

# Vermarktung im Weinbau 1999

Knapp die Hälfte des Produktionswertes der Landwirtschaft entfällt in Rheinland-Pfalz auf die Erzeugung von Weinmost und Wein. Diese Zahl unterstreicht eindrucksvoll die Bedeutung des Weinbaus für die rheinland-pfälzische Landwirtschaft. Dementsprechend wird auch den Ergebnissen der Weinstatistiken besondere Beachtung beigemessen. Während das Produktionspotenzial und die Erzeugung jährlich statistisch erfasst werden, erfolgen detaillierte Untersuchungen über die Struktur der Weinbaubetriebe nur alle zehn Jahre im Rahmen einer Weinbauerhebung. Sie ist damit eine wichtige Informationsquelle zur Beobachtung und Beurteilung der Veränderungen der Produktionskapazitäten und -strukturen der Weinbaubetriebe. Die Ergebnisse dienen auch als Planungs- und Entscheidungshilfe für die Weinbaupolitik auf EU-Ebene.

Nachdem im Statistischen Monatsheft vom Dezember 2000 bereits kurz über die Struktur der Weinbaubetriebe berichtet wurde<sup>1)</sup>, steht im vorliegenden Beitrag die Vermarktung der erzeugten Produkte im Mittelpunkt der Betrachtung.

## Weinbauerhebung erstmals in die Haupterhebung integriert

Weinbauerhebungen werden üblicherweise im Rahmen einer Landwirtschaftszählung durchgeführt, die aus einer Haupterhebung, einer Weinbauerhebung, einer Gartenbauerhebung und einer Binnenfischereierhebung besteht. Während für die Haupterhebung alle landwirtschaftlichen Betriebe und Forstbetriebe befragt werden, richten sich die anderen Erhebungen nur an Betriebe mit entsprechenden Produktionsgrundlagen.

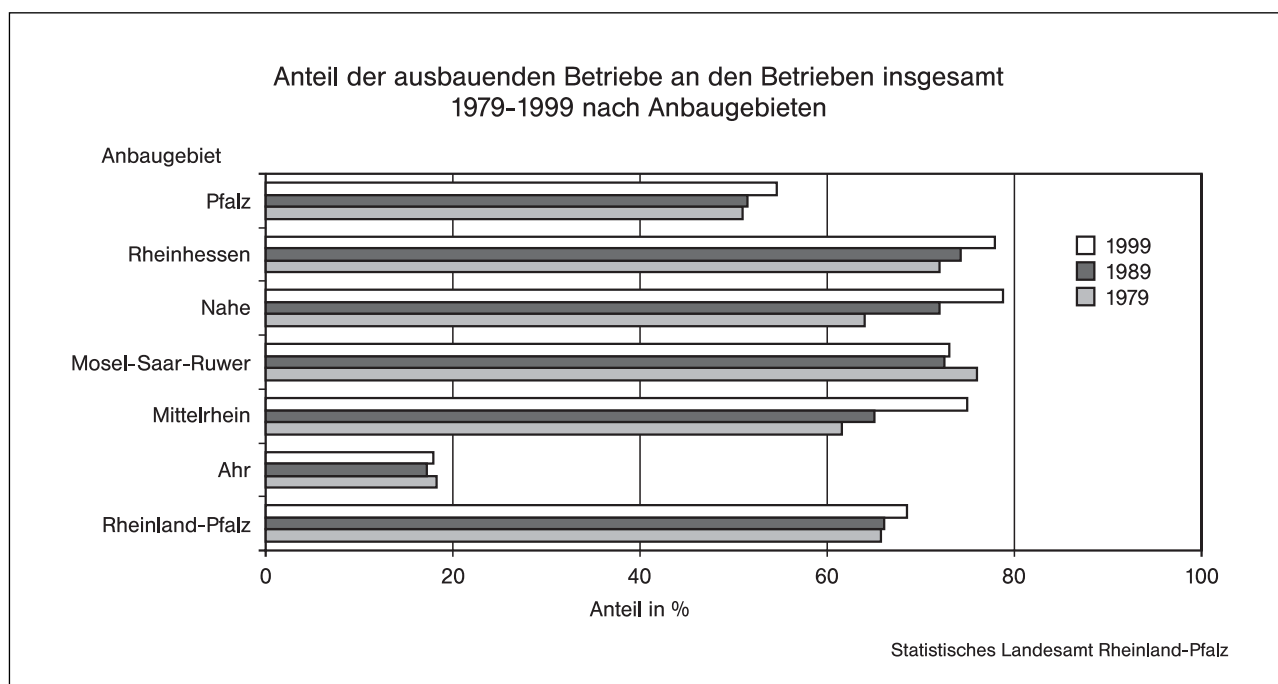
1) Laux, Werner: Struktur der Weinbaubetriebe, in: Statistische Monatshefte Rheinland-Pfalz, Heft 12/00, S. 258 f.

