

NEWSLETTER JUNI 2026

# FOLLOW EFOW

## Nachricht des Präsidenten von EFOW

Riccardo Ricci Curbastro



Vor dem Hintergrund internationaler Spannungen in Handel und Geopolitik, steigender Zölle sowie einer Schwächung zahlreicher Exportmärkte muss die Europäische Union mehr denn je wieder zu einem Raum der echten Chancen für ihre Produzenten werden. Dennoch bleibt es für viele europäische Erzeuger nach wie vor eine echte Herausforderung, eine Flasche Wein an Verbraucher in einem anderen Mitgliedstaat zu verkaufen.

Obwohl der Binnenmarkt auf dem Prinzip des freien Warenverkehrs beruht, führen die derzeit geltenden Regelungen zu den Verbrauchsteuern de facto zu einer administrativen Fragmentierung, die insbesondere kleine und mittlere Betriebe benachteiligt. Die Vielzahl nationaler Registrierungen, die verpflichtende Bestellung steuerlicher Vertreter sowie komplexe und kostspielige Verfahren bremsen die Entwicklung des Onlinehandels, kurzer Lieferketten und der mit dem Weintourismus verbundenen Potenziale auf europäischer Ebene.

Europa hat bereits mit der Reform des Mehrwertsteuer-One-Stop-Shops (OSS) gezeigt, dass sich steuerliche Pflichten vereinfachen lassen, ohne die effiziente Erhebung der Einnahmen für die Mitgliedstaaten zu gefährden. Nun ist es an der Zeit, diese pragmatische und moderne Logik auch auf die Verbrauchsteuern im Wein-Direktversand anzuwenden.

Genau dieses Ziel verfolgt EFOW gemeinsam mit der gesamten Weinbranche: die Schaffung eines europäischen One-Stop-Shops für Verbrauchsteuern, der es den Erzeugern ermöglicht, ihre Abgaben über eine einzige

Schnittstelle im Mitgliedstaat ihres Sitzes zu erklären und zu entrichten. Eine solche Reform wäre keine Deregulierung, sondern vielmehr ein Instrument der Vereinfachung, Rückverfolgbarkeit und steuerlichen Absicherung im Dienst des Binnenmarkts. Die politischen Signale auf europäischer Ebene sind ermutigend. Die High Level Group Wine hat die Europäische Kommission aufgefordert, die Arbeiten an diesem Dossier zu beschleunigen, während der ECOFIN-Rat eine ambitionierte Agenda zur steuerlichen Vereinfachung gefordert hat.

Mit diesem Follow EFOW möchten wir den Produzenten eine Stimme geben, die täglich mit diesen Hürden konfrontiert sind, und zugleich den Dialog mit den europäischen Institutionen über konkrete und realistische Lösungen fördern. Die auf diesen Seiten gesammelten Erfahrungsberichte, Analysen und Beiträge zeigen eines ganz deutlich: Die Vereinfachung des Fernabsatzes innerhalb der Europäischen Union ist nicht nur möglich, sondern für die Zukunft des europäischen Weinsektors unverzichtbar.

Abschließend freuen wir uns sehr, die Greek Wine Federation unter dem Vorsitz von Stellios Boutaris herzlich bei EFOW willkommen zu heißen. Ihr Beitritt stärkt unseren Verband und unterstreicht den Reichtum, die Vielfalt und die Vitalität des europäischen Weinbaus, den wir gemeinsam vertreten.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre!

Riccardo Ricci Curbastro

# Der Weg durch den Dschungel

Der Verkauf von Wein in einen anderen EU-Mitgliedstaat ist heute mit einer Reihe aufeinanderfolgender administrativer Schritte im Zusammenhang mit den Verbrauchsteuern verbunden. Alles beginnt mit der Bestimmung des Ziellandes und seines spezifischen Verbrauchsteuersystems, da jeder Mitgliedstaat eigene Verfahren, Steuersätze und praktische Anforderungen anwendet. Anschließend muss der Erzeuger klären, ob es sich um B2C- (Business-to-Consumer) oder B2B-Geschäfte (Business-to-Business) handelt, da die Pflichten je nach Kundentyp deutlich variieren.

In den meisten Fällen von Direktverkäufen oder kleineren Exporten muss sich der Produzent anschließend im Zielland registrieren oder einen lokalen steuerlichen Vertreter benennen. Dieser Schritt kann die Einrichtung eines steuerlichen Kontos bei der ausländischen Finanzverwaltung oder die Nutzung eines zugelassenen Steuerlagers im Bestimmungsland umfassen. Ohne diese vorherige Registrierung ist eine rechtmäßige Versendung nicht möglich.

