

Weinproduktion: Ein Prosit auf Einheimisches

Schweizer greifen wieder häufiger zur Flasche, zur teureren. Und die Exporte lassen die Produzenten hierzulande hoffen: 2004 sind sie um 75 Prozent gestiegen.

Zu viel, zu teuer: «Das falsche Image des Schweizer Weins gilt nicht mehr», sagt Jürg Bussmann, Direktor beim Branchenverband Swisswine. Erstens ist die seit der Öffnung der Grenzen befürchtete Importschwemme nicht über Schweizer Grenzen geschwappt. Die Einfuhren gingen 2004 sogar um 8% zurück. Ein Trend, der sich bis August 2005 fortgesetzt hat. Besonders markant ist der Rückgang beim Import von roten Offenweinen. Zweitens steigt der Absatz beim wichtigsten Preissegment von über 15 Fr. pro Flasche Schweizer Wein überdurchschnittlich. Ein klarer Fall für Paul Baumann, technischer Leiter bei der Waadtländer Obrist SA: «Schweizer trinken zwar weniger, aber immer besser.»

Ausgezeichnete Weine

Dass besser nicht teurer sein muss, zeigen die Medaillen, die Schweizer Produzenten an internationalen Wettbewerben gewinnen: An der letzten Vinalis in Paris holte sich beispielsweise Orsat mit dem traditionellen Walliser Gewächs Hermitage als erster Schweizer den Titel für den besten trockenen Weissen auf dem Globus. Der deutsche Concours von Feinschmecker kürte unter 15 Rotwein-Produzenten gleich fünf helvetische Blauburgunder und resümierte: «Schweizer Wein ist unten zu teuer, oben zu günstig.» Etwas anderes als «oben» könnten Schweizer Produzenten aufgrund hoher Produktionskosten und eines dichten, staatlichen Regelwerks gar nicht auf den Markt bringen, sagen grosse wie kleine Einkellerer unisono. Aber seit sich zeigt, dass Schweizer Qualitätsweine oft günstiger sind als ausländische Konkurrenten, sei deren Image im Aufwind.

Nach den Rekordernten Anfang der 1980er-Jahre mussten die Schweizer erstmals Preise senken. Seit fünf Jahren verharren sie praktisch auf gleichem Niveau. «Im Verhältnis zum Lohn zahlt ein Arbeiter heute weniger als die Hälfte für 7 dl als vor 20 Jahren», sagt Baumann. Mitte 1990er-Jahre begann der Bund mittels Rebbaubeschluss den Quadratmeterertrag einzuschränken, um die Qualität zu erhöhen. Heute werden durchschnittlich nur noch 1 statt 1,5 kg Trauben geerntet. Nach der Marktöffnung um 2001 waren die Produzenten gezwungen, in neue Spezialitäten zu diversifizieren und die angestammten Marken wie Chasselas, Blauburgunder und Riesling zu verbessern.

Doch die Anstrengungen auf Produzentenseite genügten nicht: Parallel hat der Weinkonsum von 48 auf 38 l pro Kopf abgenommen. «Die 0,5 Promille-Limite wird allen Akteuren im Durchschnitt noch einmal einen Rückgang von gegen 10% beschehren», befürchtet Bau-mann.

Schweiz legt bei Export zu

«Immer mehr Schweizer trinken immer mehr Schweizer Wein», wirbt deshalb die neue Kampagne von Swisswine. Im vor Jahresfrist wieder aufgefrischten Verband investieren Bund, Produzenten und Händler jährlich 10 Mio Fr., um den Schweizern die einheimischen Marken ins Bewusstsein zu bringen. Ein weiteres

Instrument ist ein nationaler Degustationswettbewerb, wie er Ende Oktober zum zweiten Mal an der Berner Weinmesse stattfindet, um hiesige Produzenten einem Lerneffekt auszusetzen. 20% des Swisswine-Budgets fließt in Auslandaktionen. Schweizer Wein wird zwar zu 98% im Inland konsumiert, aber der Export hat 2004 um 75% zulegen können. «Da stehen wir leider noch ganz am Anfang», sagt Ernest Dällenbach von der Vereinigung Schweizer Weinhändler. «Es fehlt an Image und an Absatzkanälen. Die Preise müssten noch kompetitiver werden.»