Die Weinbauerhebungen 1972/73, 1979/80 und 1989/90 fanden als eigenständige Erhebungen statt. Für die Weinbauerhebung 1999 kam dagegen ein neues, vereinfachtes Konzept zur Anwendung. Sie wurde bei einer deutlichen Kürzung der Merkmale in die Haupterhebung integriert. Durch diese Vorgehensweise konnten die meisten der für die Weinbauerhebung benötigten Merkmale aus der Haupterhebung übernommen werden. Lediglich die Merkmale über die Verwertung des Lesegutes, den Absatz und die Vermarktung mussten gesondert erhoben werden. Der Erhebungsbogen für die Haupterhebung wurde dazu um ein zusätzliches Blatt erweitert.

## Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu denen früherer Weinbauerhebungen eingeschränkt

Der Vorteil der Integration eines Großteils der Weinbauerhebung in die Haupterhebung war eine deutliche Entlastung der Auskunftspflichtigen, verbunden mit einer Reduzierung der Kosten für die Erhebung. Erkauft wurde dies jedoch mit einer Angleichung der unteren Erfassungsgrenze bei der Weinbauerhebung an die der Haupterhebung. Auch eine ganze Reihe von Merkmalsausprägungen, z. B. zur sozialökonomischen Betriebs-typisierung oder zu den Arbeitskräften, musste angepasst werden. Während die Vergleichbarkeit zu den Ergebnissen früherer Weinbauerhebungen dadurch eingeschränkt ist, können die Ergebnisse der Weinbauerhebung jedoch jetzt direkt mit denen der Haupterhebung verglichen werden.

Die untere Erfassungsgrenze für die Erhebung 1999 lag bei 30 Ar bestockter Rebfläche, während in die früheren Erhebungen noch alle Betriebe mit einer bestockten Rebfläche von 10 Ar und mehr einbezogen waren. Betriebe unter 10 Ar fanden darüber hinaus Be-



## Weinausbauende Betriebe 1979-1999 nach Größenklassen der Rebfläche

Rebfläche <sup>1)</sup> von ... ha	Jahr	Betriebe insgesamt		Darunter weinausbauende Betriebe		
		Betriebe	Rebfläche	Betriebe		Rebfläche
		Anzahl	ha	Anzahl	%	ha
0,3 - 1	1979	11 996	7 227	5 541	46,2	3 592
	1989	8 294	5 114	3 495	42,1	2 300
	1999	4 835	2 864	1 989	41,1	1 232
1 - 2	1979	6 519	9 601	4 713	72,3	7 047
	1989	4 869	7 233	3 306	67,9	5 000
	1999	2 867	4 125	1 857	64,8	2 719
2 - 3	1979	3 496	8 855	2 814	80,5	7 155
	1989	2 771	7 027	2 196	79,2	5 595
	1999	1 747	4 296	1 334	76,4	3 287
3 - 5	1979	3 609	14 533	3 069	85,0	12 402
	1989	3 106	12 458	2 577	83,0	10 372
	1999	2 120	8 258	1 770	83,5	6 878
5 - 10	1979	2 558	17 619	2 268	88,7	15 689
	1989	3 330	23 773	2 981	89,5	21 355
	1999	2 759	19 639	2 452	88,9	17 490
10 - 20	1979	349	4 589	332	95,1	4 379
	1989	772	10 009	697	90,3	9 062
	1999	1 506	19 738	1 380	91,6	18 074
20 und mehr	1979	68	2 515	66	97,1	2 421
	1989	87	2 897	83	95,4	2 732
	1999	231	6 970	215	93,1	6 577
Insgesamt	1979	28 595	64 939	18 803	65,8	52 685
	1989	23 229	68 511	15 335	66,0	56 416
	1999	16 065	65 890	10 997	68,5	56 256

