

## Merkblatt Weinimportkontingente – Inandleistung ist keine Lösung

---

### Die VSW lehnt eine Inandleistung ab und setzt sich für einen Weinmarktfonds ein

Ausgehend von der aktuellen und zukünftigen Marktsituation spricht nichts für eine Inandleistung zur Einfuhr von Weinkontingente. Tatsächlich hätte eine Inandleistung eine **massive Verkleinerung des Schweizer Weinmarkts** und einen noch stärkeren **Rückgang des Gesamtkonsums zur Folge**.

**Schweizer Produzentenorganisationen gehen von der falschen Annahme aus**, dass wenn die Weinimporte an eine Inandleistung gebunden werden, ein Teil der importierten Weinvolumen vom Markt verdrängt werden. Damit würde Platz gemacht für Schweizer Weine und so der Konsum von Schweizer Wein auf Kosten der ausländischen Weine, und damit auch der Konsumenten, gesteigert. Die Realität auf dem Wein- und Getränkemarkt sieht aber ganz anders aus.

Bereits die zu geringe Produktion von Schweizer Wein kann eine durch eine Inandleistung bedingte allfällige Lücke der Importweine nicht auffüllen: **Auf dem heutigen Weinmarkt würden rund 20 % Angebot fehlen.**

Sodann wird sich die Vielfalt des Weinangebots im Fall einer Inandleistung verkleinern. **Die Konsumenten werden ihre geschmacklich bevorzugten Weine verlieren und, wie schon heute, sich zu anderen Getränken wenden.** Die durchschnittlichen **Weinpreise werden ohne Mehrwert steigen** und der Wein wird für viele Konsumenten in zunehmendem Mass ein Luxusprodukt.

Gleichzeitig wird die **Markt- und Preismacht grosser Akteure** – Produzenten und Detailhändler – zunehmen, während **kleinere und mittlere Weinbetriebe (Kellereien und Händler) verschwinden** werden. Dabei sind rund 3'500 Betriebe mit **ca. 10'000 Arbeitsplätzen gefährdet**.

Im Verfahren der Inandleistung würden sodann Produzenten Importkontingente beziehen, die sie selbst gar nicht benötigen. **Ein Kontingentshandel mit ungerechtfertigten Kontingentsgewinne** würde entstehen, was das Produkt gesamthaft weiter verteuert.

Schliesslich verstösst die Inandleistung gegen das Prinzip des freien Wettbewerbs und behindert massiv Händler und Importeure in ihren geschäftlichen Aktivitäten. Sie bläht die Verwaltung unnötig auf und führt in Bund und Kantone zu konsequenten **Verlusten sowohl bei direkten Steuern als auch bei Mehrwertsteuer- und Zolleinnahmen.**

So setzt sich die VSW entschieden für den Aufbau eines nachhaltig und langfristig finanzierten **Weinmarktfonds nach dem Grundsatz der Selbsthilfe** ein. Die Akteure aller Wertschöpfungsstufen der Weinbranche würden sich in diesem Fonds zusammenschliessen und einen finanziellen Beitrag erbringen, mit dem der Sektor Wein dringend notwendige Instrumente für die Produktion und die Marktbearbeitung entwickeln und einsetzen könnte.

\*\*\*

### Ausgangslage Weinmarkt

- Im Zentrum der Weinbranche stehen die Bedürfnisse der Konsumentin und des Konsumenten, darauf muss sich die ganze Wertschöpfungskette vom Rebberg bis zum Marktplatz ausrichten.
- Seit den 1990er Jahren sinkt der Weinkonsum kontinuierlich. Eine Stabilisierung, oder gar Konsumzunahme, ist mittelfristig nicht in Sicht.

