

Customs Associates Ltd

Studie über den Wettbewerb zwischen alkoholischen Getränken

Abschlussbericht Februar 2001

1 Kapitel 1 – Einführung und Übersicht

1.1 Einführung

Dieser Bericht beschreibt die in vorliegender Studie durchgeführte Arbeit und die erzielten Ergebnisse. Er ist das Ergebnis unserer Untersuchungen in allen Mitgliedstaaten, bei Verbrauchssteuerbehörden, verschiedenen Fachverbänden und des uns zur Verfügung stehenden Hintergrundmaterials.

1.2 Ziel der Studie

Das Ziel der Studie besteht in der Erstellung eines detaillierten Berichts über den Wettbewerb zwischen Bier, Wein, Schaumwein, sonstigen fermentierten Getränken (mit und ohne Kohlensäure), Zwischenprodukten und Spirituosen in der EU, um der Kommission bei der Erfüllung ihrer Verpflichtungen unter Artikel 8 der Richtlinie 92/84/EEG zu helfen.

1.3 Umfang der Studie

Die Studie untersuchte die folgenden sechs Bereiche:

- *Das Ausmaß, in dem zwischen den verschiedenen Getränke­kategorien ein preis-sensitiver Wettbewerb besteht;*
- *Die allgemeine Auswirkung der in der Richtlinie festgelegten Mindestsätze und der in den Mitgliedstaaten tatsächlich angewendeten Sätze auf den Konsum der verschiedenen Kategorien alkoholischer Getränke und insbesondere konkurrierender Getränke;*
- *Die speziellen Auswirkungen der in Mitgliedstaaten tatsächlich angewendeten Sätze im Hinblick auf den Wettbewerb zwischen den verschiedenen Getränke­kategorien in Bezug auf grenzüberschreitenden Einkauf durch Einzelpersonen und illegale kommerzielle Bewegungen versteuerter Waren über Grenzen hinweg. Was diesen Aspekt an­betrifft, konzentriert sich die Studie auf die Forschungsbemühungen in vier Mitgliedstaaten - Dänemark, Großbritannien, Schweden und Belgien;*
- *Trends im Konsum von Getränken, die den verschiedenen Sätzen unterworfen sind;*
- *Gründe für diese Trends;*
- *Einfluss der steuerlichen Veränderungen auf diese Trends.*

Jeder dieser Bereiche wurde sowohl in globaler Hinsicht unter Einbeziehung der Gemeinschaft als Ganzes untersucht, als auch nach einzelnen Mitgliedstaaten.

1.4 Unsere Arbeit

Wir folgten dem bei der ursprünglichen Vertragsvergabe aufgestellten Arbeitsprogramm. Als erster Schritt wurde eine Überprüfung vorhandener Literatur zu diesem Thema durchgeführt. Dies erschien in unserem Anfangsbericht, der der Kommission bereits vorgelegt wurde. Dann wurde eine Methodologie zur Analyse der von uns erhaltenen Daten ausgearbeitet. Diese

Methodologie erscheint in Anlage J.

Sodann begannen wir mit der Sammlung der Daten, die wir zur Durchführung der Studie benötigten.

- Wir schrieben an die Verbrauchssteuerbehörden in jedem Mitgliedstaat und baten sie, uns verschiedene Daten zukommen zu lassen;
- Wir kamen mit Vertretern der Verbrauchssteuer- und Steuerbehörden in Großbritannien, Schweden und Dänemark zusammen;
- Wir schrieben an verschiedene andere Regierungsstellen in Belgien und baten um Daten, da nicht alle Daten bei der Verbrauchssteuerbehörde registriert werden;
- Wir schrieben an europäische und einzelstaatliche Fachverbände (Wein, Bier, Spirituosen, Cider) und baten sie, uns verschiedene Daten zukommen zu lassen;
- Weiterhin kamen wir mit einer Reihe von Verbänden zusammen, um den Umfang der Studie zu erklären und deren Ansichten zu hören:
 - BLRA (Verband der Brauereien & Zugelassenen Einzelhändler)
 - Schottischer Whiskyverband
 - Gin & Wodka Verband
 - CBMC (Confédération des Brasseries du Marché Commun, unter dem Namen Die Brauer Europas bekannt)
 - Schwedischer Brauereiverband
 - Wein & Spirituosenverband

Wir erhielten aus einigen Mitgliedstaaten, wenn auch nicht aus allen, Daten über Verbrauchssteuersätze und Konsum. Wir erhielten ausführliche Antworten aus Österreich, Belgien, Deutschland, Dänemark, Finnland, Großbritannien, Irland, den Niederlanden, Spanien und Schweden. Wir erhielten Teilm Informationen aus Griechenland und Portugal. Aus Frankreich, Italien und Luxemburg erhielten wir keine Daten über Verbrauchssteuersätze, und die Daten aus diesen Ländern mussten unter Verwendung anderer Quellen ergänzt werden.

