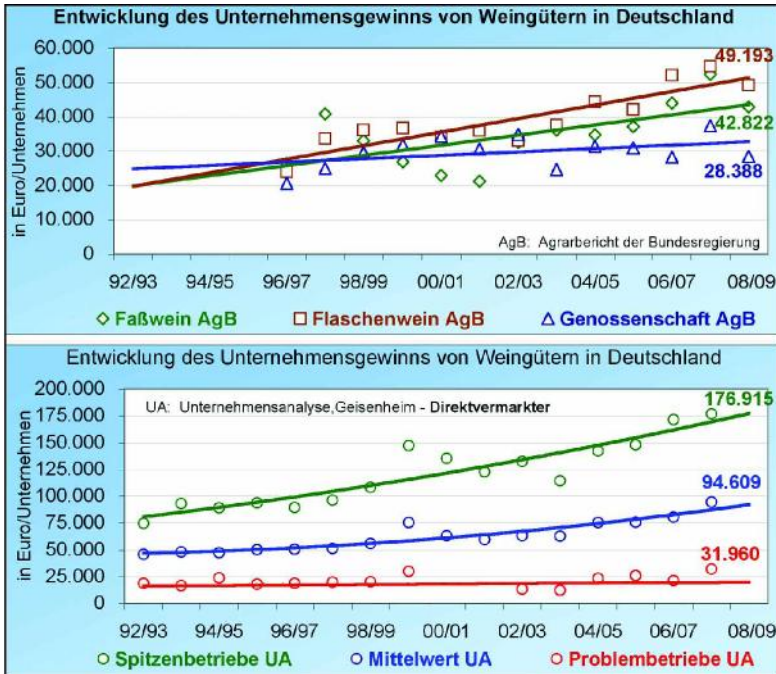


Abbildung 6.6

Unternehmensgewinne von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart und Erfolgsgruppen

Quelle: Erstellt auf Basis von Daten des Agrarberichtes der Bundesregierung, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Ertragslage Garten- und Weinbau 2010 und der Unternehmensanalyse, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

6.3.5 Einkommenssituation auf Basis des Arbeitsertrages

Der Arbeitsertrag⁹ wird als Näherungswert zur Bestimmung der Einkommenssituation der nicht entlohnten Familienarbeitskräfte herangezogen und beschreibt in welchem Umfang die unternehmerische Tätigkeit zur Entlohnung des Arbeitseinsatzes der Familienarbeitskräfte beigetragen hat. Die Ergebnisse aus dem Agrarbericht zeigen eine analog der Gewinnentwicklung ansteigende Tendenz im Betrachtungszeitraum (Abb. 6.7). Die zuletzt erzielten Ergebnisse der Weingüter sind jedoch gemessen an außerlandwirtschaftlichen Einkommen unterdurchschnittlich, bei gleichzeitig deutlich höherem zeitlichen Einsatz der Familienarbeitskräfte. Werte zwischen 35.000 und 40.000 Euro je nicht entlohnte FamilienAK sind daher anzustreben. Insbesondere die Fassweinerzeuger und Traubenabfleierer bleiben zum Teil weit hinter diesen Richtwerten zurück.

⁹ Der Arbeitsertrag errechnet sich aus dem zeitraumrechten Gewinn (Zweckertrag - Zweckaufwand) abzüglich der kalkulatorischen Verzinsung des eingesetzten Eigenkapitals

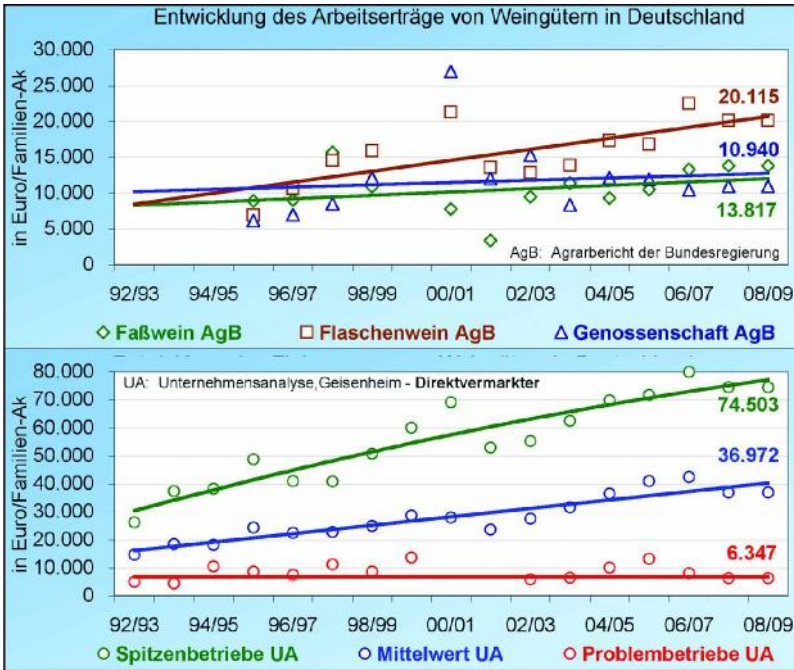


Abbildung 6.7

Arbeitserträge von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart und Erfolgsgruppen

Quelle: Erstellt auf Basis von Daten des Agrarberichtes der Bundesregierung, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Ertragslage Garten- und Weinbau 2010 und der Unternehmensanalyse, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

Die Direktvermarkter (UA) erzielen mit durchschnittlich 36.972 Euro/Familien-Ak ein vergleichbares außerlandwirtschaftliches Einkommensniveau. Dem geht ein Gewinn von rund 100.000 Euro je Unternehmen und Jahr voraus. Die Spitzenbetriebe erreichen im Wirtschaftsjahr 2008/09 sogar mehr als das Doppelte und ist ein Beleg dafür, dass im Weinbau, die richtigen Rahmenbedingungen und Managemententscheidungen vorausgesetzt, sehr gute Einkommen erzielbar sind. Die Herausforderungen für die Weinbaubetriebe in den kommenden Jahren liegen in der weiteren Spezialisierung ihrer Unternehmensausrichtung. Hier bieten sich zwei Alternativen an. Die eine zielt auf die Professionalisierung der Traubenoder Fassweinproduktion mit deutlich größeren Bewirtschaftungseinheiten als dies gegenwärtig der Fall ist, um weitere Rationalisierungsschritte zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit der Rohwarenproduktion zu realisieren. Als zweite Alternative ist die verstärkte Ausrichtung der Direktvermarkter auf ihre Vermarktungskompetenz zu nennen, verbunden

mit der Auslagerung der Außenwirtschaft, um die verfügbare Zeit verstärkt im Marketing zu investieren. Auf diese Weise können Erzeuger und Vermarkter auch kooperieren, sich auf ihre jeweiligen Stärken konzentrieren und insgesamt eine verbesserte Unternehmensleistung erzielen. In der Gruppe der Spitzenbetriebe ist diese Form der Professionalisierung am weitesten ausgeprägt und sollte entwicklungsfähigen Weinbaubetrieben als Modell für die mittelfristige Betriebsausrichtung dienen.

6.4 Einkommenspotenziale rheinland-pfälzischer Weinbaubetriebe

Die rheinland-pfälzischen Direktvermarkter unterscheiden sich in der Flächenausstattung, dem Arbeitskräftebesatz sowie der Gewinnerzielung nicht wesentlich von den in Kapitel 6.3 vorgestellten Gesamtergebnissen für den deutschen Weinbau. Dies gilt sowohl für die Agrarberichtsergebnisse als auch für die Auswertungen auf Basis der Unternehmensanalyse. Auf eine Darstellung der repräsentativen Ist-Situation der ausgewerteten Testbetriebe wird daher verzichtet und lediglich das Möglichkeitspotenzial aufgezeigt, das den Weinbaubetrieben als Orientierung für die zukünftige Ausrichtung ihrer Unternehmenstätigkeit dienen soll. Letzteres kann aufgrund der unzureichenden Datengrundlage zum gegenwärtigen Zeitpunkt nur für die direktvermarktenden Betriebe vorgenommen werden.

Gegenübergestellt werden die Betriebsergebnisse der Weingüter zunächst mit dem kalkulatorischen Lohnanspruch und anschließend mit dem gewerblichen Vergleichslohn um in Abhängigkeit von der jeweiligen Gewinnsituation die Unterschiede zu tariflichen und außerlandwirtschaftlichen Einkommen zu verdeutlichen.

6.4.1 Arbeitserträge rheinland-pfälzischer Weinbaubetriebe

Der kalkulatorische Lohnanspruch ist eine Kennziffer die das theoretische Einkommen der in den Weingütern tätigen nicht entlohnten Familienarbeitskräfte widerspiegelt. Mittlerweile hat der kalkulatorische Lohnanspruch einen Wert von rund 39.000 Euro je Familien-Ak erreicht. Er dient in Gegenüberstellung zum Arbeitsertrag zur Bewertung des Einkommensniveaus in Weinbaubetrieben.

Aus den Untersuchungen der Unternehmensanalyse gehen im Mittelwert mit rund 43.000 Euro Arbeitsertrag je Familien-Ak Werte hervor, die leicht über dem kalkulatorischen Lohnanspruch liegen. Dies zeigt das im Bereich der Direktvermarktung Einkommen erzielt werden können, die mit denen außerhalb des Agrarsektors vergleichbar sind. Die Spitzenbetriebe erreichen in dieser nicht repräsentativen Untersuchung weit überdurchschnittliche Werte, während die als Problembetriebe ausgewiesene Gruppe an das Niveau der Testbetriebe zur Agrarberichterstattung heranreicht.

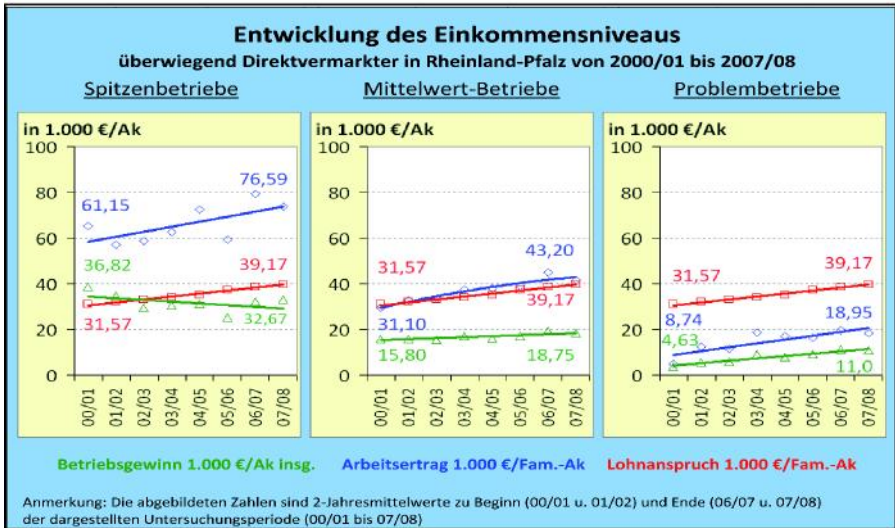


Abbildung 6 8

Arbeitsträge von direktvermarktenden Weinbaubetrieben in Rheinland-Pfalz nach Erfolgsgruppen

Quelle: Erstellt auf Basis von Daten der Unternehmensanalyse, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim (www.weinoekonomie-geisenheim.de)

6.4.2 Durchschnittliche Stundenlöhne rheinland-pfälzischer Weinbaubetriebe

Die ausgewiesenen Durchschnittslöhne pro Arbeitsstunde der Familienarbeitskräfte im Weinbau zeichnet vom Niveau her das gleiche Bild. Die Mittelwert-Betriebe liegen etwas unterhalb der gewerblichen, außerlandwirtschaftlichen Stundenlöhne, die Problembetriebe liegen deutlich darunter. Jedoch ist die zum Teil deutlich höhere Nettoarbeitszeit im Weinbau, die Einfluss auf den durchschnittlichen Stundenlohn nimmt, in diesem Zusammenhang zu berücksichtigen.

Weinbaubetriebe im Lande haben den vorstehenden Ergebnissen zu Folge das Potenzial gute bis überdurchschnittliche Einkommen zu erzielen. Die zum Teil recht große Lücke zu außerlandwirtschaftlichen Einkommensalternativen zeigt den Grad der Zielerreichung gemessen am Einkommen einerseits und das zukünftige Handlungsfeld der Branche andererseits.

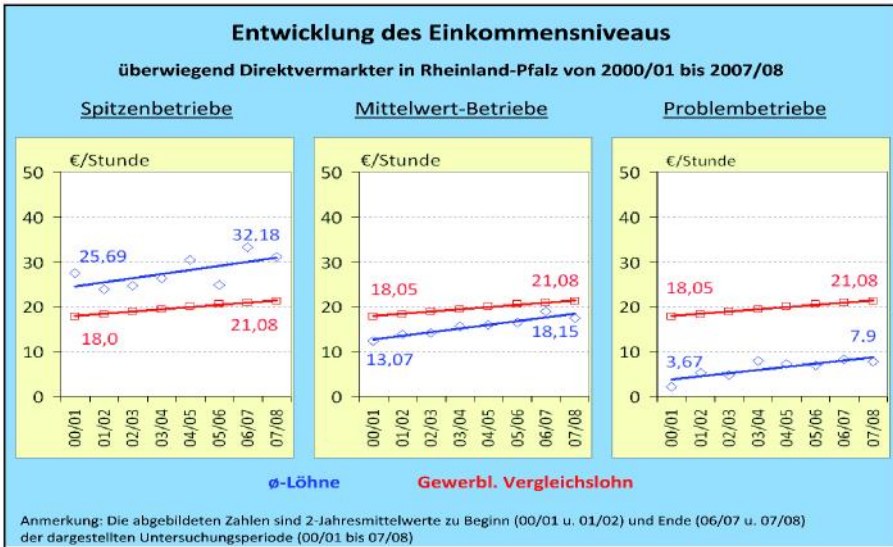


Abbildung 6.9

Durchschnittliche Stundenlöhne von direktvermarktenden Weinbaubetrieben in Rheinland-Pfalz nach Erfolgsgruppen

Quelle: Erstellt auf Basis von Daten der Unternehmensanalyse, Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Geisenheim (www.weinoekonomie-geisenheim.de)


7 WEINMARKETING

Zusammenfassung

- In Deutschland ist die Gemeinschaftswerbung für Wein im Deutschen Weingesetz geregelt. Dies gilt sowohl für die nationale als auch für die regionalen Weinwerbbeeinrichtungen.
- Der Deutsche Weinfonds A.d.ö.R. setzt die Abgaben in Höhe von rund 11 Mio. Euro überwiegend für nationale und internationale Absatzförderungsmaßnahmen ein. Das DWI führt die Maßnahmen durch, sie umfassen unter anderem die Bereiche Kommunikation, Marketing, Gastronomie und Handel.
- Die regionalen Gebietsweinwerbungen der sechs rheinland-pfälzischen Anbaugebiete - ebenfalls über parafiskalische Abgaben der Weinbranche finanziert - fördern den Absatz von in Rheinland-Pfalz erzeugten Weinen. Hierzu stehen rund 5,1 Mio. Euro jährlich zur Verfügung, die für Werbekampagnen, Marketingdienstleistungen und Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt werden.
- Für Gemeinschaftsmaßnahmen der rheinland-pfälzischen Weinwerbungen werden 10 % der Absatzförderungsmittel eingesetzt, um übergebieliche Weinwerbmaßnahmen innerhalb und außerhalb des Landes umzusetzen.
- Die Gemeinschaftsmaßnahmen der Gebiete sind auch Grundlage für eigenständige vom Land Rheinland-Pfalz durchgeführte Weinmarketingaktivitäten.

In einer klein- und mittelständisch strukturierten Branche wie der Weinwirtschaft wurde es bereits frühzeitig als notwendig erachtet, eine gemeinschaftliche Weinwerbung durchzuführen, um im Wettbewerb im Inland und auf den Exportmärkten wahrgenommen zu werden. Die Strukturen auf der Erzeugerseite der deutschen Weinwirtschaft haben die politischen Entscheidungsträger veranlasst, in § 43 des Deutschen Weingesetzes (WeinG) die Finanzierung einer gemeinschaftlichen deutschen Weinwerbung festzuschreiben. Hierzu wurde eigens der Deutsche Weinfonds A.d.ö.R (DWF) gegründet, der die Abgabenerhebung durchführt.

Weiterhin wird in § 46 WeinG den Bundesländern die Möglichkeit eingeräumt, für regionale Absatzförderungseinrichtungen eine Verordnung zu erlassen, die es erlaubt, Abgaben („Sonderabgaben“) zur Finanzierung gebietlicher Absatzförderungseinrichtungen zu erheben. Hiervon hat Rheinland-Pfalz mit der Verabschiedung des Absatzförderungsgesetzes Wein (AbföG Wein) vom 28.6.1976 Gebrauch gemacht.



Sowohl die Mittel des Deutschen Weinfonds als auch die Abgaben nach AbföG Wein gelten als parafiskalisch (steuerähnlich) und unterliegen den strengen beihilferechtlichen Auflagen der Europäischen Union.

Zu den Aufgabenschwerpunkten eines funktionierenden Gemeinschaftsmarketings zählen unter anderem

- Verbraucherinformation und Aufklärung
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Präsentationen, Messebeteiligung, Weinfeste usw.
- Bearbeitung bestehender und Erschließung neuer Märkte
- Beratungsdienstleistungen in Marketingfragen
- Marktbeobachtung, -analyse und -information

7.1 Deutscher Weinfonds (DWF) - Deutsches Weininstitut (DWI)

Die Finanzierung einer gemeinschaftlichen deutschen Weinwerbung erfolgt über den Deutschen Weinfonds A.d.ö.R (DWF), der die Abgabenerhebung durchführt. Diese gliedert sich in eine Flächenabgabe von 67 Eurocent/ar Rebfläche (67 Euro/Hektar), die von allen Traubenerzeugern zu zahlen ist und eine Handelsabgabe, die alle Unternehmen, die deutsche Weine in Verkehr bringen, zu entrichten haben. Die Höhe der Handelsabgabe liegt bei 67 Eurocent/Hektoliter Wein und ist bei erstmaliger Inverkehrbringung von Wein von Kellereien, Weingütern, Gastronomen und dem Weinfachhandel zu entrichten. Diese gesetzlich legitimierte Erhebung einer Sonder- bzw. Zwangsabgabe führt beim DWF zu einem Mittelaufkommen von rund 11,3 Mio. Euro jährlich (6,8 Mio. Euro Flächenabgabe, 4,8 Mio. Euro Handelsabgabe), die über das Deutsche Weininstitut GmbH (DWI) für Marketingmaßnahmen¹ im In- und Ausland eingesetzt werden.

Insbesondere die Handelsabgabe ist seit der bekannten Brisanz des CMA-Urteils zu einem nicht unbeträchtlichen Teil mit Klagen belegt, so dass seit dem Jahr 2008 bis zu einer Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts mehrere Millionen Euro dem operativen Geschäft nicht zur Verfügung stehen. Diese müssen entsprechend den rechtlichen Grundlagen den Rückstellungen zugeführt werden. Die Flächenabgabe ist hiervon kaum berührt.

Aufgrund der Rechtsunsicherheit und dem damit reduzierten Haushaltsansatz wird nachfolgend auf Basis des Jahres 2008 ein Überblick über die Verwendung der Absatzförderungsmittel gegeben. Gegenwärtig sind die Marketingaktivitäten insbesondere auf einzelnen Exportmärkten erheblich eingeschränkt bzw. eingestellt worden.

¹ Deutsches Weininstitut GmbH (www.deutscheweine.de)

Verwendung der DWF-Mittel (2008) durch das DWI:

• Kommunikation:	3,36 Mio. Euro
• Marketing:	6,19 Mio. Euro
davon Inland	2,65 Mio. Euro
davon Exportmärkte	3,54 Mio. Euro
• Gastronomie und Handel:	1,16 Mio. Euro
• Verwaltung:	0,49 Mio. Euro
• Deutsche Weinakademie:	0,40 Mio. Euro

Da über 90 % des exportierten deutschen Weines aus Rheinland-Pfalz stammen, profitieren die heimischen Weinerzeuger überproportional an den Absatzförderungsmaßnahmen des Deutschen Weininstituts auf den Exportmärkten.

7.2 Gebietliche Absatzförderung - Gebietsweinwerbungen

Die gebietlichen Weinwerbbeeinrichtungen in Rheinland-Pfalz finanzieren sich auf Basis einer Abgabenerhebung nach AbföG Wein. Erhebungsgrundlage ist die gesamte Weinbergsfläche eines Betriebes², der Abgabensatz liegt bei 77 Eurocent/ar (Ausnahme Mosel: 87 Eurocent/ar). Der Landwirtschaftskammer ist die Aufgabe vom Land Rheinland-Pfalz übertragen, den Städten und Gemeinden die Bezugsrebfläche für die Abgabenerhebung mitzuteilen und die von den Städten/Gemeinden eingehenden Beträge aufgrund eines von einem Werbebeirat beschlossenen Werbeplanes an die gebietlichen Absatzförderereinrichtungen (Gebietsweinwerbungen) weiterzuleiten. Die Aufgaben der Landwirtschaftskammer beschränken sich auf die Einnahme und Verwaltung der Finanzmittel sowie die Überprüfung der ordnungsgemäßen Verwendung durch die Gebietsweinwerbungen und den Grundsätzen für die Verwendung öffentlicher Finanzmittel.

Das gesamte Abgabenaufkommen aus AbföG Wein beträgt rund 5,15 Mio. Euro (2009) und fließt entsprechend der Flächenanteile der 6 rheinland-pfälzischen Weinbaugebiete den jeweiligen Weinwerbbeeinrichtungen zu.

Für das Jahr 2009 wurden Einnahmen aus dem Absatzförderungsgesetz als institutionelle Förderung gemäß dem Flächenanteil und abzüglich 10% des Gesamtmittelaufkommens (Gemeinschaftsmittel) folgendermaßen verteilt:

• Ahr	43.614 Euro
• Mittelrhein	38.800 Euro
• Mosel	828.906 Euro
• Nahe	339.044 Euro
• Pfalz	1.826.414 Euro
• Rheinhessen	2.072.397 Euro

² Als Weinbergsfläche gelten die mit Keltertrauben bestockten Rebflächen, die vorübergehend nicht bestockten Rebflächen, sofern Wiederbepflanzungsrechte vorliegen, und die nicht mehr bewirtschafteten Rebflächen. Das Absatzförderungsgesetz bestimmt darüber hinaus, dass die Abgabe nach der in der Weinbaukartei enthaltenen Fläche berechnet wird. Grundlagen sind die Weinbergsflächen zu Beginn des laufenden Weinjahres (1. August des Vorjahres). Abgabeschuldner sind die Bewirtschafter der Weinbergsflächen.

Für Gemeinschaftsmaßnahmen der Weinbaugebiete werden ca. 0,51 Mio. Euro eingesetzt. Über die Mittelverwendung entscheidet der Minister nach Anhörung des Werbebeirates AbföG Wein.

Die Gemeinschaftsmittel von rund 0,51 Mio. Euro werden als Projektförderung eingesetzt.

Zu den wichtigsten Gemeinschaftsaktivitäten zählen:

- | | |
|---|--------------|
| • Weinsommer und Weinmessen | 330.000 Euro |
| • Bildungsinitiative | 36.000 Euro |
| • Projektförderung (Ahr, Nahe, Mittelrhein) | 61.500 Euro |
| • Marktforschung, Studien | 55.000 Euro |
| • Präsentationen | 25.000 Euro |

Kontakt zu den Gebietsweinwerbungen:

- | | |
|--|--|
| • Ahr Rhein Eifel Tourismus & Service GmbH | www.ahr-rhein-eifel.de |
| • Mittelrhein-Wein e.V. | www.mittelrhein-wein.com |
| • Moselwein e.V. | www.weinland-mosel.de |
| • Weinland Nahe e.V. | www.weinland-nahe.de |
| • Rheinhessenwein e.V. | www.rheinhessenwein.de |
| • Pfalzwein e.V. | www.pfalz.de |


7.3 Weinmarketing, Standortmarketing des Landes

Weit über die Funktion der reinen „Getränkeproduktion“ reicht die Bedeutung des Weinbaus. Er ist wesentlicher Faktor für einen funktionierenden und florierenden Tourismus - also für Gastronomie, Hotellerie und eine Vielzahl weiterer Dienstleister - da die attraktiven Weinkulturlandschaften Hauptziehungspunkte für Tagestouristen und Urlauber sind.

Vor diesem Hintergrund liegt ein Hauptaugenmerk der Weinmarketingaktivitäten des Landes auf dem Erhalt dieser einzigartigen Weinkulturlandschaften, um nicht nur den Weinbau in seiner gegenwärtigen Bedeutung zu erhalten, sondern auch um die gesamten vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereiche und insbesondere dem Tourismus³ Entwicklungsimpulse zu geben.

Im Bemühen um eine gute Zukunftsentwicklung von Weinbau und Tourismus werden neben den klassischen Förderinstrumenten des Weinsektors (vgl. Kapitel 8) ausgewählte kreative und innovative Weinmarketingaktivitäten unterstützt.

³ WeinReich Rheinland-Pfalz: www.wein-reich.info



Seit Jahren werden öffentlichkeitswirksame Auftritte für das Weinland Rheinland-Pfalz realisiert, um die Qualität und die regionale Herkunft heimischer Wein- und Sektspezialitäten national wie international bekannt zu machen. Auch Aspekte wie Lebensmittelsicherheit und umweltfreundliche Erzeugung stehen im Zentrum der Weinmarketingkommunikation. Die Aktionen erfolgen vielfach in Abstimmung oder Zusammenarbeit mit den Organisationen, Institutionen und Unternehmen der Weinwirtschaft. Die Aktivitäten reichen von der Produktpolitik - also der weiteren Qualitätsverbesserung und Profilierung - bis hin zu aufmerksamkeitsstarken PR-Aktionen.