1) 1979 und 1989 bestockte Rebfläche.

rücksichtigung, wenn sie Trauben, Traubenmost, Wein oder vegetatives Vermehrungsgut zum Verkauf erzeugten. Da allerdings das Gliederungsschema für die Größenklassen nach der bestockten Rebfläche der Weinbauerhebungen 1979/80 und 1989/90 die 30-Ar-Grenze enthält, können durch Umrechnungen nachträglich Vergleichsergebnisse erstellt werden. Die Tatsache, dass 1999 die Größenklassengliederung auf der Grundlage der Rebfläche und nicht wie 1979/80 und 1989/90 der bestockten Rebfläche erfolgte, dürfte die Vergleichbarkeit kaum beeinträchtigen.

### Zwei Drittel der Betriebe mit Weinausbau

Die Art und Weise der Verwertung des Lesegutes hat einen großen Einfluss auf Organisation und Rentabilität des Weinbaubetriebes. Die Verwertungsmöglichkeiten reichen dabei von einem vollständigen Ausbau des Lesegutes zu Wein und dem Verkauf als Flaschenwein im In- und Ausland bis zu der Lieferung des Lesegutes direkt nach der Ernte an eine Winzergenossenschaft, Erzeugergemeinschaft bzw. Verbundkellerei oder dem Verkauf an Dritte. Mit einer Weinerzeugung können die Betriebe jedoch eine höhere Wertschöpfung erzielen, als wenn sie das Lesegut direkt nach der Ernte veräu-

fen oder abliefern. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in eine entsprechende Kellerwirtschaft investiert wurde.

Gut zwei Drittel der Betriebe, die über 30 Ar und mehr bestockte Rebfläche verfügten, bauten 1999 ihr Lesegut vollständig oder zumindest teilweise zu Wein aus. Diese knapp 11 000 Betriebe bewirtschafteten rund 85% der Rebfläche des Landes. Obwohl die Beratung die ökonomischen Vorteile des Weinausbaus deutlich hervorhebt, ist festzustellen, dass der Anteil der weinausbauenden Betriebe an den Betrieben insgesamt seit 1979 nur geringfügig zugenommen hat.

Von den 11 000 ausbauenden Betrieben bauten rund 67% ihr gesamtes Lesegut aus. Diese 7 400 Betriebe bewirtschafteten 36 000 ha oder 55% der Rebfläche im Land. Durch die jährlichen Ernteschwankungen kommt es vor, dass in Jahren mit einer hohen Erntemenge der Anteil der vollausbauenden Betriebe niedriger liegt als in den Jahren mit einer kleinen oder durchschnittlichen Ernte. Dies könnte der Grund dafür sein, dass vor zehn Jahren der Anteil vollausbauender Betriebe nur bei 57% lag, während 1979 rund 69% der Winzer ihr Lesegut vollständig ausbauten. 1989 wurde mit 8,7 Mill. hl eine weit überdurchschnittliche Weinmosternte eingebracht.

Da Investitionen in eine Kellerwirtschaft nur rentabel sind, wenn der Betrieb über eine gewisse Flächenausstattung verfügt, weisen nur 40% der Betriebe unter 1 ha Rebfläche eine Kellerwirtschaft auf. In der nächsten Größenklasse (1 bis 2 ha Rebfläche) sind es bereits 65%. Dieser Anteil steigt dann auf 93% in der Größenklasse von 20 ha und mehr. Das Verhältnis der vollausbauenden Betriebe zu den Betrieben mit teilweise Ausbau des Lesegutes ist nur in geringem Maße von der Größe des Betriebes abhängig. So bauen 63% der weinerzeugenden Betriebe in den Größenklassen 3 bis 5 ha sowie 5 bis 10 ha Rebfläche und 78% in der Größenklasse 0,3 bis 1 ha ihr Lesegut vollständig aus.