1.5 Struktur dieses Berichts

Dieser Bericht wurde in Kapitel unterteilt. Kapitel 1 enthält diese Einführung, die unsere Arbeit erklärt. Kapitel 2 berichtet, um welche Daten wir baten, welche wir erhielten und kommentiert die Qualität dieser Daten. Kapitel 3 beschreibt die Auswirkungen der Mindestsätze in den Mitgliedstaaten. Kapitel 4 beschreibt die allgemeinen Auswirkungen der tatsächlich auferlegten Steuersätze. Kapitel 5 behandelt grenzüberschreitenden Verkehr im Allgemeinen. Kapitel 6 befasst sich mit grenzüberschreitenden Aktivitäten in Großbritannien. Kapitel 7 befasst sich mit Schweden. Kapitel 8 mit Dänemark. Kapitel 9 beschreibt die Trends im Konsum der verschiedenen Getränke. Kapitel 10 gibt die Gründe für diese Trends an. In Kapitel 11 wird die Preissensitivität zwischen Getränken diskutiert. Kapitel 12 behandelt ein „Was wäre, wenn?“-Modell, das beschreibt, was geschehen würde, wenn Verbrauchssteuersätze auf einem gewissen vorbestimmten Niveau festgesetzt würden. Kapitel 13 enthält eine Reihe separater Dokumente und technischer Materialien.

1.6 Zusammenfassung

1.6.1 Einführung

Dem Aufgabenbereich dieser Studie entsprechend überprüften wir die Auswirkungen der Mindestsätze, die Auswirkungen der tatsächlich auferlegten Sätze, grenzüberschreitende Aktivitäten in drei Mitgliedstaaten, Trends im Verbrauch und die Gründe für diese Trends, einschließlich des Wettbewerbs zwischen verschiedenen Arten von Getränken. Weiterhin betrachteten wir auch die Auswirkungen einer eventuellen Annahme des gleichen Satzes (nach Getränkekategorie) in allen Mitgliedstaaten und deren Auswirkung auf den Konsum.

1.6.2 Mindestsätze

Die Mindestsätze hatten einige Wirkung, als sie in einigen Mitgliedstaaten erstmals eingeführt wurden. Sieben Mitgliedstaaten sahen sich genötigt, ihre Sätze zu erhöhen, um dem neuen Mindestsatz zu entsprechen.

Dieses Minimum hat sich jedoch seit 1992 nicht verändert, so dass es infolge der Inflation jedes Jahr weniger relevant wird. Um die Auswirkungen dieser Tatsache zu untersuchen, prüften wir, wie die Lage heute aussähe, wenn der Mindestsatz an der Inflationsrate der EU indiziert worden wäre. Unsere Ergebnisse stellten fest, dass vier Mitgliedstaaten heute Sätze haben, die unter einem indizierten Mindestsatz liegen. In Bezug auf Mindestsätze kamen wir daher zu der Schlussfolgerung, dass diese Richtlinie mit ihrer politischen Zielsetzung, am Ende eine Angleichung der Sätze über die gesamte Europäische Union hinweg zu erreichen, zwar im Jahr 1993 einige Wirkung hatte, sich jedoch ohne weitere Aktualisierung in ihrer augenblicklichen Form als allgemein unwirksam zu erweisen scheint.

1.6.3 Analyse der Steuersätze und Konsum

Wir analysierten die im Verlauf der letzten 20 Jahre in allen Mitgliedstaaten auf jede Art von Getränk tatsächlich auferlegten Sätze und weiterhin den Konsum über die letzten 30 Jahre. Es ist nicht möglich, zu behaupten, dass Sätze den Konsum direkt beeinflussten, da es eine Anzahl weiterer Faktoren gibt, die ebenfalls den Konsum beeinflussen könnten. Nimmt man jedoch an, dass andere Faktoren über Zeit konstant bleiben, so ist eine Reihe anfänglicher Schlussfolgerungen möglich.

