

Barbara Redlingshöfer

Ökonomische Analyse des deutsch-französischen Weinhandels

Theoretische Grundlagen und Befragung französischer
Experten

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1999 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832419936

Barbara Redlingshöfer

Ökonomische Analyse des deutsch-französischen Weinhandels

Theoretische Grundlagen und Befragung französischer Experten

Barbara Redlingshöfer

Ökonomische Analyse des deutsch-französischen Weinhandels

Theoretische Grundlagen und Befragung französischer Experten

Diplomarbeit

an der Justus-Liebig-Universität Gießen

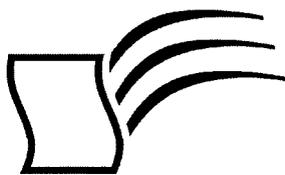
Fachbereich Agrarwissenschaften

Prüfer Prof. Dr. Peter Michael Schmitz

Institut für Agrarpolitik und Marktforschung,

Lehrstuhl für Agrar- und Entwicklungspolitik

Juli 1999 Abgabe



Diplomarbeiten Agentur

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey

Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke

und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k

22119 Hamburg

agentur@diplom.de

www.diplom.de

ID 1993

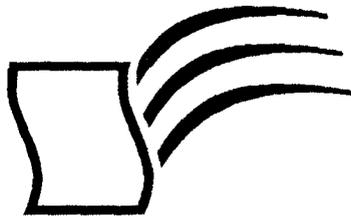
Redlingshöfer, Barbara: Ökonomische Analyse des deutsch-französischen Weinhandels:
Theoretische Grundlagen und Befragung französischer Experten /
Barbara Redlingshöfer - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1999
Zugl.: Gießen, Universität, Diplom, 1999

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————

INHALTSVERZEICHNIS.....	I
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	IV
TABELLENVERZEICHNIS	VI
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	VII

Inhaltsverzeichnis

1 EINLEITUNG.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Vorgehensweise	2
1.3 Anmerkungen zum statistischen Material.....	4
2 EMPIRISCHE DARSTELLUNG DER ENTWICKLUNGEN AUF DEM DEUTSCHEN UND FRANZÖSISCHEN WEINMARKT UND DEREN HANDELSBEZIEHUNGEN... 5	
2.1 Überblick über das nationale Weinrecht und die EU-Weinbaupolitik	5
2.1.1 Weinbaupolitik in der Europäischen Gemeinschaft	5
2.1.2 Das nationale Weinrecht Frankreichs und Deutschlands	8
2.2 Globale Betrachtung des Außenhandels im Weinsektor	12
2.3 Der französische Weinmarkt.....	13
2.3.1 Entwicklung der französischen Trinkweinnachfrage	13
2.3.2 Entwicklung der französischen Trinkweinerzeugung	16
2.3.3 Frankreichs Bedeutung als Weineinfuhrland.....	17
2.4 Der deutsche Weinmarkt.....	18
2.4.1 Entwicklung der deutschen Trinkweinnachfrage.....	18
2.4.2 Entwicklung der deutschen Trinkweinerzeugung.....	18
2.4.3 Deutschlands Bedeutung als Weinausfuhrland	20
2.5 Deutsch-französische Handelsbeziehungen mit Gütern der Ernährungswirtschaft unter besonderer Berücksichtigung des Weins.....	23
2.5.1 Deutsch-französische Außenhandelsbeziehung im Weinsektor	23
2.5.2 Intensität der Handelsbeziehung zwischen Deutschland und Frankreich im Weinsektor mit Hilfe des Grubel-Lloyd-Indexes	27

2.5.3 Bedeutung von deutschem Wein als Exportgut nach Frankreich im Vergleich mit anderen deutschen Ernährungsgütern.....	31
2.6 Zusammenfassung.....	34

3 THEORETISCHE ANALYSE POLITISCHER UND ÖKONOMISCHER EINFLUßFAKTOREN AUF DEN DEUTSCH-FRANZÖSISCHEN WEINHANDEL ... 35

3.1 Einfluß ökonomischer Faktoren abgeleitet aus der reinen Außenhandelstheorie.....	37
3.1.1 Unterschiedliche Arbeitsproduktivitäten als Einflußgröße auf der Angebotsseite.....	37
3.1.1.1 Das Ricardo-Modell.....	37
3.1.1.2 Die Anwendbarkeit des Ricardo-Modells auf den Weinmarkt.....	40
3.1.2 Unterschiedliche Faktorausstattung als Einflußgröße auf der Angebotsseite.....	42
3.1.2.1 Das Heckscher-Ohlin-Modell.....	42
3.1.2.2 Die Anwendbarkeit des Heckscher-Ohlin-Modells auf den deutsch-französischen Weinhandel.....	44
3.1.3 Unterschiedliche steigende Skalenerträge als Einflußgröße auf der Angebotsseite.....	45
3.1.3.1 Externe steigende Skalenerträge im Weinbau.....	46
3.1.3.2 Interne steigende Skalenerträge im Weinbau.....	46
3.1.4 Verbraucherpräferenzen als Einflußgröße auf der Nachfrageseite.....	48
3.1.4.1 Lancaster-Ansatz.....	49
3.1.4.2 Relevanz des Lancaster-Ansatzes für den Weinmarkt: Darstellung der Produktdifferenzierung bei Wein.....	52
3.1.4.3 Relevanz des Lancaster-Ansatzes für den Weinmarkt: Darstellung der Verbraucherpräferenzen im deutsch-französischen Weinhandel.....	54
3.2 Einfluß der Wechselkurse abgeleitet aus der monetären Theorie.....	56
3.3 Einfluß politischer Faktoren auf den deutsch-französischen Weinhandel.....	60
3.3.1 Einfluß der EU-Weinmarktpolitik auf den deutsch-französischen Außenhandel und Diskussion der Reform.....	60
3.3.2 Einfluß staatlicher Förder- und Hemmfaktoren auf den deutschen Weinexport.....	63
3.4 Zusammenfassung.....	65