Produktpolitik


Erstmals im Jahr 2000 wurde der internationale Wettbewerb „best of Riesling“⁴ ausgeschrieben. Die Resonanz war mit mehr als 1.700 angestellten Weinen aus 11 Nationen und vier Kontinenten überwältigend. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass deutsche bzw. rheinland-pfälzische Rieslinge - trotz starker internationaler Wettbewerber - die Spitze bilden. Die seither im 2. Jahresturnus stattfindenden Wiederholungen dieses internationalen Rieslingwettbewerbs konnten mit ähnlich guter Resonanz und hervorragenden Ergebnissen aufwarten und den Wettbewerb auch mit seiner Funktion als Instrument zur Standortbestimmung in einem internationalen Umfeld bestätigen. Im Jahr 2010 sind die Anstellungen auf über 1.900 Weine angestiegen.

Ein weiteres Projekt der Produktpolitik ist die Rivaner-Initiative - erstmals 2004 mit dem Ziel realisiert - dem Müller-Thurgau ein neues Produktprofil maßzuschneidern und junge, frische Weine bereits unmittelbar nach der Lese auf den Markt zu bringen. Die Premiere hatte etwa 100 Weinbaubetriebe motiviert, sich diesem Projekt anzuschließen. Fortgesetzt wurde die Rivaner-Initiative im Projekt „Junge Winzer - Junge Weine“ und Produktpäsentationen für ausgewähltes Zielpublikum.

Marktkommunikation

Die guten Erfolge der heimischen Winzer in den vergangenen Jahren wären ohne effiziente und kreative Marktkommunikation von Deutschem Weininstitut und den regionalen Gebietsweinwerbungen kaum möglich gewesen. Auch die vielfältigen Aktivitäten des Weinbauministeriums, das sich bereits seit Mitte der neunziger Jahre intensiv mit den Fragen des Weinmarketings befasst und eine Vielzahl von Projekten entwickelt und erfolgreich am Markt umgesetzt hat, tragen dazu bei. Hierzu zählen unter anderem Themenaktionen, z. B. „Wein und Bahn“, oder „Wein und Design“. In den zurückliegenden Jahren wurden der „Weltrekord der Weinköniginnen“ oder „Spitzensport und Spitzenwein“ öffentlichkeitswirksam inszeniert.

⁴ Internationaler Weinwettbewerb „best of riesling“: www.best-of-riesling.com



Mit „Wein und Kunst - Abschied der Moderne“ konnte im Jahr 2000 ein besonderes Highlight gestartet werden. Der Berliner Maler Matthias Koeppel hatte das Brandenburger Tor aus Sicht und im Stil großer Meister der Moderne, z.B. Picasso, Chagall, Miro, Hundertwasser, Dali oder Klee gemalt. Passend zu den Bildern wurden Weine renommierter Betriebe ausgewählt, die die Stimmung der einzelnen Kunstwerke geschmacklich aufgreifen und von denen jeder für sich ebenfalls ein Kunstwerk ist. Bilder und Weine waren in einer einzigartigen Tournee gemeinsam auf Reisen und konnten unter anderem in den USA, Kanada, Großbritannien, Süd-Korea und natürlich in Deutschland einem begeisterten Publikum vorgestellt werden.

Zusammen mit der Architektenkammer⁵ Rheinland-Pfalz wurde das Projekt „Wein und Architektur“ initiiert und findet in der Auslobung des Architekturpreises Wein eine breite öffentliche Wahrnehmung. Für die Weinbranche eröffnet sich durch die Thematisierung der Baustilistik ein wichtiges Kommunikationsinstrument, um hochwertige Weine nachhaltig in Szene zu setzen.

Insgesamt nehmen Weinpräsentationen bei ausgewählten und hochkarätigen Anlässen - ganz nach der Devise: „Der Wein ist unser bestes Werbemittel“ - einen breiten Raum ein. Auftritte bei kulturellen Veranstaltungen, bei Events der Sport- oder Medienszene oder bei wirtschaftlichen Anlässen haben ebenso wie die langen Filmnächte „Kino Vino“ wesentlich mit dazu beigetragen, eine große Zahl von Multiplikatoren von der Qualität der Weine und natürlich der Regionen und des Landes zu überzeugen.

Auf dem aktuellen Programm stehen zahlreiche Weinpräsentationen ebenso wie die Wein- und Winzerfeste in 15 deutschen Großstädten mit mehr als 250 Weingütern unter dem Motto „WeinSommer Rheinland-Pfalz“⁶. Ein neues Weinmessekonzept⁷ in den Großstädten Bochum, Bremen und Kiel mit über 200 rheinland-pfälzischen Weingütern, oder die Bildungsinitiative⁸ des Landes runden das Weinmarketingprogramm ab.

Diese neuen und die gewöhnlichen Wege der Weinwerbung verlassenden Aktivitäten sorgten sowohl in der Branche selbst als auch beim internationalen Publikum für eine hohe Aufmerksamkeit.

⁵ Wein und Architektur: www.diearchitekten.org

⁶ Weinsommer Rheinland-Pfalz: www.weinsommer.de

⁷ Weinmessen Rheinland-Pfalz: www.weinmesse-rlp.de

⁸ Bildungsinitiative Rheinland-Pfalz: www.bildungsinitiative-rlp.de

8 FÖRDERUNG DES WEINBAUS UND DER WEINWIRTSCHAFT

Zusammenfassung

- Das Land Rheinland-Pfalz unterstützt die Weinwirtschaft mit einem umfangreichen Paket an Fördermaßnahmen zur Weiterentwicklung der Wettbewerbsfähigkeit und der Einkommensmöglichkeiten der Unternehmen. Aus EU-, Bundes- und Landesmitteln stehen pro Jahr rund 125 Mio. Euro für die Agrarförderung zur Verfügung. Auf den Weinbau entfallen hiervon rund 30 Mio. Euro.
- Die flächenbezogene Förderung liegt bei über 20 Mio. Euro, etwa ein Drittel davon fließt in Steil- und Steilstlagen.
- Durch die Maßnahmen der einzelbetrieblichen Investitionsförderung nach der EU-Weinmarktordnung sowie der Marktstrukturverbesserung fließen jährlich rund 9 Mio. Euro vorwiegend in die Erzeugung und Vermarktung.
- In den kommenden Jahren fließen allein durch die Maßnahmen des Nationalen Stützungsprogramms im Rahmen der Weinmarktordnung zwischen 18 und 23 Mio. Euro jährlich in den rheinland-pfälzischen Weinsektor.
- Alle Maßnahmen zusammen dienen der Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit, der Stabilisierung der Einkommensverhältnisse sowie der Sicherung von Arbeitsplätzen im ländlichen Raum.
- Bezogen auf die bestockte Rebfläche beträgt die gesamte Weinbauförderung in Rheinland-Pfalz ungefähr 450-500 Euro je Hektar. Gemessen an der durchschnittlichen Marktleistung eines Fassweinerzeugers von 6.000-7.000 Euro je Hektar liegt die staatliche Unterstützung des Weinbaus bei 7-8 % und damit bei rund der Hälfte der allgemeinen Landwirtschaft. Bei Direktvermarktung fällt der Anteil erheblich geringer aus.

Mit der Umsetzung verschiedener Förderprogramme und -maßnahmen werden für den rheinland-pfälzischen Weinbau folgende Ziele angestrebt:


- Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit,
- Verbesserung und Stabilisierung der Einkommensverhältnisse,
- Sicherung von Arbeitsplätzen im Weinsektor sowie in den vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen,
- Erhaltung der durch den Weinbau geprägten Kulturlandschaft.

Für die Agrarfördermaßnahmen werden Mittel der EU, des Bundes und/oder des Landes bereitgestellt. Diese werden der Weinwirtschaft insbesondere in zwei Programmen angeboten. Die Förderung ist im „Programm Agrarwirtschaft, Umweltmaßnahmen, Landentwicklung“¹ (PAUL) auf der Basis der ELER-Verordnung² und im Programmteil Rheinland-Pfalz³ des „Nationalen Stützungsprogramms der Bundesrepublik Deutschland“ geregelt.

¹ PAUL: www.mwlvw.rlp.de/Landwirtschaft/Agrarforderung/ und (<http://www.eler-paul.rlp.de>)

² Verordnung (EG) Nr. 1698/2005 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)

³ Programmteil Rheinland-Pfalz des „Nationalen Stützungsprogramms der Bundesrepublik Deutschland gemäß der Verordnung (EG) Nr. 479/2008 über die gemeinsame Marktorganisation für Wein



Mit PAUL stehen im Förderzeitraum 2007-2013 insgesamt rund 877 Millionen Euro an EU-, Bundes- und Landesmitteln zur Verfügung. Das sind rund 125 Millionen Euro pro Jahr. Damit setzt Rheinland-Pfalz in dem siebenjährigen Zeitraum die EU-Verordnung zur „Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds“ (ELER) um. PAUL beinhaltet ein ausgewogenes Maßnahmenpaket zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft, zur Honorierung von Umweltleistungen und zur Förderung einer integrierten ländlichen Entwicklung.

Die EU-Beteiligung beträgt bis zu 50 %, bei den im Programm PAUL enthaltenen Leader-Maßnahmen⁴ sogar bis zu 55 %.

Den Kern der in PAUL angebotenen Fördermaßnahmen bilden die im Rahmenplan der Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes"⁵ (GAK) enthaltenen Maßnahmen. Diese werden gemeinsam vom Bund (60 %) und dem Land (40 %) finanziert.

Mit dem Programmteil Agrar-Umwelt-Landschaft (PAULa) werden Agrarumweltmaßnahmen für eine nachhaltige Landbewirtschaftung und die Erhaltung der Kulturlandschaft von Rheinland-Pfalz unterstützt.

8.1 Förderung der ländlichen Bodenordnung

Vorhaben der ländlichen Bodenordnung werden auch in den Weinbauregionen gefördert. Ziel der Förderung ist es insbesondere

- durch Zusammenlegung und Erschließung weinbaulich genutzter Flächen eine rationellere Nutzung zu ermöglichen,
- einen Beitrag zum Erhalt der Kulturlandschaft in Rheinland-Pfalz zu leisten und
- zu einer positiven Entwicklung des gesamten ländlichen Raumes beizutragen.

Gefördert werden dabei die Ausführungskosten einer Flurbereinigung (z. B. Wegebau, Planierungsarbeiten, landespflegerisch notwendige Maßnahmen, die Zusammenlegung von Flächen).

Adressat der Förderung ist in der Regel die für die Durchführung des Verfahrens verantwortliche Teilnehmergeinschaft (das sind insbesondere die Grundstückseigentümer). Die Zuschüsse zu den zuwendungsfähigen Kosten reichen von 55 bis zu 90 %.

Antragsbewilligende Behörde ist die Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion (ADD) in Trier (www.add.rlp.de).

⁴ Im Rahmen der Umsetzung des Schwerpunkt 4 – LEADER – wird in Rheinland-Pfalz 12 ausgewählten Regionen, den Lokalen Aktionsgruppen (LAG) die Möglichkeit gegeben die in Lokalen, Integrierten Ländlichen Entwicklungskonzepten (LILE) erarbeiteten Ansätze zur Entwicklung des Ländlichen Raumes mit innovativen Projekten umzusetzen.

⁵ Gesetz über die Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes (GAK-Gesetz) in der Fassung vom 21. Juli 1988 zuletzt geändert durch das Gesetz zur Modulation von Direktzahlungen im Rahmen der Gemeinsamen Agrarpolitik und zur Änderung des GAK-Gesetzes vom 2. Mai 2002

Fördermaßnahme		2005	2006	2007	2008	2009
Weinbergsflurbereinigung	Anzahl ¹	7	9	7	10	7
	ha	188	257	579	289	148
	1.000 Euro ²	5.566	6.777	5.978	5.406	5.416
-dav. in Weinbausteillagengebieten	Anzahl ¹	1	3	1	3	2
	ha	22	35	23	40	23
	1.000 Euro ²	4.016	4.289	3.950	3.609	3.399

1 Angaben beziehen sich auf Verfahren, die im jeweiligen Jahr Besitzübergang hatten.
Derzeit sind insgesamt 126 Verfahren (davon 33 mit Steillagen) mit rund 7.700 ha Rebflächen (1.361 ha) in Bearbeitung.

2 Bewilligte Fördermittel im jeweiligen Jahr

Tabelle 8.1

Förderung der ländlichen Bodenordnung

8.2 Niederlassung von Junglandwirten

Mit diesem Programm soll die erstmalige Niederlassung von Junglandwirten in einem landwirtschaftlichen Unternehmen erleichtert werden. Zuschüsse werden dabei für alle förderfähigen Investitionen und Ausgaben einschließlich der mit der Hofübergabe und/oder Erbfindung verbundenen Gebühren und Kosten sowie unter bestimmten Bedingungen für die Tilgung von Kapitalmarktdarlehen gewährt. Anspruch auf die Förderung haben Junglandwirte, die das 40. Lebensjahr noch nicht erreicht haben und sich erstmals als Alleinunternehmer oder Mitunternehmer in einem Unternehmen der Landwirtschaft und des Weinbaus niederlassen.

Die förderfähigen Ausgaben müssen mindestens 25.000 € betragen. Die Niederlassungsprämie wird als Festbetrag einmalig gewährt und wurde im Jahr 2009 auf 15.000 € je Person angehoben. Antragsbewilligende Behörde ist das Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Mosel (www.dlr-mosel.rlp.de).

1 Bewilligte Fälle, 2 Ausgezahelter Betrag, 3 Inklusive Altfälle

Fördermaßnahme		2005	2006	2007	2008	2009
Niederlassungsprämie im Weinbau	Anzahl ¹	15	17	18	32	26
	1.000 Euro ²	160	180	180	330	410

Tabelle 8.2

Förderung der Niederlassung von Junglandwirten

8.3 Umweltschonende Steil- und Steilstlagenförderung

Das „Programm zur Förderung extensiver Erzeugungspraktiken im Agrarbereich aus Gründen des Umweltschutzes und des Landschaftserhaltes - Programm Agrar-Umwelt-Landschaft“⁶ (PAULa) dient unter anderem zur Förderung einer umweltschonenden Rebflächenbewirtschaftung in Weinbaubetrieben. Ziel der Förderung im Speziellen ist die Erhaltung und Weiterbewirtschaftung der Steil- und Steilstlagen in den Weinbauregionen und somit die Bewahrung der einmaligen Weinkulturlandschaften im Lande. Angestrebt werden unter anderem die Erhaltung der Artenvielfalt, die Reduzierung der Stoffeinträge und -austräge durch gezielten Einsatz von Pflanzenschutz- und Düngemittel zur Erreichung einer hochwertigen Produktqualität (Steillagenwein).

Weinbaubetriebe, sowohl Haupt- als auch Nebenerwerbswinzer und deren Kooperationen, mit Betriebssitz in Rheinland-Pfalz sind bei Erfüllung der Zuwendungsvoraussetzungen förderfähig, ebenso wie Körperschaften und Personenvereinigungen, die Weinbaubetriebe bzw. Rebflächen bewirtschaften.

Die jährliche flächenbezogene Prämie beträgt:

- 765 €/ha für Steillagenrebflächen
- 2.555 €/ha für Steilstlagenrebflächen

Antragsbewilligende Behörden sind die Kreisverwaltungen des Landes.

Fördermaßnahme		2005	2006	2007	2008	2009
Steillagenförderung - dav. Bewirtschaftungszuschüsse	ha	3.020	2.896	3.017	2.864	2.702
	1.000 Euro	2.874	2.819	2.919	2.975	2.607

Table 8.3

Umweltschonende Steil- und Steilstlagenförderung

⁶ PAULa: (<http://www.eler-paul.rlp.de>)

8.4 Biotechnische Pflanzenschutzverfahren im Weinbau

Zu den biotechnischen Pflanzenschutzverfahren zählt im Weinbau der Einsatz von Pheromonen zur Traubenwicklerbekämpfung, deren Förderung im „Programm zur Förderung extensiver Erzeugungspraktiken im Agrarbereich aus Gründen des Umweltschutzes und des Landschaftserhaltes - Programm Agrar-Umwelt-Landschaft (PAULa)“ definiert ist. Ziel ist der Ersatz bzw. Verringerung des Einsatzes von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln.

Weinbaubetriebe, sowohl Haupt- als auch Nebenerwerbswinzer und deren Kooperationen (Anwendergemeinschaften), mit Betriebssitz in Rheinland-Pfalz sind bei Erfüllung der Zuwendungsvoraussetzungen förderfähig, ebenso wie Körperschaften und Personenvereinigungen, die Weinbaubetriebe bzw. Rebflächen bewirtschaften.

Die jährliche flächenbezogene Prämie beträgt:

- 40 €/ha für biotechnisch mit RAK⁷ 1 behandelte Rebflächen
- 125 €/ha für biotechnisch mit RAK⁷ 1 + 2 behandelte Rebflächen

Antragsbewilligende Behörden sind die Kreisverwaltungen des Landes.

Fördermaßnahme	2005	2006	2007	2008	2009
Biotechnische Pflanzenschutzverfahren	37.546	37.698	37.040	39.941	39.486
ha					
1.000 Euro	6.362	6.339	6.131	5.034	4.995

Tabelle 8.4

Förderung Biotechnische Pflanzenschutzverfahren im Weinbau

8.5 Umweltschonende Wirtschaftsweise im Unternehmen

Die umweltschonende Wirtschaftsweise im Unternehmen ist eine weitere Teilmaßnahme im „Programm zur Förderung extensiver Erzeugungspraktiken im Agrarbereich aus Gründen des Umweltschutzes und des Landschaftserhaltes - Programm Agrar-Umwelt-Landschaft“ (PAULa) in Rheinland-Pfalz.

Ziel ist durch umweltschonende Bewirtschaftungsmaßnahmen einen erhöhten Krankheits- und Schädlingsdruck zu verringern und somit den Pflanzenschutzaufwand sowie die Belastungen bei Boden und Wasser durch Düngemittel-/Pflanzenschutzmitteleinträge/-austräge zu reduzieren. Auch die Sicherung der Artenvielfalt der standörtlichen Pflanzengesellschaften und die Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit durch die Anbauvielfalt sowie die Vermeidung von Bodenerosion fallen unter die Zielsetzungen des Programms.

⁷ RAK 1: Pheromon für den Einsatz im Konfusions-(Verwirrungs-)Verfahren beim Einbindigen Traubenwickler gegen Heu- und Sauerwurm; RAK 1+2: Pheromon für den Einsatz beim Einbindigen und Bekreuzten Traubenwickler (gegen Heu- und Sauerwurm)

Bei der Einführung oder Beibehaltung der umweltschonenden Wirtschaftsweise im Weinbau werden Weinbaubetriebe, Haupt- und Nebenerwerbslandwirte mit Betriebsitz in Rheinland-Pfalz gefördert. Ebenso deren Kooperationen, Körperschaften und Personenvereinigungen, die Weinbaubetriebe oder Rebflächen bewirtschaften.

Die jährliche flächenbezogene Prämie beträgt im Weinbau:

Bei Einführung oder Beibehaltung der umweltschonenden Wirtschaftsweise

- 150 €/ha für bestockte Rebflächen in Flach- und Hanglagen
- 50 €/ha in abgegrenzten Steil-/ Steilstlagen⁸ bei Herbizidverzicht einen Zuschlag von
- 100 €/ha in Flach- u. Hanglagen,
- 200 €/ha in abgegrenzten Steil- u. Steilstlagen

Antragsbewilligende Behörden sind die Kreisverwaltungen des Landes.

Fördermaßnahme		2005	2006	2007	2008	2009
Umweltschonende Wirtschaftsweise im Weinbau	ha	2.085	1.885	1.153	1.356	1.318
	1.000 Euro	479	426	255	275	258

Table 8.5

Förderung Umweltschonende Wirtschaftsweise im Unternehmen

8.6 Einzelbetriebliche Investitionsförderung

Die Förderung von einzelbetrieblichen Investitionen in der Landwirtschaft erfolgt im Rahmen des Einzelbetrieblichen Förderungsprogramms (EFP). Die wichtigsten Rollen in Rheinland-Pfalz spielen dabei das Agrarinvestitionsförderungsprogramm (AFP) und die Förderung von Investitionen zur Diversifizierung (FID).

Mit dem AFP wird im Weinbau das Ziel verfolgt, Investitionen, die der Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung weinbaulicher Erzeugnisse dienen (Primärproduktion) zu fördern. Damit soll in Rheinland-Pfalz ein wettbewerbsfähiger, nachhaltiger und umweltschonender Weinbau unterstützt und weiterentwickelt werden. In den Unternehmen sollen durch die Maßnahmen des AFP⁹ die Produktions- und Arbeitsbedingungen verbessert, die Produktion rationalisiert und die Kosten gesenkt sowie die Wertschöpfung der betrieblichen Produktion erhöht werden.

Gefördert werden die Errichtung oder Modernisierung (Neubau, Umbau, Ausbau) und der Erwerb von unbeweglichen Wirtschaftsgütern (Wirtschaftsgebäude) nur für die Außenwirtschaft. Hierzu gehören auch Erschließungskosten bei Standortverlegung des Weinbaubetriebs oder wesentlicher Betriebsteile in den Außenbereich (Aussiedlung) sowie Architektur- und Ingenieurleistungen bis zu 12 % der Bau- und Erschließungskosten.

⁸ Weinbaubetriebe, die bereits Steil- und Steilstlagenförderung - die ebenfalls an Umweltauflagen geknüpft ist - erhalten, bekommen in diesem Programm eine zusätzliche Förderung.

⁹ Diese Fördermaßnahmen wurde ab dem 18.5.2009 durch die Weininvestitionsförderung (vgl. Kapitel 8.8.1.2) abgelöst.

Alle Weinbaubetriebe, die die Fördervoraussetzungen erfüllen, können an diesem Programm partizipieren. Die förderungsfähigen Ausgaben müssen mindestens 30.000 € betragen. Deren Obergrenze liegt bei 2 Mio. € je Unternehmen für den Zeitraum von 2007 bis 2013.

Die Zuschusssätze sind wie folgt festgelegt:

- 25 % der förderungsfähigen Ausgaben sowie
 - einmalig zusätzlich 10 % für Junglandwirte/innen, jedoch höchstens 20.000 € je Person.
- Die antragsbewilligende Behörde ist das Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Mosel (www.dlr-mosel.rlp.de).

Die Zuschüsse werden ab der Förderperiode 2010 erhöht.

Fördermaßnahme	2005	2006	2007	2008	2009	
Einzelbetriebliche Investitionsförderung im Weinbau	Fälle	189	161	115	138	75
	1.000 Euro ²	3.870	3.520	3.400	5.860	2.540

1 Bewilligte Fälle

2 Ausgezahlter Betrag

Tabelle 8.6

Einzelbetriebliche Investitionsförderung im Weinbau

Mit FID können Investitionen für die Bereiche Urlaub auf Bauern- und Winzerhöfen, bäuerliche Gastronomie (Weinprobierstuben, Straußwirtschaften), bäuerliches Handwerk, Einrichtung von Hofläden zur Direktvermarktung oder zur Erzeugung von Energie (Strom, Wärme) aus nachwachsenden Rohstoffen gefördert werden.

Ziel ist es, zusätzliche Einkommensquellen aus selbständiger Tätigkeit zu erschließen und damit gleichzeitig einen Beitrag zur Erhaltung der Wirtschaftskraft des ländlichen Raums insgesamt zu leisten.

Gefördert werden wie im AFP die Errichtung oder Modernisierung (Neubau, Umbau, Ausbau) und der Erwerb von unbeweglichen Wirtschaftsgütern einschließlich zugehöriger baulicher Anlagen.

Die förderfähigen Ausgaben müssen mindestens 10.000 € betragen. Die Summe der Zuschüsse ist auf höchstens 100.000 € je Unternehmen innerhalb von drei Jahren begrenzt.

Die Zuschusssätze sind wie folgt festgelegt:

- 10 % bei Investitionen zur Stromproduktion und
- 25 % bei sonstigen förderfähigen Vorhaben.

Die antragsbewilligende Behörde ist das Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Mosel (www.dlr-mosel.rlp.de).

Fördermaßnahme		2005 ³	2006 ³	2007	2008	2009
Förderung von Investitionen zur Diversifizierung	Fälle ¹	7	18	16	24	19
	1.000 EUR ²	482	528	566	784	556

1 Bewilligte Fälle

2 Ausgezahlter Betrag

3 Im Jahr 2005 und 2006 war keine Trennung zwischen Landwirtschaft und Weinbau möglich.

Table 8.7

Förderung von Investitionen zur Diversifizierung

8.7 Marktstrukturverbesserung

Im Rahmen der Marktstrukturverbesserung im Weinbau werden neben anerkannten Erzeugergemeinschaften und Winzergenossenschaften auch Unternehmen der Verarbeitung und Vermarktung von Trauben und Wein unterstützt. Diese Maßnahme wird unter verbesserten Konditionen ab 2009 aus dem Nationalen Stützungsprogramm Deutschlands (Programmteil Rheinland-Pfalz (vgl. Kapitel 8.8) fortgeführt. Ziel ist die

- Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit
- Anpassung der Erzeugung, Erfassung, Verarbeitung und Vermarktung an die Erfordernisse des Marktes
- Verstärkung der marktgerechten Bündelung des Angebots von Erzeugnissen
- Aufbau wettbewerbsfähiger Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen
- Initiierung und Verstärkung vertikaler Kooperationen zwischen Erzeugern und der Verarbeitung

Förderfähig sind Investitionen, die der Erfassung, Lagerung, Kühlung, Sortierung, marktgerechten Aufbereitung, Verpackung, Etikettierung, Verarbeitung und Vermarktung weinbaulicher Erzeugnisse dienen.