- Allgemein gesprochen veränderte sich der Bier-Konsum infolge von Änderungen der Verbrauchssteuersätze nicht; Ausnahmen sind Großbritannien und Spanien, einige Veränderungen wurden auch in Griechenland verzeichnet.
- Sieben Mitgliedstaaten erheben augenblicklich keine Steuern auf stillen Wein, so dass es schwieriger ist, einen Gesamtvergleich zwischen Satz und Konsum zu ziehen. In Ländern, wo Verbrauchssteuer erhoben wird, hat sich jedoch der Weinkonsum im Allgemeinen infolge einer Änderung des Verbrauchssteuersatzes nicht verändert.
- In allen Mitgliedstaaten, für die wir Daten besitzen, verändert sich der Schaumweinkonsum, wenn sich der Steuersatz ändert.
- In den meisten Mitgliedstaaten (außer Griechenland, Italien, Luxemburg, Portugal), verändert sich der Spirituosenkonsum, wenn sich der Steuersatz ändert.
- Ciderkonsum verändert sich bei einer Änderung des Steuersatzes nicht.
- Der Konsum von Zwischenprodukten verändert sich in allen Mitgliedstaaten, bei denen wir in der Lage waren, dies zu identifizieren und separat zu analysieren, jedoch nicht bei einer Änderung der Verbrauchssteuersätze.

1.6.4 Steuersatzrends

Der bemerkenswerteste Punkt ist, dass viele Mitgliedstaaten 1993 die Verbrauchssteuer für Bier dramatisch änderten, einige nach oben, andere nach unten. Italien, Spanien und in gewissem Umfang Dänemark zeigten die größten Veränderungen. Sechs Mitgliedstaaten änderten die Sätze 1993 teilweise infolge des neuen Mindestsatzes und teilweise infolge des Einheitsmarkts. Der allgemeine Trend ist, entweder die Sätze jedes Jahr oder alle paar Jahre zu erhöhen. Österreich, Deutschland und Finnland sind hierbei deutliche Ausnahmen: Österreich und Deutschland änderten ihren Verbrauchssteuersatz nur einmal in den letzten 30 Jahren. Finnland besaß bis 1994 einen *ad valorem*-Satz, daher stieg der Betrag der auf Bier erhobenen Steuer automatisch der Inflation entsprechend.

Die auf Wein erhobene Steuer in Irland zeigt bei hohen Steigerungen über den Zeitraum die größten Schwankungen. Das Verhaltensmuster in Großbritannien ist ähnlich, obwohl die Steigerungen nicht so hoch waren; darauf folgen unmittelbar die Niederlande, wo über den Zeitraum ebenfalls große Erhöhungen der Weinsteuern erfolgten. Andererseits veränderten Österreich, Belgien und Dänemark ihre Sätze im Verlauf dieses Zeitraums nicht in wesentlichem Umfang. Vier Mitgliedstaaten 1993 passten ihre Sätze an, um den Mindestsatz und den Einheitsmarkt zu berücksichtigen. Finnland verhält sich erneut anders als alle übrigen Mitgliedstaaten: Weinsteuern wurden während des Großteils des fraglichen Zeitraums als Prozentsatz des Verkaufspreises erhoben. Die restlichen Mitgliedstaaten erheben keine Weinsteuern.

Die meisten Mitgliedstaaten blieben bei einer stetigen Erhöhung der Steuersätze für Spirituosen, obwohl Italien und Griechenland die Sätze über den fraglichen Zeitraum dramatisch erhöhten.

1.6.5 Grenzüberschreitende Aktivitäten

Wir würden erwarten, grenzüberschreitenden Einkauf und grenzüberschreitenden Schmuggel nur über solche Land- oder Seegrenzen festzustellen, wo ein signifikantes Preisdifferential herrscht. Wir stellten ein signifikantes Steuersatzdifferential in benachbarten Mitgliedstaaten zwischen Großbritannien und Frankreich, zwischen Schweden und Dänemark und zwischen Dänemark und Deutschland fest. Großbritannien, Schweden und Dänemark wurden einer näheren Betrachtung unterzogen.