### Anbaugebiet Nahe mit dem höchsten Anteil ausbauender Betriebe

In den einzelnen Anbaugebieten ist die Bedeutung des Weinausbaus unterschiedlich hoch. Die größte Verbreitung weinausbauender Betriebe gab es 1999 in den Anbaugebieten Nahe und Rheinhessen mit 79 bzw. 78%. Ebenfalls noch einen überdurchschnittlichen Anteil wiesen die Anbaugebiete Mittelrhein (75%) und Mosel-Saar-Ruwer (73%) auf. Teilweise handelt es sich bei diesen Anbaugebieten auch um touristisch attraktive Gebiete, sodass die Vermarktung des Weins in Verbindung mit einer Straußwirtschaft oder Zimmervermietung erfolgt. In der Pfalz bauten nur 55% der Betriebe ihre Ernte zu Wein aus. Kaum Bedeutung hat der Weinausbau (18%) im Anbaugebiet Ahr. Hier haben die genossenschaftlichen Bindungen der Winzer eine lange Tradition.

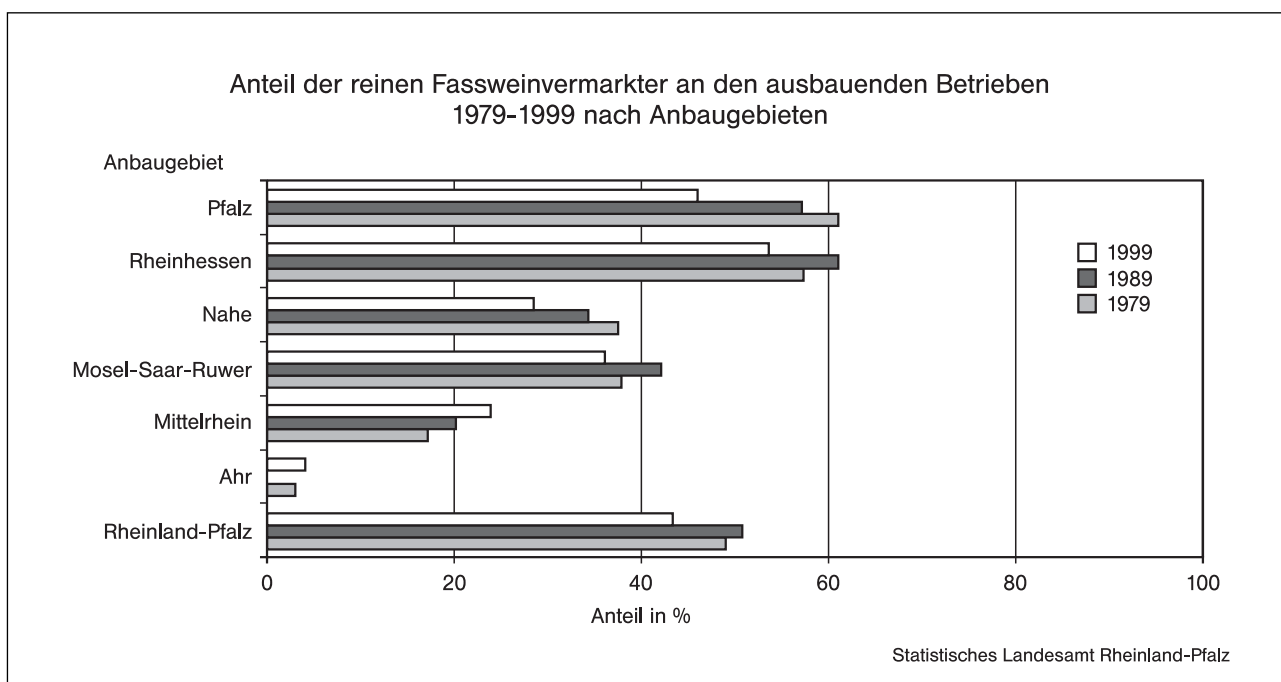
In allen Anbaugebieten liegt der Anteil der ausbauenden Betriebe an den Betrieben insgesamt deutlich niedriger als der von ihnen bewirtschaftete Teil der Rebflächen im Anbaugebiet. Am Mittelrhein, an der Nahe und in Rheinhessen bewirtschafteten die ausbauenden Betriebe über 90% der Rebfläche des Anbaugebietes. Mit 88% war der Anteil der Rebfläche, die auf die ausbauenden Betriebe entfiel, an Mosel, Saar und Ruwer

