

JUNG, FRECH UND VERNETZT

DER SCHWEIZER WEIN IST IN DIE JAHRE GEKOMMEN, DIE AUSSENVERTRETUNG DER EIDGENÖSSISCHEN WINZERSCHAFT IST GESCHLOSSEN, DER EXPORT HARZT. WER ALS JUNGWINZER REÜSSIEREN WILL, MUSS AUCH JENSEITS DES WEINKELLERS KREATIV SEIN.

Von Cécile Richards-Luisoni / Fotos: Mischa Scherrer



Jungwinzer, die am Kommen sind: Thomas Mattmann, Pasquale Chiapparini, Sandra Mounir, Johannes Meier

Auf Bier sind viele Winzer nicht gut zu sprechen. Entweder betrachten die Rebenbauern die Erzeuger von Gerstensäften als Konkurrenz um die Trinkgewohnheiten der Kunden, oder sie nehmen das Getreideprodukt nur als Feierabendgetränk wahr. Der 36-jährige Pasquale Chiapparini hat in dieser Hinsicht offenbar weniger Berührungängste als der Durchschnitt seiner Weinkollegen. «Ich stelle mich jeden Freitag in Zürich bei Amboss Bier hin und schenke meine Weine aus», sagt der Rafzer Neuwinzer schelmisch. In der Annahme, dass die Zürcher, die ihr Hopfengetränk an der Rampe einer Kleinbrauerei erwerben und nicht im Supermarkt, auch an Rot- und Weissweinen interessiert sein könnten.

KOPFSCHÜTTELN ÜBER INTERNATIONALE SCHWEIZER WEINPRÄSENZ

Eigeninitiativen wie diese sind charakteristisch für die junge Generation der Schweizer Winzer, und sie sind auch notwendig für alle, die als Seiteneinsteiger neu auf den Weinmarkt drängen oder die den lokalen Kundenkreis ihrer Eltern ausweiten wollen. Die Hilfe, die von den offiziellen Stellen kommt, ist nämlich bescheiden, seit die Organisation Swiss Wine vor wenigen Jahren Konkurs anmelden musste. Was die Schweiz seitdem auf den wichtigen europäischen Weinmessen bietet, sorgt unter den Händlern, Sommeliers und Journalisten nur noch für mitleidiges Kopfschütteln. Man erinnere sich

nur an die unsägliche Geschichte, als anlässlich des Nationentages an der Expo 2010 in Shanghai im Schweiz-Pavillon – in Anwesenheit von Bundespräsidentin Doris Leuthard – spanischer Wein ausgedient wurde. Begründung: Es sei nicht möglich gewesen, Schweizer Wein zu organisieren!

DIE STARS LEBEN VON DER STAMMKUNDSCHAFT

Niemand versteht, warum sich ein reiches Land keine modernere Präsentation leistet und die einzigartigen Weine und Winzer, über die es verfügt, nicht angemessen herausstellt. Aber die grossen Genossenschaften und Kellereien, die vor allem aus dem Wallis, aus der Waadt oder aus dem Kanton Genf stammen, scheinen mit der Biederkeit zufrieden. Sie setzen trotz veränderter Trinkgewohnheiten der Schweizer immer noch auf ein starkes Bewusstsein der Konsumenten für heimische Produkte und sehen den Export als zweitrangig an. Den etablierten Spitzenwinzern wiederum ist das Auslandsgeschäft ebenfalls egal.

Die berühmten Superstars, beispielsweise aus der Bündner Herrschaft, verkaufen ihre gesamte Erzeugung in wenigen Wochen und leben von einer treuen Stammkundschaft. Erweiterungen sind in vielen Fällen gar nicht möglich, und von den Erlösen können sie gut leben. Nicht wenige dieser Ausnahmewinzer betreiben keinen offiziellen oder nur einen sehr geringen Export, manche verfügen nicht mal über eine eigene Homepage. Doch bis man einen solchen Status erreicht, muss man schon eine Weile arbeiten, Talent haben und im richtigen Moment an der richtigen Stelle sein.



Im Zürcher Café Boy werden die eigenen Weine degustiert.