- Was den Verlust an jährlichem Steueraufkommen durch grenzüberschreitenden Einkauf anbelangt, so sehen wir - bei Verwendung der neuesten verfügbaren Zahlen - dass Großbritannien mit €400 Millionen pro Jahr der größte Verlust an Steueraufkommen entstand.
- Betrachtet man grenzüberschreitenden Schmuggel, so ergibt sich ein sehr anderes Bild. In Großbritannien kommt es zu erheblichem Schmuggel, besonders im Hinblick auf Bier; in Schweden werden Spirituosen in gewissem Umfang geschmuggelt, doch in Dänemark kommt es nicht zu wesentlichem Alkoholschmuggel.
- Die über der Grenze erworbenen Alkoholmengen wurden weiterhin als Prozentsatz des Gesamtkonsums ausgedrückt. Dänemark hatte, was den Prozentsatz anbelangt, das größte Problem.
- In absoluter Hinsicht verliert Großbritannien im Hinblick auf grenzüberschreitenden Verkehr den höchsten Betrag an Steueraufkommen jedes Jahr. Im Hinblick auf Marktanteil ist das Problem jedoch in Dänemark und Schweden akuter; dort werden etwa ein Viertel der konsumierten Spirituosen außerhalb des eigenen Mitgliedstaats des Verbrauchers erworben.

1.6.6 Konsumtrends

Über die Mitgliedstaaten hinweg bestehen beträchtliche Unterschiede im Bierkonsum pro Kopf. Irland hat den höchsten Bierkonsum, Italien den niedrigsten. Die meisten Länder erlebten in den Jahren 1970-1998 eine Steigerung des Bierkonsums. Nur in Belgien, Frankreich, Großbritannien und Luxemburg kam es über diesen Zeitraum zu einer Verringerung des Bierkonsums und in einigen Ländern - am bemerkenswertesten Griechenland und Portugal - kam es zu wesentlichen Konsumsteigerungen.

Wie beim Bierkonsum pro Kopf gibt es auch beim Weinkonsum pro Kopf beträchtliche Schwankungen über die Mitgliedstaaten hinweg. Frankreich hatte den höchsten durchschnittlichen Verbrauch, Großbritannien den niedrigsten.

Im Hinblick auf den Konsum von Spirituosen sind die Schwankungen geringer als bei Bier und Wein. Über den Zeitraum 1970-1998 hatte Griechenland den höchsten Spirituosenkonsum pro Kopf, Portugal den niedrigsten. Schließt man Portugal aus der Analyse aus, fiel der durchschnittliche Konsum zwischen 1970 und 1998 um 7 %.

1.6.7 Gründe für diese Trends

Bei weitem der wichtigste Faktor, der den Umfang des Bier-, Wein- und Spirituosenverbrauchs beeinflusste, ist das reale BIP. Der Level des realen BIP erschien in 6 Ländern als signifikanter Einfluss auf Bierkonsum, auf Weinkonsum in 4 Ländern und auf Spirituosenkonsum in 6 Ländern. Die Zahl der Bevölkerung im trinkfähigen Alter schien besonders signifikant bei der Beeinflussung der Höhe des Wein- und Spirituosenkonsums und in geringerem Ausmaß im Hinblick auf den Bierkonsum. Die Arbeitslosenquote scheint ebenfalls recht einflussreich zu sein, besonders zur Erklärung der Höhe des Bier- und Weinkonsums, und in geringerem Ausmaß des Spirituosenkonsums.

Eine geringere Zahl von Variablen erwies sich bei den Modellen zur Erklärung von Veränderungen im Konsum als signifikant. Auch hier schien BIP einen Einfluss auf die Erklärung der Veränderungen im Konsum aller drei Getränke zu haben, jedoch ganz besonders bei Bier. Die anderen beiden Variablen – Veränderungen der Bevölkerung im trinkfähigen Alter und Veränderungen der Arbeitslosenquote - hatten keine sehr große Auswirkung auf Veränderungen im Konsum aller Getränke.

Analysiert man die Faktoren, die die Trends im Konsum pro Person im trinkfähigen Alter beeinflussen, so scheint BIP der dominante Faktor bei der Erklärung von Trends über Zeit zu sein – gleichgültig, ob die Modelle im Hinblick auf Umfang oder Veränderungen spezifiziert werden. Die Höhe der Arbeitslosenquote hatte die größte Auswirkung auf den Umfang des Bier- und Weinkonsums. Doch Veränderungen der Arbeitslosenquote hatten kaum eine Wirkung auf Veränderungen im Konsum pro Person im trinkfähigen Alter - nur in geringem Umfang auf den Bierkonsum.