Sobald der steuerliche Rahmen festgelegt ist, muss jede Sendung vor dem Versand über spezielle Verbrauchsteuer-Systeme angemeldet werden, einschließlich der Ausstellung und Verwaltung der entsprechenden Begleitdokumente für den Transport steuerpflichtiger Waren. Dies erfordert eine enge Abstimmung zwischen den Behörden des Ursprungs- und des Bestimmungslandes sowie häufig auch mit Logistikdienstleistern oder spezialisierten Dienstleistern.

Bei Ankunft der Ware müssen die Verbrauchsteuern im Verbrauchsland entrichtet werden – entweder durch den Produzenten selbst oder über seinen Steuervertreter bzw. lokalen Partner, je nach gewähltem Modell. Dies setzt eine genaue Nachverfolgung jeder Sendung, ihres Bestimmungsortes und ihres steuerlichen Status voraus.

Schließlich obliegt dem Produzenten eine laufende Dokumentations- und Nachweispflicht, um jederzeit die ordnungsgemäße Einhaltung der Vorschriften im Falle einer Kontrolle in einem oder mehreren Mitgliedstaaten nachweisen zu können. Der gesamte Prozess muss für jedes Zielland erneut durchlaufen und angepasst werden, was die Zahl der Verfahren, Ansprechpartner und zu verwaltender Systeme erheblich vervielfacht.



# Gemeinsames Interview



**Ophélie Lapie-Lamiable** ist Winzerin in Tours-sur-Marne in der AOP Champagne. Gemeinsam mit ihrem Mann bewirtschaftet sie 8 Hektar Rebfläche, davon 6 Hektar als Grand Cru klassifiziert, die seit 2018 nach den Standards Viticulture Durable en Champagne (VDC) und Haute Valeur Environnementale (HVE) zertifiziert sind und seit 2024 auf biologischen Anbau umgestellt werden. Der Betrieb produziert rund 65.000 Flaschen pro Jahr, von denen 40 % in Frankreich und 60 % international vermarktet werden, vor allem an gewerbliche Kunden. Mit starkem Fokus auf den direkten Empfang vor Ort treibt sie seit 2020 den Weintourismus voran und empfängt heute etwa 2.500 Besucher pro Jahr.



**Gerhard Brauer** ist Präsident des Verbands deutscher Weinexporteure (VDW) und Geschäftsführer der Winzergenossenschaft Ruppertsberger Weinkeller Hoheburg eG in der Pfalz, einer der bedeutendsten Weinregionen Deutschlands. Die Genossenschaft vereint zahlreiche Winzer und vermarktet gemeinsam die Produktion von rund 600 Hektar Rebfläche. Sie spielt eine zentrale Rolle bei der Vermarktung der Weine ihrer Mitglieder sowohl im Inland als auch im Export, wobei Riesling mehr als die Hälfte der Verkäufe ausmacht. Die Genossenschaft setzt auf Nachhaltigkeit, ist FAIR'N GREEN zertifiziert und bewirtschaftet einen großen Teil ihrer Flächen im ökologischen Weinbau.

Bildnachweis : © Verband Deutscher Weinexporteure e.V.



**José Antonio Pellicer** ist Exportleiter der Bodegas Inurrieta, ein Familienweingut in Falces in der DOP Navarra. Das 1999 gegründete Weingut bewirtschaftet 275 Hektar Rebfläche und hat sich als eine der Größen in der Region etabliert. Die Weinberge profitieren von einem mediterran-kontinentalen Klima sowie einer großen Vielfalt an Böden, die ideal für Rebsorten wie Garnacha, Graciano, Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah und Sauvignon Blanc sind. In seiner Funktion verantwortet José Antonio Pellicer die internationale Entwicklung des Weinguts und steuert die Exportstrategie sowie die kommerzielle Präsenz der Weine von Inurrieta auf den Auslandsmärkten.

**Verkaufen Sie Ihre Weine derzeit im Fernabsatz in andere EU-Länder? Wenn ja, in welche und über welche Kanäle (eigener Online-Shop, Plattformen, Importeure/Distributoren oder andere)?**

#### *Ophélie Lapie-Lamiable*

Heute ist es entscheidend, beim Vertrieb unserer Champagner auf mehrere Kanäle zu setzen. Unser Haus arbeitet mit Distributoren in verschiedenen EU-Mitgliedstaaten zusammen, um unsere Marke im Binnenmarkt sichtbar zu machen. Ein immer wichtigerer Schwerpunkt ist jedoch der Weintourismus: Wir empfangen viele Besucher direkt im Betrieb und möchten langfristige Kundenbeziehungen aufbauen. In der Praxis wird dies jedoch durch die hohe administrative Komplexität beim Versand von Wein innerhalb der Europäischen Union deutlich erschwert.