nur geringfügig kleiner. In der Pfalz und an der Ahr bewirtschafteten die ausbauenden Betriebe 76 bzw. 48% der Rebfläche.

In den Anbaugebieten hat sich die Bedeutung des Weinausbaus auch unterschiedlich entwickelt. 1979 wies das Anbaugebiet Mosel-Saar-Ruwer mit einem Anteil von 76% die höchste Rate an ausbauenden Betrieben auf. Seitdem ist ihr Anteil hier zurückgegangen. Ein Grund hierfür könnten die vielen Nebenerwerbswinzer sein, die ihre Weinberge noch bewirtschaften wollen, aber keine Zeit mehr für den Weinausbau aufbringen können und stattdessen das Lesegut verkaufen. An der Ahr ist der Anteil ausbauender Betriebe in etwa konstant geblieben. In allen anderen Anbaugebieten hat er sich dagegen erhöht. Die Anteile stiegen zwischen 1979 und 1999 besonders stark in den Anbaugebieten Nahe und Mittelrhein von 64 auf 79% bzw. von 62 auf 75%. Rheinhessen (78%) und die Pfalz (55%) – die beiden größten Anbaugebiete Deutschlands – wiesen im Betrachtungszeitraum Zuwächse bei den Anteilen von sechs bzw. vier Prozentpunkten auf.

### Fassweinabsatz dominiert

Die Vermarktung des Weins kann auf mehreren Wegen erfolgen. Rund 43% der ausbauenden Betriebe vermarkteten ausschließlich Fasswein und sind damit besonders stark von den häufigen Preisschwankungen auf dem Fassweinmarkt abhängig. Die reinen Fassweinbetriebe bewirtschafteten rund 19 500 ha Rebfläche. Weitere 16% der Betriebe setzten ihren Wein ausschließlich über die Flasche ab. Über diesen Absatzweg wurde die Erzeugung von 8 400 ha Rebfläche verarbeitet. Die Flaschenweinvermarktung erfordert einen größeren Aufwand als der Verkauf von Fasswein. Trotzdem verfügten die Flaschenweinvermarkter mit durchschnittlich 4,7 ha über eine größere Rebfläche als die Betriebe mit Fassweinerzeugung, die nur auf 4,1 ha Rebfläche kamen.



Weinausbauende Betriebe mit Flaschenwein 1999 nach Absatzwegen, Größenklassen der Rebfläche und Anbaugebieten

Rebfläche von ... ha	Betriebe mit Flaschenwein	Und zwar mit Absatz an				
		Handel	Gaststätten	Endverbraucher		
				zusammen	Selbstabholer	Versand
0,30 - 1	906	100	156	888	839	518
1 - 2	1 048	129	258	1 026	969	740
2 - 3	876	154	270	857	797	675
3 - 5	1 291	273	435	1 277	1 212	1 051
5 - 10	1 928	495	712	1 914	1 816	1 617
10 - 20	1 197	426	474	1 187	1 135	1 075
20 und mehr	188	104	83	180	168	164
<b>Insgesamt</b>	<b>7 434</b>	<b>1 681</b>	<b>2 388</b>	<b>7 329</b>	<b>6 936</b>	<b>5 840</b>
Ahr	46	22	26	46	44	37
Mittelrhein	181	37	102	175	174	122
Mosel-Saar-Ruwer	2 813	582	826	2 770	2 608	2 260
Nahe	572	134	216	567	534	454
Rheinhessen	2 218	479	597	2 186	2 034	1 716
Pfalz	1 604	427	621	1 585	1 542	1 251