4 EMPIRISCHE ANALYSE DER BEDEUTUNG DER UNTERSUCHTEN EINFLUßFAKTOREN AUF DEN DEUTSCH-FRANZÖSISCHEN WEINHANDEL ... 66

4.1 Literaturüberblick zu den Einflußfaktoren im Weinhandel.....	66
4.1.1 Literaturüberblick zu den unterschiedlichen Arbeitsproduktivitäten als Einflußgröße auf der Angebotsseite.....	66

4.1.2 Literaturüberblick zur Relevanz der unterschiedlichen Faktorausstattung nach Heckscher und Ohlin als Einflußgröße auf der Angebotsseite.....	68
4.1.3 Literaturüberblick zu steigenden Skalenerträgen im Weinbau.....	70
4.1.4 Literaturüberblick zu Verbraucherpräferenzen bei Wein als Einflußgröße auf der Nachfrageseite.....	72
4.2 Expertenbefragung und deren Durchführung	76
4.2.1 Methodik der Expertenbefragung.....	76
4.2.2 Organisation und Durchführung der Befragung.....	76
4.2.3 Inhalt der Befragung.....	77
4.2.4 Darstellung der Ergebnisse.....	78
4.2.5 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	99
5 PERSPEKTIVEN UND SCHLUßFOLGERUNGEN FÜR DEN ABSATZ DEUTSCHER WEINE IN FRANKREICH	100
6 ZUSAMMENFASSUNG	105
7 LITERATURVERZEICHNIS	A
8 ANHANG.....	I
8.1 Anhang A 1: Rechtsgrundlagen für Weinbau und Weinwirtschaft.....	I
8.2 Anhang A 2: Zusammensetzung der Angebotsmenge in Deutschland	J
8.3 Anhang A 3: Einordnung von Wein in die Handelsklassifizierung	K
8.4 Anhang A 4: Fragebogen in deutscher Version	L
8.5 Anhang A 5: Fragebogen in französischer Version	R

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Traubenmost und seine Verarbeitungserzeugnisse	3
Abb. 2: Entwicklung der Erntemengen in der EG und Beschluß von Politikmaßnahmen zwischen 1981 und 1998.....	7
Abb. 3: Übersicht über die Klassifikation der Weine in der Europäischen Union sowie in Deutschland und Frankreich.....	9
Abb. 4: Vergleich der weltweit wichtigsten Weinimport- und -exportnationen 1996.....	12
Abb. 5: Entwicklung der Konsumhäufigkeit an Trinkwein zwischen 1980 und 1995.....	14
Abb. 6: Vergleich der verkauften Menge an Tafel- und Qualitätswein 1955 und 1990	15
Abb. 7: Entwicklung der deutschen Weinerzeugung nach Qualitätsstufen in den Jahren 1995 bis 1997.....	19
Abb. 8: Entwicklung der bestockten Rebfläche in Deutschland und deren Zusammensetzung aus roten und weißen Rebsorten	19
Abb. 9: Entwicklung des Weinexports aus Deutschland von 1987 bis 1997 nach Menge und Wert	20
Abb. 10: Die wichtigsten Zielländer deutscher Stillweinexporte nach Menge und Wert im Jahre 1997	22
Abb. 11: Deutsche Weinexporte nach Frankreich zwischen 1990 und 1997 nach Menge und Wert	24
Abb. 12: Vergleich der Brutto- und Nettoexportmengen nach Frankreich von 1985 bis 1991	26
Abb. 13: Deutschlands Exporte verschiedener Warengruppen nach Frankreich im Jahre 1994 - Werte in Mio. DM	31
Abb. 14: Prozentuale Anteile ausgewählter Agrar- und Ernährungsgüter an Frankreichs wertmäßigen Nahrungsmittelimporten 1994.....	32
Abb. 15: Handelsbilanzüberschüsse einzelner Warengruppen der Agrar- und Ernährungswirtschaft Frankreichs 1996/1997 in Milliarden DM.....	33
Abb. 16: Überblick über Einflußfaktoren auf den deutsch-französischen Wein- handel	36
Abb. 17: Deutschlands Transformationskurve im Ricardo-Modell: ein Produktionsfaktor (Arbeit) und zwei Güter (Wein und Bier)	38
Abb. 18: Unterschiedlicher Verlauf der Transformationskurven Deutschlands und Frankreichs für die Produktion von Wein und Bier.....	39
Abb. 19: Deutschlands Transformations- und Konsumkurve nach Aufnahme von Handel mit Frankreich	40