Erzeugergemeinschaften und andere Erzeugerzusammenschlüsse, Unternehmen der Verarbeitung und Vermarktung von rheinland-pfälzischen Weinen können unterstützt werden.

Die Unterstützung wird bei Erfüllung spezifischer Auflagen in Form einer Projektförderung als Anteilsfinanzierung mit einem Zuschuss von bis zu 20 Prozent der förderfähigen Investitionskosten gewährt.

Die antragsbewilligende Behörde ist das Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Mosel (www.dlr-mosel.rlp.de).

Fördermaßnahme		2005	2006	2007	2008	2009 ¹
Marktstrukturverbesserung im Weinsektor - insgesamt	Bewilligung					
	Fälle 1.000 Euro	7 1.133	6 261	15 3.001	11 2.096	8 2.821
- davon anerkannte Erzeugerzusammenschlüsse	Bewilligung					
	Fälle 1.000 Euro	6 10.833	2 103	12 2.241	7 230	46 728
- insgesamt	Auszahlung					
	Fälle 1.000 Euro	21 1.273	14 3.004	10 991	16 2.814	52 2.664
- davon anerkannte Erzeugerzusammenschlüsse	Auszahlung					
	Fälle 1.000 Euro	18 1.144	9 2.843	9 941	11 801	11 1.895

1 Ab dem Jahr 2009 einschließlich WMO-Mittel.

Tabelle 8.8

Förderung der Marktstrukturverbesserung

8.8 EU-Weinmarktordnung

8.8.1 Nationales Stützungsprogramm

Mit der neuen Weinmarktordnung (WMO) stellt die Europäische Union Finanzmittel zur Verfügung, um die Wettbewerbsfähigkeit der Weinerzeuger in der EU zu verbessern, den Ruf der Weinerzeugnisse aus der Gemeinschaft zu stärken sowie zur Rückgewinnung alter und Erschließung neuer Märkte in Drittländern beizutragen.

Im Rahmen der Reform der Gemeinsamen Weinmarktordnung¹⁰ (GMO-Wein) haben die Mitgliedstaaten Gemeinschaftsmittel zur Durchführung¹¹ eines nationalen Stützungsprogramms erhalten, mit denen Anpassungen des Weinsektors an die geänderten Rahmenbedingungen und Marktverhältnisse flankiert werden können. Das Land Rheinland-Pfalz bietet dem Weinsektor die Maßnahmen der Umstrukturierung von Rebflächen, die Investition, das Drittlandsmarketing sowie die Unterstützung der Hagelversicherung an.

¹⁰ Grundverordnungen: VO (EG) Nr. 491/2009 des Rates vom 25. Mai 2009 zur Änderung der VO (EG) Nr. 1234/2007 über eine gemeinsame Organisation der Agrarmärkte

¹¹ Durchführungsverordnung: VO (EG) Nr. 555/2008 der Kommission vom 27.06.2008 mit Durchführungsbestimmungen zur VO (EG) Nr. 479/2008 des Rates über die gemeinsame Marktorganisation für Wein hinsichtlich der Stützungsprogramme

Deutschland erhält an EU Mitteln für sein Nationales Stützungsprogramm (NSP) in den kommenden Jahren folgende Beträge:

Fördermaßnahme		2009	2010	2011	2012	2013	ab 2014
Nationales Stützungsprogramm	1.000 Euro	22.891	30.963	32.190	39.341	38.867	38.895

Tabelle 8.9

Förderung des Weinsektors durch das Nationale Stützungsprogramm

Für Rheinland-Pfalz stehen somit zwischen 2009 und 2013 rund 100 Mio. € bereit.

8.8.1.1 Umstrukturierung und Umstellung von Rebflächen

Das mit EU-Mitteln finanzierte Umstrukturierungsprogramm¹² bietet interessierten Weinbaubetrieben eine Möglichkeit, die Rebflächen bei der Wiederbepflanzung optimal auf zukünftige Markterfordernisse auszurichten.

Die Wiederbepflanzung kann in diesem Programm mit allen in Rheinland-Pfalz klassifizierten Rebsorten erfolgen. Für neu aufzubauende Rebflächen gibt es Zuschüsse zwischen 7.000 und 18.500 Euro pro Hektar. Die Höhe des Zuschusses richtet sich nach der Lage der Fläche in Flach-, Steil- oder Steilstlage und nach der Bewirtschaftungsintensität. Dazu kommen weitere 1.500 Euro pro Hektar für Weinberge in Flurbereinigungsverfahren. Zur Flurbereinigung zählen auch Flächen im Freiwilligen Landtausch unter Beteiligung der Flurbereinigungsbehörde.

Alle Flächen ab einer Mindestgröße von 10ar in Flachlagen und 5ar in Steil- und Steilstlagen sind förderfähig, sofern die Fördervoraussetzungen erfüllt sind. Während in Flachlagen Mindestzeilenbreiten vor dem Hintergrund des Produktionspotenzials sowie der Bewirtschaftungsoptimierung vorgeschrieben sind, entfällt dieser Aspekt in Steillagen.

Die antragsbewilligenden Behörden sind die Kreisverwaltungen des Landes Rheinland-Pfalz, die auch über die Förderbedingungen informieren.

¹² Umstrukturierungsmaßnahmen (www.mwvlw.rlp.de Weinbau / Initiativen & Programme)



Abbildung 8.1

Umstrukturierung von Rebflächen in Rheinland-Pfalz insgesamt
Geförderte Flächen und Fördersumme für die Jahre 2005-2009



Abbildung 8.2

Umstrukturierung von Steillagenrebflächen in Rheinland-Pfalz
Geförderte Flächen und Fördersumme für die Jahre 2005-2009

Wichtigstes Ziel der Umstrukturierungsmaßnahmen ist die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Weinerzeuger. Hierfür dürfen bis zu 50% der Kosten einer neuen Rebanlage als Beihilfe gewährt werden. Neben den Erstellungskosten der neuen Rebanlage können auch Einkommenseinbußen, die durch die Maßnahmendurchführung entstehen, in die Ermittlung des Förderbetrages einbezogen werden. Im Antragsjahr 2009/10 können in Abhängigkeit von der beantragten Maßnahme Förderbeträge zwischen 7.000 und 18.500 Euro/ha gewährt werden.

Grundsätzlich gilt, dass die normale Erneuerung ausgedienter Altreblächen nicht unterstützt werden kann.

Mit der 2008 in Kraft getretenen Weinmarktordnung werden einige Bedingungen für die Förderung aufgehoben bzw. vereinfacht. Damit war eine Voraussetzung für die Förderfähigkeit der meisten Neuanlagen gegeben.

Besonders wichtige Besserstellungen sind:

- Freigabe aller klassifizierten Rebsorten für die Pflanzung
- Änderung der Bewirtschaftung kann sowohl durch Rebsorten- als auch durch Unterlagenwechsel erfolgen
- Toleranz bei Mindestzeilenbreiten bei ungünstigem Flächenzuschnitt
- Wegfall der Mindestzeilenanforderung in Steilstlagen ab 50 % Steigung
- Höhere Beihilfe in Steil- und Steilstlagen bereits ab 5 ar
- Höhere Beihilfesätze für Pflanzungen in Flurbereinigungsverfahren
- Neue Maßnahme für extensiv wirtschaftende Winzer
- Verlängerung der Fertigstellungszeit um 2 Monate ohne Bürgschaft

Alle zum Zeitpunkt der Antragstellung in Rheinland-Pfalz klassifizierten Rebsorten¹³ sind förderfähig. Somit besteht die Möglichkeit aus mehr als 100 Rebsorten die, für den Standort und die betrieblichen Gegebenheiten passende, auszuwählen. Die Auswahl der Unterlage muss derzeit aus 15 klassifizierten Unterlagssorten erfolgen. Nicht förderfähig bleibt die Verwendung der Unterlage 26G oder eine Pflanzung mit wurzelechten Reben.

Grundsätzlich muss eine Neuanlage als Drahtrahmenanlage erstellt werden. Lediglich in Steilstlagen können daneben noch die Erziehungsarten Umkehr-, Vertiko- und Trierer- Rad-Erziehung gewählt werden.

Für die Erstellung einer extensiv zu bewirtschaftenden Anlage sind neben der Drahtrahmenerziehung auch Eindrahterziehung und alle Minimalschnittsysteme erlaubt.

¹³ § 4a der Landes-VO zur Durchführung des Weinrechts

Im Jahr 2009/2010 werden folgende Maßnahmen zur Umstrukturierung und Umstellung von Rebflächen an die sich ändernden Klimabedingungen angeboten:

Maßnahme 31:	Euro/ha
Verbesserung der Bewirtschaftung durch Erstellung einer modernen Drahtrahmenanlage in Flachlagen mit Anpassung der Edelreis-/Unterlagenkombination	9.000
Maßnahme 32:	
Verbesserung der Bewirtschaftung durch Erstellung einer modernen Drahtrahmenanlage in Steillagen mit Anpassung der Edelreis-/Unterlagenkombination	15.000
Maßnahme 34:	
Verbesserung der Bewirtschaftung durch Erstellung einer modernen Weinbergsanlage in Steilst- und Terrassenlagen mit Anpassung der Edelreis-/Unterlagenkombination	17.000
Maßnahme 33:	
Verbesserung der Bewirtschaftung durch Erstellung einer modernen, extensiv zu bewirtschaftenden Rebanlage mit Anpassung der Edelreis-/Unterlagenkombination	7.000
Maßnahme 41:	
Verbesserung der Bewirtschaftung durch Erstellung einer modernen Drahtrahmenanlage in Flachlagen mit Anpassung der Edelreis-/Unterlagenkombination nach durchgeführter Bodenordnung	10.500
Maßnahme 42:	
Verbesserung der Bewirtschaftung durch Erstellung einer modernen Drahtrahmenanlage in Steillagen mit Anpassung der Edelreis-/Unterlagenkombination nach durchgeführter Bodenordnung	16.500
Maßnahme 44:	
Verbesserung der Bewirtschaftung durch Erstellung einer modernen Weinbergsanlage in Steilst- und Terrassenlagen mit Anpassung der Edelreis-/Unterlagenkombination nach durchgeführter Bodenordnung	18.500
Maßnahme 43:	
Verbesserung der Bewirtschaftung durch Erstellung einer modernen, extensiv zu bewirtschaftenden Rebanlage mit Anpassung der Edelreis-/Unterlagenkombination nach durchgeführter Bodenordnung	8.500

Tabelle 8. 10

Förderung von Maßnahmen zur Umstrukturierung und Umstellung von Rebflächen an die sich ändernden Klimabedingungen

8.8.1.2 Investitionen in Verarbeitungseinrichtungen, in Infrastrukturen von Weinbaubetrieben und in die Vermarktung von Wein

Seit dem Jahr 2009 werden Maßnahmen zur Verbesserung der Gesamtleistung der Unternehmen des Weinsektors unterstützt. Gefördert werden der Kauf oder Leasingkauf neuer Maschinen und Anlagen, einschließlich Computersoftware, bis zum marktüblichen Wert der Wirtschaftsgüter. Die Investitionen müssen der Erzeugung und/oder Vermarktung der Weinbauerzeugnisse¹⁴ dienen. Bauliche Investitionen werden ebenso wie die Kosten der Entwicklung neuer Erzeugnisse, Verfahren und Techniken (Innovationen) bezuschusst. Gefördert werden Weinbaubetriebe, Erzeugerzusammenschlüsse und Unternehmen der Verarbeitung und Vermarktung, wie zum Beispiel Weinkellereien. Die Weininvestitionsförderung wird unterteilt in so genannte „kleine Investitionen“ und „große Investitionen“. Die Höhe der Zuschüsse liegt zwischen 15 und 40% der förderfähigen Kosten, in der Regel bei 30 %.

Die Einzelheiten zum Förderverfahren sind bei der antragsbewilligenden Behörde dem Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Mosel erhältlich (www.dlr-mosel.rlp.de).

Fördermaßnahme		2005	2006	2007	2008	2009
Technische Investitionen (ohne Gebäude)	Fälle					274
	1.000 Euro					2.076


Table 8.11

Förderung der Technischen Investitionen in Betrieben

8.8.1.3 Absatzförderung auf Drittlandsmärkten

Die Unterstützungsmöglichkeiten zur Absatzförderung auf Drittlandsmärkten können seit dem Jahr 2009 privatwirtschaftliche Unternehmen unabhängig von der Rechtsform, professionelle Marketingorganisationen, anerkannte Erzeuger- und Branchenorganisationen sowie öffentliche Stellen der Weinwirtschaft in Anspruch nehmen. Die Antragsteller müssen ihren Betriebssitz in Rheinland-Pfalz haben und dürfen ausschließlich Weine rheinland-pfälzischen Ursprungs auf Drittlandsmärkten vermarkten oder bewerben. Förderfähig sind Werbemaßnahmen für Qualitäts- und Prädikatsweine, Landweine und Weine mit Rebsortenangabe rheinland-pfälzischer Herkunft. Darunter fallen ebenfalls entsprechende Perl- und Schaumweine.

¹⁴ Erzeugnisse im Sinne von Anhang XIb der VO (EG) Nr. 1234/2007



Unterstützt werden Absatzförderungsmaßnahmen von Anzeigenschaltungen bis Messeauftritte. Hierzu gehören beispielsweise auch Verkaufsveranstaltungen, Aktivitäten zur Produktplatzierung und Imagekampagnen. Ebenfalls förderfähig sind Studien, welche die Marktchancen eines Weines oder einer Produktpalette eines Anbieters in dem betreffenden Markt untersuchen sollen oder die einen Drittlandsmarkt generell auf Absatzchancen für rheinland-pfälzische Weine hin bewerten. Auch Studien, die im Nachhinein den Grad des Erfolgs einer bereits erfolgten Werbemaßnahme überprüfen sollen, sind förderfähig. Schließlich sind Schulungen und Informationsveranstaltungen für Multiplikatoren wie Importeure oder Händler förderfähig, die Wissen über rheinland-pfälzische Weine vermitteln oder deren Vorzüge herausstellen. Diese Schulungen können sowohl vor Ort in einem Drittlandsmarkt erfolgen, als auch mit den Vertriebspartnern als Informationsreise in den rheinland-pfälzischen Weinanbaugebieten selbst stattfinden.

Die Zuwendungsempfänger müssen einen verbindlichen Marketingplan mit Maßnahmen und einer Laufzeit von maximal 36 Monaten für einen definierten Drittlandsmarkt vorlegen. Eine Beihilfe wird je nach Unternehmensgröße in Höhe von bis zu 50 Prozent der förderfähigen Aufwendungen gewährt. Die EU-Vorgaben sehen für kleinere Unternehmen eine begünstigte Förderung vor.

Grundsätzlich sind Maßnahmen in allen Nicht-EU-Ländern (Drittländern) förderfähig, jedoch wird hier weiter in „empfohlene Zielmärkte“¹⁵ und „sonstige Märkte“ differenziert. Letztere unterliegen einem um 25 % reduzierten Fördersatz.

Die förderfähigen Unternehmen werden des Weiteren in Marketingorganisationen und privatwirtschaftliche Unternehmen eingeteilt. Zu den Marketingorganisationen gehören beispielsweise die rheinland-pfälzischen Gebietsweinwerbungen, Branchenvereine und Dienstleistungsagenturen der Weinwirtschaft. Sie unterliegen nicht der Größeneinteilung der privatwirtschaftlichen Unternehmen und erhalten einen Fördersatz von bis zu 50 %. Zu den Erzeugerbetrieben und deren Zusammenschlüsse, wie Erzeugergemeinschaften zählen auch Unternehmen der Verarbeitung und Vermarktung (Handelskellereien).

Seit dem 01. Mai 2010 werden die Anträge bei der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) bearbeitet (www.isb.rlp.de).

8.8.1.4 Ernteversicherung

Aus diesem EU-Programm können seit dem Jahr 2010 Winzer, die das Ernterisiko durch den Abschluss einer Hagelversicherung für ihre bestockten Rebflächen mindern wollen, eine Unterstützung erhalten.

Die Höhe der Unterstützung beträgt 50 Euro je Hektar, aber höchstens 50 % der tatsächlichen Kosten.

Die Abwicklung (Antragstellung und Bescheidung) der Fördermaßnahme erfolgt durch die für den Betriebssitz zuständige Kreisverwaltung.

¹⁵ Empfohlene Zielmärkte: USA, Kanada, Norwegen, Schweiz, Russland, China, Indien, Südkorea und Japan

8.8.2 Rodungsprogramm

Letztmalig im Weinwirtschaftsjahr 2010/2011 werden von der Europäischen Union im Rahmen ihres Rodungsprogramms Prämien für die Rodung von Weinbergsflächen gewährt. Das Pflanzrecht von mit diesem Programm geförderten Rebflächen verfällt. Es kann nicht veräußert werden!

Anträge können für alle Rebflächen in Flach- und Steillagen gestellt werden. Es können auch Prämien für Teilflächen eines Betriebs im Umfang von mindestens 10 Ar gewährt werden. Ausgeschlossen sind Rebflächen, die nach dem Jahr 2000 gepflanzt und Rebflächen, die bisher nicht ordnungsgemäß bewirtschaftet wurden. Die Prämie wird nur dann gewährt, wenn der Weinberg vollständig geräumt wird. Die Stöcke müssen aus dem Boden entfernt und das Rebholz zerkleinert oder von der Anlage geräumt sein. Die Rodung muss bis zum 31. Juli 2011 abgeschlossen sein.

Die Höhe der Prämie richtet sich nach dem Durchschnittsertrag des Betriebes und kann bis zu 12.300 Euro pro Hektar betragen.

Die Anträge sind bei den Dienstleistungszentren Ländlicher Raum (DLR) erhältlich und werden dort auch bearbeitet (www.dlr.rlp.de).

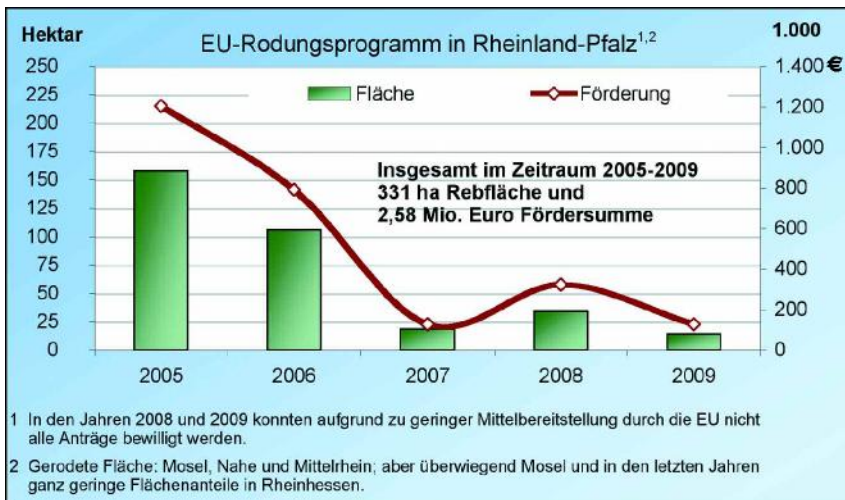


Abbildung 8.3

EU-Rodungsprogramm in Rheinland-Pfalz
Gerodete Flächen und Fördersumme für die Jahre 2005-2009

Wichtigstes Ziel dieses Programms¹⁶ ist die Anpassung der Weinproduktion in der EU an die Nachfrage. Daneben soll ein Anreiz geschaffen werden, unrentierliche und schwer zu bewirtschaftende Rebflächen zu roden. Die Pflanzrechte der gerodeten Flächen verfallen und können nicht anderweitig genutzt werden. Damit wird die Produktionsflächenverringerung um die gerodete Fläche sichergestellt. Das Programm läuft allerdings mit der letztmaligen Antragstellung 2010 aus.

8.9 Beratungsringe im Weinbau

Beratungsleistungen, die überwiegend im einzelbetrieblichen Interesse des Beratungskunden liegen, sollen auch zukünftig verstärkt durch private Beratungsanbieter wahrgenommen werden. Das Land fördert die durch anerkannte Beratungsanbieter erbrachten Beratungsleistungen¹⁷ im Rahmen der Förderung der privaten Beratung mit Landesmitteln. Interessierte Beratungsanbieter für Landwirtschaft, Weinbau und Gartenbau können sich für vom Land geförderte Beratungsangebote in landwirtschaftlichen Betrieben der Primärproduktion vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau in Mainz anerkennen lassen.

¹⁶ Das EU-Programm wird aktuell auf der Grundlage der Verordnung (EG) Nr.1234/2007 angeboten und abgewickelt.

¹⁷ Die Projektförderung für die private Beratung in der Landwirtschaft wurde bei der EU-Kommission in Brüssel als Fördermaßnahme nach Artikel 15 (2) VO (EG) Nr. 1857/2006 unter der Nr. XA262/2007 notifiziert.

Fördermaßnahme		2005	2006	2007	2008	2009
Private Beratung im Weinbau ¹	Fälle 1.000 Euro	244	280	274	427 162	338 141

¹ Verwaltungsvorschrift des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau vom 20. Dezember 2007

Tabelle 8.12

Förderung der privaten Beratung im Weinbau

8.10 Zusammenfassung der Fördermaßnahmen

Die unmittelbar dem Weinbau und der Weinwirtschaft zugutekommenden Fördermaßnahmen belaufen sich auf eine jährliche Unterstützung des Sektors von rund 30 Mio. Euro. Über 20 Mio. Euro fließen dabei in flächenbezogene Maßnahmen wie die Umstrukturierung von Rebflächen, die Bodenordnung oder den biotechnischen Pflanzenschutz. Die flächenbezogene Förderung fließt zu etwa einem Drittel in die Steillagenregionen und unterstreicht die Anstrengungen des Landes den Weinbau in den Steillagen durch entsprechende Bewirtschaftungszuschüsse zu erhalten.

Während alle Maßnahmen zusammen einen landesweiten Förderbetrag von rund 450-500 Euro je Hektar Ertragsrebfläche ergeben, können in Steilstlagen bis zu 2.500 Euro an Prämie erreicht werden.

Gemessen an der durchschnittlichen Marktleistung eines Fassweinerzeugers von 6-7.000 Euro je Hektar liegt das Protektionsniveau des Weinbaus bei 7-8 % und damit bei rund der Hälfte der allgemeinen Landwirtschaft.

Durch die Maßnahmen zur Marktstrukturverbesserung werden Betriebe der Erzeugung und Vermarktung und somit auch Handelskellereien unterstützt (ca. 2,5 Mio. Euro), um den Absatz rheinland-pfälzischer Weine national wie international zu fördern. Etwa 3 Mio. Euro fließen mit den einzelbetrieblichen Investitionsmaßnahmen, die ausschließlich den Weinbaubetrieben zur Verfügung stehen in diesen Sektor.

Abgelöst wurde die Investitionsförderung nach der ELER Verordnung durch die Maßnahmen der Weinmarktordnung, die ein Fördervolumen von rund 6 bis 9 Mio. Euro in die Branche transferieren und somit die Wettbewerbserhaltung und Einkommenssicherung verbessern helfen.

wesentliche Fördermaßnahmen des Landes im Weinsektor		2005	2006	2007	2008	2009
Weinbergsfurbbereinigung	1.000 Euro	5.566	6.777	5.978	5.406	5.416
- davon in Weinbausteillagengebieten	1.000 Euro	4.016	4.289	3.950	3.609	3.399
Niederlassungsprämie im Weinbau	1.000 Euro	160	180	180	330	410
Steillagenförderung						
- davon Bewirtschaftungszuschüsse	1.000 Euro	2.874	2.819	2.919	2.975	2.607
Biotechnische Pflanzenschutzverfahren	1.000 Euro	6.362	6.339	6.131	5.034	4.995
Umweltschonende Wirtschaftsweise im Weinbau	1.000 Euro	479	426	255	275	258
Einzelbetriebliche Investitionsförderung im Weinbau	1.000 Euro	3.870	3.520	3.400	5.860	2.540
Förderung von Investitionen zur Diversifizierung	1.000 Euro	482	528	566	784	556
Marktstrukturverbesserung im Weinsektor	<i>Auszahlung</i>					
- insgesamt	1.000 Euro	1.273	3.004	991	2.814	2.664
- davon anerkannte Erzeugerzusammenschlüsse	1.000 Euro	1.144	2.843	941	801	1.895
EU-Weinmarktordnung - Nationales Stützungsprogramm						
Umstrukturierung	1.000 Euro	7.655	4.406	5.475	10.582	7.977
- davon Steillagen	1.000 Euro	699	486	620	746	688
Technische Investitionen (ohne Gebäude)	1.000 Euro					2.076
Absatzförderung auf Drittlandsmärkten	1.000 Euro					0
Hagelversicherung	1.000 Euro					
Endgültige Aufgabe von Rebflächen	1.000 Euro	1.205	792	128	322	108
Private Beratung im Weinbau	1.000 Euro	244	280	274	162	141
Förderung insgesamt	1.000 Euro	30.170	29.071	26.298	34.544	29.749
- je Hektar bestockter Rebfläche	Euro	474	457	413	540	465
- davon flächenbezogen	1.000 Euro	24.141	21.559	20.887	24.593	21.361
- davon in Steillagen	1.000 Euro	8.795	8.386	7.617	7.651	6.802
- davon betriebsbezogen	1.000 Euro	6.029	7.512	5.411	9.951	8.387
- davon nach WMO	1.000 Euro	7.655	4.406	5.475	10.582	10.053

Tabelle 8.13

Zusammenfassung der wesentlichen Förderungen im Weinbau

9 WEIN UND TOURISMUS

Zusammenfassung

- Synergieeffekte von Wein und Tourismus in Rheinland-Pfalz sind unbestritten; Wein ist ein wesentliches touristisches Alleinstellungsmerkmal im Lande.
- Der Tourismus sichert rund jeden 10. Arbeitsplatz im Lande und trägt mit ca. 8% zum Bruttoinlandsprodukt bei.
- Das Gäste- und Übernachtungsaufkommen ist weitestgehend stabil.
- Rheinland-Pfalz ist eine Kurzurlaubsregion, 75 % der Gäste kommen vorwiegend aus benachbarten Bundesländern. Von den ausländischen Besuchern kommt der größte Teil aus Belgien und den Niederlanden.
- Drei Viertel des Gästeaufkommens konzentriert sich auf die Städte und Regionen, in denen verstärkt Weinbau betrieben wird.
- Das Durchschnittsalter der Touristen liegt bei knapp über 50 Jahren. Diese Zielgruppe zählt zu den einkommensstärksten und hat eine hohe Affinität zu deutschen Weinen.
- Die Weingüter profitieren direkt und indirekt von den Besuchern des Landes. Schätzungsweise 0,5 Mio. Hektoliter Wein mit einem Wert von rund 200 Mio. Euro können unmittelbar aus dem Touristikgeschäft generiert werden.
- Der Gastronomie kommt als Absatzmittler ebenfalls eine Schlüsselrolle in der Weinvermarktung zu.

