

Absatzförderung: Parlament will mehr Geld für Schweizer Wein

Wegen ausländischer Konkurrenz: Soll der Bund mehr Geld für die Vermarktung von Schweizer Wein bereitstellen?

Um den Absatz von Schweizer Wein zu fördern, soll der Bund jährlich neun Millionen Franken investieren – und damit die Winzerinnen und Winzer im Kampf gegen die ausländische Konkurrenz unterstützen. Das will der Nationalrat. Im Ständerat regt sich Widerstand.



Wer nachhaltigen Schweizer Wein verkauft, soll künftig stärker unterstützt werden, findet der Nationalrat. (Bild: Severin Bigler)

neun Millionen Franken soll der Bund künftig pro Jahr in Werbung, Marktforschung und andere Massnahmen zur Absatzförderung für den Schweizer Wein investieren. Das hat der Nationalrat im vergangenen Juni beschlossen.

Am Montag nun hat die Wirtschaftskommission des Ständerats über das Geschäft beraten – und die Motion seinen Ratsmitgliedern zur Ablehnung empfohlen, wie sie in einer Mitteilung schreibt: «Die Mehrheit erachtet die bereits beschlossene, einmalige Erhöhung der Mittel auf neun Millionen Franken im Rahmen des Budgets 2023 für angemessen, will jedoch keine gesetzliche Grundlage für dauerhafte Erhöhungen schaffen.»

Zum grossen Ärger von Jacques Bourgeois, Nationalrat (FDP/FR) und Präsident des Schweizerischen Weinbauernverbands: «Diese zusätzlichen finanziellen Mittel für den Schweizer Wein wären zwingend notwendig. Denn im Gegensatz zu anderen landwirtschaftlichen Erzeugnissen ist der hiesige Wein gänzlich dem internationalen Wettbewerb ausgesetzt, weil er praktisch über keinen Grenzschutz verfügt.»

Das sei mit ein Grund, weshalb der Marktanteil des Schweizer Weins hierzulande lediglich bei 35 Prozent liege – und damit rund zehn Prozent tiefer als noch vor 25 Jahren. Ziel sei, so Bourgeois, diesen Anteil in den nächsten Jahren wieder auf mindestens 40 Prozent zu steigern.

Der Vergleich mit dem Ausland zeige, dass der Verkauf von inländischem Wein vergleichsweise wenig unterstützt werde: «Italien gibt in der Schweiz pro Jahr 18 Millionen Franken aus für die Absatzförderung von italienischen Weinen», so Bourgeois. Damit der Kampf um die Schweizer Kundschaft fair ausgetragen werden könne, brauche es gleich lange Spiesse bei den Unterstützungsbeiträgen.

Jährlich drei Millionen für die Absatzförderung

Zur Einordnung: Jährlich gibt der Bund rund 64 Millionen Franken für die Absatzförderung von Schweizer Produkten aus. In den vergangenen vier Jahren hat das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) den Verkauf von Schweizer Wein mit jährlich rund drei Millionen Franken unterstützt. In den Coronajahren 2020 und 2021 kam jeweils eine weitere Million Franken in Form von Nothilfe dazu.

Diese Nothilfe wurde für 2022 bereits gekürzt und per Anfang dieses Jahres komplett gestrichen. Folgt der Ständerat dem Vorschlag der vorberatenden Kommission, fliessen also heuer einmalig neun Millionen Franken in die Vermarktung von Schweizer Wein. Ab 2024 soll der Betrag dann wieder auf drei Millionen jährlich reduziert werden.

Dabei gilt: Der Bund zahlt die Gelder nur aus, wenn mindestens die Hälfte der Kosten für die Absatzförderung durch die betroffene Branche selbst zur Verfügung gestellt wird. Im vorliegenden Fall muss also die Weinbranche im laufenden Jahr ebenfalls neun Millionen Franken lockermachen, um von den Bundesgeldern profitieren zu können. Ob das gelingt, ist unklar.

Kommission gegen Klimareserve

Die ständerätliche Wirtschaftskommission lehnt einen weiteren Vorschlag seiner Schwesterkommission ab: Diese fordert, dass für Schweizer Wein eine sogenannte Klimareserve eingeführt wird. Dadurch soll es möglich werden, in guten Erntejahren mehr Trauben pro Quadratmeter zu ernten, als die Kantone aus Qualitätsgründen grundsätzlich erlauben. So sollen schlechte Ernten in Folgejahren ausgeglichen werden können. Die Wirtschaftskommission des Ständerats sieht hier allerdings «keinen Handlungsbedarf», die Kantone würden bereits über «andere Möglichkeiten zur Reservebildung» verfügen.

Parteien sind gespalten

Derweil hat die Debatte im Nationalrat gezeigt: Die Forderung nach zusätzlichen Werbemitteln für den Schweizer Wein findet Unterstützung in allen Parteien. Während Nationalräte von SVP und Mitte mehrheitlich für die Vorlage stimmten, waren die Fraktionen von Grünen, SP und FDP gespalten: Die eine Hälfte befürwortete die Motion, die andere lehnte sie ab. Die GLP war mehrheitlich gegen die Motion.

Zu den Gegnern der Vorlage zählt auch der Bundesrat. Er argumentiert in seiner offiziellen Stellungnahme ähnlich wie die ständerätliche Wirtschaftskommission: Zwar verstehe die Regierung «die Sorgen der Schweizer Weinwirtschaft».

Allerdings würde die Aufstockung der Absatzförderung auf neun Millionen Franken pro Jahr zu «einer Ungleichbehandlung gegenüber anderen landwirtschaftlichen Zweigen führen», so der Bundesrat. Zudem sei die von den Motionären geforderte Verknüpfung der Absatzförderung an Nachhaltigkeits- und Qualitätskriterien in der Praxis nur «schwer umsetzbar».