vinetur

Europäisches Parlament spricht sich für Fleisch und alkoholische Getränke im EU-Absatzförderungsprogramm aus

Die unverbindliche Abstimmung signalisiert breiten Widerstand gegen eine Verengung der Politik, bevor die Europäische Kommission ihr nächstes Arbeitsprogramm ausarbeitet

Samstag, 14. November 2026



Die Abgeordneten des Europäischen Parlaments haben sich am Donnerstag, dem 12. November, dafür ausgesprochen, Fleisch und alkoholische Getränke weiterhin für Fördermittel im Rahmen der Absatzförderungspolitik der Europäischen Union für Agrar- und Ernährungserzeugnisse zuzulassen. Zugleich forderten sie einfachere Regeln, einen leichteren Zugang zu Fördermitteln und eine verlässliche Finanzierung künftiger Kampagnen.

Bei einer Sitzung in Brüssel verabschiedeten die Mitglieder des Europäischen Parlaments einen Initiativbericht zur Politik mit großer Mehrheit: 476 Stimmen dafür, 83 dagegen und 42 Enthaltungen. Verfasst wurde der Bericht vom italienischen Abgeordneten Salvatore De Meo aus der Mitte-rechts-Fraktion der Europäischen Volkspartei. Er soll die Position des Parlaments darlegen, während die Europäische Kommission ihr nächstes Arbeitsprogramm vorbereitet.

Die Entschließung ändert das EU-Absatzförderungsprogramm nicht unmittelbar. Sie ist jedoch ein deutliches politisches Signal an die Kommission, zumal der Geltungsbereich der Politik und insbesondere der Umgang mit bestimmten Produktkategorien im Parlament umstritten waren.

Im am 12. November verabschiedeten Text forderten die Abgeordneten grundsätzlich ein einfacheres System. Unternehmen und Erzeugerorganisationen sollten bei der Beantragung von EU-Fördermitteln für Absatzmaßnahmen weniger komplexen Regeln unterliegen, hieß es. Zudem drängten sie auf einen flexibleren Zugang zu den Mitteln. Außerdem verlangten sie eine ihrer Ansicht nach angemessene Finanzierung der Politik. Dahinter steht die Sorge, dass das Programm ausreichend ausgestattet sein muss, um auf Exportmärkten und in anderen Zielregionen wirksam zu bleiben.

Ein konkreter Punkt der Entschließung betrifft die Markenkommunikation für Produkte, die im Ausland verkauft werden. Nach Ansicht der Abgeordneten sollte der Slogan Enjoy, it’s from Europe auf Verpackungen für ausländische Märkte neben Herkunftsangaben stehen, die das Erzeugerland nennen. Damit soll die gemeinsame Werbeidentität der EU stärker mit den nationalen und regionalen Ursprüngen verknüpft werden, die für Lebensmittel- und Getränkehersteller häufig einen kommerziellen Wert haben.

Der politisch heikelste Teil der Debatte drehte sich um die Frage, ob Fleisch und alkoholische Getränke weiterhin förderfähig sein sollten. Das Parlament befürwortete dies. Dem Bericht über die Beratungen zufolge waren sich die Fraktionen während der Ausarbeitung uneinig. Die abschließende Abstimmung war daher ein beachtlicher Erfolg für die Branchen, die das Verfahren aufmerksam verfolgt hatten.

De Meo begrüßte das Ergebnis und erklärte, diese Produkte seien Teil des europäischen Erbes und der Identität im Agrar- und Ernährungsbereich. Seine Position setzte sich im endgültigen Text durch, der sich ausdrücklich dafür ausspricht, ihre Förderfähigkeit im Rahmen der Absatzförderungspolitik beizubehalten.

Das ist für Erzeuger von Wein und anderen alkoholischen Getränken von Bedeutung, denn der fortgesetzte Zugang zu EU-finanzierten Absatzkampagnen könnte ihre Möglichkeiten beeinflussen, Produkte außerhalb der EU zu vermarkten und international im Wettbewerb zu bestehen. Für Getränkeunternehmen und Erzeugerorganisationen geht es dabei nicht nur um ein symbolisches Signal. Das Programm kann mitbestimmen, wie leicht Branchen wie Wein, Bier und Spirituosen öffentliche Unterstützung für ihre Aktivitäten auf Exportmärkten erhalten können – insbesondere dann, wenn die Erzeuger ihre Margen sichern und ihre Marktanteile im Ausland verteidigen wollen.

Die Abstimmung deutet zudem darauf hin, dass eine Mehrheit der Abgeordneten den EU-Rahmen für die Absatzförderung nicht so verengen will, dass diese Kategorien ausgeschlossen werden. Stattdessen scheinen sie die Kommission zu einer praxisorientierteren Überprüfung bewegen zu wollen, bei der der Verwaltungsaufwand, der Zugang zu Fördermitteln und die Sichtbarkeit europäischer Produkte auf ausländischen Märkten im Mittelpunkt stehen.

Die Entschließung fällt in eine Phase, in der Brüssel aktiv die nächste politische Agenda vorbereitet. Das verleiht der Abstimmung zusätzliches Gewicht, obwohl sie rechtlich nicht bindend ist. Das Parlament bezieht mit dem Bericht frühzeitig Stellung, bevor die Kommission formelle Vorschläge vorlegt oder künftige Prioritäten für das Absatzförderungsprogramm festlegt.

Für Erzeugerorganisationen, Exporteure und nationale Behörden lautet die Botschaft vom 12. November: Das Parlament will die Politik als breit angelegtes Instrument für den Agrar- und Ernährungssektor erhalten, statt sie auf eine engere Auswahl förderfähiger Produkte auszurichten. Diese Haltung könnte besonders für Länder wichtig sein, in denen Wein und andere alkoholische Getränke eng mit den Einkommen landwirtschaftlicher Betriebe, Arbeitsplätzen im ländlichen Raum und der Exportleistung verbunden sind.