Es ist unbestritten, dass der Tourismus zu einem großen Teil von der Attraktivität der Kulturlandschaften des Landes - insbesondere dem Weinbau - profitiert. Weinbau und Tourismus sind zwei untrennbar miteinander verbundene Wirtschaftsbereiche.

Die weinbaulich geprägten Urlaubsregionen in Rheinland-Pfalz, die am häufigsten frequentiert werden sind neben der Mosel das Rheintal sowie die Pfalz. Diese kulturlandschaftlich durch den Weinbau geprägten Landesteile ziehen Jahr für Jahr viele Besucher für Tagesausflüge oder Kurzurlaube ins Land. Neben dem Erholungswert einer Reise sind es die landschaftlichen Attraktionen des Landes, aber auch das Thema Wein, die die Besucher begeistert. Hervorzuheben sind hier zahlreiche Kulturgüter vergangener Epochen und kulturelle Angebote, die reizvolle und sehr abwechslungsreiche Landschaft mit unzähligen Naturerlebnissen, das gastronomische Angebot und viele Freizeitmöglichkeiten. Neben dem Thema Wein steht Rheinland-Pfalz insbesondere in den Bereichen Wandern, Radwandern und Gesundheit bei seinen Gästen ganz oben.

Die Gäste des Landes erwartet eine moderne in die Landschaft integrierte Infrastruktur an Wander- und Radwegen. Seit vielen Jahren werden zahlreiche Anstrengungen unternommen, das Rad- und Wanderwegenetz weiter auszubauen und den Ansprüchen eines modernen Tourismus anzupassen.



Abbildung 9.1

Weinkulturlandschaft Nahe

Quelle: Rheinland-Pfalz Touristik GmbH

Weingüter mit Direktvermarktung, Gastronomie und Übernachtungsmöglichkeiten zählen zu den beliebten Freizeitdestinationen der Urlauber. Aus dem Tourismus ziehen insbesondere die Weinbaubetriebe Vorteile, da Urlaub, sei es ein Kurzurlaub oder ein längerer Aufenthalt in den Tourismusregionen des Landes, grundsätzlich mit Entspannung und Genuss und im weiteren Sinne auch mit Weinkonsum einhergeht.

9.1 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Rheinland-Pfalz

Der Tourismus präsentiert sich seit Jahren als stabiler Wirtschaftsfaktor im Lande und ist zu einem der wichtigsten Wirtschaftsbereiche und Erwerbsfelder herangewachsen. Jeder zehnte Arbeitsplatz in Rheinland-Pfalz hängt vom Tourismus¹ ab; insgesamt finden mehr als 190.000 Erwerbstätige direkt oder indirekt in der Tourismusbranche eine Beschäftigung.

Zur touristischen Infrastruktur in Rheinland-Pfalz zählen unter anderem über 3.600 Übernachtungsbetriebe mit ca. 152.000 Betten. Hinzu kommen weitere 36.000 Betten in Kleinbetrieben, wie Bauern- und Winzerhöfen.

Mit einem jährlichen Umsatzvolumen von rund 6,2 Milliarden Euro zählt der Tourismus zu den umsatzstärksten Wirtschaftszweigen und trägt zu ca. 8 % zum rheinland-pfälzischen Bruttoinlandsprodukt bei. Neben Hotellerie und Gastronomie profitieren der Einzelhandel, Dienstleistungsunternehmen und weitere Wirtschaftszweige u.a. der Weinbau von der touristischen Nachfrage. Gleichzeitig lenkt er kaufkräftige Nachfrage und Investitionen in strukturschwächere Regionen.

¹ Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz, Tourismusstrategie 2015

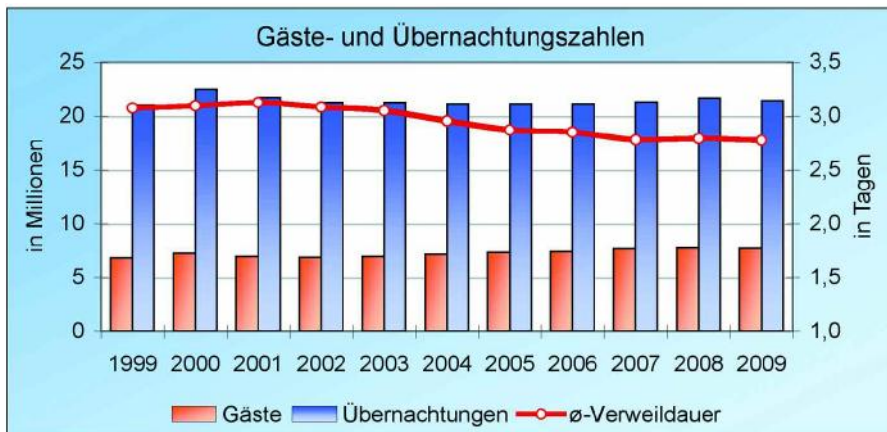


Abbildung 9,2

Gäste und Übernachtungszahlen in Rheinland-Pfalz

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Tourismus 2009 vom 25.2.2010

Im Jahr 2009 wurden rund 7,72 Mio. Übernachtungsgäste² in den rheinland-pfälzischen Urlaubs- und Freizeitdestinationen registriert. Trotz Wirtschafts- und Finanzkrise fiel der Rückgang um 0,5 % gegenüber dem Vorjahr nur sehr verhalten aus. Die insgesamt 21,42 Mio. Übernachtungen, das entspricht einer mittleren Aufenthaltsdauer der Touristen von rund 3 Tagen in den jeweiligen Regionen, sind ein Beleg für die hohe Attraktivität des Landes aus Sicht der Urlauber.

Die Gästezahlen haben sich in den vergangenen 10 Jahren tendenziell positiv entwickelt. Eher Stagnation verzeichnen, wenn auch mit leichten Schwankungen, die Übernachtungszahlen, woraus eine sinkende durchschnittliche Verweildauer der Gäste im Lande resultiert, insgesamt kommen demnach mehr Gäste nach Rheinland-Pfalz.

Rund 75 % der Gäste kommen aus den Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Hessen. Die ausländischen Besucher stammen vorwiegend aus den nahe gelegenen Niederlanden und Belgien sowie aus den USA und Großbritannien. Die gute Erreichbarkeit der rheinland-pfälzischen Ferienregionen über ein gut ausgebautes Straßenverkehrsnetz – immerhin reisen drei Viertel der Gäste mit dem PKW an – über die Schiene und auch über den Flughafen Hahn dürfte sich als stabilisierender Faktor erweisen.

² Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Tourismus 2009 vom 25.2.2009

Sechs der insgesamt neun Tourismusregionen in Rheinland-Pfalz sind stark weinbaulich geprägt, was den Weinbau als touristisches Alleinstellungsmerkmal des Landes unterstreicht. Zahlreiche Touristen nutzen einen Kurzaufenthalt im Lande, um auch die Vorzüge der Weine in den Regionen kennen zu lernen und Weine einzukaufen.



Abbildung 9.3
Weinbauggebiete und Tourismusregionen

Quelle: Europäisches Tourismusinstitut, Rheinland-Pfalz im Meinungsbild der Weininteressierten 2009

Das Gästeaufkommen³ im Lande konzentriert sich zu einem bedeutenden Teil auf die Regionen, in denen auch Wein angebaut wird. An der Spitze der Weinregionen mit ca. 27 % des Besucheraufkommens liegt das Moseltal, gefolgt von der Pfalz und dem Mittelrhein.

Tourismusorganisationen in Rheinland-Pfalz

1. Ahr - Ahr Rhein Eifel Tourismus & Service GmbH - www.ahr-rhein-eifel.de
2. Eifel - Eifel Tourismus GmbH - www.eifel.info
3. Hunsrück - Hunsrück-Touristik GmbH - www.hunsruecktouristik.de
4. Mosel/Saar - Mosellandtouristik GmbH - www.mosellandtouristik.de
5. Naheland - Naheland-Touristik GmbH - www.naheland.net
6. Pfalz - Pfalz.Touristik e.V. - www.pfalz-touristik.de
7. Rheinhessen - Rheinhessen-Touristik GmbH - www.rheinhessen.info
8. Rheintal - Romantischer Rhein Tourismus GmbH - www.romantischer-rhein.de
9. Westerwald/Lahn - Westerwald Touristik-Service - www.westerwald.info
10. Rheinland-Pfalz Touristik GmbH - www.rlp-info.de

³ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Statistische Monatshefte - Tourismus, 01 2009



Abbildung 9.4

Gästeaufkommen in den Tourismusregionen

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Tourismus 2009

9.2 Bedeutung des Tourismus für die Weinvermarktung

Nachfolgend wird die Beziehung zwischen Wein und Tourismus aus der Perspektive der Auswirkungen auf den Weinkonsums allgemein dargestellt, hinsichtlich seiner Bedeutung für die Weinerzeuger in Rheinland-Pfalz differenzierter analysiert und einer Bewertung in Bezug auf die Wichtigkeit dieses Wirtschaftszweiges sowie seiner potenziellen Attraktivität im Zusammenhang mit dem Tourismus unterzogen. Vor dem Hintergrund, dass etwa ein Viertel der deutschen Weine direkt beim Winzer eingekauft wird und dass dies weintouristisch häufig mit einem Besuch der Weinbaugebiete des Landes verknüpft wird, kommt dem Tourismus in Rheinland-Pfalz eine Schlüsselstellung im Weineinkauf zu.

In Deutschland werden jährlich rund 20 Mio. Hektoliter Wein und Sekt konsumiert. Das Stillweinvolumen (einschließlich Perlwein) beträgt ca. 17 Mio. Hektoliter. Der Marktanteil deutscher Weine liegt mengenmäßig bei etwa 48 %, die wiederum zu rund 25 % direkt vom Erzeuger bezogen werden. Der Anteil von Weißweinen rangiert seit Jahren bei rund 40%, der der Rotweine bei rund 50 %.

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Wein und Sekt unterliegt statistisch betrachtet einer beachtlichen Schwankungsbreite, er beträgt durchschnittlich pro Kopf und Jahr etwas über 24 Liter. Davon entfallen bei leicht rückläufiger Tendenz etwa 3,9 Liter auf Schaumweine und Sekt und mit steigender Tendenz ca. 20,2 Liter auf Wein und Perlwein.

Der Weinmarkt Deutschland wächst seit Jahren mit leichten Schwankungen um 1-2 % jährlich. Seit dem Jahr 2008 ist erstmals seit langer Zeit eine Stagnation bzw. ein leichter Rückgang zu beobachten gewesen, die zum überwiegenden Teil der weltweiten Wirtschaftskrise geschuldet sein dürfte. Gute Wachstumsraten in der Vergangenheit verzeichneten Weine aus der „Neuen Welt“ und Spanien. Heimische Weine wuchsen überproportional im Rotweinsektor, vorwiegend durch Verdrängung französischer und italienischer Rotweine im Preiseinsteigssegment. In jüngster Zeit zeichnet sich eine Erholung im Weißweibereich ab, wengleich nicht von einer Trendumkehr in diesem Sektor gesprochen werden kann.

Aus Sicht der Verbrauchermarktforschung kann festgehalten werden, dass 18 % der Bevölkerung rund 66 % des Weinkonsums ausmachen. Etwa 29 % der Bevölkerung trinkt keinen Wein. Im Umkehrschluss deutet das auf einen tatsächlichen Pro-Kopf-Verbrauch der Weinkonsumenten von rund 35 Liter hin. Intensivkonsumenten trinken jährlich knapp 90 Liter. Intensivstkonsumenten (8 % der Bevölkerung), die mehrmals wöchentlich Wein trinken (38 % des gesamten Weinkonsums in Deutschland), erreichen sogar einen durchschnittlichen Verzehr von rund 102 Liter im Jahr.

Deutschland (2009)		
Bevölkerung¹	in Mio.	81,88
Weinkonsum	Mio. hl	16,5
Sektikonsum	Mio. hl	3,2
Wein und Sekt Gesamt	Mio. hl	19,7
Käuferreichweite² in Prozent der Gesamtbevölkerung		71%
	in Mio.	58,136 Weintrinker
Wein und Sekt Gesamt	Mio. hl	20,1
		34,6 Liter Pro-Kopf
Intensivkonsumenten²		18% der Bevölkerung
	in Mio.	14,739
		66% des Weinkonsums
	Mio. hl	13,2
		89,3 Liter Pro-Kopf
übrige Weintrinker²		53% der Bevölkerung
	in Mio.	43,398
		35% des Weinkonsums
	Mio. hl	6,9
		16,0 Liter Pro-Kopf
Nicht-Weintrinker		29% der Bevölkerung

Tabelle 9.1

Wein- und Sektmarkt in Deutschland im Jahre 2009

Quellen: Statistisches Bundesamt und Forschungsanstalt Geisenheim Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung, Markenstudie 2009

Mangels aktuellerer Segmentierungen des Weinmarktes nach Lebenswelten⁴ oder Lebensstilen wird in der nachfolgenden Kommentierung der relevanten Weinzielgruppen eine Anlehnung auf zurückliegende Strukturierungsversuche vorgenommen. Wesentliche Merkmale der Konsumentensegmentierung sind deren sozialer Status (Unterschicht - Oberschicht) sowie deren Werteorientierung (traditionell - modern).

Es lassen sich vier klassische Zielgruppen ableiten:

- A. Konservativ gehobenes Segment
- B. International modernes (gehobenes) Segment
- C. Bürgerlich traditionelles Segment
- D. Neuzeitliches Segment (mainstream)

Die beiden traditionellen Segmente, die gegenwärtig etwa 25 % der Gesamtbevölkerung ausmachen, sind in den vergangenen 10 Jahren hinsichtlich des Weinkonsums um rund die Hälfte geschrumpft. Weinwachstum findet zukünftig fast ausschließlich in den beiden modernen Segmenten statt. Ein Trend, der sich auch weiterhin fortsetzen dürfte, insbesondere wenn man berücksichtigt, dass vorwiegend ältere Menschen deutschen Wein trinken und jüngere Zielgruppen wesentlich experimentierfreudiger sind und auch in der Einkaufsstättenwahl weniger stark den Direkteinkauf favorisieren.

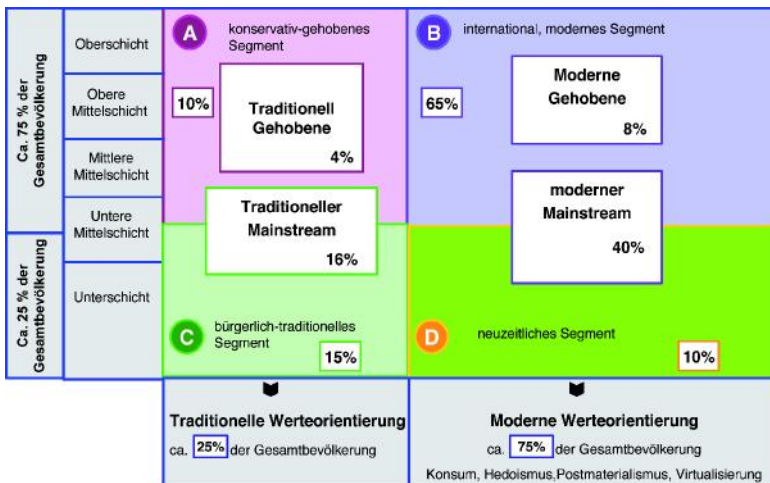


Abbildung 9.5
Weinzielgruppen nach SINUS-Lebenswelten 2002

Quelle: SINUS Sociovision, Heidelberg 2002

⁴ Vor dem Hintergrund der Image-Verbesserung und Neupositionierung deutscher Weine unter anderem im Lebensmittelhandel wurden im Auftrag des Deutschen Weininstituts 1992 und 2002 von dem SINUS-Sociovision Marktforschungsinstitut, Heidelberg die Lebenswelten der Weinkonsumenten in Deutschland untersucht.

Das in Bezug auf den Weinkonsum attraktivste Segment ist dieser Studie zufolge das der „Modern Gehobenen“. In dieser Zielgruppe findet ein harter internationaler Wettbewerb statt, der vor allem die jüngeren Zielgruppen mit ihrer offenen Werteorientierung zum Thema Wein im Fokus hat. Am wachstumsstärksten wird der „moderne Mainstream“ eingeschätzt. Die Segmente der Traditionalisten dürften in den vergangenen Jahren weiter geschrumpft sein. Damit verändern sich Zielgruppen und Zielmärkte auch hinsichtlich der Einkaufs- und Konsumgewohnheiten. Dies wird aus weinwirtschaftlicher Sicht insbesondere den Direkteinkauf im Weingut vor die Frage stellen, wie deren Wein zu den Konsumenten gelangt. Zu den Marketingherausforderungen auf dieser Ebene zählen neben dem Kennenlernen der heimischen Produkte und Regionen auch moderne Formen der Weinbestellung und Verfügbarkeit, beispielsweise über das Internet sowie ein zeitnahe Lieferservice. Den Absatzmittlern Fachhandel und Gastronomie kommt hierbei eine neue Aufgabe außerhalb der Anbaugebiete zu.

	Kurzurlauber	Tagestouristen	
A. Nettoumsatz	1,56 Mrd. €	4,63	Mrd. €
B. Anzahl an Touristen Übernachtungen	7,72 Mio. 21,40 Mio.	190	Mio.
- davon in Weinregionen	15,98 Mio.	75%	
- davon anteilig			
C. durchschnittlicher Tagesumsatz	72,90 €/Tag	24,37	€/Tag
D. Weinkonsum	<u>Schätzungen</u>		
	nur Einkauf	Einkauf	Konsum vor Ort
Anteil Weinkonsumenten	71%	71%	
Anteil freiverfügbares Einkommen für Weineinkauf	3,0% 1)	1,5%	
Anteil der potenzieller Weinkonsumenteneinkäufer	8,47 Mio.	101,18 Mio.	
- davon trinkt jeder 2. ein Glas Wein (A.n.)			50,59 Mio.
- davon reisen 75% mit dem Auto an	6,35 Mio.		
Konsumintensitäten			
- Intensivkonsumenten	89,3 Liter/Kopf		
- Normalkonsumenten	34,6 Liter/Kopf		
Faktor²	2,6		
E. <u>Schätzungen</u>			
Ausgaben für Weinkonsum	48,02 Mio. €	36,98 Mio. €	19,40 Mio. €
- Konsum/Einkauf je Tourist	4,00 Flasche €/Liter	4,00 Flasche €/Liter	0,20 Liter-Glas €/0,2 Liter
- Gesamtkonsum/Einkauf	309.865 Hektoliter	92.455 Hektoliter	101.175 Hektoliter
Geschätzter unmittelbarer touristischer Weinabsatz	ca. 300.000 hl	ca. 200.000 hl	

- 1) Das für Weineinkauf zur Verfügung stehende freie Haushaltseinkommen liegt bei 1,5%, Verdoppelung aufgrund soziodemografischer Gegebenheiten (Durchschnittsalter, Einkommen etc.).
2) Aufgrund der Konsum- und Einkaufsgewohnheiten (höherer Direkteinkaufanteil) wird mit ca. 2,6-fachen eines Normalkonsumenten hochgerechnet.

Tabelle 9.2

Schätzung des unmittelbaren touristischen Weinabsatzes

Quelle: Eigene Berechnungen

Die nachfolgenden Schätzungen des unmittelbar dem Tourismus zuzurechnenden Weinabsatzes basieren auf dem Touristenaufkommen, soziodemografischen Parametern sowie der Konsumintensitäten der Besucher des Landes und der Annahme, dass überwiegend rheinland-pfälzischer Wein konsumiert wird. Vom Netto-Jahresumsatz der Tourismusbranche entfällt etwa ein Viertel auf den Übernachtungstourismus. Rund ein Drittel der touristischen Ausgaben (ca. 2,1 Mrd. Euro) entfällt auf „Einkäufe sonstiger Waren“ worunter auch Wein zu zählen ist. Deutschlandweit wird Wein in einem Umfang von rund 1,5 % des frei verfügbaren Einkommens nachgefragt. Bezogen auf die touristischen Ausgaben entspräche dies einem Wert von 31,5 Mio. Euro. Beim Direkteinkauf und in den Weinbaugebieten dürfte dieser Wert jedoch zum Teil deutlich höher liegen.

Annahme

- Von den Kurzurlaubern besuchen rund 75 % die Weinbauregionen, im Mittel sind rund 71 % den Weinkonsumenten zuzuordnen. Setzen diese 3 % ihres Urlaubsbudgets für Wein ein und zählt man diese Urlauber eher zu den Intensivkonsumenten, dann würde hieraus ein geschätzter Weinabsatz von ca. 300.000 Hektolitern resultieren.

Annahme

- Von den Tagesgästen besuchen rund 75 % die Weinbauregionen, im Mittel sind rund 71 % den Weinkonsumenten zuzuordnen. Setzen diese 1,5 % ihres Reisebudgets für Weinkonsum ein und würde gleichzeitig jeder 2. dieser Tagesgäste 1 Glas Wein (0,2 Liter) trinken entspräche dies einem Gesamtkonsum von rund 100.000 Hektoliter pro Jahr. Durch den direkten Weineinkauf würde sich diese Menge auf schätzungsweise 200.000 Hektoliter verdoppeln.

Schätzung

- Durch den unmittelbaren Konsum und Einkauf von Wein durch die Urlauber und Tagestouristen werden rund 500.000 Hektoliter Wein abgesetzt. Unter der Annahme, dass überwiegend heimische Produkte nachgefragt werden, entspricht dies rund 8 % einer durchschnittlichen rheinland-pfälzischen Weinernte. Bewertet mit einem mittleren Verkaufspreis ab Weingut von 4 Euro/Liter resultiert hieraus ein Umsatzvolumen von ca. 200 Mio. Euro/Jahr.

Zusammenfassend kann auf Basis der zuvor getroffenen Annahmen das unmittelbar dem Tourismus zuzurechnende Absatzvolumen rheinland-pfälzischer Weine vorsichtig optimistisch auf 0,5 Mio. Hektoliter geschätzt werden. Dass hiervon auch mögliche Folgegeschäfte beeinflusst oder beflügelt werden bleibt unberücksichtigt. Eine Quantifizierung dieser Größen ist nur theoretisch möglich. Daher sei an dieser Stelle lediglich auf die Synergiewirkung von Tourismus und Weinbau verwiesen.

Demographische und sozioökonomische Struktur von Touristen und Weinkonsumenten

Überwiegend besuchen ältere Menschen⁵ Rheinland-Pfalz. Das Durchschnittsalter liegt bei 51 Jahren. Deutsche Weine werden vor allem in den Altersgruppen über 50 Jahren („traditionell Gehobene“) nachgefragt. Am höchsten ist der Anteil Deutschwein-Trinker⁶ bei den über 55- und über 65-Jährigen. Hier ist besonders im Direktbezug die Käuferreichweite am ausgeprägtesten.

Wein wird verschiedenen Studien⁷ zufolge mit steigendem Bildungsniveau und Einkommen verstärkt nachgefragt, dies gilt insbesondere für deutsche Weißweine. Höhere Einkommen und somit eine tendenziell höhere Ausgabebereitschaft finden sich vorwiegend bei älteren Angestellten, Beamten und Selbständigen.

Deutsche und somit rheinland-pfälzische Weine sind in den jüngeren Zielgruppen („moderner Mainstream“) unterrepräsentiert (fehlende Internationalität, Imageproblem, Neue-Welt-Effekt, Rotwein usw.). In dieser Zielgruppe ist auch die geringste Bindung zur Urlaubsregion (Herkunft des Weines) festzustellen.

Zu den ausgabefreudigen Berufsgruppen zählen die Angestellten und Selbständigen (zu einem großen Teil „moderne Gehobene“ und „traditionell Gehobene“). Zusammen vereinigen sie rund ein Drittel des Weineinkaufs auf sich und stellen knapp die Hälfte der Besucher/Übernachtungsgäste in Rheinland-Pfalz. Diese Zielgruppe ist hinsichtlich ihrer Ausgabebereitschaft und Werteorientierung kurzfristig von großer Bedeutung. Zukünftig kommt den „modernen Gehobenen“ durch ihre offene Lebenseinstellung und internationale Erfahrung eine Leitbildfunktion zu.

