

Zusammenfassung DIPLOMA-ARBEIT

Der Schweizer Weinmarkt im Vergleich zum Weinmarkt der EU - Die Vor- und Nachteile von Regulierungen

Motivation:

Staatliche Eingriffe in Märkte in Form von Regulierungen haben Auswirkungen, deren Vor- und Nachteile stets von allgemeinem und persönlichem Interesse sind.

Die Auswirkungen auf Weinmärkte sind besonders deutlich, wenn man den importregulierten Weinmarkt der Schweiz mit dem überregulierten der EU vergleicht und in Relation setzt zum unregulierten Weinmarkt Australiens.

Hier findet sich auch die Antwort auf die Frage, die als Ausgangspunkt dieser Arbeit stand, warum Schweizer Weine im In- und Ausland bisher nur geringe Aufmerksamkeit und Anerkennung erhalten haben.

Ziel und Hypothese:

Die EU reguliert seit Jahren ihren Weinmarkt mit den Zielen, diesen zu stabilisieren und Überproduktion zu verhindern. Die Schweiz schützt ihre inländischen Weine gegen Einfuhr. Australien überlässt seinen Weinmarkt völlig unreguliert den marktwirtschaftlichen Prinzipien.

Die vorliegende Arbeit soll die beiden Weinmärkte EU und Schweiz hinsichtlich unterschiedlicher Regulierung miteinander vergleichen, in Relation zum nicht-regulierten Weinmarkt Australien setzen und herausarbeiten, dass staatlich-regulatorische Eingriffe in den Weinmarkt von außen meist der marktwirtschaftlichen Selbst-Regulierung von innen entgegenwirken.

Somit wird Weinüberproduktion mit teuren Regulierungsmaßnahmen gedrosselt, Vielfalt und Wettbewerb eingeschränkt und Wertschöpfung verlagert.

Methodik:

Aufbereitung und Analyse statistischer Zahlen der O.I.V., des Bundesamtes für Landwirtschaft (Schweiz), des Deutschen Weinbauverbandes e.V., des Deutschen Weininstituts DWI sowie diverser anderer Quellen hinsichtlich Entwicklung der Rebflächen, Produktion, Weinkonsum, Import und Export

Inhalt:

Die Arbeit präsentiert die Entwicklung der Weinmärkte der Schweiz, der EU und Australiens innerhalb der letzten 10 Jahre in Bezug auf Rebfläche, Produktion, Weinkonsum, Import und Export sowie die jeweils angewandten Regulierungsmaßnahmen in der Schweiz und der EU.

Es werden die positiven und negativen Auswirkungen der Regulierungsmaßnahmen auf die Weinmärkte der Schweiz (u.a. mit Importverboten und -kontingenten) und der EU (u.a. mit Rodungsprämien, Zwangsdestillationen und Subventionen für Lagerhaltung) dargestellt sowie Empfehlungen für die zukünftige Entwicklung dieser beiden Weinmärkte gegeben.

Die Auswirkungen der Regulierungsmaßnahmen werden einem unregulierten Weinmarkt wie Australien gegenübergestellt.

Fazit:

Mit dem Vergleich der drei Weinmärkte der Schweiz, der EU und Australiens, die unterschiedlich stark bis nicht reguliert werden, wird aufgezeigt, dass sich ein nicht regulierter Weinmarkt wie Australien in allen Marktkomponenten wie Produktion, Konsum, Import und Export kontinuierlich positiv entwickelt hat, wogegen ein stark regulierter Markt wie in der EU eher einen Abwärtstrend des Marktes bis zum Verlust von Marktanteilen fördert.

Eine Regulierung in Form von Einfuhrverboten, wie im Schweizer Weinmarkt praktiziert, führt zu keinerlei Marktbewegung trotz hohem Eigenkonsum. Mangelnder Wettbewerb bietet weder Anreize noch Reflektionsmöglichkeiten, eigene Produkte zu vergleichen oder weiterzuentwickeln.

Intensive Regulierungen für die Beseitigung von Überproduktion, wie im Weinmarkt der EU praktiziert, bieten einen permanenten Anreiz, weiterhin Mengen zu produzieren, die nicht marktfähig sind. Mit diesen Regulierungen finanziert man in der EU Maßnahmen in Milliardenhöhe, welche die eigentliche Ursache noch verstärkt.

Regulierungen sind deshalb nur bedingt zu nutzen, um dem Markt eine kurzfristige Unterstützung zu geben. Wichtig ist, dass die Auswirkungen der Regulierungen permanent beobachtet, an Marktbedürfnisse angepasst oder auch kurzfristig wieder aufgehoben werden können.

Märkte entwickeln sich in der Regel nach allgemeinen Marktprinzipien und sind nur bedingt durch Regulierungen beeinflussbar bzw. reagieren sogar mit negativen Auswirkungen auf die Wirtschaft.

Somit ist eine positive Marktentwicklung nur möglich, wenn man sich an Stelle von Regulierungen auf kundenorientiertes Marketing, mehr Qualität und Innovationen konzentriert.