

Neue Gesetze für Weinbau und Weinwirtschaft

Am Ende der Frühjahrssession haben die Landtage von Niederösterreich und dem Burgenland neue Weinbaugesetze und der Bund ein Weinwirtschaftsgesetz verabschiedet. Im September soll der neue Weinwirtschaftsfonds zu arbeiten beginnen.

Der Aufsatz skizziert die Lage des heimischen Weinbaues und des Weinmarktes und beleuchtet kritisch die neuen Gesetze.

Steigende Hektarerträge und Flächenausweitung

Dem heimischen Weinbau brachte die Nachkriegszeit rasche technische Fortschritte. Die Hochkultur halbierte den Arbeitsaufwand, intensivierte Düngung und Schädlingsbekämpfung steigerten die Hektarerträge.

Anfang der sechziger Jahre begannen die Weinbauern die Rebflächen stark auszuweiten, weil sie ihre Arbeiten mechanisieren konnten und die Erträge günstig waren. In den fünfziger Jahren war die gesamte Weingartenfläche mit 35.000 ha bis 37.000 ha annähernd stabil geblieben. 1967 (letzte Erhebung) wurden knapp 46.000 ha gezählt, 10.000 ha oder fast ein Drittel mehr als 1961. Die Familien der zumeist klein- und mittelbäuerlichen Produzenten konnten nun viel größere Rebflächen bearbeiten als vorher. Die Flächenausweitung war auch notwendig, damit

die von der Rationalisierung freigesetzten Arbeitskräfte voll ausgelastet, die Kapazität der neuen Maschinen besser genutzt und das Einkommen erhöht werden konnte. Zudem machte die Hochkultur den Weinbau wieder in großem Maßstab möglich und für Großbetriebe interessant.

Zunehmende Hektarerträge und Rebflächen ließen die Ernten wachsen. Nach dem Statistischen Zentralamt wurden in den fünfziger Jahren durchschnittlich 11 Mill. hl Weinmost geerntet, in den sechziger Jahren 18 Mill. hl, jährlich etwa 8% mehr. Die Statistiken über Hektarerträge und Ernten leiden unter manchen Mängeln. Die Ernten schwanken von Jahr zu Jahr sehr stark.

Der Verbrauch wächst langsamer

Die Österreicher verbrauchen rund 30 l Wein pro Kopf im Jahr, weit weniger als z. B. die Franzosen (120 l) und Italiener (110 l), aber viel mehr als die Deutschen (15 l), Engländer (3 l) und US-Amerikaner (4 l). In den europäischen Hauptproduktionsländern Frankreich, Italien, Portugal und Spanien ist Wein ein billiges und echtes Volksgetränk zu jeder Mahlzeit. Die meisten Österreicher trinken Wein nur gelegentlich.

Flächen, Erträge und Ernten im Weinbau

	Weingartenfläche ¹⁾) insgesamt		Weinmosternte ²⁾ je ha	
	ha	Ertragsfläche	insgesamt	hl
1950	34.943	30.605	42,2	1.291.355
1951	35.897	31.250	35,3	1.103.790
1952			23,9	746.092
1953	36.780	31.265	26,4	826.093
1954			32,4	1.638.762
1955	37.364	32.306	36,0	1.164.232
1956			12,1	390.391
1957	37.313	31.765	44,6	1.415.427
1958			59,7	1.897.077
1959	35.048	30.868	23,6	727.952
1960			29,1	897.487
1961	35.766	30.930	42,9	1.328.221
1962			32,5	1.006.661
1963	40.132	31.753	57,5	1.826.741
1964			89,4	2.840.169
1965	45.428	35.599	39,0	1.387.371
1966			40,8	1.453.588
1967	45.978	40.194	64,5	2.594.384
1968			61,6	2.477.241

Q: Österreichisches Statistisches Zentralamt —¹⁾ Jeweils einschließlich der Direktträgerflächen, Schnittweingärten und Rebschulen. —²⁾ Die Weingartenfläche wird nur jedes 2. Jahr erhoben. —³⁾ Bis 1963 Schätzungen des Österreichischen Statistischen Zentralamtes. Ab 1964 laut Erhebungen der Finanzämter

