

Wein im Wandel: Zwischen Tradition und Trends

Wein in der Schweiz ist und bleibt ein tief verwurzeltes Kulturgut, das heute durch junge Winzertalente und nachhaltige Verpackungen neu interpretiert wird.

Der Markt verändert sich – und mit ihm der Weinkonsum

In der Schweiz wird seit Jahren immer weniger Wein getrunken, so wie auch der Tabakkonsum in unserem Land rückläufig ist oder immer weniger rotes Fleisch gegessen wird. Die Gründe hierfür sind so vielschichtig und komplex, wie es Menschen in unserem Land gibt. Soziodemografischer Strukturwandel, geänderte Lebens- und Ernährungsgewohnheiten sowie neue Wahrnehmung der Gesundheit führen zu einem modifizierten Konsumverhalten. Dies ist ebenso unbestritten, wie es auch keinen Zweifel daran gibt, dass man diesen gewandelten Gewohnheiten Rechnung tragen muss. Allerdings darf man nicht vergessen, dass Negativpropaganda und reisserische Schlagzeilen gerne die Realität verzerren. Bestes Beispiel hierfür ist die Weltgesundheitsorganisation WHO, die seit geraumer Zeit ihre Mitgliedstaaten dazu ermuntert, nicht mehr nur den missbräuchlichen Konsum alkoholischer Getränke zu bekämpfen, sondern gleich jeglichen Schluck vollständig zu unterbinden.

fach zu einem feinen Essen, einer Familienfeier oder einem Zusammenkommen unter Freunden. Genau diese gesellschaftlichen Werte und individuellen Erlebnisse unterstreicht die Vereinigung Schweizer Weinhandel VSW mit der Kampagne «Wein ist Kultur» und stärkt damit den Weinkonsumentinnen und -Konsumenten hierzulande den Rücken. Wein ist Teil unserer Kultur und gleichzeitig auch Synonym für Erlebnis, Begegnung, Herzblut, Liebe oder Schönheit.

Eine junge Generation

Mag sein, dass einzelne Weinbauern und Kellereien in der Vergangenheit verhaftet sind. Es gibt aber auch genügend Beispiele für solche, die dem veränderten Konsumverhalten Rechnung tragen und dem Weingenuss in der Schweiz neue Perspektiven bieten. Es sind Winzer, die auf alternative Rebsorten setzen, Kellermeister, die neue Verschnitte ausprobieren und Önologen, die modernere Geschmacksnoten anstreben. Ein Beispiel für diese junge Generation an Winzern ist Nora Breitschmid (36), die in Meggen (LU) auf fünfeinhalb Hektaren ein Bioweingut betreibt. Wo vor etwas mehr als zwanzig Jahren noch Kühe weideten, wachsen vier Traubensorten, die als besonders robust und widerstandsfähig gelten. «Diese Sorten polarisieren ein bisschen. Einerseits sind sie noch etwas unbekannt, andererseits haben sie eigene Aromaprofile. Wir haben jedenfalls schon sehr gute Weine hervorgebracht», kommentiert die Winzerin zufrieden. Gerade einmal 28 Jahre beträgt der Altersdurchschnitt jener dreissig Winzerinnen und Weinbauern aus allen drei Landesteilen, die sich im Verein «Jungwinzer Schweiz» zusammengeschlossen haben. Eine neue Generation an Weinbauern, die sich nicht nur gegenseitig austauscht, sondern auch dazu beitragen will, Wein als Kulturgut zu bewahren und zu fördern. Weiterentwickelt bedeutet in diesem Sinne, neue Tropfen und Angebote zu erarbeiten, die dem heutigen Zeitgeist entsprechen. So stellt zum Beispiel Nora Breitschmid in limitierter Zahl auch Schaumweine her und liegt damit voll im Trend, wachsen die Verkaufszahlen von Champagner, Prosecco oder Cava seit Jahren konstant. Der Marktanteil von inländischen Schaumweinen liegt allerdings nur zwischen drei und fünf Prozent, was aber auch heisst, dass ein beträchtliches Wachstumspotential vorhanden ist. Ganz nach dem Motto: Was die Franzosen, Italiener und Spanier machen, können auch wir Schweizer Winzerinnen und Winzer.