#### *Gerhard Brauer*

Derzeit betreibe ich keinen aktiven Fernabsatz direkt an Endverbraucher in anderen EU-Mitgliedstaaten. Unser internationales Geschäft basiert vor allem auf Importeuren, Distributoren und lokalen Vertriebspartnern. Besonders wichtig sind für mich Märkte in Nordeuropa, etwa Schweden und Finnland, aber auch weitere europäische Länder, in denen wir mit lokalen Partnern zusammenarbeiten. Einen grenzüberschreitenden Onlineshop für Endkunden in anderen EU-Ländern gibt es derzeit nicht. Der Hauptgrund dafür liegt in der komplexen Verwaltung der Verbrauchsteuern, Registrierungs- und Versandpflichten sowie den unterschiedlichen regulatorischen Anforderungen in den einzelnen Mitgliedstaaten.

#### *José Antonio Pellicer*

4

Wir verkaufen im Fernabsatz nach Deutschland, Belgien, in die Niederlande, nach Dänemark, in die Slowakei, nach Rumänien, Tschechien und Irland. Unser wichtigster Vertriebskanal sind registrierte Importeure. Im Bereich des europäischen E-Commerce erfolgen nur wenige Direktversendungen, meist über Logistikdienstleister wie UPS – allerdings sind die Versandkosten sehr hoch. Was am Verkaufspreis eingespart wird, geht in der Regel vollständig in Transportkosten verloren. Daher ist der direkte Versand an Privatkunden – sei es über Onlinehandel oder im Zusammenhang mit Besuchen und Weintourismus – wirtschaftlich kaum tragfähig.





## **Welche Hindernisse erleben Sie derzeit beim Verkauf Ihrer Weine in andere EU-Länder? Gibt es Märkte, deren Entwicklung Sie aufgrund dieser Hürden aufgeben haben?**

### *Ophélie Lapie-Lamiable*

*Die EU ist zwar ein Binnenmarkt mit freiem Warenverkehr, aber bei Wein und Champagner sieht die Realität oft anders aus. Sobald ein europäischer Kunde eine Bestellung aufgeben möchte, müssen viele Fragen geklärt werden: Handelt es sich um einen Privat- oder Geschäftskunden? Falls es ein Geschäftskunde ist, verfügt er über eine Verbrauchsteuernummer? Die administrativen Anforderungen sind komplex, die Verbrauchsteuersätze unterscheiden sich von Land zu Land, und es ist oft schwierig, die korrekte Abwicklung sicherzustellen. Für Winzer bedeutet das schnell einen unverhältnismäßig hohen bürokratischen Aufwand. Paradoxerweise ist der Export außerhalb der EU häufig einfacher: Die Regeln sind klar, und man weiß genau, welche Dokumente und Abgaben erforderlich sind.*

### *Gerhard Brauer*

*Die größten Hürden liegen weniger im Verkauf selbst, als in den steuerlichen und administrativen Anforderungen grenzüberschreitender Lieferungen. Dazu gehören unterschiedliche nationale Regelungen zu Verbrauchsteuern, Registrierungs- und Meldepflichten in jedem Mitgliedstaat sowie verschiedene Anforderungen an Steuervertreter, Steuerlager oder lokale Ansprechpartner. Hinzu kommen umfangreiche Dokumentationspflichten, teilweise unklare Verfahren sowie zusätzliche Kosten für externe Dienstleister oder lokale Partner. Dadurch sind kleinere Direktverkäufe in andere EU-Länder oft wirtschaftlich nicht attraktiv. Deshalb konzentriere ich mich in der Regel auf Märkte, in denen wir mit Importeuren oder Distributoren arbeiten können. Einige potenziell interessante Märkte wurden bisher nicht aktiv erschlossen, da sie ein Direktvertriebs- oder E-Commerce-Modell erfordern würden.*