Wein- und Bierverbrauch in verschiedenen Ländern

		Wein		Bier	
		je Kopf in l			
Frankreich	1964/65	119,5	41,4		
Italien	1965/66	111,8	10,1		
Schweiz	1965/66	35,9	75,0		
BR. Deutschland	1965/66	15,4	125,9		
Belgien-Luxemburg	1964/65	8,3			
Schweden	1965/66	4,3	40,1		
Niederlande ¹⁾	1967	4,1	44,2		
USA ¹⁾	1966	3,7	61,4		
Großbritannien ¹⁾	1967	3,4	93,7		
Österreich ²⁾	1965	28,1	91,6		
	1966	26,8	98,0		
	1967	27,8	102,0		

Q: OECD Food Consumption 1954—1966 —¹⁾ Errechnet laut den Statistischen Jahrbüchern —²⁾ Laut privatem Konsum

Der Verbrauch der Nichtselbstversorger ist aus den Eingängen an Weinsteuern genau bekannt. 1968 betrug er 2 Mill. hl, im Durchschnitt der letzten drei Jahre 1,9 Mill. hl. Über den Eigenverbrauch der Erzeuger gibt es keine statistischen Unterlagen. Die Nahrungs- und Genußmittelindustrie¹⁾ (Brennereien, Essigerzeugung) verarbeitete 1967 rund 40.000 hl Wein.

Die Nachfrage nach Wein steigt, in den letzten 10 bis 15 Jahren jährlich um 5%, hauptsächlich weil die Realeinkommen steigen. Eine Auswertung der Städtischen Konsumerhebung 1964 zeigt²⁾, daß Wein von allen ausgewiesenen Nahrungsmitteln und Getränken vom zunehmenden Wohlstand der Konsumenten am meisten profitiert. Wächst das Einkommen der städtischen Bevölkerung um 10%, dann steigen die Ausgaben für Nahrungsmittel insgesamt nur um knapp 4%, die für Getränke um 7%, die für Wein aber um 10%. Die *Einkommenselastizität* der Nachfrage nach Wein ist +1. Eine Analyse des Weinverbrauches der Nichtselbstversorger von 1958 bis 1968 (Zeitreihenanalyse³⁾) ergibt den gleichen Wert. Haushaltserhebungen in der Bundesrepublik Deutschland zeigen, daß Einkommensänderungen den Weinabsatz auch kurzfristig stark beeinflussen. So löste die Konjunkturlaute in Nordrhein-Westfalen 1968 eine Krise im Absatz von Moselwein aus⁴⁾.

Die Erhebung des städtischen Konsums läßt auch zwischen Wein und den Konkurrenzprodukten Bier und alkoholfreie Getränke vergleichen. Die Neigung der Verbraucher, mit steigendem Einkommen mehr für Wein auszugeben war 1964 im Vergleich zu Bier etwa doppelt so hoch und auch etwas höher als bei alkoholfreien Getränken.

1967 haben die Österreicher 1,5 Mrd. S für nichtalkoholische Getränke und 11,2 Mrd. S für alkoholische Getränke ausgegeben (berechnet zu Einzelhandelspreisen), davon 4,5 Mrd. S für Bier, 4,4

Verbrauch und Aufwand an Getränken

	1.000 hl	Mill S	Anteile in %
Wein	2.032	4.369	34,5
Bier	7.472	4.546	35,9
Spirituosen	340	2.123	16,7
Schaumwein	2.325 ¹⁾	175	1,4
Alkoholische Getränke		11.213	88,5
Nichtalkoholische Getränke	1.790	1.455	11,5
Getränke insgesamt		12.668	100,0

Q: Österreichs Volkseinkommen im Jahre 1967. — ¹⁾ 1.000 Flaschen

¹⁾ Österreichisches Statistisches Zentralamt, Verbrauch der Industrie und des Großgewerbes.

²⁾ Auf Grund noch nicht veröffentlichter Berechnungen des Institutes.

³⁾ Siehe Übersicht auf S. 331.