Aus diesen Fakten resultiert ein sich abzeichnendes Überalterungsproblem (traditionell orientierte Zielgruppe) mit der Folge, dass mittelfristig Kundengruppen sowohl für Tourismus als auch für Wein „ausbleiben“. Im Rahmen der Tourismusstrategie⁸ des Landes soll dieser Entwicklung entgegengewirkt werden, um die Attraktivität des Landes insbesondere für jüngere Zielgruppen (moderner Mainstream) mit einer höheren Genuss- und Ausgabebereitschaft zu steigern.

⁵ M. Bahrman, Trier 2002 und Europäisches Tourismusinstitut, Rheinland-Pfalz im Meinungsbild der Weininteressenten, Trier 2009

⁶ Deutsches Weininstitut, Deutscher Wein Markt 1/2004

⁷ Hoffmann, D und Szolnoki, G., Premiumeinkaufsstätten für Wein in Deutschland, Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherbefragung, Geisenheim 2010

⁸ Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz, Tourismusstrategie 2015, Markttrends erkennen, Potenziale nutzen, Mainz 2008

Auch die Direktvermarkter von Wein werden von einer erfolgreichen Umsetzung der touristischen Konzepte profitieren. Zwar werden zukünftig in den Weinregionen des Landes auch jüngere Zielgruppen während ihres Aufenthaltes den Weinkonsum beflügeln, deren Rückkehrbereitschaft in die Region und somit die Kundenbindung und deren Einkaufsverhalten bleiben eine große Herausforderung, auf welche die Weinvermarkter in den kommenden Jahren eine Antwort finden müssen.

In den vergangenen 10 Jahren wurden große Anstrengungen unternommen, um die touristische und gastronomische Infrastruktur sowie die Weinvermarktung zu modernisieren und Zukunftszielgruppen anzupassen. Damit eine zielgruppenspezifische Ausrichtung der Weinvermarktung im Einklang mit dem Tourismus erreicht werden kann, ist eine differenzierte Beschreibung des derzeitigen Einkaufsverhaltens der Touristen vor Ort ebenso notwendig, wie eine detaillierte Betrachtung des Direktvertriebs⁹ in den Weingütern.

⁹ Hoffmann, D und Szolnoki, G., Premiumeinkaufsstätten für Wein in Deutschland, Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherbefragung, Geisenheim 2010

Zusammenfassung

- Für den Weinbereich gibt es in Deutschland nur eine punktuelle universitäre Forschung. Die wissenschaftliche Bearbeitung des Sektors erfolgt in Form angewandter Forschung durch die Einrichtungen der Bundesländer.
- In Rheinland-Pfalz werden mit der Berufsausbildung, der weiterführenden Ausbildung zum Weinbautechniker bis hin zu einem Hochschulabschluss als Bachelor of Science in Weinbau und Oenologie alle Qualifizierungsstufen für im Weinsektor Beschäftigte und Führungskräfte angeboten.
- Die bundesländerübergreifende Koordination der Weinbauforschung wird durch den Forschungsring des Deutschen Weinbaus gewährleistet, der anwendungsorientierte Forschungsprojekte an den öffentlichen Einrichtungen des Weinbaus in den Ländern Baden-Württemberg, Bayern, Hessen und Rheinland-Pfalz finanziert.
- Die Weinbauforschung hat einen hohen Stellenwert in Rheinland-Pfalz und ist landesweit am Weinforschungszentrum des Dienstleistungszentrums Ländlicher Raum in Neustadt a.d.W. angesiedelt.
- Die Dienstleistungszentren des Landes übernehmen zum Teil unterschiedliche regionale und landesweite Aufgaben. Zu den wesentlichen Aufgabenbereichen zählen neben der schulischen Ausbildung (Berufsschule, Fachschule und Technikerschule) das weinbauliche und kellerwirtschaftliche Versuchswesen sowie die Beratung des klein- und mittelständisch strukturierten Weinsektors.
- Die Bodenordnung und die Entwicklung des ländlichen Raums führen Bodenordnungsverfahren mit dem Ziel durch, leistungsfähige Bewirtschaftungseinheiten zu schaffen und somit die Wirtschaftlichkeit in den Betrieben des Agrarsektors zu steigern.
- Das umfassende Beratungsangebot des Landes für den Agrarsektor wird von öffentlichen Einrichtungen, Kammern, Verbänden und privaten Beratungsanbietern abgedeckt.

10.1 Universitäre Ausbildung und Forschung im Agrarsektor

Auf universitärer Ebene existieren Agrarfakultäten an den Hochschulen in Berlin, Bonn, Gießen, Göttingen, Kassel, Halle, Hohenheim, Kiel, München und Rostock. Vor dem Hintergrund rückläufiger Studentenzahlen im Agrarsektor und der Attraktivität des Agrar- und Ernährungsbereichs für Fachbereiche wie Bio- und Umwelttechnologie aber auch Lebensmitteltechnologie bis hin zur Medizin hat die singuläre Bedeutung der Agrar- und Ernährungsforschung an den Universitäten gelitten. Die Universitäten und Forschungseinrichtungen in Deutschland unterliegen somit einem enormen Anpassungsdruck.

Dies führte zu einer umfassenden Evaluierung¹ der genannten Fakultäten mit dem Ziel, dass weniger Hochschulen bei begrenzter Studierendenzahl miteinander im Wettbewerb stehen sollen sowie der Schaffung leistungsfähiger Fachbereiche und der Verbesserung der Wahrnehmung der Agrarwissenschaften in der Öffentlichkeit.

¹ Gutachten des Wissenschaftsrats zur Agrarforschung in Deutschland 2006 (www.wissenschaftsrat.de)

Mit der Erarbeitung von Lösungsansätzen war seit dem Jahr 2004 der Wissenschaftsrat beauftragt, der unter Einbeziehung von Überlegungen zur Reduzierung bzw. Anpassung des Lehr- und Forschungsangebots neben der Beibehaltung von Vollfakultäten eine Clusterbildung mit mehreren Standorten vorschlug, bei denen die kritische Masse zur Abdeckung des gesamten Wissenschaftsspektrums unterschritten war. Die Empfehlungen dieser Kommission liegen seit Ende 2006 vor und haben eine breite Diskussion in der Hochschullandschaft sowie der Agrar- und Ernährungswirtschaft ausgelöst. Zwischenzeitlich haben die vorgeschlagenen und weiteren Lösungsmodelle bereits Einzug in die Hochschullandschaft gefunden. Inwieweit die empfohlenen Umsetzungen erfolgt bzw. noch im Gange sind oder wie die Planungen für die Zukunft aussehen werden, soll für die deutschen Universitätsstandorte nicht weiter erörtert werden.

- Berlin - Humboldt-Universität - www.agrar.hu-berlin.de - Landwirtschaftlich-Gärtnerische Fakultät
- Bonn – Rheinische Friedrich-Wilhelm-Universität - www.lwf.uni-bonn.de - Landwirtschaftliche Fakultät
- Gießen – Justus-Liebig-Universität - www.uni-giessen.de - Fachbereich Agrarwissenschaften, Ökotoxikologie und Umweltmanagement
- Göttingen – Georg-August-Universität - www.uni-goettingen.de - Fakultät für Agrarwissenschaften
- Halle – Martin-Luther-Universität - www.landw.uni-halle.de - Institut für Agrar- und Ernährungswissenschaften
- Hohenheim - www.uni-hohenheim.de - Fakultät Agrarwissenschaften
- Kassel - www.uni-kassel.de/agrar - Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften
- Kiel – Christian-Albrechts-Universität - www.agrar.uni-kiel.de - Agrar- und Ernährungswissenschaftliche Fakultät
- München – Technische Universität - www.wzw.tum.de - Wissenschaftszentrum Weihenstephan für Ernährung, Landnutzung und Umwelt
- Rostock – www.uni-rostock.de - Agrar- und Umweltwissenschaftliche Fakultät

10.2 Hochschulausbildung und Forschung im Weinbau

Deutschlandweit existieren für die Hochschulausbildung, die Forschung und das Versuchswesen im Weinsektor Einrichtungen in den vier Weinbau treibenden Bundesländern Baden-Württemberg, Bayern, Hessen und Rheinland-Pfalz. Zum Teil handelt es sich dabei um Hochschulstudiengänge bzw. Fachbereiche, die den Weinsektor im Fokus haben:

- Heilbronn – Hochschule Heilbronn - www.hs-heilbronn.de/studiengaenge
- Geisenheim – Hochschule Rhein-Main - www.hs-rm.de/ffbg
- Neustadt a.d.W. – Fachhochschule Ludwigshafen – www.dlr-rheinpfalz.rlp.de

Während an der Hochschule Heilbronn der Bachelor-Studiengang Weinbetriebswirtschaft (ca. 25 Studierende jährlich) angeboten wird, betreiben Geisenheim² und Neustadt³ neben der Hochschulausbildung auch Weinbauforschung mit unterschiedlichen Schwerpunkten in Weinbau, Oenologie sowie Betriebs- und Marktwirtschaft. An der Hochschule RheinMain können die Bachelor- und zum Teil Masterstudiengänge in den Fachrichtungen Weinbau und Oenologie, Internationale Weinwirtschaft, sowie Getränketechnologie belegt werden. Etwa 600 Studierende sind gegenwärtig in diesen Studiengängen eingeschrieben.

Der im Jahr 2009 in Rheinland-Pfalz eingerichtete duale Studiengang Weinbau und Oenologie wird von den drei Fachhochschulen Bingen, Kaiserslautern und Ludwigshafen getragen. Der Studiengang ist beim DLR Rheinland in Neustadt angesiedelt und ist im ersten Jahr (2009) mit 20 Studierenden gestartet. Der Studiengang wird in Kooperation mit Weingütern und Unternehmen der Weinwirtschaft aus dem gesamten Bundesgebiet durchgeführt. Er verknüpft eine Berufsausbildung zum Winzer mit einem Studium des Weinbaus und der Oenologie in einem Zeitraum von 4 Jahren.

	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	
Zeitplan Dualer Studiengang B.Sc. Weinbau & Oenologie Rheinland-Pfalz													
2008								1	4 Wo Oe, Ök, Nw	3	4	5	6
2009	4 Wo Oe, Ök, Nw	8	9	10	4 Wo Oe, Ök, Nw	12	13	4 Wo Oe, Ök, Nw	15	16	1. Semester		
2010	1. Sem		2. Semester			17 Praxisprojekt		Exk.	18	19 Praxisprojekt		3. Semester	
2011	3. Sem		4. Semester			20 Praxisprojekt			21	22 Praxisprojekt		5. Semester	
2012	5. Sem		23	24 Praxisprojekt		6. Semester		Auslandspraktik. nördl. Hemisph. (3 Mo)					
Auslandspraktik. südl. Hemisph. (3 Mo)			24 Monate Praxis in den Kooperationsbetrieben davon zählen 5 Monate zur akademischen Ausbildung				4 x 4 Wochen berufs begleitende Theoriemodule die anerkannt werden als Studienleistung			Zwischen- und Gehilfenprüfung durch LWK Rheinland-Pfalz			
4 x 14 Wochen + 2 x 12 Wochen = 80 Wochen + anteilig 5 x 4 Wochen Praxisprojekte + Exkursion				Auslandspraktikum (fakultativ) 3 Monate zählt zur Berufs- und akademischen Ausbildung				Exk.		große Exkursion (Beginn 3. Semester)			

Abbildung 10.1

Aufbau des dualen Studiengangs Weinbau und Oenologie Rheinland-Pfalz

Die Bewerberzahlen steigen aktuell an (2010: 46 Bewerber; 2011: 56 Bewerber) ebenso wie die Zahl der Kooperationsbetriebe (159) aus ganz Deutschland.

² Forschungsanstalt Geisenheim (www.fa-gm.de)

³ Kompetenzzentrum Weinforschung (www.dlr-rheinpfalz.rlp.de)

10.3 Weinbauforschung und Versuchswesen

Die Weinbauforschung und das weinbauliche Versuchswesen werden in den Institutionen der Bundesländer mit dem Ziel durchgeführt praxisrelevante Fragen zeitnah zu untersuchen und Lösungsansätze zu entwickeln. Gegenüber der vielfach grundlagenorientierten universitären Lehre und Forschung ist die Arbeit der Landesanstalten deutlich anwendungsorientierter. Dem schnellen Transfer der gewonnenen Erkenntnisse in die Praxis durch Beratungsdienstleistungen sowie Informations- und Weiterbildungsveranstaltungen aber auch mit modernen Kommunikationsmedien kommt dabei eine große Bedeutung zu. Nachfolgend genannte Einrichtungen nehmen in den jeweiligen Bundesländern diese Aufgaben wahr:

Baden-Württemberg

- Staatliches Weinbauinstitut Freiburg - www.wbi-freiburg.de
- Staatliche Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau Weinsberg - www.lvwo-bw.de

Bayern

- Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau Veitshöchheim - www.lwg.bayern.de

Hessen

- Forschungsanstalt Geisenheim - www.fa-gm.de

Rheinland-Pfalz


- Dienstleistungszentren Ländlicher Raum (DLR)
- DLR Rheinland mit Kompetenzzentrum Weinforschung, Neustadt a.d.W. - www.dlr-rheinpfalz.rlp.de
- DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück mit Kompetenzzentrum Weinmarkt und Weinmarketing Rheinland-Pfalz, Bad Kreuznach/Oppenheim - www.dlr-rnh.rlp.de
- DLR Mosel mit Steillagenzentrum, Bernkastel-Kues - www.dlr-mosel.rlp.de
- Julius-Kühn-Institut (JKI), Siebeldingen - www.jki.bund.de

10.3.1 Bundesländerübergreifende Forschungskooperationen

10.3.1.1 Forschungsring des Deutschen Weinbaus

Der Forschungsring des Deutschen Weinbaus (FDW) bei der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft e.V. (DLG) ist eine länderübergreifende Forschungskooperation der weinbautreibenden Bundesländer Baden-Württemberg, Bayern, Hessen und Rheinland-Pfalz. Ziel ist die Koordination der Fragen der Weinbauforschung von der Traubenproduktion bis hin zur Vermarktung vor dem Hintergrund der knappen finanziellen Ressourcen sowie der Vermeidung von Überschneidungen und die Nutzung von Synergieeffekten in der Weinbauforschung. Der FDW wird ausschließlich durch die genannten Bundesländer entsprechend der jeweiligen Bedeutung des Weinbaues finanziert. Hierzu steht ein Jahresbudget von rund 0,36 Mio. Euro zur Verfügung, das zur Finanzierung von rund 12 in der Regel mehrjährigen wissenschaftlichen Projekten eingesetzt wird. Über die Mittelvergabe entscheidet nach vorheriger externer Begutachtung der Forschungsanträge ein Forschungsausschuss⁵ bestehend aus Mitgliedern der Ministerien der Länder und des Bundes sowie Wissen-

⁵ Forschungsausschuss des FDW, www.forschungsring-weinbau.de Organisation/Forschungsausschuss



schaftler der Arbeitsgebiete des FDW und ATW (Kapitel 10.3.1.2). Die Ergebnisse der geförderten Projekte werden in Form von Forschungsberichten und auf der Homepage des FDW (www.forschungsring-weinbau.de) publiziert. Forschungsförderung ist in einer klein- und mittelständisch strukturierten Branche wie dem Weinbau eine zentrale Aufgabe der öffentlichen Hand, da die Betriebe aufgrund ihrer Größe und Kapitalausstattung zu einer eigenständigen Forschungs- und Entwicklungsarbeit nur begrenzt in der Lage sind. Forschung sichert u. a. die Wettbewerbssituation der Wirtschaftsbeteiligten und damit wertvolle und kulturlandschaftserhaltende Arbeitsplätze ebenso, wie die Existenz der vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereiche.

Dem FDW kommt seit den 60iger Jahren eine zentrale Aufgabe in der Weinbauforschung zu. Die Forschungsergebnisse dieses Forschungsverbundes haben in der Vergangenheit unter anderem für die politischen Entscheidungsträger wertvolle Grundlagen und Entscheidungshilfen geliefert, beispielsweise beim umweltverträglichen Pflanzenschutz (Pheromoneinsatz), neuer Verfahren der Weinanalytik (FTIR-Technologie) und neuer oenologischer Verfahren der Weinbereitung (Konzentrationstechnologie und Nachweisverfahren). In jüngster Zeit wurden und werden unter anderem Projekte zum Thema Klimawandel oder neu auftretender Pflanzenkrankheiten/-schädlinge bearbeitet (Schwarzholzkrankheit, ESCA-Krankheit, Zikaden, Ohrwürmer).

Der Bedarf an staatlichen Forschungs- und Entwicklungsarbeiten ist groß. Aufgrund des internationaler werdenden Wettbewerbs, den zunehmenden Umweltbelastungen und Umweltauflagen sowie den notwendigen Rationalisierungsentwicklungen, der Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe und den zunehmenden Auflagen an die Qualitätssicherung der Produkte werden immer mehr Fragen an die zuständigen staatlichen Forschungs- und Versuchseinrichtungen herangetragen, deren Beantwortung nur nach umfassenden Untersuchungen der komplexen Zusammenhänge möglich ist. An den Forschungsring des deutschen Weinbaues, der gezielt Forschungsaufträge vergibt, werden spezielle und vordringliche Forschungsanträge gestellt, diese orientieren sich an dem jeweiligen Forschungsprogramm⁶ sowie der Brisanz der Fragestellung. Die Weinbauforschung innerhalb des FDW gliedert sich in 6 Arbeitskreise.

1. Bodenkunde und Rebenernährung

Die Forschungsschwerpunkte befassen sich mit der Sicherung der Weinqualität und der Entwicklung von Qualitätssicherungssystemen ebenso, wie mit der Bedeutung von Stressfaktoren für die Bildung von Inhaltsstoffen und deren Einfluss auf die Weinqualität. Im Mittelpunkt stehen unter anderem Untersuchungen im Hinblick auf eine ausgewogene Versorgung der Trauben mit hefeverwertbaren Nährstoffen als Basis für eine optimale Vergärung. Dabei ist der effiziente Einsatz von Nährstoffen zur Reduzierung der Auswirkungen spezifischer Umweltbelastungen ebenso ein Kriterium, wie eine verbesserte Humuswirtschaft mit dem Ziel der Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit. Fragen der Standortforschung, des „Terroir“, werden unter den veränderten klimatischen Bedingungen, aber auch unter Berücksichtigung der aktuellen Anforderungen an die Weinqualität und Vermarktung behandelt.

⁶ Forschungsprogramm des FDW www.forschungsring-weinbau.de Heute/Broschüre

2. Rebenzüchtung

Neben den großen Fortschritten der Resistenzzüchtung bei Edelreis- und Unterlagsorten wurden weltweit zahlreiche neue Techniken und Strategien der Genomforschung und Molekularbiologie entwickelt, die mittel- und langfristig in die züchterischen Arbeiten integriert werden. Diese Techniken helfen, die Effizienz der Rebenzüchtung einschließlich des Managements genetischer Ressourcen zu steigern. Aktuelle Forschungsfragen beschäftigen sich mit der Sicherung der noch existierenden genetischen Variationsbreite innerhalb traditioneller Rebsorten sowie der Nutzung der genetischen Ressourcen für die Züchtung von Edelreis- und Unterlagsorten. Zur Anwendung gelangen auch die modernen Methoden der Biotechnologie zur strukturellen und funktionellen Genomanalyse, beispielsweise zur Aufklärung von Resistenzmechanismen.

3. Physiologie der Rebe und Rebenernährung

Die Entwicklung der Forschungsarbeiten konzentriert sich in jüngster Zeit verstärkt auf die Bestimmung des Einflusses von veränderten klimatischen Bedingungen sowie des zunehmenden Umweltstresses und deren physiologischen Auswirkungen auf die Inhaltsstoffbildung der Trauben. Trotz langjähriger Forschungsaktivitäten auf dem Gebiet der Physiologie der Beerenreife, zeigen neue Erkenntnisse und die Weiterentwicklung wissenschaftlicher Methoden, dass dieser Bereich auch künftig intensiv bearbeitet werden muss. Weitere, wenn auch schwierige Themenfelder auf dem Gebiet der Pflanzenphysiologie sind der Präzisionsweinbau. Auf dem Gebiet Rebenveredlung wird in den kommenden Jahren schwerpunktorientiert die Reblausforschung im Mittelpunkt stehen.

4. Pflanzenschutz

Die Phytomedizin beschäftigt sich in erster Linie mit der Gesunderhaltung der Rebe zur Qualitäts- und Ertragssicherung. Im Kontext mit Pflanzenschutzmaßnahmen sind auch Umwelt-, Anwender- und Verbraucherschutz zu sehen, weshalb diese Themenkomplexe gleichermaßen bearbeitet werden. Neue Krankheiten und Schädlinge beziehungsweise sich verändernde Umweltbedingungen und Anbautechniken stellen eine ständige Herausforderung für die Forschung im Pflanzenschutz dar, da schnell Lösungsansätze zu erarbeiten sind. Beispiele hierbei sind neue Methoden des integrierten Pflanzenschutzes sowie der biologischen/ökologischen Anbausysteme, denen auch seitens der Politik und der Gesetzgebung eine immer größere Bedeutung beigemessen wird.

5. Betriebs- und Marktwirtschaft

Die Weinwirtschaft in Deutschland kann im internationalen Wettbewerb nur durch einen tief greifenden Wandel in der Erzeugung marktgängiger Weine und den notwendigen Veränderungen der Produktions- und Vermarktungsstrukturen bestehen. Für die erforderliche Um- und Neuorientierung in Einzelbetrieben und Erzeugerzusammenschlüssen sowie in der weinwirtschaftsbezogenen Politik (Verbände und staatliche Institutionen), sind differenzierte und realitätsnahe Erkenntnisse auf der Basis solider empirischer Analysen erforderlich, um die Risiken notwendiger Entscheidungen minimieren zu können. Nach dem gegenwärtigen Kenntnisstand ist der Forschungsbedarf vor allem in den Analysen der Richtung und des Ausmaßes des Strukturwandels in der Weinwirtschaft sowie den Untersuchungen zum Verbraucherverhalten und zu Verbrauchereinstellungen zu sehen.

Aspekte wie Einkaufsstättenwahl, Geschmackspräferenzen, Weinbezeichnungen, Designfragen und der Einfluss verschiedener oenologischer Verfahren auf die Verbraucherentscheidung spielen hierbei eine zentrale Rolle. Auch betriebswirtschaftliche Analysen von Technologien, um ökonomische Orientierungswerte für die Technologieentwicklung zu erhalten, werden behandelt.

6. Kellerwirtschaft und Weinbehandlung

Oenologische und analytische Forschungsvorhaben beschäftigen sich mit Fragestellungen, die zur Transformation sowie zur Erhaltung und Optimierung der Weinqualität dienen. Die Untersuchungen reichen von der Traube bis zur Flaschenfüllung. Ziel ist die Verbesserung der Produktivität unter Berücksichtigung der Belange des Verbraucherschutzes. Neben der Entwicklung, Prüfung und Anwendung neuer Technologien und Behandlungsmaßnahmen zur Verbesserung der Qualität von Mosten und Weinen zählen auch der Nachweis und die Bestimmung von Inhaltsstoffen zur Beurteilung von Qualität und Identität des Weines zu den Arbeitsfeldern. Hinzu kommen weiterhin bedeutende Themenfelder wie die Bewertung oenologischer Methoden hinsichtlich der Auflagen und Erfordernisse des Verbraucher- und Umweltschutzes, der nachhaltigen Produktion sowie der Entwicklung und Bewertung von Prüf- und Kontrollverfahren, Zertifizierungs- und Qualitätssicherungssystemen aber auch neuer Verfahren zur organoleptischen Beurteilung von Weinen.

10.3.1.2 Ausschuss für Technik im Weinbau

Der Ausschuss für Technik im Weinbau (ATW) wird seit seiner Gründung im Jahre 1952 von den drei Trägerorganisationen Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG), Deutscher Weinbauverband (DWV) und dem Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (KTBL) getragen. Die Aufgabe des ATW besteht in der Weiterentwicklung der Technik in Weinbau und Kellerwirtschaft auch unter Einbeziehung ökonomischer Fragestellungen. Eine enge Verzahnung mit der weinbaulichen und kellerwirtschaftlichen Praxis dient der zeitnahen Berücksichtigung relevanter Fragen ebenso, wie der schnellen Kommunikation der Ergebnisse. Mit einem Jahresbudget von rund 50.000 Euro werden jährlich 8-10 kleinere Projekte im Rahmen des Versuchswesens an den staatlichen Einrichtungen der Bundesländer anteilig finanziert.

Zu den Schwerpunkten der einzelnen Arbeitsbereiche zählen unter anderem

1. Management und Vertrieb

- Rationalisierungsmaßnahmen im Weinbaubetrieb
- Nutzung und Verbesserung von Management-Informationssystemen
- Verstärkter Einsatz weinbaulicher und kellerwirtschaftlicher Produktionsplanung
- Optimierung der internen und externen Logistik

2. Kellerwirtschaft

- Rationalisierung und Kostenreduzierung im Weinausbau
- Gärkontrolle und Gärsteuerung
- Automatisierung und Steuerung von Prozessabläufen in der Kellerwirtschaft
- Einsatz physikalischer Verfahren in der Weinbereitung
- Qualitätssicherung und Rückverfolgbarkeit im oenologischen Prozess

3. Weinbau

- Technische Lösungen für die Bewirtschaftung im Steillagenweinbau
- Arbeitszeiteinsparung durch Präzisionsweinbau/Sensorsteuerung
- Nachhaltigkeit, umweltschonende Bewirtschaftungsverfahren
- Weiterentwicklung technologischer Verfahren
- mehrzeilige Anbauverfahren
- Qualitätsoptimierung im Anbau / Rückverfolgbarkeit
- Ergonomie und Sicherheit im Rahmen der Mechanisierung

10.3.2 Kompetenzzentrum Weinforschung

Das Weinforschungszentrum am DLR Rheinland-Pfalz stellt die für den dualen Studiengang nötigen weinbaulichen und oenologischen Lehr- und Forschungsleistungen in enger Zusammenarbeit den drei beteiligten Fachhochschulen⁷ des Landes Rheinland-Pfalz bereit. Gegründet wurde das Zentrum im Rahmen der Etablierung des dualen Studiengangs im Jahre 2009.