1.6.8 Konkurrenz zwischen verschiedenen Getränkearten

Wir untersuchten den Umfang der Konkurrenz zwischen einzelnen Kategorien alkoholischer Getränke.

Wir untersuchten vorhandene Studien über die Eigenpreiselastizität der Nachfrage. Folgende Punkte waren bemerkenswert:

- Die meisten Studien stimmten überein, dass zwischen dem Eigenpreis verschiedener alkoholischer Getränke und der Nachfrage eine negative Beziehung besteht;
- Die Eigenpreiselastizität der Nachfrage für Bier zeigt die geringsten Schwankungen, Schätzungen liegen zwischen 0,12 und -0,9459;
- Die Eigenpreiselastizität der Nachfrage für Wein schwankt zwischen 0,2083 und -1,85;

- Die Eigenpreiselastizität der Nachfrage für Spirituosen zeigt die größten Schwankungen, Schätzungen liegen zwischen 0,16 und -2,03.

Die wesentlichen Ergebnisse aus Studien, bei denen die Kreuzpreiselastizität geschätzt wurden, sind wie folgt:

- Die Kreuzpreiselastizitäten der Nachfrage für Bier reichten im Hinblick auf Wein von 0,84 bis -1,57 und im Hinblick auf Spirituosen von 0,59 bis -0,92;
- Die Kreuzpreiselastizitäten der Nachfrage für Wein reichten im Hinblick auf Bier von 0,35 bis -0,73 und im Hinblick auf Spirituosen von 0,94 bis -0,95;
- Die Kreuzpreiselastizitäten der Nachfrage für Spirituosen reichten im Hinblick auf Bier von 0,67 bis -0,62 und im Hinblick auf Wein von 2,063 bis -0,90.

Zusätzlich zur Überprüfung der Literatur waren wir bemüht, Schätzungen der Kreuzpreiselastizitäten vorzulegen, die hinsichtlich des Umfangs der Konkurrenz zwischen den einzelnen Getränken Aufschluss geben. Im Verlauf unserer Forschungsarbeit stellte sich diese Aufgabe aus einer Reihe von Gründen als schwierig heraus. Daten über den Preis alkoholischer Getränke sind in den meisten Mitgliedstaaten entweder sehr selten zu finden und/oder sind nicht von einer Qualität, die robuste Schätzungen der Kreuzpreiselastizitäten alkoholischer Getränke zulässt.

Weiterhin beeinflusst eine Reihe von Faktoren den Konsum alkoholischer Getränke und den Umfang des „Umsteigens“ der Verbraucher zwischen den einzelnen Getränkekategorien. Beispielsweise kann sich die Einstellung der Verbraucher zum Weinkonsum über eine Reihe von Jahren hin verändern und zu einer Steigerung des Weinkonsums zu Lasten anderer Getränkekategorien führen. Daher kann unter vielen Umständen das Umsteigen auf Wein unabhängig vom Preis des Weins im Verhältnis zu anderen Getränken sein, d.h. dieses Umsteigen würde selbst dann geschehen, wenn die relativen Preise über Zeit stabiler wären. Da die Veränderung des Verbrauchergeschmacks wahrscheinlich ein kritischer Faktor ist, der das Umsteigen zwischen Getränken beeinflusst, macht dies eine Schätzung der Preiseffekte auf den Konsum außerordentlich schwierig.

Ungeachtet dieser Schwierigkeiten schätzten wir für die Länder, für die es genügende Preisdaten gab (Belgien, Deutschland, Irland und Großbritannien), sowohl Eigenpreis- als auch Kreuzpreiselastizitäten. Außerdem waren wir in der Lage, Eigenpreiselastizitäten für Bier in Österreich, für Cognac in Frankreich und für Spirituosen in den Niederlanden zu schätzen. Insgesamt stellten wir fest, dass unsere Schätzungen der Eigenpreis- und Kreuzpreiselastizitäten mit denjenigen, die in der Literatur zu finden waren, übereinstimmten. Die Mehrheit der Eigenpreisschätzungen waren negativ und relativ unelastisch. Kurzfristige und langfristige Elastizitäten waren größtenteils geringer als Eins. Knapp die Hälfte der geschätzten Kreuzpreiselastizitäten waren positiv, was darauf hinwies, dass diese Getränke ein Ersatz füreinander sind. Auch hier wieder zeigen die Ergebnisse mehr oder weniger relativ unelastische Reaktionen - die Nachfrage nach alkoholischen Getränken scheint nicht wesentlich von relativen Alkoholpreisen abzuhängen. Die einzige Ausnahme hiervon fand sich in Belgien, wo die Nachfrage nach Spirituosen relativ reagibel auf die Veränderungen der Weinpreise zu sein scheint.

