

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Wolfgang Schwarz, Marcel Hürter, Thorsten Wehner und Fredi Winter (SPD)

und

Antwort

des Ministeriums für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten

Weinwerbeabgabe und Weinwerbung

Die **Kleine Anfrage 1729** vom 4. Juli 2013 hat folgenden Wortlaut:

Für das laufende Jahr 2013 wird erwartet, dass das Bundesverfassungsgericht über anhängige Verfahren entscheiden wird, die die verfassungsrechtliche Prüfung beinhalten, ob Weinkellereien und Winzer eine Abgabe zur Finanzierung der Absatzförderung durch den Deutschen Weinfonds, in Rheinland-Pfalz und darüber hinaus auch eine Abgabe zur Finanzierung der gebietlichen Absatzförderung, zu leisten haben.

Wir fragen die Landesregierung:

1. Wie beurteilt die Landesregierung die Notwendigkeit der Weinwerbung und deren gesicherte Finanzierung?
2. Welchen positiven Effekt sieht die Landesregierung in der Verbindung und Zusammenarbeit von Weinwerbung und (regionaler) Tourismusentwicklung?
3. Sind der Landesregierung Überlegungen in Bezug zu einer künftigen Finanzierung der Weinwerbung, auch in Verbindung mit der Tourismusbranche, bekannt, falls den Verfassungsbeschwerden gegen eine Heranziehung zu Abgaben für den Deutschen Weinfonds und die gebietliche Absatzförderung tatsächlich stattgegeben werden sollte?
4. Lassen sich mögliche nachteilige Wirkungen für Weinwerbung und Tourismus vorausschauend vorbeugen, um Folgen vergleichbar mit der Entwicklung der „Centralen Marketinggesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH“ (CMA) und der „Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft GmbH“ (ZMP) zu vermeiden?

Das **Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten** hat die Kleine Anfrage namens der Landesregierung mit Schreiben vom 19. Juli 2013 wie folgt beantwortet:

Vorbemerkung:

Die Verfassungsbeschwerden einiger Abgabepflichtiger gegen die Gerichtsentscheidungen wegen der Abgaben zu Gunsten des Deutschen Weinfonds (DWF) und der gebietlichen Absatzförderungseinrichtungen (AbföG Wein in Rheinland-Pfalz) stellen die Verfassungsmäßigkeit der gesetzlichen Grundlagen dieser Abgaben in Frage.

Das Land Rheinland-Pfalz spricht sich ausdrücklich für die Beibehaltung der geschaffenen Strukturen bei den Gebietsweinwerbungen und beim Deutschen Weinfonds aus und hat dies auch in seiner Stellungnahme gegenüber dem Bundesverfassungsgericht vom Mai dieses Jahres begründet. Ohne eine funktionierende Gemeinschaftswerbung, auf den Inlands- und Auslandsmärkten, ist eine objektive und nach innen wettbewerbsneutrale Kommunikation der Herkunft, Qualität und Produktsicherheit von Weinen rheinland-pfälzischen Ursprungs nicht mehr gewährleistet.

Daher wurden bereits zu Beginn des Rechtsstreites alle Möglichkeiten in Betracht gezogen, die Positionen des Landes zu untermauern. Verfassungsrechtliche Gutachten sowie aktuelle Marktstudien bestätigen die Position des Landes, die Gemeinschaftswerbung im Weinsektor aufrechtzuerhalten.

Die bisherigen gerichtlichen Instanzen bis hin zum Bundesverwaltungsgericht sind dieser Argumentation gefolgt.

b. w.

Dies vorausgeschickt, beantworte ich die Kleine Anfrage wie folgt:

Zu Frage 1:

Das Weingesetz (WeinG) und das rheinland-pfälzische Absatzförderungsgesetz Wein (AbföG Wein) stellen die Grundlage für eine durch Abgaben finanzierte Weinwerbung dar. Diese parafiskalischen Abgaben werden flächenbezogen von allen Weinbaubetrieben und mengenbezogen von den Abfüllbetrieben erhoben. Nur in dieser Konstellation ist gewährleistet, dass alle Betriebe, die von den Marketingaktivitäten der Absatzförderungseinrichtungen profitieren, auch einen entsprechenden Beitrag zu deren Finanzierung entrichten. Die Aktivitäten des Deutschen Weinfonds sowie das Wirken der Gebietsweinwerbungen ermöglichen auf den Inlands- und Auslandsmärkten eine objektive und nach innen wettbewerbsneutrale Kommunikation der Herkunft, Qualität und Produktsicherheit von deutschen und rheinland-pfälzischen Weinen.

Die Landesregierung sieht in dieser Förderung eine stabile, verursachergerechte, effektive wie auch effiziente Finanzierung, die auch in anderen Segmenten als Beispiel dienen könnte.

Zu Frage 2:

Die vom Deutschen Weinfonds und von den Gebietsweinwerbungen auf der Basis von WeinG und AbföG Wein eingesetzten Finanzierungsmittel dürfen ausschließlich zur Kommunikation der Qualität und des Ursprungs deutscher und rheinland-pfälzischer Weine verwendet werden. Touristische Aktivitäten können nicht mit Mitteln der Gemeinschaftswerbung finanziert werden.

Dennoch hat sich in den Anbaugebieten eine gut funktionierende Zusammenarbeit von Weinwerbung und Tourismusorganisationen entwickelt, die beiden Partnern zuträglich ist.

Im Rahmen der Tourismusstrategie 2015 des Landes Rheinland-Pfalz wurde mit dem Thema „Wein und Weinkulturlandschaften“ ein Schwerpunkt gesetzt. Vor diesem Hintergrund unterstützt das Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten die Aktivitäten der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) im Bereich Weintourismus und die Kampagne „Weinreich Rheinland-Pfalz“ zusätzlich zu den aus dem Tourismusmarketing des Ministeriums für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung eingesetzten Mitteln des Landeshaushalts jährlich mit Beträgen zwischen 120 000 und 150 000 €.

Zusammen mit den anderen Schlüsselthemen Wandern, Radfahren und Gesundheit ergeben sich große Synergien nicht nur im Bereich der regionalen Tourismusentwicklung, sondern auch im Bereich der nachhaltigen Regionalentwicklung, insbesondere für die ländlichen Räume. Bei der gezielten Vermarktung der bestehenden Weinkulturlandschaften profitieren nicht nur die Weinregionen an Rhein und Mosel. Auch weitere Tourismusstandorte können im Rahmen einer ganzheitlichen, gemeinsamen Destinationsvermarktung über die RPT profitieren. Aufgrund der großen Wertschöpfungstiefe kann der Tourismus die Wertschöpfung für die Region weiter erhöhen. Entstehen dabei Wirtschaftskreisläufe, die durch die zusätzliche Kaufkraft von auswärtigen Reisenden ergänzt wird, dient sowohl die Weinproduktion als auch eine die regionalen Produkte berücksichtigende Tourismuswirtschaft einer nachhaltigen Regionalentwicklung.

Zu den Fragen 3 und 4:

Überlegungen der Weinwirtschaft und ihrer Verbände bzw. Vereine, auch zusammen mit der Tourismusbranche, über neue Finanzierungswege sind der Landesregierung nicht bekannt.

Im Hinblick auf die Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts, das sich eingehend mit der jüngsten Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zur Abgabenerhebung für die CMA und den Holzfonds auseinandergesetzt und die Position des Landes Rheinland-Pfalz bestätigt hat, sieht die Landesregierung keine Veranlassung, spekulative Überlegungen nach Alternativen anzustellen.

Ulrike Höfken
Staatsministerin