⁴⁾ Deutsche Weinzeitung, Nr. 6/1969.

Mrd. S für Wein und 2,3 Mrd. S für Spirituosen und Schaumwein.

Lage auf dem Weinmarkt

1960⁵⁾ befaßten sich in Österreich 72.000 Betriebe mit Weinbau. Für 39.000 Betriebe (25.500 gemischte und 13.500 reine Weinbauwirtschaften) war er eine wichtige oder sogar die wichtigste Einkommensquelle. Im Durchschnitt entfielen 0,46 ha Weingarten je Betrieb. Seit 1960 hat sich die Zahl der weinbautreibenden Betriebe wahrscheinlich verringert. Das Schwerkgewicht der Produktion liegt aber auch heute noch in der Größenklasse 0,25 ha bis 1 ha Weinfläche.

Zahl und Betriebsformen der Weinbaubetriebe 1960

	Anteil des Weinlandes a. d. gesamten Betriebsfläche %	Betriebe Zahl	%	Weinbaufläche insgesamt ha	%	je Betrieb ha
Acker-Weinbauwirtschaften	2—10	15.113	21,0	7.697	23,2	0,51
Weinbau-Ackerwirtschaften	10—25	10.648	14,8	9.281	27,9	0,87
Reine Weinbauwirtschaften	über 25	13.405	18,6	11.765	35,4	0,88
Summe Weinbauwirtschaften	über 2	39.166	54,4	28.743	86,5	0,73
Alle and. Betriebe mit Weinbau	unter 2	32.893	45,6	4.503	13,5	0,14
Summe weinbautreibender Betriebe		72.059	100,0	33.246	100,0	0,46

Q: Land- und forstwirtschaftliche Betriebszählung 1960.

Auf der *Angebotseite* gibt es demnach tausende klein- und mittelbäuerliche Produzenten, die nicht nur voneinander gesondert Wein erzeugen, sondern ihn meist auch „im Alleingang“ zu verkaufen trachten. Über Genossenschaften werden erst 15% bis 20% der Ernte abgesetzt (gegen rund 50% in Frankreich⁶⁾).

Auf der *Nachfrageseite* brachte die Nachkriegszeit große Umwälzungen: Änderungen der Lebens- und Verbrauchsgewohnheiten, technische Fortschritte sowie Änderungen in der Organisation des Einzelhandels haben die Absatzwege für Wein stark verschoben. Motorisierung und Fernsehen ließen den Weinkonsum in Gaststätten zugunsten des Absatzes über den Einzelhandel sinken. Der traditionelle Faßweinverkauf an den Gastwirt hat rasch an Bedeutung verloren. Der Verkauf von Flaschenwein nimmt zu. Derzeit wird bereits mehr als die Hälfte des Weines über den Einzelhandel abgesetzt, rund ein Sechstel entfällt auf den Direktabsatz vom Erzeuger an den Verbraucher und nur noch knapp ein Drittel verkauft das

⁵⁾ Laut landwirtschaftlicher Betriebszählung 1960.

⁶⁾ W. Hildebrandt, Rationalisierungsmaßnahmen im Bereich des Distributionssektors für Wein, Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie e. V. Bonn, Heft 195 (1968).