Aus unserer Analyse lässt sich schließen, dass kein systematisches Verhaltensmuster besteht, ob bestimmte Getränkearten über die verschiedenen Studien hinweg eine Ergänzung zueinander oder einen Ersatz füreinander darstellen. Es ist weiterhin der Fall, dass in den meisten Fällen die geschätzten Kreuzpreiselastizitäten zwischen Getränken einen Mangel an Preissensitivität zwischen den einzelnen alkoholischen Getränken andeuten. Die Nachfrage nach alkoholischen Getränken scheint nicht wesentlich von relativen Alkoholpreisen abhängig zu sein.

1.6.9 Was wäre, wenn?

Auf der Basis einer Reihe von Annahmen und unter Verwendung niedriger und hoher Preiselastizitäten kalkulierten wir, was mit dem Konsum geschehen würde, wenn Steuersätze über die Gemeinschaft hinweg auf ein vorbestimmtes, allgemeines Niveau festgelegt würden. Wir betrachteten drei Beispiele für gemeinschaftliche Sätze.

Umstellung auf Mindestsätze, an der EU-Inflationsrate indiziert:

- Spirituosen würden von der Umstellung auf Mindestsätze erheblich profitieren – dies wäre speziell in Skandinavien der Fall, doch auch in Großbritannien und Irland;
- Bei der relativ hohen Preiselastizitätsoption ist die Steigerung im Spirituosenverbrauch größer, wenn sie mit der etwas konservativeren Annahme der Kreuzpreiselastizität verglichen wird;
- Bei der hohen Elastizitätsoption wären die größten Verlierer Bier und Wein – in Skandinavien ergäben sich signifikante Verluste im Weinkonsum und Deutschland, Belgien, Frankreich und Luxemburg würden an Bierkonsum verlieren.

Umstellung auf indizierte angestrebte Steuersätze:

- Bei der niedrigen Elastizitätsoption würde sich der Konsum stiller und schäumender Weine für Großbritannien, Irland und Dänemark signifikant erhöhen. Die Auswirkung auf Länder mit Null-Sätzen wurde von uns nicht im Modell nachvollzogen, es ist jedoch sehr wahrscheinlich, dass Weinkonsum in diesen Ländern fallen würde, auch wenn es schwierig ist, zu sagen, in welchem Umfang. Dänemark, Finnland und Schweden sähen eine Erhöhung des Spirituosenkonsums um nahezu 50 % oder mehr - Österreich, Luxemburg, Italien und Portugal sähen einen Konsumrückgang um fast 30 % oder mehr. Der Bierkonsum würde in Finnland, Großbritannien und Irland signifikant steigen.
- Die Ergebnisse bei Annahme hoher Elastizität sind gemischt. Auch hier wieder zeigen sich wesentliche Steigerungen für Spirituosen in Skandinavien, doch auch ein Nachlassen im Konsum von Wein für diese Länder. Die Länder, die im Hinblick auf den Konsum von Bier am meisten gewannen, waren Österreich, Finnland und Italien.

Umstellung auf den mittleren Satz in jeder Getränke-kategorie:

- Die Ergebnisse sind nach Verhaltensmuster und Größe denjenigen des Szenarios mit angestrebten Sätzen ähnlich. Die Hauptgewinner beim Szenario der mittleren Verbrauchssteuersätze wären Skandinavien, Großbritannien und Irland, in erster Linie in Bezug auf Spirituosen und Bier. Die Hauptgebiete, in denen es zu einem Konsumrückgang käme, wären die Länder im südlichen Europa. In Ländern mit geringen Verbrauchssteuersätzen für stille Weine käme es nicht zu signifikanten Verlusten. Der Grund dafür ist die Tatsache, dass der mittlere Satz etwas über Null liegt.