Die übrigen ausbauenden Betriebe nutzten beide Möglichkeiten zur Vermarktung oder setzten Wein in einer Straußwirtschaft bzw. als Winzersekt ab. Innerhalb der letzten 20 Jahre hat der Anteil reiner Flaschenweinvermarkter geringfügig zugenommen, während der Anteil der reinen Fassweinvermarkter zurückging. Bis vor zehn Jahren verkaufte noch jeder zweite Betrieb ausschließlich Fasswein. Zu dem Rückgang haben sicherlich auch die in vielen Jahren nicht kostendeckenden Erlöse für Fasswein beigetragen.

Den größten Anteil an ausbauenden Betrieben, die ausschließlich Fasswein vermarkten, weist das Anbaugebiet Rheinhessen mit 53% auf, gefolgt von der Pfalz (46%). Hier ist der Anteil der reinen Fassweinvermarkter innerhalb der letzten zehn Jahre um elf Prozentpunkte besonders stark zurückgegangen. An Mosel, Saar und Ruwer verkaufen gut ein Drittel der ausbauenden Betriebe ausschließlich Fasswein. Im Anbaugebiet Nahe setzen 28% der Betriebe auf die Fassweinvermarktung.

Zu den 4 800 reinen Fassweinvermarktern kommen noch einmal 4 500 Winzer, die einen Teil ihres Weins als Fasswein absetzen. Insgesamt 84% der ausbauenden Betriebe befassen sich mit der Fassweinvermarktung. Die größte Bedeutung hat der Fassweinverkauf in den Anbaugebieten Rheinhessen (93%) und Pfalz (88%).

### 1 800 Betriebe vermarkten ausschließlich über die Flasche

Knapp 1 800 Winzer mit 8 400 ha Rebfläche füllten ihren Wein ausschließlich in Flaschen ab. In den Anbaugebieten Rheinhessen und Pfalz vermarkteten wegen der Bedeutung der Fassweinvermarktung nur 8% bzw. 14% der ausbauenden Betriebe ausschließlich über die Flasche. Jeder fünfte Betrieb wählte im Anbaugebiet Mosel-Saar-Ruwer diese Vermarktungsform. An der Ahr und dem Mittelrhein waren es mit 71% bzw. 46% deutlich mehr. Da hier die Weinbaubetriebe in der Re-

gel über eine geringere Flächenausstattung als in Rheinhessen und der Pfalz verfügen und andererseits die Gebiete von vielen Touristen besucht werden, dürften die hohen Anteile erklärbar sein.

Neben den reinen Flaschenweinvermarktern füllten weitere 5 700 Betriebe einen Teil ihres Weins in Flaschen ab. Die insgesamt 7 400 Betriebe mit Flaschenweinproduktion setzten ihren Wein 1999 überwiegend am heimischen Markt ab. Rund 670 Betriebe exportierten Flaschenwein auch ins Ausland, ein Vermarktungsweg, der sicherlich noch an Bedeutung gewinnt.

Die Herstellung von Sekt in Weinbaubetrieben, der so genannte Winzersekt, hat in den letzten Jahren stetig an Bedeutung gewonnen. Eine entsprechende Fragestellung wurde deshalb 1999 in den Erhebungsbogen aufgenommen. 1 850 Winzer beschäftigten sich 1999 mit der Herstellung von Sekt. Die meisten sektherstellenden Betriebe hatten ihren Sitz im Anbaugebiet Mosel-Saar-Ruwer (706 Betriebe), gefolgt von der Pfalz (488 Betriebe), Rheinhessen (443 Betriebe) und der Nahe (159 Betriebe).

### Flaschenwein wird überwiegend an Endverbraucher abgesetzt

Der mit Abstand wichtigste Absatzweg für Flaschenwein ist der direkte Verkauf an Endverbraucher. Fast alle Flaschenweinvermarkter nutzen diese Möglichkeit. Die Konsumenten holen die Flaschen entweder direkt beim Betrieb ab (6 900 Betriebe) oder der Wein wird dem Verbraucher auf dem Versandwege durch die Post, die Bahn oder einen Spediteur zugestellt. Letztere Möglichkeit nutzten 1999 rund 5 800 Betriebe.