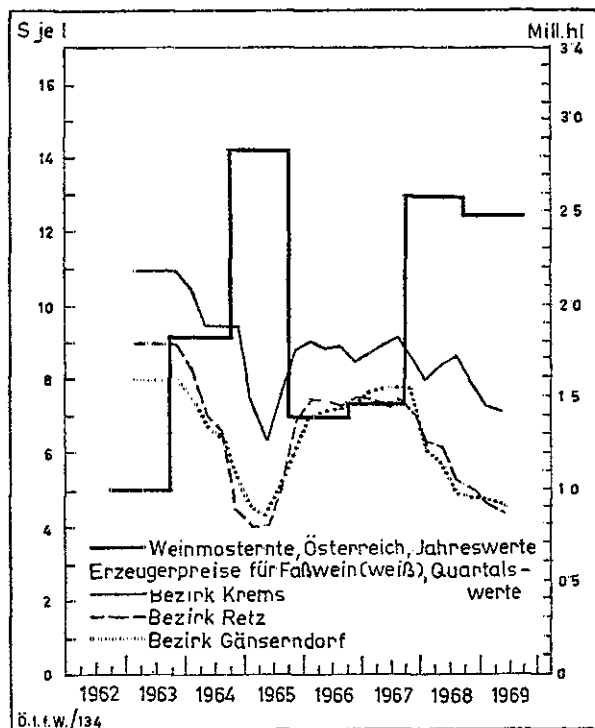
Gastgewerbe. Insbesondere der wachsende Marktanteil des Einzelhandels zwang dazu, die Kellerwirtschaft zu rationalisieren. Der moderne Markt verlangt auch für Wein ein großhandelsfähiges Angebot: große Mengen einheitlicher Qualität bei ständiger Lieferbereitschaft zu möglichst stabilen Preisen. Diesen Anforderungen kann der Durchschnittsweinbauer allein nicht gerecht werden.

Der Weinmarkt unterscheidet sich deutlich von den übrigen wichtigen Agrarmärkten. Das Produkt ist stark differenziert, die Ernten schwanken von Jahr zu Jahr stark nach Menge und Qualität. Eine „Marktordnung“ im strengen Sinn gibt es nicht.

Erfahrungsgemäß ziehen gute Weinernten (insbesondere zwei Jahre nacheinander) Absatzschwierigkeiten und Preisverfall nach sich. Mißernten haben Preisspitzen zur Folge. Das Ausmaß der Preisschwankungen wird von der Preiselastizität der Nachfrage maßgebend bestimmt.

Nach Schätzungen des Institutes auf Grund der Daten für die Jahre von 1958 bis 1968 liegt die Preiselastizität der Nachfrage nach Wein bezogen auf den Verbraucherpreis bei $-0,9$ bis $-1,0$; bezogen auf den Erzeugerpreis ist sie noch geringer, und zwar rund $-0,7$. Das heißt, der Verbraucherpreis (Erzeugerpreis) für Wein muß um rund 10% (15%) sinken, damit der Verbrauch gleichzeitig um 10% steigt. Dies bedeutet, daß kleinere Angebotsmengen (nicht identisch mit den Ernten) höhere Gesamterlöse bringen als größere.

Erzeuger-Weinpreise und Weinernten
(Linearer Maßstab; S je l bzw. Mill. hl)



Die Schwankungen des Erzeugerpreises werden noch durch das traditionell spekulative Verhalten der Anbieter und Käufer unnötig verstärkt. Der Grund liegt in den hohen Ernteschwankungen und dem Mangel an Markttransparenz.

Erzeuger-Weinpreise in Niederösterreich

Jahr	Monat												
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	
Faßwein weiß, S je Liter													
Bezirk Krems	1963	11 —	11 —	11 —	11 —	11 —	11 —	11 —	11 —	11 —	11 —	11 —	
	1964	11 —	11 —	9 50	9 50	9 50	9 50	9 50	9 50	9 50	10 50	10 50	7 50
	1965	7 50	7 50	7 50	6 50	6 50	6 25	7 10	7 10	8 75	8 75	8 75	8 75
	1966	9 —	9 —	9 25	9 —	8 75	8 75	8 75	9 50	8 50	8 15	8 75	8 75
	1967	8 25	9 05	9 05	9 25	9 —	8 50	9 —	9 —	9 50	9 —	8 50	8 50
	1968	8 25	8 —	8 —	9 25	8 —	8 —	9 —	8 —	8 —	8 —	8 —	8 —
	1969	7 —	7 50	7 50	7 50	7 —	7 —						
Bezirk Gänserndorf	1963	8 —	8 —	8 —	8 —	8 —	8 —	8 —	8 —	8 —	8 —	8 —	
	1964	8 —	8 —	6 75	6 75	6 75	6 75	6 75	6 75	6 —	6 —	4 —	
	1965	4 —	4 75	4 75	4 75	4 75	3 65	4 75	4 75	5 75	5 75	6 25	6 25
	1966	7 —	7 —	7 —	7 —	7 25	7 25	7 25	7 25	7 25	7 —	7 50	7 50
	1967	7 50	7 75	7 75	7 75	7 75	7 75	7 75	7 75	7 75	7 75	7 75	7 75
	1968	6 25	6 25	6 —	6 —	6 —	5 25	5 25	5 —	4 50	5 —	5 —	4 50
	1969	4 50	4 80	4 80	4 80	4 50	4 50						
Bezirk Retz	1963	9 —	9 —	9 —	9 —	9 —	9 —	9 —	9 —	9 —	9 —	9 —	
	1964	9 —	9 —	7 —	7 —	7 —	7 —	7 —	7 —	6 25	6 25	6 25	4 50
	1965	4 —	4 —	4 —	4 —	4 —	4 25	4 50	4 50	6 25	6 25	6 75	7 50
	1966	7 50	7 50	7 50	7 50	7 50	7 50	7 50	7 25	7 25	7 50	7 50	7 50
	1967	7 50	7 50	7 50	7 25	7 25	7 50	7 50	7 50	7 50	7 50	7 50	6 50
	1968	6 50	6 25	6 25	6 25	6 25	6 25	5 75	5 —	5 —	5 —	5 —	5 —
	1969	5 —	4 50	4 50	4 50	4 50	4 50						