Abb. 20: Kombinationsmöglichkeiten des Einsatzes von Fläche und Kapital in der Traubenproduktion.....	43
Abb. 21: Faktorintensitätskurven von Wein und Rindfleisch.....	44
Abb. 22: Bewertung von Produktvielfalt nach dem <i>love of variety-approach</i> nach Lancaster	50
Abb. 23: Bewertung von Produktvielfalt nach dem <i>ideal variety-approach</i> nach Lancaster	51
Abb. 24: Inlandsmarkt für FF	57
Abb. 25: Zusammenhang zwischen Wechselkurs- und Exportmengenindex zwischen 1990 und 1997	57
Abb. 26: Verteilung der Anbauggebiete im Sortiment der deutschen Weine (n=33)	79
Abb. 27: Verteilung der Qualitätsstufen im Sortiment deutscher Weine (n=33).....	79
Abb. 28: Zugang der Kunden zu deutschen Weinen (n=9)	82
Abb. 29: Darstellung der Antwortverteilung zum Image deutscher Weine (n=10)	84
Abb. 30: Darstellung der Antwortverteilung zum am meisten für deutsche Weine geeigneten Absatzweg	87
Abb. 31: Einsatz von Werbemitteln (n=8).....	89
Abb. 32: Darstellung der Antwortverteilung zu den Faktoren auf der Angebotsseite.....	96

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Aufgliederung französischer Weineinfuhren nach Deutschland 1997	23
Tab. 2: Zusammensetzung der deutschen Stillweinexporte (bis 15 % vol.) nach Frankreich 1997	25
Tab. 3: Exportwerte gehandelter Weine zwischen Deutschland und Frankreich für 1997 und daraus berechnete Grubel-Lloyd-Indices	29
Tab. 4: Arbeitsproduktivitäten (AP) ausgewählter Weinbauregionen	66
Tab. 5: Vergleich der Ausstattung mit agrarspezifischen Produktionsfaktoren zwischen Deutschland und Frankreich in absoluten Größen und prozentual im Jahre 1986 .	69
Tab. 6: Änderungen im Angebot deutscher Weine (n=6)	81

Abkürzungsverzeichnis

a_w, a_B	Inputkoeffizient (unit labor requirement) für Wein bzw. Bier
ABL	Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften
AK	Arbeitskraft
AOC	Appellation d'Origine Controlée (kontrollierte Herkunftsbezeichnung)
Art.	Artikel
CFCE	Centre Français du Commerce Extérieur
D	demand
DM	Deutsche Mark
DWI	Deutsches Weininstitut
DWV	Deutscher Weinbauverband e.V.
E	equilibrium, Situation des Marktgleichgewichts
EAGFL	Europäischer Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft
ECU	European Currency Unit
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
EWS	Europäisches Währungssystem
EWU	Europäische Währungsunion
EU	Europäische Union
FAO	Food and Agricultural Organization
FF	Französischer Franken
F	Fläche
GAP	Gemeinsame Agrarpolitik
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
ha	Hektar
hl	Hektoliter
hl/Akh	Hektoliter pro Arbeitseinheit
HS	Harmonized System
I	Indifferenzkurve
IIT	intra-industrieller Handel
IIT_{jk}	Anteil intraindustrieller Handel für Industrie i zwischen Land j und k
INRA	Institut National de Recherche Agronomique
K	Kapital
l_w, l_B	Lohnhöhe im Wein- bzw. Biersektor
L	Liter

L_{WB}	verfügbare Arbeitsmenge für Wein und Bier
M_{jki}	Importwert für Industrie i aus Land j nach Land k
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
OIV	Office International de la Vigne et du Vin
ONIVINS	Office National Interprofessionel des Vins
p	Pacht
P_a	Preisniveau des Auslandes in Auslandswährung
P_i	Preisniveau des Inlandes in Inlandswährung
P_w, P_B	Preis für Wein bzw. Bier
PS	Pferdestärke als Einheit für Leistung
PSR	Produced in Specified Regions
Q_w, Q_B	erzeugte Menge an Wein bzw. Bier
QbA	Qualitätswein bestimmter Anbaugebiete
QmP	Qualitätswein mit Prädikat
RTK	Rektifiziertes Traubenmostkonzentrat
S	supply
SITC	Standard International Trade Classification
SOFRES	Société Française d'Enquêtes par Sondages
TBA	Trockenbeerenauslese
TDM	tausend Deutsche Mark
US-\$	US-Dollar
VCC	Vin de Consommation Courante
VDQS	Vins Délimités de Qualité Supérieure
VDW	Verband Deutscher Weinexporteure
VO (EWG)	Verordnung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft
% vol.	Volumenprozent
VQPRD	Vins de Qualité Produits dans des Régions Déterminées
WK	Wechselkurs
WTO	World Trade Organization
X_{jki}	Exportwert für Industrie i aus Land k nach Land j
z	Zins
zit.	zitiert