Wein ist Kultur

Dabei ist Wein tief in der helvetischen Kultur und Geschichte verwurzelt, waren es doch die alten Römer, die die ersten Rebstöcke über die Alpen brachten. Kurzum, ein guter Tropfen gehört ein-



Alternative Verpackungen

Bei einem Blick über die Landesgrenze erkennt man zudem eine weitere Entwicklung, die den gewandelten Ansprüchen des Marktes sowie den Anforderungen der Nachhaltigkeit erfüllt. Wer schon einmal bei einer Gartenparty in Australien oder den USA eingeladen war, der weiss, dass dort die Kartonboxen mit den kleinen Zapfhähnen gang und gäbe sind. Die sogenannte «Bag-In-Box» ist nicht nur praktisch zu transportieren, der CO₂-Fussabdruck wird im Vergleich zum Glas bis auf einen Sechstel reduziert. Es ist eine Verpackungsalternative, die auch in der Schweiz langsam Fuss fasst, wie die Cavino-Bioweinhandlung in Stäfa beweist. Unter der Bezeichnung «Châteaux Carton» bietet die Genossenschaft Jahrgänge aus verschiedenen Ländern, inklusive eines Partners in der Ostschweiz, in Drei- oder Fünfliter-Schachteln an.

Ebenfalls vor Licht geschützt und praktisch handzuhaben sind Dosen, in denen nicht nur Bier oder Coca-Cola abgefüllt werden kann. Francis Ford Coppola etwa ist nicht nur für seine «Der Pate»-Filme berühmt, auch sein Weingut in Kalifornien ist in den ganzen Vereinigten Staaten bekannt. Dort kann man seine «Diamond Collection» in 2,5 dl-Büchsen kaufen; ideal, um keine ganze Flasche öffnen zu müssen, möchte man sich als Paar zwei Gläschen teilen. Doch man muss nicht nach Übersee reisen, um Weine in der Dose zu finden. Denn in Teufen (AR) haben findige Köpfe ein Start-up gegründet, das einen Verschnitt aus Chasselas und Chardonnay aus der Westschweiz, einen im Eichenfass gereiften Pinot Noir aus Schaffhausen sowie einen Oeil-de-Perdrix-Roséwein in dieser Verpackungsform anbietet. Gerade bei kühlserverierten (Schaum-) Weinen haben auch andere Kellereien festgestellt, dass die Dose die jüngere Generation besonders gut anspricht.

Aufgrund ihrer Ökobilanz überaus interessant ist jene Idee, die als Weiterentwicklung aus der «Bag-In-Box» hervorgegangen ist: die Weinflasche aus Papier. Ähnlich wie die Joghurt-Becher, bei denen der bedruckte Karton den weissen Becher umfasst, besteht auch diese Flasche aus recyceltem Karton, einem Innenbeutel aus extrem dünnem Kunststoff sowie einem Schraubverschluss aus Aluminium. Und genau wie beim Joghurt können diese Bestandteile einfach getrennt und entsorgt werden.

Auf den Tropfen kommt es an

Egal ob Glasflasche, Kartonbox oder Aluminiumdose: wirklich entscheidend beim Weinkonsum ist die Qualität des Inhalts. Hinzu kommt, dass jeder seine Präferenzen in Sachen Trauben, Anbaugebiet oder Jahrgang hat, wie auch seine Vorlieben, wann, wo und vor allem mit wem der edle Tropfen genossen wird. Wie lautet das Sprichwort? «Die beste Flasche Wein ist die, die man mit den Menschen öffnet, die man im Herzen trägt.» In diesem Sinne und auf die Gefahr hin, sich zu wiederholen: Wein ist nicht nur Teil unserer Kultur, sondern steht auch für Herzblut, Liebe und Begegnung.

Olivier Savoy

Geschäftsführer der Vereinigung Schweizer
Weinhandel, für Konsumentenforum kf