Q: Amtlicher Marktbericht der Niederösterreichischen Landes-Landwirtschaftskammer — 1) Arithmetisches Mittel aus von — bis — Preisen. Ab August 1968 häufigster Preis.

**Zeitreihenanalyse der mengenmäßigen Nachfrage nach Wein
(Jahreswerte 1958 bis 1968)**

Bezeichnung der statistischen Maßzahl	Parameter zu den unabhängigen Variablen		Statistische Maßzahlen zur Regressionsgleichung
	Realeinkommen	Realpreis des Produktes ¹⁾	
Pro-Kopf-Verbrauch der Gesamtbevölkerung ²⁾ (Semi-logarithmische Kurvenform)			
b_i	48 67*	-51 57	$b_0 = 66 73$
s_i	18 79	55 93	SF = 1 33
t_i	2 59	-0 92	$R^2 = 0 90^{**}$
FG	8	8	F = 36 33
$\varnothing \eta$	0 88	-0 94	

Bezeichnung der statistischen Maßzahl	Parameter zu den unabhängigen Variablen		Statistische Maßzahlen zur Regressionsgleichung
	Realeinkommen	Realpreis des Produktes ¹⁾	
Pro-Kopf-Verbrauch der Nichtselbstversorger ²⁾ (Semi-logarithmische Kurvenform)			
b_i	53 71*	-44 44	$b_0 = 45 00$
s_i	17 92	53 36	SF = 1 30
t_i	3 00	-0 83	$R^2 = 0 91^{**}$
FG	8	8	F = 41 51
$\varnothing \eta$	1 04	-0 86	

- Anmerkung: b_i = Partielle Regressionskoeffizienten
 s_i = Standardfehler der partiellen Regressionskoeffizienten
 t_i = t-Werte
 FG = Anzahl der Freiheitsgrade
 $\varnothing \eta$ = Durchschnittselastizität
 b_0 = Konstante der Regressionsgleichung
 SF = Standardfehler der Regressionsgleichung
 R^2 = Multipler Korrelationskoeffizient
 F = F-Wert
 * = Signifikant bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5%
 ** = Signifikant bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 1%

¹⁾ Weinpreise laut Verbraucherpreisindex I. — ²⁾ Weinverbrauch laut privatem Konsum — ³⁾ Berechnungen des Institutes.

Die zwei großen Schwierigkeiten des heimischen Weinbaues sind somit erstens drohende *strukturelle Überschüsse*, seit in den letzten 10 bis 15 Jahren die Produktion rascher wächst als die Nachfrage, zweitens starke *Ernteschwankungen* und die daraus resultierende Marktunruhe. Um diese Schwierigkeiten zu bewältigen, haben die zuständigen Stellen verschiedene gesetzliche Maßnahmen ergriffen: sie kontingentierte die Weingartenfläche und errichteten einen Weinwirtschaftsfonds.