Die angewandte Forschung umfasst die Bereiche der Anbautechnik im Weinbau (ohne Rebenzüchtung), die Phytomedizin sowie die Oenologie und die Sensorik von regionalen Rebsorten einschließlich international gewünschter Weinstile bis hin zum Marketing. Mittelfristiges Ziel ist es mit allen Kooperationspartnern die gemeinsame wissenschaftliche Einrichtung, „VitiScience – Institut für Weinforschung“, zu gründen.

Das Kompetenzzentrum Weinforschung strebt an, in direktem Kontext mit den Belangen der Weinwirtschaft in Rheinland-Pfalz, durch angewandte Forschung in Zusammenarbeit mit internationalen Forschungseinrichtungen praxiskonforme Problemlösungen zu erarbeiten und über das landesweit bewährte Konzept der Lehre und Beratung in die Praxis zu transferieren.

1. Forschungsschwerpunkt Weinbau

Aktuelle Forschungsarbeiten beschäftigen sich mit der Klärung des Einflusses qualitätsfördernder Kulturmaßnahmen auf die stoffliche Zusammensetzung der Traube, insbesondere der Zucker, Säuren, Aromastoffvorläufer, Anthocyane und Phenole. Diese bilden in ihrer Gesamtheit das Reservoir, aus dem bei der Weinherstellung die wertgebenden Inhaltsstoffe des Weines gebildet werden.

⁷ Fachhochschule Ludwigshafen (www.fh-lu.de), Fachhochschule Kaiserslautern (www.fh-kl.de) und Fachhochschule Bingen (www.fh-bingen.de)



In einem weiteren Ansatz wird der komplexe Einfluss von Standortfaktoren (Terroir) auf die sensorische und stoffliche Weinzusammensetzung untersucht. Dies dient nicht nur einem besseren Verständnis der komplexen Wirkungszusammenhänge, sondern auch einer Definition von Alleinstellungsmerkmalen aufgrund der einzigartigen Terroirs in Rheinland-Pfalz im Kontext der Weinvermarktung.

2. Forschungsschwerpunkt Oenologie

Aktuelle Forschungsschwerpunkte sind die Analytik von Aromastoffen und Polyphenolen mit den weinbaulich/oenologischen Möglichkeiten zur Einflussnahme sowie der Erforschung sensorischer Dimensionen dieser wertgebenden Inhaltsstoffe. Hintergrund für diese Forschungsschwerpunkte ist die Erklärung von Verbraucherpräferenzen und die Entwicklung einer modernen Prozessanalytik, z.B. GrapeScan zur Verbesserung des Qualitätsmanagements in Weinberg und Keller. Insbesondere in der Aromaforschung steht dem Kompetenzzentrum das modernste analytische Equipment zur Verfügung, einschließlich eines computergestützten Sensoriklabors, das die geruch- und geschmackliche Wahrnehmung von Weinen und ihrer wertgebenden Inhaltsstoffe objektiv und quantitativ erfasst. Es ergänzt die chemische Analytik und dient auch der Erforschung des Verbraucherverhaltens

3. Forschungsschwerpunkt Aroma- und Qualitätsforschung

Ziel ist die Identifizierung von Aromastoffen, die für bestimmte Rebsorten, wie z.B. Riesling, charakteristisch sind und den Wert der Weine maßgeblich bestimmen. Dies wird zurzeit im „Terroir Projekt Rheinland-Pfalz“ für den Riesling bearbeitet. Die gleichen Methoden können weiterhin in der Rebenzüchtung und der Resistenzzüchtung aber auch zur Beurteilung der Einflüsse von beispielsweise Wasserstress oder Alterungsverhalten von Weinen Anwendung finden. Bei Betrachtung von Rotweinqualitäten ist die Zusammensetzung und Konzentration der farbigen Anthocyane und farblosen Tannine von Bedeutung. In mehreren Forschungsprojekten⁸ wurden Testsysteme und die begleitende Analytik zur Untersuchung der Polyphenole in der Traube während der Weinherstellung und Lagerung aufgebaut.

4. Forschungsschwerpunkt oenologische Bearbeitung von neuen Züchtungen

Da Keltertrauben erst nach der Vinifikation zum Verbraucher gelangen, ist der Einfluss der Verarbeitung maßgeblich bestimmend für den Gehalt an wertgebenden Inhaltsstoffen im Wein. Insbesondere beim Rotwein gewährleistet erst eine optimierte Micro-Vinifikation, wie sie im DLR Rheinpfalz etabliert wurde, dass im Kleinmaßstab die gleichen stofflichen Übergänge und chemischen Veränderungen vollzogen werden, wie im Praxismaßstab.

Durch diese Methode können bereits zu einem frühen Stadium wichtige Erfahrungen in der oenologischen Handhabung von Rebsorten oder Weinstilen gewonnen und zeitnah der Praxis zur Anpassung ihrer Angebotspalette zur Verfügung gestellt werden.

⁸ Unter anderem gefördert durch den Forschungsring der Ernährungsindustrie (www.fe-i-bonn.de)

5. Forschungsschwerpunkt Sensorik und Verbraucherforschung

Verbraucher und Multiplikatoren⁹ beurteilen Weine maßgeblich aufgrund ihrer Sensorik. Die sensorischen Einrichtungen im Kompetenzzentrum und dort erarbeitete methodische Expertisen im Rahmen internationaler Projekte erlauben sowohl eine deskriptive sensorische Analyse von Weinen als auch die Bestimmung von Verbraucherpräferenzen. Frühzeitige oenologische und sensorische Tests können beispielsweise in der Rebzüchtungen dazu beitragen in Rebsorten zu investieren, die höhere Erfolgsaussichten in der Vermarktung haben oder den Einfluss neuer Weinbereitungstechnologien charakterisieren.

6. Forschungsschwerpunkt Phytomedizin im Weinbau

Mit den Arbeitsbereichen Entomologie, Mykologie/Bakteriologie, Nematologie/Virologie, Pfropfreben/Reblaus, Phytopharmakologie/Analytik sowie Mittelprüfung/Applikationstechnik werden alle klassischen Forschungsgebiete des Pflanzenschutzes im Weinbau abgedeckt. Zudem ist der Bereich Biotechnologischer Pflanzenschutz am Forschungszentrum etabliert. Aktuell stehen Forschungsprojekte über die Traubengesundheit, systemische Rebenerkrankungen (z.B. Esca, Schwarzholzkrankheit), Pflanzenschutzmittel in der Umwelt sowie biologisch/biotechnische Bekämpfungsverfahren im Vordergrund. Zur Verfügung stehen sowohl die fachlichen und methodischen Kernkompetenzen als auch eine moderne apparative Ausstattung. So können unter anderem kurzfristig Biotests zur Überprüfung von Reben-Zuchtmaterial auf Resistenz gegenüber Schaderregern durchgeführt werden, da die wichtigsten Pathogene und biologische Testsysteme vorgehalten werden.

10.3.3 Forschungsanstalt Geisenheim

Das Land Rheinland-Pfalz beteiligt sich seit 1974 auf der Grundlage eines Staatsvertrags^{10, 11}, an der Finanzierung der Forschungstätigkeiten der Forschungsanstalt Geisenheim. Bislang gliederte sich die Förderung in eine institutionelle sowie eine Projektkomponente. Der institutionelle Teil dient der laufenden Finanzierung der Forschungsinfrastruktur am Standort Geisenheim. Unter anderem werden auch Doktoranden finanziert und ausgebildet, die nach ihrem Abschluss zum Teil auch in der Agrarverwaltung in Rheinland-Pfalz eine Beschäftigung finden.

Die Projektkomponente gibt dem Land Rheinland-Pfalz die Möglichkeit aktuelle Fragestellungen aus dem Weinbau durch die Forschungsanstalt Geisenheim bearbeiten zu lassen. Im Hinblick auf die Forschungskooperation in den genannten Wissenschaftsdisziplinen werden für die ausgewählten Förderungsschwerpunkte vorwiegend Bereiche aus dem Weinsektor ausgewählt, die im Rahmen des Forschungs- und Versuchswesens in Rheinland-Pfalz nicht oder nur unzureichend bearbeitet werden können. Hierzu zählen unter anderem mehrjährig angelegte Arbeiten im Bereich der Weinbauökonomie/-technik, der Pflanzenphysiologie und der Getränkeanalytik.

⁹ Journalisten, Sommeliers, nationale und internationale Weineinkäufer, etc.

¹⁰ Gesetz zum Staatsvertrag zwischen dem Land Hessen und dem Land Rheinland-Pfalz über die Forschungsanstalt Geisenheim am Rhein vom 9. Mai 1988 (GVBl. S. 95), zuletzt geändert durch Vertrag vom 26./27. November 2002 (GVBl. 2003 S. 49)

¹¹ Der Staatsvertrag wurde am 16.6.2010 fristgerecht gekündigt und soll neu verhandelt werden.

Projekte die seit 2003 bearbeitet wurden:

- Wettbewerbssicherung von Einzelhandelsgärtnereien durch Qualitätsgarantien
Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung (abgeschlossen 2004)
- Steillagenweinbau: Wasserversorgung in Steillagen
Fachgebiet Weinbau (abgeschlossen 2008)
- Untersuchung des Alterungspotenzials von Weißweinen
Fachgebiet Weinanalytik und Getränkeforschung (abgeschlossen 2009)
- Projektförderung Untersuchungen zum GPS-Einsatz im Weinbau
Fachgebiet Technik (abgeschlossen Mai 2010)
- Wirtschaftlichkeitsanalyse im Weinbau
Fachgebiet Betriebswirtschaft und Marktforschung
- Auswirkungen des Klimawandels im Obstbau
Fachgebiet Obstbau
- Auswirkungen des Klimawandels im Weinbau
Fachgebiet Weinbau

10.3.4 AgroScience

Im Zuge der Agrarverwaltungsreform 2005 wurde aus den Abteilungen Agrarökologie und Zentrum Grüne Gentechnik des DLR Rheinpfalz mit der Agroscience (www.agroscience.de) eine neue Gesellschaft gebildet. Die Schwerpunkte liegen dabei auf der Erforschung und Nutzung biotechnologischer Methoden und der Erforschung des Einflusses landwirtschaftlicher Aktivitäten auf das Ökosystem. Die am Campus des DLR Rheinpfalz angesiedelte Gesellschaft konzentriert ihre Aktivitäten insbesondere auf die rheinland-pfälzischen Sonderkulturen. Sie beschäftigt inzwischen über 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die überwiegend Drittmittel finanzierte Projekte betreuen. Die Gesellschaft gliedert sich in zwei Institute mit folgenden Schwerpunkten:

Institut für Pflanzenforschung - AIPlanta

- Ziel des Forschungsschwerpunktes Rebenbiotechnologie ist es, durch moderne molekularbiologische Methoden und biotechnologisches Know-how im Bereich der Rebenzüchtung, der Erhaltung der genetischen Diversität der Weinrebe, sowie der Entwicklung neuer Verfahren für den Pflanzenschutz, die Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit der heimischen Weinwirtschaft zu stärken.
- Der Arbeitsschwerpunkt Epigenetics beschäftigt sich damit, die Bedingungen der epigenetischen Regulationsvorgänge im Detail zu erforschen und daraus Strategien für innovative Züchtungsmethoden abzuleiten.
- Der Arbeitsschwerpunkt Obstkrankheiten bearbeitet im Besonderen Phytoplasmosen beim Kern- und Steinobst sowie Viruskrankheiten im Obst.

Institut für Agrarökologie - IFA

- Die Arbeitsgruppe Umweltchemie untersucht das Verhalten von Pflanzenschutzmitteln, Düngern und Schwermetallen in Boden, Wasser, Pflanze und Luft und konzipiert Untersuchungsmöglichkeiten, um deren Umweltverhalten realistisch zu erfassen.
- Die Arbeitsgruppe Angewandte Standortökologie erforscht die Auswirkungen von Bewirtschaftungsmaßnahmen auf Flora und Fauna und arbeitet an der Entwicklung von verbesserten Methoden, diese Auswirkungen festzustellen und zu bewerten.
- In der Arbeitsgruppe Umweltinformationssysteme werden mit Hilfe von Geo-Informationssystemen (GIS) neue Methoden der digitalen Landschaftsanalyse entwickelt und durchgeführt.
- Die Arbeitsgruppe Stoffstrommanagement forscht und entwickelt im Bereich der Abwässer und anderer Produktionsrückstände in Sonderkulturen sowohl an Vermeidungsstrategien als auch im Hinblick auf die Nutzung organischer Abfälle als Energieträger.

10.3.5 Fachinformationssystem Agrar / Ernährung FISA

Bund und Länder haben sich 2006 darauf verständigt, ein gemeinsames Informationssystem zur Dokumentation der laufenden Forschungsvorhaben im Agrar-, Ernährungs- und Forstsektor einzurichten. Ziel der Vereinbarung ist es, einen Überblick über alle aktuellen öffentlich geförderten Forschungsvorhaben auf Länder- und Bundesebene zu bekommen. Inzwischen sind in der Datenbank über 3.000 Projekte und über 1.800 Institutionen aufgelistet. Seit der Freischaltung von FISA-Online am 26. März 2009 werden monatlich zwischen 4.000 und 5.000 Besucher gezählt. Die Datenbank erleichtert sowohl den Geldgeber als auch den Wissenschaftlern, sich einen Überblick über die laufenden Forschungsvorhaben zu verschaffen und damit die Nutzung der Kapazitäten besser planen zu können. Derzeit laufen Überlegungen, FISA (www.fisaonline.de) weiter auszubauen und mit anderen Datenbanken zu vernetzen.

10.3.6 Julius-Kühn-Institut

Das Bundesforschungsinstitut für Kulturpflanzen, Julius Kühn-Institut (JKI) hat 15 Institute, die mit ihren Aufgaben und Arbeitsgebieten für das Schutzziel "Kulturpflanze" in seiner Gesamtheit zuständig sind. Diese Zuständigkeit umfasst die Bereiche Pflanzengenetik, Pflanzenbau, Pflanzenernährung und Bodenkunde sowie Pflanzenschutz und Pflanzengesundheit. Damit kann das JKI ganzheitliche Konzepte für den gesamten Pflanzenbau, für die Pflanzenproduktion bis hin zur Pflanzenpflege entwickeln.

Das in Rheinland-Pfalz angesiedelte Institut für Rebenzüchtung Geilweilerhof (www.jki.bund.de) hat die Züchtung neuer Rebsorten mit hoher Resistenz gegenüber Schaderregern der Rebe, witterungsbedingten Stressfaktoren und gleichzeitig hoher Weinqualität zum Ziel. Dadurch können unter anderem die erforderlichen Pflanzenschutzmaßnahmen erheblich reduziert werden.

Der Weg hierzu führt über die Auswahl von Elternsorten und deren Kreuzung, langjährigen Anbauversuchen bis zur Anmeldung der Sorte. Flankiert und unterstützt werden diese Arbeiten mit der Grundlagenforschung auf molekularbiologischer und biotechnologischer Ebene.

Arbeitsschwerpunkte:

- Züchtung pilzwiderstandsfähiger und qualitätsbetonter neuer Rebsorten
- Genetische Kartierung von Resistenzen und qualitätsbestimmender Parameter
- Entwicklung genetischer Marker zur vereinfachten Selektion resistenter Rebsorten
- Erhaltung und Ausbau eines Rebsortiments sowie Koordination der „Deutschen Genbank Reben“
- Redaktionelle Bearbeitung internationaler Datenbanken zu Rebsorten und Weinbauliteratur sowie Herausgabe der wissenschaftlichen Fachzeitschrift VITIS

10.3.7 Dokumentation der Weinbauforschung VITIS-VEA

Die Dokumentation der Arbeiten auf dem Gebiet der Weinbauforschung¹² wird seit Ende der 60er Jahre auf der Grundlage der gemeinsamen Finanzierung des Bundes sowie des Landes Rheinland-Pfalz durchgeführt. Das Ergebnis, VITIS-VEA ist eine Literaturdatenbank auf dem Gebiet des Weinbaus, der Kellerwirtschaft und verwandter Disziplinen. Die Datenbank enthält bibliographische Angaben, inhaltsbeschreibende Schlüsselwörter und englischsprachige bzw. deutschsprachige Referate. Im deutschsprachigen Teil der Datenbank können Auszüge als "Informationsdienst praxisbezogener Literatur im Weinbau" ausgedruckt werden. Die Durchführung der Informations- und Dokumentationsaufgabe ist am Julius-Kühn-Institut¹³ in Siebeldingen angesiedelt.

Ein Ergebnis der langjährigen Arbeit ist das Fachinformationssystem Ernährung, Land- und Forstwirtschaft FIS-ELF (www.fis-elf.de). Dieses verfügt über zahlreiche, umfangreiche über das Internet nutzbare Datenbanken. Das Fachinformationssystem dient der Zusammenarbeit von Bund und Ländern auf dem Gebiet der Information und Dokumentation für Ernährung, Land- und Forstwirtschaft. Ziel ist es, durch Arbeitsteilung und konsequente Nutzung der neuesten Informations- und Kommunikationstechnologien effizient den Aufbau und das Angebot von nationalen und internationalen Literatur- und Fakteninformationssystemen für den Agrarbereich durchzuführen.

Das Land Rheinland-Pfalz beteiligt sich aufgrund seiner weinbaulichen Bedeutung im Agrarsektor an der Finanzierung der Datenbank VITIS-VEA (www.vitis-vea.de) mit ca. 60.000 Einträgen aus nationalen und internationalen Fachzeitschriften. Der Zuwachs beträgt jährlich über 1.800 Eintragungen. Zwischenzeitlich ist diese Form der wissenschaftlichen Datenbankrecherche, unter anderem zu Fragen des aktuellen Forschungsstandes, nicht mehr wegzudenken.

¹² Verwaltungsvereinbarung zwischen Bund und Ländern über die Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Information und Dokumentation im Fachbereich Ernährung, Land- und Forstwirtschaft vom 23. März 2000

¹³ Julius-Kühn-Institut, Bundesforschungsinstitut für Kulturpflanzen, Institut für Rebenzüchtung, Fachinformationszentrum Rebe und Wein, Siebeldingen (www.jki.bund.de)

10.4 Schulische Ausbildung in Rheinland-Pfalz

An den rheinland-pfälzischen Dienstleistungszentren sind nahezu alle agrarischen Ausbildungswege möglich. Im Land werden derzeit 504 Schülerinnen und Schüler im Ausbildungsberuf Winzer an den Berufsschulen in Bad Kreuznach, Oppenheim, Neustadt a.d.W. und Bernkastel-Kues unterrichtet. In den weiterführenden Fachschulen einschließlich der Weinbautechnikerausbildung (39) waren es im Schuljahr 2009 insgesamt 165 Schüler. Nachfolgend sind Zahlen zur Aus- und Fortbildung im Weinbau zusammenfassend dargestellt.

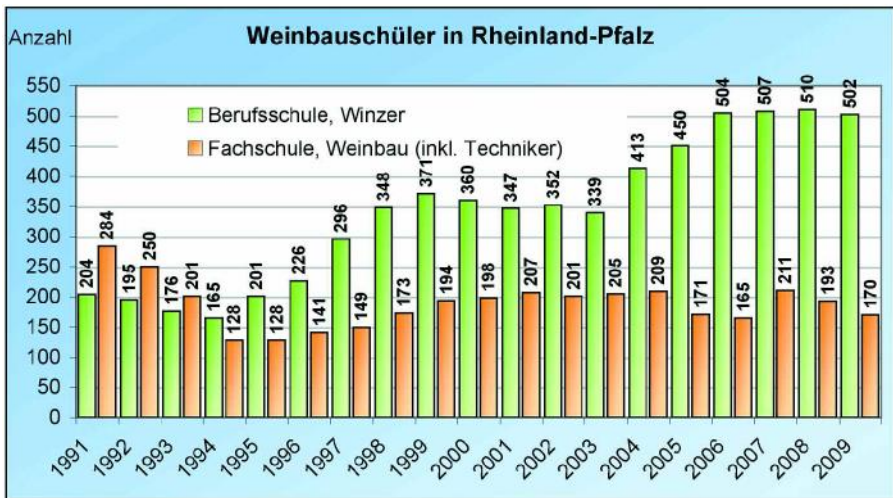


Abbildung 10.2

Entwicklung der Schülerzahlen im Weinbau an Berufs- und Fachschulen

1. Winzerausbildung

Dem Beruf Winzerin / Winzer geht eine dreijährige duale Berufsausbildung (Betrieb und Schule) voraus und endet mit dem Gehilfenbrief. Diese schulische Ausbildung wird an allen drei Weinbaudienststellen angeboten. Ziele der Berufsausbildung sind selbständiges Planen, Durchführen sowie Kontrollieren der produktions- und verfahrenstechnischen Abläufe im Weinbaulichen Betrieb. Hierzu zählen der Erwerb und Ausbau der beruflich-fachlichen Kompetenzen insbesondere in folgenden Bereichen:

- Erlernen betrieblicher Zusammenhänge und Beziehungen
- Techniken und Organisation der betrieblichen Arbeit und der Produktion
- Traubenerzeugung, Kellerwirtschaft und Vermarktung

Darüber hinaus werden die personalen und Methodenkompetenzen als Schlüsselqualifikationen der beruflichen Bildung ausgebaut.

2. Wirtschafterausbildung

Im Anschluss an die Winzerausbildung führt eine einjährige Fachschule (Vollzeitunterricht von Anfang Februar bis Ende März des Folgejahres) an den Schulstandorten Bad Kreuznach bzw. Oppenheim zum Abschluss „Staatlich Geprüfte(r) Wirtschafter(in)“ in der Fachrichtung Weinbau und Oenologie. Ziele der Wirtschafterausbildung sind der Erwerb von Fähigkeiten auf einem gehobenen Facharbeiterniveau sowie die Befähigung für den Berufseinstieg und/oder die Weiterqualifizierung im Weinsektor. Hierzu zählen unter anderem:

- Tätigkeiten in der Weinwirtschaft
- Voraussetzung für die Techniker Ausbildung
- Vorbereitung auf die Meisterprüfung

3. Meisterausbildung

Die Fortbildung zum Winzmeister wird gemeinsam von der Landwirtschaftskammer und den staatlichen landwirtschaftlichen Dienststellen durchgeführt. Die Vorbereitung erfolgt in Form von einzelnen Lehrgangstagen und geschlossenen Lehrgängen. Sie dauert zwei Jahre und ist stark praxis- und handlungsorientiert ausgerichtet, d.h. die Kenntnisse und das Wissen werden an praktischen Fällen selbständig erarbeitet.

4. Techniker Ausbildung

Die zweijährige Fachschulausbildung endet mit dem Abschluss „Staatlich geprüfte(r) Techniker(in), Fachrichtung Weinbau und Oenologie“. Nach der Wirtschafterausbildung folgt ein weiteres Jahr Vollzeitunterricht am Schulstandort Bad Kreuznach. Ziele der Techniker Ausbildung sind:

- Führungsaufgaben im mittleren bis gehobenen Management im eigenen Betrieb oder anderen Weinbaubetrieben und Kellereien
- Tätigkeiten in der Weinwirtschaft, Industrie, Handel, Genossenschaften und Behörden
- Ausbilderberechtigung
- Erwerb der Fachhochschulreife (durch Zusatzqualifikation im Rahmen von Zusatzunterricht)

10.5 Dienstleistungszentren Ländlicher Raum

In den Dienstleistungszentren Ländlicher Raum (DLR) sind die Berufsbildenden Schulen der landwirtschaftlichen Fachrichtungen, die staatliche Beratung, das Versuchswesen, die Ernährungsberatung, die angewandte Forschung in Weinbau, Oenologie und Phytomedizin im Weinbau sowie weitere weinbauliche, gartenbauliche und landwirtschaftliche Aufgaben zusammengefasst. Die Dienstleistungszentren Ländlicher Raum nehmen diese Aufgaben mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung wahr. Dieses Angebot der 6 DLR wird ergänzt durch die Aufgabenwahrnehmung in der Landentwicklung und der ländlichen Bodenordnung.

10.5.1 DLR Rheinpfalz

Mit dem DLR Rheinpfalz in Neustadt ist im Rahmen der Agrarverwaltungsreform ein moderner öffentlicher Dienstleister entstanden, der Leistungen aus Lehre, Beratung und Forschung für die Sektoren Weinbau, Landwirtschaft und Gartenbau anbietet. Ausgliedert aus der Behördenstruktur sind die Forschungsbereiche grüne Gentechnik und Agrarökologie, die mittlerweile in der AgroScience GmbH (www.agroscience.de) zusammengefasst sind (Kapitel 10.3.4). Am DLR Rheinpfalz sind etwa 260 Voll-AK beschäftigt.