Weitere Vermarktungswege für Flaschenwein sind der Verkauf an Gaststätten (2 400 Betriebe) oder an den Handel (1 700 Betriebe), wozu der Absatz an Weinhandelsbetriebe oder Kommissionäre und der Absatz über

Weinmessen, -börsen oder -märkte rechnet. Beim Verkauf an Gaststätten weisen die Anbauggebiete Ahr und Mittelrhein mit 57 bzw. 56% einen überdurchschnittlichen Anteil auf. Die Anbauggebiete Pfalz (39%) und Nahe (38%) folgen mit weitem Abstand vor Mosel-Saar-Ruwer (29%).

### **Nichtausbauende Betriebe liefern überwiegend an Winzergenossenschaften**

Rund 5 100 Betriebe mit 9 600 ha Rebfläche bauten 1999 ihr Lesegut nicht selbst aus. Knapp 4 200 Betriebe lieferten ihr Lesegut an Winzergenossenschaften, Erzeugergemeinschaften oder an Herstellungs- oder Vermarktungsbetriebe, allein 4 000 davon vollständig. 1 000 Betriebe lieferten an Verbundkellereien oder Handelsbetriebe, von denen 900 ausschließlich diesen Verwertungsweg gewählt hatten. Winzergenossenschaften, die auf der Grundlage des Genossenschaftsrechts gebildet wurden, verwerteten das Lesegut von knapp 3 300 Betrieben. Hierzu gehören auch die Winzergenossenschaften, die entsprechend dem Marktstrukturgesetz von 1976 als Erzeugergemeinschaft anerkannt wurden. Die Genossenschaften wurden gegründet, um die gesamte Produktion der Mitgliedsbetriebe oder Teile davon zentral auszubauen und zu vermarkten. Auf diese Art und Weise soll zumindest ein Teil der Wertschöpfung aus dem Weinausbau in Form höherer Mosterlöse an die Winzer weitergegeben werden. Die einer Winzergenossenschaft angeschlossenen Betriebe verfügten über 6 900 ha Rebfläche.

Erzeugergemeinschaften, die nicht aus einer Winzergenossenschaft hervorgingen, verarbeiteten 1999 das Lesegut von 720 Betrieben mit gut 1 200 ha Rebfläche. Es handelt sich hierbei um Zusammenschlüsse von weinbaulichen Betrieben, die gemeinsam den Zweck verfolgen, die Erzeugung und den Absatz den Erfordernissen des Marktes anzupassen. Einen einzelbetrieblichen Vertrag zur Lieferung des Lesegutes an einen anderen Herstellungs- und Vermarktungsbetrieb hatten 240 Winzer abgeschlossen, die rund 450 ha Rebfläche bewirtschafteten. Gut 1 000 Betriebe verkauften ihr Lesegut nach der Ernte an eine Kellerei oder einen Handelsbetrieb. Die Rebfläche dieser Betriebe belief sich auf 1 700 ha.

Traditionell hat der Verkauf an eine Winzergenossenschaft oder Erzeugergemeinschaft an der Ahr die größte Bedeutung. Fast alle nicht ausbauenden Betriebe lieferten hier ihr Lesegut vollständig an Winzergenossenschaften. Überdurchschnittliche Anteile wiesen auch der Mittelrhein (88%) und die Pfalz (86%) auf. Rund drei von vier Betrieben an Mosel, Saar und Ruwer sowie an der Nahe stellten ihr Lesegut vollständig einer Winzergenossenschaft oder Erzeugergemeinschaft zur Verfügung. Im Anbaugbiet Rheinhessen belief sich der Anteil auf zwei Drittel der nicht ausbauenden Betriebe. Gut 31% der Betriebe verkauften hier dagegen ihr Lesegut vollständig an Dritte. Das ist mit Abstand der höchste Anteil unter den Anbaugebieten. An Mosel-Saar-Ruwer und an der Nahe war es immerhin noch jeder fünfte Winzer.

Diplom-Agraringenieur Jörg Breitenfeld