Neue Weinbaugesetze in Niederösterreich und im Burgenland

Niederösterreich und das Burgenland kontrollieren seit 1965 die Neuanlage von Weingärten. Neue Rebflächen dürfen auf Grund der Landesweinbaugesetze 1966¹⁾ nur nach Rodung gleich großer Aitkulturen ausgepflanzt werden. Die anderen zwei weinbautreibenden Bundesländer Steiermark und Wien verzichteten auf Restriktionen, da ihre Rebflächen aus verschiedenen Gründen stabiler sind. Die Weinbauerhebung 1967 hat gezeigt, daß die Weinbaugesetze ihr wichtigstes Ziel erreichten. Zwischen 1965 und 1967 ist die gesamte Rebfläche nur um 500 ha gestiegen,

¹⁾ Eingriffe in die landwirtschaftliche Produktion sind Landessache.

gegen je 5 000 ha zwischen 1961 und 1963 sowie 1963 und 1965. Ob dadurch auch die Gefahr struktureller Überschüsse gebannt wurde, ist unsicher.

Jede Kontingentierung versteinert die Produktionsstruktur, und zwar um so stärker, je länger sie gilt. Die Landesweinbaugesetze 1966 wurden zudem von den Bezirksverwaltungsbehörden ungleich gehandhabt. Die Kontrollen waren mangelhaft. Im Juli 1969 haben daher die Landtage von Niederösterreich und dem Burgenland gleichlautende neue *Weinbaugesetze* verabschiedet. Sie schaffen *Weinbaufuren*: die Weinbaufläche wird in *geschlossene* (mindestens 90% mit Weingärten bepflanzte), *offene* (mindestens 10% Weingärten) und *auslaufende* (weniger als 10% Weingärten) Furen eingeteilt. In den geschlossenen Furen ist künftig keine Auspflanzbewilligung mehr erforderlich, für die auslaufenden Furen ist ein Aus- und Nachpflanzverbot vorgesehen. Die Weinbaufuren sind von den Bezirksverwaltungsbehörden innerhalb von drei Jahren durch Verordnung festzusetzen. Weiters wurden die Kontrollmöglichkeiten erweitert und Bundesorgane (Kellereiinspektoren) zur Mitarbeit ermächtigt

Die Einteilung in Weinbaufuren könnte den notwendigen Wandel der Produktionsstruktur erleichtern. Geschlossene Furen schaffen günstigere Bewirtschaftungsbedingungen. Groß sind die administrativen Schwierigkeiten der Durchführung. Das beweisen die Erfahrungen mit dem Weinbaukataster und frühere Versuche, den Weinbau durch Gesetze einzuschränken und auf traditionelle Lagen zu konzentrieren. Dies ist ein alter Wunsch der renommierten Weinbauggebiete. Bereits 1936 wurde durch Bundesgesetz (BGBl. 73/1936) die Neuanlage von Weingärten verboten und eine detaillierte Weinbauerhebung verfügt. Das Weinbaugesetz vom gleichen Jahr (BGBl. 367/1936) begrenzte die Rebfläche mit 44.000 ha. Die Landeshauptleute wurden angewiesen, im Verordnungswege *Weinbauggebiete* festzulegen (Gebiete, wo bestehende Weingärten erhalten und neue Anlagen zugelassen werden dürfen). 1952 wurde erneut (BGBl. 176/1952) die Neuanlage von Weingärten befristet verboten und das Landwirtschaftsministerium beauftragt, *Weinbaugemeinden* und *Weinbaureden* festzulegen. Ab 1953 war das Auspflanzen von Reben außerhalb dieser Gebiete untersagt. Das Gesetz wurde in der Praxis nur wenig beachtet, die Rechtsmittel selten ausgeschöpft. 1956 wurde das Gesetz nicht verlängert.

Der Außenhandel mit Wein

Österreich importiert mehr Wein als es exportiert. In den letzten fünf Jahren wurden jährlich zwischen 250.000 und 500.000 hl Wein eingeführt, das ist etwa

ein Sechstel der heimischen Ernte. Die Hauptlieferanten sind Spanien und Italien.