### *José Antonio Pellicer*

*Die größten Hindernisse liegen in der steuerlichen und administrativen Belastung des Weinsektors. Wein wird als alkoholisches Getränk ähnlich behandelt wie Produkte mit deutlich höherem Alkoholgehalt. Besonders die Verfahren im Zusammenhang mit den Verbrauchsteuern sind sehr aufwendig und kommen zu weiteren operativen Anforderungen hinzu, etwa bei der Etikettierung, Produktregistrierung oder den unterschiedlichen nationalen Vorschriften. Diese Faktoren beeinflussen direkt die Wahl der Märkte in der Vertriebsstrategie. Während die EU im Exportbereich bereits bestimmte Anforderungen vereinfacht und über Handelsabkommen mit Drittstaaten an der Beseitigung von Zoll- und Nichtzollbarrieren arbeitet, sollten auch die steuerlichen und administrativen Hindernisse im Binnenmarkt stärker in den Fokus rücken. Solche Barrieren stehen im Widerspruch zu den Grundprinzipien des europäischen Binnenmarkts.*

## **Würde ein EU-weiter One-Stop-Shop für Verbrauchsteuern Ihre Geschäftsstrategie verändern? Inwiefern würde er Ihre Tätigkeit vereinfachen?**

### **Ophélie Lapie-Lamiable**

*Ich bin bereits beim Mehrwertsteuer-One-Stop-Shop registriert, und sobald man das System verstanden hat, ist es sehr einfach. Über eine zentrale Plattform kann man die Mehrwertsteuer für alle EU-Länder auf Basis der Verkäufe im Weingut und der Lieferungen deklarieren. Das ist klar und gut strukturiert. Ein ähnliches System für Verbrauchsteuern würde den Direktverkauf deutlich erleichtern. Auch für den Weintourismus wäre das ein großer Vorteil, da viele Besucher nicht die Möglichkeit haben, Wein direkt mitzunehmen. Mit einem solchen System könnten wir ihnen problemlos den Versand nach Hause anbieten: Der Kunde bezahlt vor Ort, und die Lieferung erfolgt wenige Tage später direkt an seine Adresse – ohne weiteren Aufwand.*

### **Gerhard Brauer**

*Ein europäischer One-Stop-Shop für Verbrauchsteuern würde meine Tätigkeit erheblich vereinfachen und könnte auch meine Vertriebsstrategie weiterentwickeln. Ein harmonisiertes System würde den Verwaltungsaufwand reduzieren, Mehrfachregistrierungen vermeiden und Kosten sowie Abläufe besser planbar machen. Das würde insbesondere kleinere Sendungen erleichtern und den Ausbau des grenzüberschreitenden Direktvertriebs – einschließlich E-Commerce – realistischer machen. Gleichzeitig würde es neue Möglichkeiten eröffnen, weitere europäische Märkte zu testen und den Binnenmarkt für mittelständische Produzenten und Genossenschaften wie unsere besser zugänglich machen.*

### **José Antonio Pellicer**

*Eine zentrale Plattform wäre zweifellos ein sehr nützliches Instrument – vorausgesetzt, sie führt tatsächlich zu einer echten Vereinfachung der Abläufe. Sie würde unsere Vertriebsstrategie klar unterstützen, indem sie administrative Prozesse, monatliche Meldungen und damit verbundene Kosten reduziert. Sinnvoll wäre auch eine gewisse Vereinfachung der Mehrwertsteuerabwicklung im Bestimmungsland sowie der Steuerbefreiungsverfahren im Ursprungsland. Da Wein den Verbrauchsteuern unterliegt, die jeder Mitgliedstaat erhebt, würde eine zentrale Anlaufstelle für alle EU-weit anfallenden Verpflichtungen den Multichannel-Vertrieb erheblich erleichtern. Insgesamt würde eine solche Lösung die Prozesse deutlich effizienter und einfacher machen.*



# Interview

mit Herrn David Boublil

**Leiter der Einheit – Verhaltensbezogene Besteuerung und sonstige indirekte Steuern  
Generaldirektion Steuern und Zollunion (DG TAXUD), Europäische Kommission**

**Welche Probleme bestehen heute bei grenzüberschreitenden Fernverkäufen von verbrauchsteuerpflichtigen Waren, die die Überlegungen zu einem One-Stop-Shop rechtfertigen?**

*Trotz der weitgehenden Harmonisierung der Vorschriften für verbrauchsteuerpflichtige Waren in der Europäischen Union bleibt der Fernabsatz innerhalb des Binnenmarkts ein komplexer Bereich. Dies betrifft insbesondere kleine und mittlere Unternehmen sowie Anbieter, die direkt an Verbraucher in mehreren Mitgliedstaaten verkaufen.*

*Grundsätzlich gilt das Besteuerungsprinzip im Bestimmungsland. In der Praxis stehen die Wirtschaftsbeteiligten jedoch häufig vor erheblichen administrativen Hürden: mehrere Registrierungen, die Benennung von Steuervertretern in bestimmten Mitgliedstaaten, unterschiedliche nationale Verfahren sowie Anforderungen an Sicherheiten. Hinzu kommen abweichende Auslegungen der Vorschriften und unterschiedliche Verwaltungspraxis in den Mitgliedstaaten, was die Komplexität zusätzlich erhöht.*