Dienstszitz

Zentrale:	67435 Neustadt, Breitenweg 71
Standorte:	67115 Schifferstadt, Lehr- und Versuchsbetrieb Gemüsebau 53359 Rheinbach, Kompetenzzentrum Gartenbau 55276 Oppenheim, Wormser Straße 111 54295 Trier, Tessenowstraße 6
Dienstbezirk:	Kreise: Bad Dürkheim, Germersheim, Südliche Weinstraße, Rhein-Pfalz, Kreisfreie Städte: Frankenthal, Neustadt/W., Speyer, Landau, Ludwigshafen

1. Landesweite Aufgaben

- Angewandte Forschung im Kompetenzzentrum Weinforschung
Aufgrund der Bedeutung des Weinbaues als Wirtschaftsfaktor im ländlichen Raum von Rheinland-Pfalz und vor dem Hintergrund, dass es für den Weinbau keine eigenständige universitäre Forschung im Bundesgebiet gibt, hat das Land Rheinland-Pfalz durch das heutige Kompetenzzentrum Weinforschung (Kapitel 10.3.2) eine Einrichtung geschaffen, um durch angewandte Forschung und Lehre Entwicklungsimpulse für den rheinland-pfälzischen Weinbau zu geben.
- Lehre im dualen Studiengang „Bachelor of Science Weinbau und Oenologie Rheinland-Pfalz“

Die Etablierung des Kompetenzzentrums für Weinforschung am DLR Rheinpfalz zeitgleich mit der Einrichtung des dualen Studiengangs „Bachelor of Science Weinbau & Oenologie Rheinland-Pfalz“ im Oktober 2009 ergänzt das Gesamtkonzept der Forschungslandschaft am Standort Neustadt-Mußbach. Die Studierenden können in einer eng verzahnten dualen Ausbildung innerhalb von 4 Jahren die Abschlüsse Bachelor of Science Weinbau und Oenologie und Winzergehilfe/in erwerben (Kapitel 10.2).

- **Beratung, Versuchswesen und Erwachsenenbildung im Gartenbau**
Das DLR Rheinpfalz ist landesweit in Beratung und Versuchswesen für alle Sparten des Gartenbaues zuständig. In den landesweit tätigen Lehr- und Versuchsbetrieben Gemüsebau Queckbrunnerhof in Schifferstadt, Zierpflanzenbau in Neustadt sowie Obstbau (mit regionalen Versuchsflächen in Oppenheim und Neustadt) und Heil- und Gewürzpflanzen in Klein-Altendorf wird neues Wissen erarbeitet und in der Ausbildung von Berufs- und Fachschülern sowie in der Beratung und Erwachsenenbildung umgesetzt. Schwerpunkt in allen Lehr- und Versuchsbetrieben ist neben anbautechnischen und ökonomischen Fragestellungen vor allem der umwelt- und ressourcenschonende Pflanzenschutz.
- **Einjährige Fachschule im Gartenbau**
Im Schuljahr 2010/11 besuchen 35 Fachschüler das erste Wintersemester in den Fachrichtungen Obst- und Gemüsebau. Die fächerübergreifenden und unternehmerischen Lernmodule werden im ersten Semester für beide Lerngruppen gemeinsam am Dienstsitz Neustadt unterrichtet. Im zweiten Wintersemester werden die fachrichtungsbezogenen Gemüsebau- und Obstbaumodule in getrennten Lerngruppen unterrichtet; Gemüsebau am Dienstsitz Neustadt und Obstbau am Dienstsitz Kompetenzzentrum Gartenbau in Rheinbach/Klein-Altendorf. Die enge Verzahnung der Lerninhalte in der Fachschule Gartenbau mit den Anforderungen der Meisterprüfungsverordnung ermöglicht die zeitnahe Meisterprüfung nach Abschluss der Fachschulausbildung als staatlich geprüfter Wirtschafter.
- Die Gartenakademie Rheinland-Pfalz betreut landesweit den Nichterwerbsgartenbau (Haus- und Kleingärtner) sowie das öffentliche und private Grün durch telefonische und interaktive Beratungsangebote und eine Wissensdatenbank.
- Das DLR Rheinpfalz ist die landesweit zuständige Behörde für den Pflanzenschutz im Weinbau und im Gartenbau gemäß Pflanzenschutzgesetz.
- Das DLR Rheinpfalz koordiniert landesweit an allen Dienstleistungszentren die Umsetzung der EU-Wasserrahmenrichtlinie, der Vogelschutzrichtlinie und der FFH-Richtlinie und wirkt im Arbeitskreis Kellerwirtschaft der Dienstleistungszentren mit Weinbau-Aufgaben federführend in Beratung und Versuchswesen zu allen kellerwirtschaftlichen Fragestellungen mit.

2. Regionale Aufgaben

- Berufsschule im Weinbau und Gartenbau, Fachschule für Weinbau und Oenologie

	Schülerzahlen Berufsschuljahr 2009/10							
	Winzer				Gärtner			
	GS	FS1	FS2	Klassen	GS	FS1	FS2	Klassen
Neustadt a.d.W.	53	60	73	7	70	79	83	11
Trier					20	29	33	4
					Gärtner/Fachwerker			
Neustadt a.d.W.					15	15	17	3

Tabelle 10.1

Schülerzahlen im Berufsschuljahr 2009/10

- Beratung, Versuchswesen und Erwachsenenbildung in Weinbau, Oenologie und Rebschutz
- Bewirtschaftung der Versuchsflächen des Staatsweingutes mit Johannitergut
- Die Ernährungsberatung des DLR Rheinland betreibt Aufklärung der Bevölkerung über vollwertige Ernährung und die Verwendung regionaler Produkte. In Zusammenarbeit mit der produktionstechnischen Beratung des DLR Rheinland, mit Schulen, Kommunen und Kindertagesstätten werden wichtige Ernährungsgrundsätze transportiert und die Vorteile der heimischen Erzeugnisse aus Landwirtschaft, Weinbau und Gartenbau einem großen Verbraucherkreis vermittelt.
- In der Landentwicklung und ländlichen Bodenordnung werden im Dienstbezirk Pfalz Projekte nach dem Flurbereinigungsgesetz bearbeitet. Neben der Verbesserung der agrarstrukturellen Verhältnisse werden durch die Bodenordnung kommunale oder regionale Vorhaben wie z.B. großräumige Straßenbauprojekte unterstützt und wasserwirtschaftliche oder naturschutzrechtliche Vorhaben erst ermöglicht (z.B. Gewässerrenaturierung, Naturschutzgebiete oder Hochwasserschutz am Oberrhein). Ländliche Entwicklung setzt darüber hinaus die Vernetzung mit anderen regionalen Entwicklungsansätzen (z.B. kommunale und gewerbliche Entwicklung, Fremdenverkehr und Tourismus) voraus. Eine wichtige Zukunftsaufgabe des DLR Rheinland ist daher die Begleitung der Aufstellung von „Integrierten Ländlichen Entwicklungskonzepten“ für den Bereich einer oder mehrerer Verbandsgemeinden und die Begleitung der Umsetzung durch Moderation.

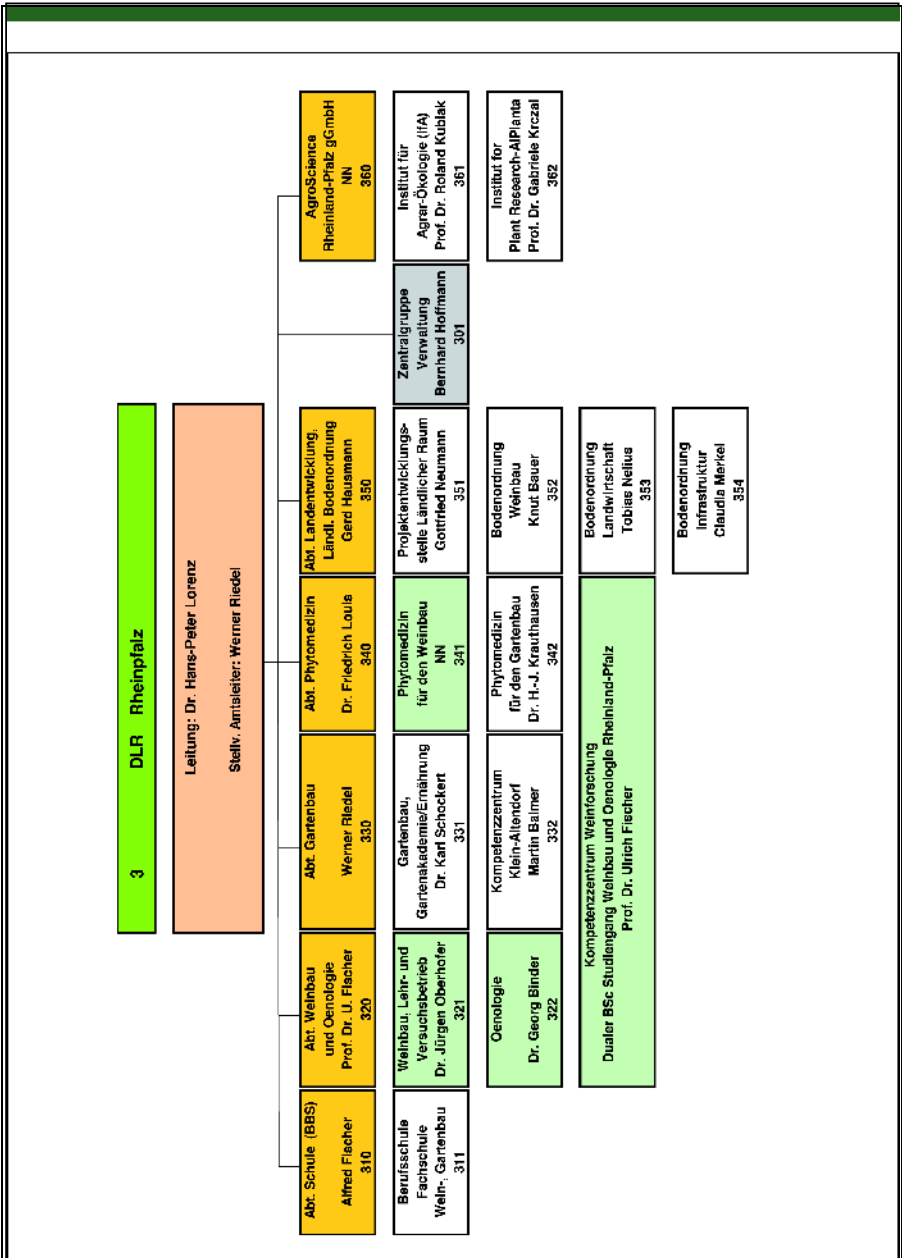


Abbildung 10.4
 Organisationsstruktur am DLR Rheinpfalz

10.5.2 DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück

Die im Rahmen der Agrarverwaltungsreform 2003 entstandene Einrichtung sieht sich als moderner Dienstleister für den Weinbau, die Landwirtschaft und den ländlichen Raum. Der Dienstbezirk umfasst das geografische Zentrum des Landes Rheinland-Pfalz und überlappt die Verbandsgebiete der beiden Bauern- und Winzerverbände Rheinland-Pfalz Süd und Rheinland-Nassau. Für zahlreiche Aufgabenfelder besteht landesweite Zuständigkeit.

Das DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück mit den Hauptstandorten Bad Kreuznach und Oppenheim sowie den Nebenstellen in Simmern und Neustadt, ist das größte der sechs Dienstleistungszentren und hat einen äußerst vielfältigen Dienstauftrag. Die derzeitigen 340 Voll-AK sind zu 3/5 in Bad Kreuznach und zu je 1/5 auf die Standorte Oppenheim und Simmern verteilt.

Dienstszitz

Zentrale:	55545 Bad Kreuznach, Rüdeshheimer Straße 60-68
Standorte:	55276 Oppenheim, Wormser Straße 111 55469 Simmern, Schlossplatz 10 (Landentwicklung) 67435 Neustadt, Breitenweg 71
Dienstbezirk:	Landkreise: Bad Kreuznach, Birkenfeld, Rhein-Hunsrück, Alzey-Worms, Mainz-Bingen, Kreisfreie Städte: Mainz, Worms und Bad Kreuznach

1. Landesweite Aufgaben

- Weinmarketing im Kompetenzzentrum für Weinmarkt und Weinmarketing Rheinland-Pfalz in Oppenheim
Zu den Aufgaben des Zentrums zählen die Aktivitäten in Fragen des Weinmarktes und des Weinmarketings, die Förderung vertikaler Kooperationen im Weinbau und die Vertiefung des Schwerpunkts Marketing in der Aus- und Weiterbildung.
- Koordination der Beratung und des Versuchswesens im Ackerbau in Rheinland-Pfalz
- Gruppe Landwirtschaft und Umwelt incl. Kompetenzzentrum Ökologischer Landbau (KÖL): Beratung und Versuchswesen im ökologischen Landbau

Das KÖL ist zentraler Ansprechpartner der Landwirtschaft in allen Fragen des ökologischen Landbaus. Es ist zudem neutraler Ansprechpartner für Verbraucher und Verwaltungen. Das KÖL unterhält zur optimalen Erledigung der Aufgaben enge Kontakte zu den ökologischen Anbauverbänden, den Beratungsringen, Behörden und Kontrollstellen sowie Öko-Institutionen auf allen Ebenen. In Zusammenarbeit mit ausgewählten Demonstrationsbetrieben werden für die Praxis maßgeschneiderte ökologische Versuche durchgeführt. Der Beratungs- und Versuchsauftrag im Bereich Landwirtschaft wird durch die Umsetzung und die Koordination zahlreicher Projekte ergänzt.

Der Abteilung Landwirtschaft ist die Zentralstelle der Bundesländer für EDV-gestützte Entscheidungshilfen und Programme im Pflanzenschutz (ZEPP) angegliedert die wiederum eng mit dem ebenfalls in der Abteilung angegliederten Informationssystem

Integrierte Pflanzenproduktion e.V. (ISIP) zusammenarbeitet. Beide Einrichtungen erstellen EDV gestützte Prognose- und Beratungssysteme für die Landwirtschaft auf Bundesebene.

Der Beratungs- und Versuchsauftrag der Abteilung Landwirtschaft wird durch die Umsetzung und die Koordination zahlreicher Projekte ergänzt. Insgesamt werden zur Zeit 21 Projekte umgesetzt. Zu den derzeit wichtigsten Projekten zählen:

- Partnerbetrieb Naturschutz – Entwicklung neuer Strategien des Naturschutzes in enger Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft. Der Ansatz soll vorrangig in NATURA 2000gebieten und über Agrarumweltprogramme umgesetzt werden.
- Leitbetriebe Wasserrahmenrichtlinie – Modellhafte Entwicklung eines neuen Beratungsansatzes zur optimierten Anwendung von Dünge- und Pflanzenschutzverfahren in sensiblen Gebieten (WRRL)
- Optimierung des Umweltbilanzierungssystems REPRO im Hinblick auf den Einsatz als Beratungsinstrument zum Nährstoffmanagement im Feldgemüsebau im Rahmen der Wasserrahmenrichtlinie
- agroConnect.rlp - Entwicklung einer Informations- und Kommunikationsstruktur für raumbezogene Daten in landwirtschaftliche Dokumentations- und Verwaltungsabläufe.
- iGreen – Mobiles Wissen für die Landwirtschaft – dezentrale Unterstützung und Optimierung von Produktionsprozessen über mobile Entscheidungsassistenten auf Basis WEB 3.0
- Koordination der Klonselektion im Weinbau
- Zuständige Behörde gemäß Pflanzenschutzgesetz § 34 für den Bereich Landwirtschaft
- Evaluierung der Agrarumweltprogramme des Landes Rheinland-Pfalz für die EU
- Koordination der Kosten-Leistungsrechnung für die Dienstleistungszentren im Lande
- Die Gesamtverantwortung für EDV und Internet aller Dienstleistungszentren liegt bei der Abteilung Technische Zentralstelle (Ausstattung mit Hard- und Software, lfd. Betreuung der Systeme)
- Agrarwirtschaftliches Schul- und Ausbildungszentrum
Einen besonderen Aufgabenschwerpunkt stellt die schulische Ausbildung dar. Alle Schulformen des Agrarsektors, die landesweit nur einmal angeboten werden, sind in Bad Kreuznach angesiedelt. Zu diesen landesweit einmaligen Angeboten zählen die Technikerschule Weinbau, die Fachschule Agrarbetriebswirte und die Berufsschule für Pferde- und Forstwirte.
Am DLR Rheinhausen-Nahe-Hunsrück ist die größte der 4 agrarwirtschaftlichen Berufsbildenden Schulen in Rheinland-Pfalz eingerichtet. Bad Kreuznach ist gleichzeitig die größte berufsbildende Schule Agrarwirtschaft im gesamten südwestdeutschen Raum. Speziell die Techniker Ausbildung für Weinbau wird über die Landesgrenzen hinaus nachgefragt.
Der Schulbezirk für die Berufsschule umfasst:
 - Rheinland-Pfalz für Pferdewirte und Forstwirte
 - die Dienstbezirke der DLR Rheinland, Westpfalz, Westerwald-Osteifel und Rheinhausen-Nahe-Hunsrück für Landwirte
 - den Dienstbezirk der DLR Rheinhausen-Nahe-Hunsrück für Gärtner und Winzer Unterricht wird an den Standorten Bad Kreuznach und Oppenheim erteilt; außerdem ist je eine landwirtschaftliche Fachschulklasse in Montabaur und eine weinbauliche Fachschulklasse in Bernkastel eingerichtet.

Schüler / Klassen	Bad Kreuznach	Oppenheim	Bernkastel ¹	Montabaur ¹
Berufsfachschule Agrarwirtschaft	45/2	-	-	-
Berufsschule, Weinbau	120/6	120/6	-	-
Berufsschule, Landbau	120/6	-	-	-
Berufsschule, Forstwirtschaft	140/6	-	-	-
Berufsschule, Gartenbau	-	150/6	-	-
Berufsschule, Pferdewirte	60/3	-	-	-
Berufsoberschule Agrarwirtschaft	50/2	-	-	-
Fachschule I Landwirtschaft	40/2	-	-	20/1
Fachschule II Landwirtschaft	25/1	-	-	-
Fachschule I Weinbau	25/1	25/1	15/1	-
Fachschule II Weinbau	45/2	-	-	-
Agrarbetriebsfachwirte	25/1	-	-	-
Summe	695/32	295/7		

¹ Die in Bernkastel und Montabaur geführten Fachschulklasse sind an den zentralen Standort Bad Kreuznach disloziert.

Tabelle 10.2

Ausbildungsgänge, Schulstandorte und Klassenzahlen (Projektion 2010/2011)

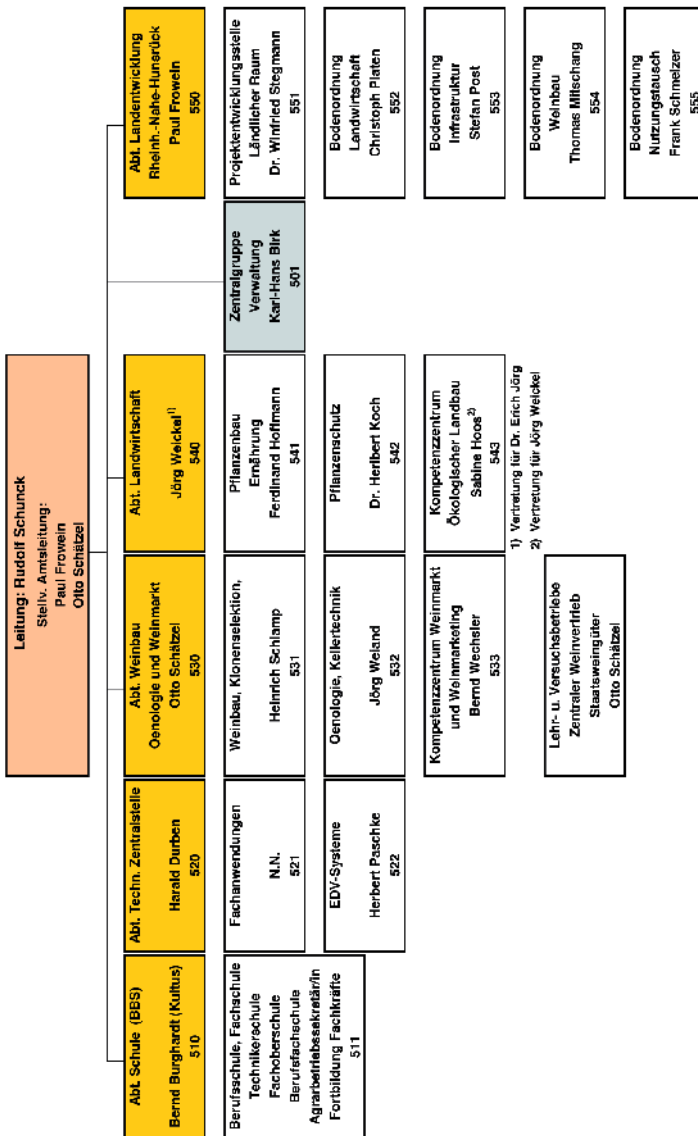
2. Regionale Aufgaben

- Bodenordnung und Entwicklung des ländlichen Raums, wobei die Räume Nahe und Hunsrück von der Außenstelle Simmern (ehemaliges Kulturamt Simmern) und Rheinhessen vom Standort Bad Kreuznach (ehemaliges Kulturamt Worms) betreut werden.

Besondere Aufgabenschwerpunkte bilden derzeit die Bodenordnungsmaßnahmen in den Steillagen des Mittelrheines, die Bodenordnungsmaßnahmen als Begleitmaßnahmen für die Errichtung der Rheinpolder bei Ingelheim und Bodenheim/Laubenheim sowie Ackerzweitbereinigungen auf dem Hunsrück und in Rheinhessen. Einen weiteren Schwerpunkt im Bereich Landentwicklung bilden die zahlreichen Verfahren des freiwilligen Landtausches.

-
- Beratung, Versuchswesen und Weiterbildung in Pflanzenbau, Weinbau und Ernährung. Beratung, Weiterbildung und Versuchswesen sind auf Pflanzenbau, Weinbau, Kellerwirtschaft und Ernährung beschränkt. Im Pflanzenbau umfasst der Beratungsbezirk die Dienstbezirke der DLR Rheinpfalz und Rheinhessen-Nahe-Hunsrück.
 - Unterhalt eines Pflanzenschutzlabors in Bad Kreuznach und Weinchemischen Labors in Oppenheim zur Klärung fachlicher Fragen.
 - Bewirtschaftung der Versuchsweingüter Staatsdomäne Oppenheim und Staatsweingut Bad Kreuznach.
 - Unterhalt der zentralen landwirtschaftlichen Versuchsfelder Rheinpfalz, Rheinhessen und Hunsrück

5 DLR Rheinhesen - Nahe - Hunsrück



1) Vertretung für Dr. Erich Jörg
 2) Vertretung für Jörg Weiske

Abbildung 10.5
 Organisationsstruktur am DLR Rheinhesen-Nahe-Hunsrück

10.5.3 DLR Mosel

DLR Mosel

Das Dienstleistungszentrum Mosel hat als Schwerpunktaufgaben die Landentwicklung und Ländliche Bodenordnung, die Investitions- und Marktförderung für die landwirtschaftlichen Betriebe sowie die Weinbauberatung für den Steillagenweinbau der nördlichen Anbauggebiete Mosel und Ahr. Seit 2010 wird am DLR die Aufgabe „Prüfdienst Agrarförderung“ wahrgenommen. Am DLR sind gegenwärtig etwa 200 Voll-AK beschäftigt.

Dienstszitz

Zentrale: 54470 Bernkastel-Kues, Görresstraße 10

Standorte: 54295 Trier, Tessenowstraße 6

Förderabteilung: 54470 Bernkastel-Kues, Cusanusstraße 23

Steillagenzentrum: 54470 Bernkastel-Kues, Gartenstraße 18

Staatliche Weinbaudomäne, Trier Avelsbach

Dienstbezirk: Kreise Bernkastel-Wittlich und Trier-Saarburg, kreisfreie Stadt Trier

1. Landesweite Aufgaben

- Steillagenweinbau (Weinbautechnik und Oenologie des Steillagenriesling)
Arbeitsschwerpunkt des DLR Mosel ist die Entwicklung des Steillagenweinbaus mit den Schwerpunkten „Weinbautechnik“ und „Oenologie von Rieslingweinen“. Die so genannte „Entwicklungsgruppe Mosel“ wurde vom MWVLW und dem Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau gegründet. Zu der Arbeitsgruppe zählen neben dem MWVLW der Weinbauverband, die Moselweinwerbung, die Mosellandtouristik, der Hotellerie- und Gaststättenverband, die Fachhochschule Trier, die Kultur und Kur GmbH, die Landkreise Bernkastel-Wittlich und Trier-Saarburg und die Stadt Trier. Das DLR Mosel übernimmt dabei die Aufgabe einer Koordinierungsstelle für die „Entwicklungsgruppe Mosel“.

Land und EU fördern den Steillagenweinbau über die allgemeine Weinbauförderung hinaus unter anderem in Steil- und Steilstlagen durch jährliche Flächenprämien im Rahmen des Programms „Förderung der umweltfreundlichen Landbewirtschaftung“ (Kapitel 8.3). Des Weiteren werden Investitionen in steillagengeeignete Weinbautechnik finanziell unterstützt.

Gemeinsam mit der Moselland e.G. wurde die Entwicklung eines Traubenvollernters für Steillagen entwickelt, der als Prototyp zur Ernte 2008 vorgestellt wurde. Hieraus werden große Fortschritte in der Arbeitswirtschaft und somit Kostenwirtschaftlichkeit der Traubenernte erwartet. Das Gerät wird auch in den Weinbergen des DLR Mosel eingesetzt und in den kommenden Jahren für weitere weinbauliche Arbeiten (Pflanzenschutz, Laubarbeiten usw.) weiterentwickelt.