Der Außenhandel mit Wein

Jahr	1964	1965	1966	1967	1968
	1.000 hl				
Einfuhr	268 5	242 9	459 3	466 2	366 0
Ausfuhr	16 0	40 2	13 1	11 5	14 0
Einfuhrüberschuß	252 5	202 7	446 2	454 7	352 0

Q: Österreichisches Statistisches Zentralamt.

Als Netto-Importland ist es Österreich grundsätzlich möglich, durch Lenkung der Einfuhr witterungsbedingte Ernteschwankungen etwas zu dämpfen. Durch Beschränkungen der Importe könnte sogar für ein steigendes inländisches Angebot der Absatz erleichtert werden. Das Instrument der Außenhandelslenkung ist jedoch als Regulator des Weinmarktes nur sehr beschränkt wirksam. Ein guter Teil der Einfuhren beruht nämlich auf vertraglichen Kontingenten und kann auch nach hohen Inlandsernten (z. B. 1964) nicht unterbunden werden. Außerdem werden auch billige Verarbeitungswine, Verschnittweine und Spezialitäten importiert, die durch Inlandsware schwer ersetzt werden können.

Die *Ausfuhr* von Wein ist gering. Dem österreichischen Qualitätswein könnten zwar im Ausland (insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland) neue Absatzmöglichkeiten erschlossen werden. Eine stärkere Entlastung des Inlandsmarktes ist aber davon nicht zu erwarten. Der Export größerer Mengen von Tischwein scheitert an den Preisen und der scharfen Konkurrenz der europäischen Hauptproduktionsländer.

Weinwirtschaftsfonds ab 1. September 1969

Anfang Juli d. J. hat der Nationalrat ein Weinwirtschaftsgesetz angenommen, das einen *Weinwirtschaftsfonds* vorsieht. Seine Aufgabe ist es, durch *Werbung* für den Weinabsatz sowie durch *Ankauf*, *Lagerung* und *Verwertung* von Weinbauerzeugnissen zur Stabilisierung des Marktes beizutragen. Finanziert wird der Fonds aus allgemeinen Budgetmitteln in der Höhe von 30% bis 50% des Aufkommens an Weinsteuer (1968: 100 Mill. S).

In der Bundesrepublik Deutschland wurde bereits 1961 ein *Stabilisierungsfonds für Wein* errichtet. Seine Aufgaben sind weitgehend die gleichen. Er wird im Gegensatz zu Österreich aus flächengebundenen Abgaben der Erzeuger gespeist; seit 1968 kommt eine Abgabe des Weinhandels hinzu. Auch in Österreich war geplant, die Maßnahmen im Rahmen des Fonds durch eine direkte Abgabe der Erzeuger oder einen Zuschlag zur Weinsteuer zu finanzieren.

Diese Überlegungen wurden jedoch nach der Einführung der Abgabe auf alkoholische Getränke fallengelassen.

Die Finanzierung von marktentlastenden Maßnahmen durch Beiträge der Erzeuger wäre der beste Schutz gegen die Bildung struktureller Überschüsse.

Der deutsche Stabilisierungsfonds will vor allem den Weinverbrauch steigern. Direkte Marktinterventionen wie z. B. Stabilisierungskäufe, Einlagerungsbeihilfen, Zinsenzuschüsse u. a. sind unbedeutend. So waren z. B. 1968 bei einem Gesamtbudget von 6 Mill. DM für die Absatzförderung 5 Mill. DM (Verbundwerbung, Verkäuferschulung usw.) veranschlagt, nur 300.000 DM für Stützungen¹⁾. Von der Förderung ausgeschlossen ist die Übernahme oder Lagerung nicht oder nur schwer verwertbarer struktureller Überschüsse. Besondere Beachtung wird der Marktbeobachtung und Marktinformation geschenkt.