- Gründe für den Konsumrückgang sind gesellschaftliche Umwälzungen: Andere Lebens- und Ernährungsgewohnheiten in allen Generationen, andere Lebensstile vor allem bei jüngeren Generationen, gesundheitliche Aspekte, wirtschaftliche und konjunkturelle Einflüsse, Konkurrenz durch andere Getränke
- Der Sektor Wein steht heute global und in der Schweiz in einem fundamentalen Umbruch. Sowohl Schweizer Weine als auch die Importweine sind davon betroffen. Produzenten und Händler verlieren Umsatz.
- Seit dem Fall der Kontingente ist vor allem der Schweizer Weisswein unter Druck. Die deutschschweizer Weinproduktion hat in den letzten Jahren einen Boom erlebt, der allgemein auch die Nachfrage und den Verkauf angekurbelt hat. Darunter leiden die westschweizer Produzenten heute überproportional, die nebst einem rückläufigen, innerschweizerischen Export es auch vernachlässigt haben, den Export in die EU und nach Nordamerika richtig und ernsthaft anzugehen.
- Ausländische Weine können das Einstiegssegment durch tiefere Produktionskosten besser abdecken und gewähren den Akteuren im Schnitt bessere Margen.
- Vom allgemein sinkenden Weinkonsum ist auch die Nachfrage nach Schweizer Weinen betroffen; dies ungeachtet einer möglichen Vergrösserung des Marktanteils.

### **Auswirkungen einer Inlandleistung auf den Sektor Wein**

#### **Warum können Importbeschränkungen den Weinmarkt nicht positiv beeinflussen?**

*Importbeschränkungen erhöhen Kosten für Händler, Einzelhandel und auch den Staat. Sie machen den Markt weniger flexibel und verteuern Wein, ohne den Konsumenten einen Mehrwert zu bieten. Dazu leidet die Wettbewerbsfähigkeit der einheimischen schweizerischen Weine.*

#### **Wie würde sich eine Inlandleistung auf die Struktur des Weinmarktes auswirken?**

*Sie würde das fragmentierte Handelsgefüge destabilisieren und damit die gesamte Wertschöpfungskette massiv beeinträchtigen. Es würde zu einem Rückgang sowohl von Händlern und Restaurants führen, die direkt importieren, als auch zu einem Rückgang von Schweizer Produzenten, die dadurch ihren Vertriebskanal verloren haben. Eine Marktkonzentration auf wenige Akteure wäre die Folge. Der Konsument verliert an Auswahl.*

#### **Wer wären die Gewinner einer Inlandleistung?**

*Heute schon grosse einheimische Weinproduzenten und Detailhändler, welche durch diese Marktkonzentration noch mehr Marktmacht erhielten.*

*Sodann würden andere Getränkesektoren davon profitieren – die Durchlässigkeit zwischen den Getränkekategorien ist heute sehr gross und Wein hat seine Selbstverständlichkeit eingebüsst.*

#### **Ist Wein weniger konkurrenzfähig als andere Getränke?**

*Es rächt sich die defensive Haltung der Weinbranche mit Fokus auf die Verteidigung der IST-Situation. Eine innovative und kreative Offensive ist notwendig, die von einer Inlandleistung nur behindert würde.*

#### **Warum vertreiben Importeure oft mehr ausländische als Schweizer Weine?**

*Ein Importeur und Grosshändler kann oft kein attraktives Angebot für seine Kunden gestalten. Der Produzent verkauft seine Ware meistens direkt an den Gastronomen, den Detailhändler oder Fachhändler und kann so seine Marge optimieren. Zwischenhändler sind meistens zu teuer.*

#### **Welche Folgen hätte das Verschwinden von Importeuren und Händlern für die schweizerischen Weinproduzenten?**

*Die meisten Weinhändler vertreiben sowohl ausländische als auch schweizerische Weine. Müsste ein Händler seine Tätigkeit einstellen, weil er die Kriterien einer Inlandleistung nicht erbringen könnte, ginge der Vertriebskanal auch für den Schweizer Produzenten verloren.*

#### **Welche Verluste hätte das Verschwinden von Importeuren und Händlern für Kantone und Bund?**

*Kantone und Bund müssten mit Arbeitsplatzverlusten und Arbeitslosigkeit rechnen.*

*Dazu kämen rückläufige Steuereinnahmen, wobei der Bund dreifach betroffen wäre durch Verluste sowohl bei den direkten Steuern als auch bei den Einfuhrzolleinnahmen und der Mehrwertsteuer. Ein Teil der Massnahmen, die der Bund zu Gunsten der Schweizer Weinproduktion bezahlt, wird durch die Zolleinnahmen bei der Weineinfuhr finanziert.*