*Darüber hinaus hat die wachsende Bedeutung des elektronischen Handels und des direkten grenzüberschreitenden Verkaufs an Verbraucher in anderen Produktbereichen deutlich gemacht, dass auch alkoholische Getränke neu betrachtet werden müssen. Es stellt sich die Frage, ob der aktuelle Rechtsrahmen noch ausreichend einfach, effizient und an die digitale Wirtschaft angepasst ist – und gleichzeitig sicherstellt, dass Steuern korrekt erhoben werden und Steuerbetrug wirksam verhindert wird.*



## Welche Lösungen prüft die Europäische Kommission, insbesondere im Rahmen der FISCALIS-Arbeiten?

Die FISCALIS-Projektgruppe zum Fernabsatz hat ihre Arbeiten inzwischen abgeschlossen. Dabei wurden eine Reihe praktischer Herausforderungen sowie mögliche Ansatzpunkte zur Weiterentwicklung des aktuellen Systems identifiziert.

Auf dieser Grundlage führt die Europäische Kommission derzeit umfassendere Analysen zu möglichen Vereinfachungen im Bereich der Verbrauchsteuern insgesamt durch. Dazu gehören selbstverständlich auch Aspekte des Fernabsatzes.

Die Arbeiten befinden sich weiterhin in einer explorativen Phase. Geprüft werden verschiedene Ansätze, darunter die Digitalisierung von Verfahren, eine Vereinfachung administrativer Abläufe sowie Möglichkeiten, die Pflichten für rechtstreuere Unternehmen zu reduzieren und zu straffen.

Zu den diskutierten Optionen gehört auch ein mögliches „One-Stop-Shop“-Modell für Verbrauchsteuern, das die Deklaration und Zahlung bei grenzüberschreitenden Fernverkäufen innerhalb der EU erleichtern könnte – bei gleichzeitiger Sicherstellung wirksamer Kontrollen und eines funktionierenden Verbrauchsteuersystems.

8

Ziel ist derzeit nicht die Festlegung einer konkreten Lösung, sondern ein besseres Verständnis der praktischen Bedürfnisse, Herausforderungen und möglichen Auswirkungen künftiger Optionen.

## Wie sieht der Zeitplan für die nächsten Schritte aus?

Die laufenden analytischen Arbeiten sollen bis November 2026 fortgeführt werden. Sie umfassen den Austausch mit den Mitgliedstaaten, Wirtschaftsbeteiligten und weiteren Interessengruppen.

Zum jetzigen Zeitpunkt hat die Europäische Kommission weder einen formellen Gesetzgebungsvorschlag vorgelegt noch eine konkrete politische Option festgelegt. Die Arbeiten sind daher in erster Linie als Analyse- und Konsultationsprozess zu verstehen, der dazu dient, die praktischen Herausforderungen, mögliche Vereinfachungen und deren Auswirkungen besser zu bewerten.

Das übergeordnete Ziel besteht darin, ausgewogene und wirksame Lösungen zu identifizieren, die sowohl den Bedürfnissen der Wirtschaftsteilnehmer als auch den Anforderungen der Steuerverwaltungen und dem reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts gerecht werden.



David BOUBLIL  
Leiter der Einheit  
Europäische Kommission

## “Because origin matters”

EFOW ist eine in Brüssel ansässige Organisation, die Weine mit geschützter Ursprungsbezeichnung oder geschützter geografischer Angabe aus der Europäischen Union vertritt. Als Stimme der europäischen Herkunftsweine gegenüber den europäischen und internationalen Institutionen setzt sich EFOW aktiv für einen besseren Schutz und eine stärkere Förderung dieser Weine innerhalb der EU sowie weltweit ein.

Zu den derzeitigen Mitgliedern zählen die nationalen Verbände, die für Herkunftsweine zuständig sind, aus Deutschland (DWV), Frankreich (CNAOC), Griechenland (Greek Wine Federation), Italien (FEDERDOC) und Spanien (CECRV) sowie das Institut für Port- und Douroweine (IVDP) aus Portugal.



[www.efow.eu](http://www.efow.eu)

EUROPEAN FEDERATION OF ORIGIN WINES

18 Square Ambiorix | B-1000 Bruxelles | T +32 2 733 50 60

European Federation  
of Origin Wines

EFOW