Detaillierte Richtlinien für den österreichischen Weinwirtschaftsfonds stehen noch aus. Sie werden von der Verwaltungskommission des Fonds erstellt und müssen von den Bundesministerien für Land- und Forstwirtschaft, für Finanzen und für Handel genehmigt werden. Es ist zu erwarten, daß die deutschen Erfahrungen berücksichtigt werden. Insbesondere ist zu beachten, daß eine Förderung der inferioren Verwertung bzw. eine Subventionierung von Exporten aus Fondsmitteln die strukturelle Überproduktion neu anregen könnte.

Steigerung des Weinkonsums

Der Absatz eines Produktes läßt sich in gewissen Grenzen durch *Werbung* beeinflussen. Im Weinwirtschaftsfonds ergibt sich erstmals die Möglichkeit, schlagkräftig für österreichische Weine zu werben. Aus volksgesundheitlichen Überlegungen mag es zweifelhaft erscheinen, den Weinverbrauch (zumindest mit öffentlichen Mitteln) zu fördern. Solange jedoch Werbung für andere alkoholische Getränke und für schädliche Genußmittel zugelassen wird, muß sie auch für Wein recht sein. Untersuchungen in der Bundesrepublik Deutschland²⁾ zufolge erreicht der Werbeaufwand für Zigaretten über 20% des Umsatzes, für Spirituosen und Sekt mehr als 10%, für Wein hingegen im Durchschnitt nur zwischen 1% und 1,5%. In Österreich ist die Werbung für Wein noch geringer. Die relativ günstige Einkommens- und Preiselastizität der Nachfrage nach Wein läßt für eine entsprechende Werbung gute Erfolge erwarten.

¹⁾ Der Deutsche Weinbau, Heft 1/1968.
²⁾ F. A. Cornelius, Verkaufsförderung und Absatzsicherung bei Wein durch moderne Werbekonzeption. In: Der Winzer, März 1969.

Grundlage jeder erfolgreichen Werbung ist eine fundierte *Marktanalyse*. Sie fehlt in Österreich. Wichtig ist auch die enge Zusammenarbeit und die Abstimmung aller absatzfördernden Maßnahmen mit dem gesamten Verteilungsapparat. Ansätze einer systematischen Gemeinschaftswerbung bestehen im Österreichischen Weininstitut, das im Vorjahr gegründet wurde.

Werbung allein genügt nicht, sondern muß auf die Dauer durch Maßnahmen in der *Produktion* und *Vermarktung* wirksam unterstützt werden. Es gilt, laufend die *Qualität* des Produktes zu erhöhen und seine Eigenart zu betonen. Sortenwahl, vernünftiger Schnitt und qualitätsbewußte Wahl des Erntezeitpunktes sind wichtige Voraussetzungen. An die Kellereiwirtschaft werden wachsende Anforderungen gestellt. Sehr wirksam wäre eine progressive *Qualitätsbezahlung* durch die Genossenschaften und den Handel. Bisher war die Preisdifferenzierung nach Qualität, ausgenommen einige renommierte Weinbaugebiete, zu gering und daher unwirksam. Weiters müssen alle Möglichkeiten der Rationalisierung und

Kostensenkung in der Produktion und der Vermarktung genutzt werden.

Der Weinabsatz ist auch wegen der Vielfalt der Namen, Sorten und Riede schwierig. Das Angebot ist zu sehr zersplittert, der Markt für den Verbraucher äußerst undurchsichtig und verworren. Das Gefühl der Unsicherheit über den Geschmack und die Bekömmlichkeit des Produktes ist mit ein Grund, warum viele potentielle Käufer andere, „problemlose“ Getränke, wie z. B. Bier, vorziehen. Der moderne Markt erfordert für die Masse der Weine ein einheitlicheres Angebot großer Mengen zu stabilen Preisen. Das kann der einzelne Winzer naturgemäß nicht bieten. Es ist daher ein Zusammenschluß, die gemeinsame Vermarktung notwendig. Ein wichtiger Vorteil der Vermarktung im Großen liegt in der beachtlichen Kostensenkung, die schließlich auch dem Weinhauer zugute kommt. In der Gruppe der *Spitzenweine* wird gewiß auch in Zukunft eine größere Differenzierung möglich sein. Hier ist sie auch zur Wahrung der Individualität am Platze.

Matthias Schneider