### **Die Inlandleistung funktioniert beim Fleischimport. Warum dann nicht beim Weinimport?**

*Der Weinsektor und der Fleischsektor funktionieren gänzlich anders und sind nicht vergleichbar.*

*Der Fleischsektor ist in einer gemeinsamen Branchenorganisation zusammengeschlossen, mit wenigen Akteuren. Der Sektor Wein ist stark in unzähligen Organisationen zersplittert, die jede ihre eigenen Ziele verfolgt.*

*Schliesslich wird das Weinimportkontingent nur zu 2/3 ausgeschöpft, während das Fleischimportkontingent stets voll ausgeschöpft wird.*

### **Wer kann Zollkontingentsanteile zum Weinimport beziehen?**

*Nur, wer die Weineinfuhr gewerbsmässig betreibt (Artikel 44 Weinverordnung).*

### **Was bedeutet «eine Inlandleistung erbringen», um ein Einfuhrkontingent zu erhalten?**

*Als Inlandleistung gilt die Übernahme von inländischen landwirtschaftlichen Erzeugnissen handelsüblicher Qualität während eines festgelegten Zeitraums (Bemessungsperiode), Artikel 21 Agrareinfuhrverordnung). Die Erzeugnisse müssen direkt beim Produzenten übernommen und bezahlt werden. Die Produktion des inländischen Produkts, also Trauben und Wein, gilt nicht als Inlandleistung.*

### **Muss der Wettbewerb bei der Verteilung von Importkontingenten gewahrt werden?**

*Ja. Gemäss Artikel 22 Absatz 1 des Landwirtschaftsgesetz muss der Wettbewerb bei allen Arten der Verteilung von Importkontingenten gewahrt werden. Es dürfen also keine Marktteilnehmer zu Gunsten von anderen Marktteilnehmern benachteiligt werden.*

### **Schränkt eine Inlandleistung für Weinimporte die Wirtschaftsfreiheit ein?**

*Ja. Ausgehend von der Struktur des schweizerischen Weinmarkts kann eine Inlandleistung für Weinimporte als verfassungswidrig bezeichnet werden: Sie bevorzugt einzelne Marktakteure auf Kosten direkter Konkurrenten, schränkt das freie Wirtschaften in unverhältnismässiger Art und Weise ein und schützt lokale und regionale Partikularinteressen auf Kosten der nationalen öffentlichen Interessen des Schweizer Weinmarktes und dessen Konsumentinnen und Konsumenten.*

### **Könnte sich ein Händler gegen die Inlandleistung im Einzelfall wehren?**

*Ja. Auf dem Beschwerdeweg bis vor Bundesgericht könnte ein Händler die Inlandleistung in der Verordnung des Bundesrates wegen Verletzung der Wirtschaftsfreiheit anfechten.*

### **Welchen Ansatz für eine erfolgsversprechende Zukunft verfolgt die VSW?**

*Die Schweizer Weinbranche soll sich mit einem nachhaltig und langfristig finanzierten Weinmarktfonds nach dem Grundsatz der Selbsthilfe ausstatten. Der Fokus liegt dabei auf dem Absatzmarkt Schweiz und dem Export von Schweizer Weinen.*

*Die Akteure aller Wertschöpfungsstufen des Weinmarktes – Rebbau, Produktion Importeure und Handel – würden sich in diesem Fonds zusammenschliessen und einen finanziellen Beitrag erbringen, mit dem der Sektor Wein dringend notwendige Instrumente entwickeln und einsetzen könnte: Umfassende und zeitgerechte Marktbeobachtung aller Absatzkanäle, Allgemeine Weinkommunikation, Absatzförderungsmassnahmen Schweizer Wein, Unterstützung/co-Finanzierung für Innovationsprojekte.*

\*\*\*\*\*

*Die Vereinigung Schweizer Weinhandel ist die Branchenorganisation des Weinhandels in der Schweiz. Die rund 250 Mitglieder – Schweizer Produzenten, Kellereien, Grosshändler und Einzelhändler sowie Importeure – bilden die*

*ganze Wertschöpfungskette vom Rebberg bis zur Kundschaft ab und setzen rund 70 % des in der Schweiz gehandelten Weins um.*