- Am DLR Mosel ist die Zuständigkeit für die einzelbetriebliche Investitions- und Marktförderung angesiedelt.
- Der Prüfdienst Agrarförderung des Landes Rheinland-Pfalz hat seinen Sitz am DLR Mosel.

2. Regionale Aufgaben

- Beratung, Versuchswesen und Weiterbildung für die Weinbaubetriebe an Mosel-Saar-Ruwer und der Ahr.
- Eine der zentralen Aufgaben ist die Erarbeitung einer Zukunftsstrategie für den Steillagenweinbau an Mosel, Saar und Ruwer. Hierzu wurde im Jahr 2003 in Abstimmung mit allen relevanten Akteuren ein „Steillagenkonzept“ als fachliches Vorhaben für den Steillagenweinbau erarbeitet. Ein weiterer Baustein ist die „Entwicklungs-konzeption für Steillagenweinbau und Tourismus“, die gemeinsam mit der Mosel-landtouristik, dem Hotel- und Gaststättenverband und der Weinwerbung im Jahre 2005 erarbeitet worden ist.
- Aufbauend auf diesen beiden Fachkonzepten hat sich die Regionalinitiative Mosel gebildet, in der alle Partner aus den Bereichen Weinbau, Kultur und Tourismus sowie die Wirtschaftskammer der Region und die Landkreise bzw. Stadt Trier vertreten sind.
- Im Jahr 2010 wurde eine Beratungsinitiative für den Steillagenweinbau gestartet. Im Rahmen der Beratungsinitiative werden auf der Grundlage verlässlicher betriebswirtschaftlicher Daten Anpassungskonzepte für die Weinbaubetriebe (einschließlich Flächenmanagement) entwickelt.
- Eine neue bedeutende Aufgabe wird sich aus dem Forschungsverbund mit dem Julius-Kühn-Institut in Bernkastel-Kues ergeben. Mit finanzieller Unterstützung des Bundes werden angewandte Forschungsprojekte im Steillagenweinbau durchgeführt. Diese beziehen sich auf die Themenfelder Klimawandel, Umwelt, Pflanzenschutz, neue Pflanzenkrankheiten (Schwarzfäule) und Ökoweinbau.
- Berufsschule für Winzer und Weinküfer an der Mosel sowie Berufsschule für Gärtner am Standort Trier. Insgesamt werden im Weinbereich 142 Schülerinnen und Schüler in 8 Klassen unterrichtet. Darunter 134 Schüler in der Berufsschule. Im Herbst 2007 wurde eine Fachschulklasse Weinbau als dislozierte Klasse der Weinbauschule Bad Kreuznach eröffnet
- Bewirtschaftung der Versuchsflächen des Staatsweingutes Mosel.
- Bodenordnung und Entwicklung des ländlichen Raumes an Ober- und Mittelmosel.

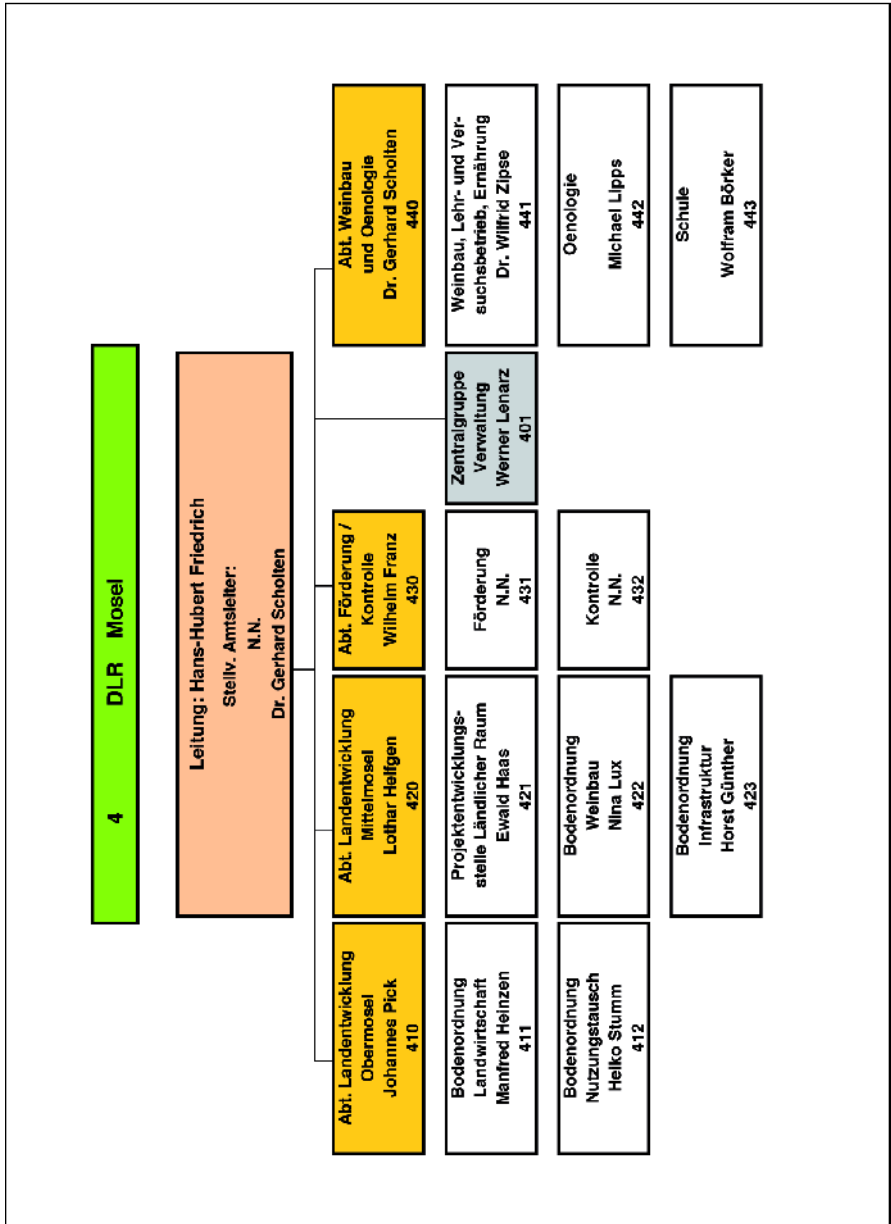


Abbildung 10.6

Organisationsstruktur am DLR Mosel

10.5 Struktur der landwirtschaftlichen Beratung in Rheinland-Pfalz

Rheinland-Pfalz verfügt über ein staatliches landwirtschaftliches Beratungsangebot, das im Rahmen einer Agrarverwaltungsreform im Jahr 2003 umstrukturiert und weiterhin verschlankt wird. Neben der staatlichen Beratung durch die Dienstleistungszentren Ländlicher Raum, erbringen die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, die Bauern- und Winzerverbände¹⁴ Rheinland-Nassau und Rheinland-Pfalz Süd sowie private Beratungsanbieter Beratungsleistungen in den landwirtschaftlichen Betrieben.

In den DLR sind außer der landwirtschaftlichen Beratung eine Reihe weiterer Aufgaben zusammen gefasst: Lehre (Berufsschulen für die grünen Berufe, Fachschulen, dualer Studiengang Weinbau und Oenologie) und Weiterbildung, Versuchswesen und angewandte Forschung, Ernährungsberatung sowie Aufgaben in der Landentwicklung und der ländlichen Bodenordnung.

Jedes der sechs Dienstleistungszentren hat neben den regionalen Aufgaben auch landesweite Kompetenzen. Der Gartenbau, mit Schwerpunkten im Gemüse- und Obstbau, Pflanzenschutz im Weinbau sind am DLR Rheinpfalz konzentriert, Pflanzenschutz, Ökolandbau und Weinmarketing am DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück, die Agrarförderung und der Steillagenweinbau sind am DLR Mosel angesiedelt, Tierhaltung, Grünlandwirtschaft sowie nachwachsende Rohstoffe am DLR Eifel, die Tierzucht am DLR Westpfalz und die Ernährungsberatung sowie der Bereich Bienen- und Imkerei am DLR Westerwald-Osteifel.

Wesentlich ist, dass auf die Einheit von Schule, Beratung und Versuchswesen sowie angewandter Forschung besonderer Wert gelegt wird. Diese Einheit bedingt Synergieeffekte und ermöglicht einen schnellen und kompetenten Wissenstransfer in die landwirtschaftlichen Betriebe.


Die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz¹⁵ bietet im Auftrag des Landes Beratungsleistungen zu folgenden Themengebieten an:

- Unternehmensberatung
- Investitions- und Förderberatung
- Landwirtschaftliches Bauen und Landtechnik
- Tierzuchtspezialberatung
- Sonstige Beratungsangebote im Rahmen der Selbstverwaltung

Die beiden Bauern- und Winzerverbände beraten zu agrarpolitischen und berufsständischen Themen (Steuer-, Rechts- und Versicherungsfragen). Darüber hinaus wurde die sozioökonomische Beratung an den Berufsstand übertragen.

¹⁴ Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau e.V. (www.bvw-net.de) und Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd e.V. (www.bvw-rlp.de)

¹⁵ Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz (www.lwk-rlp.de)



Beratungsleistungen, die überwiegend im einzelbetrieblichen Interesse des Beratungskunden liegen, sollen verstärkt durch private Beratungsanbieter wahrgenommen werden. Das Land fördert die durch anerkannte Beratungsanbieter erbrachten Beratungsleistungen im Rahmen der Förderung der privaten Beratung mit Landesmitteln¹⁶. Damit interessierte Beratungsanbieter für Landwirtschaft, Weinbau und Gartenbau können sich für vom Land geförderte Beratungsangebote in landwirtschaftlichen Betrieben der Primärproduktion vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau in Mainz anerkennen lassen.

Ziel der vom Land geförderten Beratung ist die Stärkung der unternehmerischen Kompetenzen und damit eine verbesserte Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe sowie eine besonders umwelt-, tier- und qualitätsgerechte Produktion in der Agrarwirtschaft.

Bezuschusst werden Gebühren für Beratungen, die nicht - wie etwa routinemäßige Steuer- oder Rechtsberatung oder Werbung - in regelmäßigen Abständen in Anspruch genommen werden. Von der Förderung ausgeschlossen sind Beratungen in der Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Primärerzeugnisse.

¹⁶ Die Projektförderung für die private Beratung in der Landwirtschaft wurde bei der EU-Kommission in Brüssel als Fördermaßnahme nach Artikel 15 (2) VO (EG) Nr. 1857/2006 unter der Nr. XA262/2007 notifiziert

Liste der anerkannten Beratungsanbieter in Rheinland-Pfalz

Anerkannte Beratungsanbieter	Anschrift	Bereich
Agrarservice	Kirchstr. 22, 56729 Langenfeld	Landwirtschaft
AgroCon GmbH Landw. Unternehmensberatung	Malbergerstr. 4, 46514 Schermbeck	Landwirtschaft
Beratungsgemeinschaft für Gartenbau und Landwirtschaft	Breitenweg 71, 67435 Neustadt/W.	Zierpflanzen
Beratungsring Rindfleischherzeugung Kaiserslautern e.V.	Röchlingsstr. 1, 67663 Kaiserslautern	Landwirtschaft
Beratungsring kontrolliert umweltschonender Weinbau Pfalz e.V.	Breitenweg 71, 67435 Neustadt/W.	Weinbau
Milcherzeugerberatungsring Pfalz-Hunsrück e.V.	Trierer Str. 60, 66869 Kusel	Landwirtschaft
Milchviehberatungsring Eifel e.V.	Westpark 13, 54634 Pitburg	Landwirtschaft/Tierzucht
Milchviehberatungsring Wittlich-Trier e.V., q-team	Friedrichstr. 20, 54516 Wittlich	Landwirtschaft
Beratungsring Ackorbau Rheinhessen/Pfalz im Ring landwirtschaftlicher Betriebsleiter e.V.	Röchlingstr. 1, 67663 Kaiserslautern	Landwirtschaft
Beratungsring RS - Selection Rheinhessen e.V.	Otto-Lilienthal-Str. 4, 55232 Alzey	Weinbau
EZG Südwest-Tabak w.V.	Gottfried-Benn-Weg 2, 67346 Speyer	Tabak
TRK Agrar-Büro	Bergstr. 1- Strickhausen, 57632 Borzhausen	Landwirtschaft
Beratungsring Weinbau Qualitätsmanagement e.V.	Wormser Str. 162, 55278 Oppenheim	Weinbau
Bioland Beratung GmbH	Rüdoshimer Str. 60 68, 55545 Bad Kreuznach	Tier u. Pflanzenproduktion einschl. Weinbau
Beratungsring Moselland e.V.	Bornwiese 6, 54470 Berncastel-Kues	Weinbau u. Oenologie
Maschinenring Taunus-Westerwald GmbH	Tiergartenstr.17, 56410 Montabaur	Landwirtschaft
Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz	Burgenlandstraße 7, 55543 Bad Kreuznach	Landwirtschaft
Bolap	Obere Langgasse 40, 67748 Speyer	Landwirtschaft und Gartenbau
Bauern- und Winzerverband Rheinland Nassau e.V.	Karl-Tesche-Str. 3, 56073 Koblenz	Landwirtschaft, Garten- und Weinbau; jedoch nur Betriebswirtschaft und Finanzplanung

Tabelle 10.3

Anerkannte Beratungsanbieter in Rheinland-Pfalz

Die staatliche Beratung an den DLR ist gebührenfrei. Unberührt bleiben Gebühren und Entgelte, die auf Grund besonderer Gebührenverzeichnisse oder sonstiger Regelungen des zuständigen Ministeriums erhoben werden. Die Dienstleistungszentren Ländlicher Raum sind angehalten mit anderen Behörden, Institutionen und Organisationen zusammen zu arbeiten.

Die allgemeinen und speziellen Aufgaben der Beratung und die Abgrenzung zu anderen Behörden, Institutionen und Organisationen ergibt sich aus der Dienstanweisung für die Dienstleistungszentren Ländlicher Raum.

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	Seite
Abb. 2.1 Erwerbstätige nach Wirtschaftsbereichen in Deutschland	11
Abb. 2.2 Erwerbstätige nach Wirtschaftsbereichen und Beschäftigungsgruppen in Rheinland-Pfalz	12
Abb. 2.3 Cluster Weinwirtschaft mit vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen	14
Abb. 3.1 Weltweinerzeugung und -konsum	18
Abb. 3.2 Weltweinproduktion	19
Abb. 3.3 Weinerzeugung und Weinverbrauch in der EU	20
Abb. 3.4 Weinaußenhandel der Europäischen Union	21
Abb. 3.5 Weinerzeugung und Konsum in Deutschland	22
Abb. 3.6 Weinkonsum nach Weinarten in Deutschland	23
Abb. 3.7 Lieferstruktur der deutschen Wein- und Sektkellereien mit heimischen Weinen	25
Abb. 3.8 Weinexporte aus Deutschland	27
Abb. 3.9 Entwicklung der deutschen Weinimporte	28
Abb. 3.10 Marktanteile von Wein in Deutschland nach Herkunftsländern	30
Abb. 3.11 Geschmacksstile deutscher Weine im Lebensmittelhandel	31
Abb. 3.12 Marktanteile deutscher Weine im Lebensmittelhandel nach Anbaugebieten	32
Abb. 3.13 Marktanteile deutscher Weinarten im Lebensmittelhandel nach Anbaugebieten	33
Abb. 3.14 Durchschnittspreise deutscher Weine nach Anbaugebieten im Lebensmittelhandel	34
Abb. 3.15 Vertriebsstruktur und Durchschnittspreise im Weinmarkt Deutschland	35
Abb. 3.16 Einkaufsstätten für Weine insgesamt in Deutschland 2009	36
Abb. 3.17 Einkaufsstätten für deutschen Wein im Jahr 2009	37
Abb. 4.1 Entwicklung der Ertragsreblfläche und Erntemenge	39
Abb. 4.2 Ertragsreblfläche und Erntemenge in Rheinland-Pfalz	43
Abb. 4.3 Entwicklung der Betriebszahlen und \emptyset -Betriebsflächen in Rheinland-Pfalz	44
Abb. 4.4 Entwicklung der geprüften Qualitätsweinmenge nach Betriebsgruppen und Weinarten	45
Abb. 4.5 Entwicklung der geprüften Qualitätsweinmenge nach Rebsorten	46
Abb. 4.6 Entwicklung der geprüften Qualitätsweinmenge nach Anbaugebieten	47
Abb. 4.7 Entwicklung der geprüften Qualitätsweinmenge nach Betriebsgruppen und Partigröße	48
Abb. 4.8 Entwicklung der Betriebszahlen und \emptyset -Betriebsflächen an der Ahr	50
Abb. 4.9 Entwicklung der Betriebszahlen und \emptyset -Betriebsflächen am Mittelrhein	52
Abb. 4.10 Entwicklung der Betriebszahlen und \emptyset -Betriebsflächen an der Mosel	55
Abb. 4.11 Entwicklung der Betriebszahlen und \emptyset -Betriebsflächen an der Nahe	57
Abb. 4.12 Entwicklung der Betriebszahlen und \emptyset -Betriebsflächen in der Pfalz	60
Abb. 4.13 Entwicklung der Betriebszahlen und \emptyset -Betriebsflächen in Rheinhessen	62
Abb. 4.14 Wein- und Sektmarkt in Deutschland	64

Abbildungsverzeichnis	Seite
Abb. 4.15 Wein- und Sektverarbeitung in Rheinland-Pfalz	65
Abb. 4.16 Fassweinpreisentwicklung und Vollkostendeckung in Rheinland-Pfalz	68
Abb. 4.17 Fasswein-Lieferungen in Rheinland-Pfalz nach Weinarten	74
Abb. 4.18 Fasswein-Lieferungen in Rheinland-Pfalz nach wichtigen Rebsorten	75
Abb. 4.19 Fasswein-Lieferungen der großen Anbauggebiete nach wichtigen Rebsorten	76
Abb. 4.20 Fasswein-Lieferungen und Ø-Preise für Riesling an der Mosel	77
Abb. 4.21 Fasswein-Lieferungen und Ø-Preise für Riesling und Dornfelder in Rheinhessen	78
Abb. 4.22 Fasswein-Lieferungen und Ø-Preise für Riesling und Dornfelder in der Pfalz	79
Abb. 4.23 Fassweinxporte nach Weinarten und Zielmärkten aus Rheinland-Pfalz	80
Abb. 4.24 Fassweinimporte nach Weinarten und Zielmärkten nach Rheinland-Pfalz	81
Abb. 5.1 Ökologisch bewirtschaftete Rebfläche weltweit	85
Abb. 5.2 Ökologisch bewirtschaftete Rebfläche und Flächenanteil nach Ländern 2008	86
Abb. 5.3 Entwicklung der ökologisch bewirtschafteten Rebfläche und Betriebe in Rheinland-Pfalz	87
Abb. 5.4 Ökologisch bewirtschaftete Rebfläche in Rheinland-Pfalz nach Anbaugebieten 2009	88
Abb. 5.5 Ökologisch wirtschaftende Betriebe in Rheinland-Pfalz nach Anbaugebieten 2009	89
Abb. 6.1 Gewinnklassen von Weinbaubetrieben in Deutschland und Rheinland-Pfalz	99
Abb. 6.2 Gewinnklassen von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart	100
Abb. 6.3 Flächenausstattung von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart und Erfolgsgruppen	102
Abb. 6.4 Arbeitskräftebesatz von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart und Erfolgsgruppen	103
Abb. 6.5 Flächenproduktivität von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart und Erfolgsgruppen	104
Abb. 6.6 Unternehmensgewinne von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart und Erfolgsgruppen	106
Abb. 6.7 Arbeitserträge von Weinbaubetrieben in Deutschland nach Vermarktungsart und Erfolgsgruppen	107
Abb. 6.8 Arbeitserträge von direktvermarktenden Weinbaubetrieben in Rheinland-Pfalz nach Erfolgsgruppen	109
Abb. 6.9 Durchschnittliche Stundenlöhne von direktvermarktenden Weinbaubetrieben in Rheinland-Pfalz nach Erfolgsgruppen	110
Abb. 8.1 Umstrukturierung von Rebflächen in Rheinland-Pfalz insgesamt Geförderte Flächen und Fördersumme für die Jahre 2005-2009	127
Abb. 8.2 Umstrukturierung von Steillagenrebflächen in Rheinland-Pfalz Geförderte Flächen und Fördersumme für die Jahre 2005-2009	127

Abbildungsverzeichnis	Seite
Abb. 8.3 EU-Rodungsprogramm in Rheinland-Pfalz	
Gerodete Flächen und Fördersumme für die Jahre 2005-2009	132
Abb. 9.1 Weinkulturlandschaft Nahe	137
Abb. 9.2 Gäste und Übernachtungszahlen in Rheinland-Pfalz	138
Abb. 9.3 Weinbaugebiete und Tourismusregionen	139
Abb. 9.4 Gästeaufkommen in den Tourismusregionen	140
Abb. 9.5 Weinzielgruppen nach SINUS-Lebenswelten 2002	142
Abb. 10.1 Aufbau des dualen Studiengangs Weinbau und Oenologie Rheinland-Pfalz	149
Abb. 10.2 Entwicklung der Schülerzahlen im Weinbau an Berufs- und Fachschulen	160
Abb. 10.3 Ausbildungswege im Agrarsektor in Rheinland-Pfalz	162
Abb. 10.4 Organisationsstruktur am DLR Rheinpfalz	166
Abb. 10.5 Organisationsstruktur am DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück	171
Abb. 10.6 Organisationsstruktur am DLR Mosel	174

Tabellenverzeichnis	Seite
Tab. 4.1 Entwicklung der Rebfläche in Rheinland-Pfalz	40
Tab. 4.2 Entwicklung der Erntemengen in Rheinland-Pfalz	41
Tab. 4.3 Wichtigste Rebsorten in Rheinland-Pfalz	42
Tab. 4.4 Entwicklung der Rebfläche an der Ahr	49
Tab. 4.5 Entwicklung der Erntemengen an der Ahr	50
Tab. 4.6 Struktur der geprüften Qualitätsweinmenge an der Ahr	51
Tab. 4.7 Entwicklung der Rebfläche am Mittelrhein	52
Tab. 4.8 Entwicklung der Erntemengen am Mittelrhein	53
Tab. 4.9 Struktur der geprüften Qualitätsweinmenge am Mittelrhein	54
Tab. 4.10 Entwicklung der Rebfläche an der Mosel	54
Tab. 4.11 Entwicklung der Erntemengen an der Mosel	55
Tab. 4.12 Struktur der geprüften Qualitätsweinmenge an der Mosel	56
Tab. 4.13 Entwicklung der Rebfläche an der Nahe	57
Tab. 4.15 Entwicklung der Erntemengen an der Nahe	58
Tab. 4.16 Struktur der geprüften Qualitätsweinmenge an der Nahe	58
Tab. 4.17 Entwicklung der Rebfläche in der Pfalz	59
Tab. 4.18 Entwicklung der Erntemengen in der Pfalz	60
Tab. 4.19 Struktur der geprüften Qualitätsweinmenge in der Pfalz	61
Tab. 4.20 Entwicklung der Rebfläche in Rheinhessen	62
Tab. 4.21 Entwicklung der Erntemengen in Rheinhessen	63
Tab. 4.22 Struktur der geprüften Qualitätsweinmenge in Rheinhessen	63
Tab. 4.23 Winzergenossenschaften und Erzeugergemeinschaften in Rheinland-Pfalz	66
Tab. 4.24 Unternehmen (mit 20 und mehr Beschäftigten), Absatz und Umsatz ausgewählter Wirtschaftszweige der Getränkeherstellung in Rheinland-Pfalz 2008	71
Tab. 5.1 Betriebswirtschaftliche Kennzahlen des Ökoweinbaus 2007/08	91

Tabellenverzeichnis	Seite
Tab. 8.1 Förderung der ländlichen Bodenordnung	119
Tab. 8.2 Förderung der Niederlassung von Junglandwirten	119
Tab. 8.3 Umweltschonende Steil- und Steilstlagenförderung	120
Tab. 8.4 Förderung Biotechnische Pflanzenschutzverfahren im Weinbau	121
Tab. 8.5 Förderung Umweltschonende Wirtschaftsweise im Unternehmen	122
Tab. 8.6 Einzelbetriebliche Investitionsförderung im Weinbau	123
Tab. 8.7 Förderung von Investitionen zur Diversifizierung	124
Tab. 8.8 Förderung der Marktstrukturverbesserung	125
Tab. 8.9 Förderung des Weinsektors durch das Nationale Stützungsprogramm	126
Tab. 8.10 Förderung von Maßnahmen zur Umstrukturierung und Umstellung von Rebflächen an die sich ändernden Klimabedingungen	129
Tab. 8.11 Förderung der Technischen Investitionen in Betrieben	130
Tab. 8.12 Förderung der privaten Beratung im Weinbau	134
Tab. 8.13 Zusammenfassung der wesentlichen Förderungen im Weinbau	135
Tab. 9.1 Wein- und Sektmarkt in Deutschland im Jahre 2009	141
Tab. 9.2 Schätzung des unmittelbaren touristischen Weinabsatzes	143
Tab. 10.1 Schülerzahlen im Berufsschuljahr 2009/10	165
Tab. 10.2 Ausbildungsgänge, Schulstandorte und Klassenzahlen (Projektion 2010/11)	169
Tab. 10.3 Anerkannte Beratungsanbieter in Rheinland-Pfalz	177



Rheinlandpfalz

MINISTERIUM FÜR
WIRTSCHAFT, VERKEHR,
LANDWIRTSCHAFT UND
WEINBAU

**Stiftsstraße 9
55116 Mainz**

www.mwvlw.rlp.de