SELBST IST DER WINZER – UND VERNETZT

Wo nichts vorgegeben wird, wo keine starke Werbeorganisation – wie beispielsweise in Österreich – und keine etablierten Spitzenwinzerverbände – wie der Verband der Prädikatsweingüter in Deutschland – die Märkte bearbeiten, da geht nichts ohne ganz viel persönlichen Einsatz. Noch besser ist es allerdings, die Kräfte und die begrenzten finanziellen Mittel zu bündeln. Jungwinzer Pasquale Chiapparini bewirtschaftet in Rafz 3,5 Hektar Reben und weiss genau, dass originelle Etiketten und Flaschenausstattungen nicht ausreichen, um bekannt zu werden. Seine Weine tragen dennoch coole Namen: Der rote Schaumwein heisst «soprickelnd» und der «solar» ist ein im Barrique ausgebauter Pinot gris und hat nur am Rand mit der Sonne zu tun. Was die Sorten angeht, ist Chiapparini offen. Pinot noir spielt die Hauptrolle, aber auch pilzwiderstandsfähige Reben wie Léon Millot baut er an.

«ZUFRIEDEN MIT DER BIEDERKEIT»

Ebenso wichtig wie die Bewirtschaftung der Weinberge ist das neu gegründete Netzwerk namens «Junge Schweiz – Neue Winzer». Nachdem sich die Mitglieder zwei Jahre lang nur zum Gedankenaustausch getroffen hatten, traten sie im Frühjahr 2010 erstmals gemeinsam auf der Zürcher Frühjahrsweinmesse Expovina Primavera auf und sorgten für Aufmerksamkeit bei den Fachbesuchern. «Wir hatten die Idee, eine grössere Plattform zu schaffen», sagt Präsident Chiapparini, «wobei die jungen Winzer aus Deutschland und Österreich klar Vorbilder waren.»

Dass sich gleich rund ein Dutzend unter 40-jährige Winzer zusammen präsentiert, aus dem Aargau und aus Graubünden, aus dem Thurgau oder

aus dem Kanton Zürich, ist eine Neuigkeit in der für ihren Kantönlicheist bekannten Schweizer Weinszene. Die neue Vereinigung setzt ganz auf Jugend, hat sogar eine Altersgrenze eingeführt: Ab dem 40. Lebensjahr ist Schluss. Doch ob beispielsweise Chiapparini in vier Jahren zum Ehrenmitglied oder zum Senior im Ruhestand wird, wurde noch nicht geregelt.

SAUVIGNON BLANC WIRD IN DER DEUTSCHSCHWEIZ WICHTIG

Weniger formal geht es da bei einem anderen Winzerverein zu. «PINOT RHEIN» nennt sich das kleine Netzwerk, das die vier Bündner Weingüter Treib, Adank, Cicero Weinbau und Hanspeter Lampert gemeinsam gegründet haben. Weil der Pinot-Rhein-Club so überschaubar ist, bietet er viele Vorteile. Auf Präsident und Aktuar wird verzichtet, für Veranstaltungen müssen keine grossen Säle gemietet werden.

Und der Gemeinschaftswein unter dem Begriff «PINOT RHEIN» sorgt für zusätzliche Aufmerksamkeit bei privater Kundschaft und der Gastronomie. Weiterer Zuwachs ist nicht ausgeschlossen, wird aber eng beschränkt bleiben. «Maximal sollen es sechs Mitglieder werden», sagt der 39-jährige Thomas Mattmann, der kreative Kopf von Cicero Weinbau in Zizers. Der gebürtige Luzerner kam nicht gleich nach der Schule, sondern auf Umwegen zum Weinmachen.



Weine von folgenden Weingütern galts zu probieren: Cave du Rhodan, Cicero Wein, Weinmacher Chiapparini, Schlossgut Bachtobel

Er arbeitete als Kellermeister im legendären Bündner Weingut von Tschärner und hat für seine Rotweine schon viel Lob bekommen.

Im Unterschied zu vielen anderen Weinen in Graubünden sind Mattmanns Pinot noirs elegant und fruchtig, es fehlt ihnen zum Glück das viele Holz und die Schwere, die bei den Tropfen aus so manchem anderen Betrieb zu finden sind. Mattmann erwarb sich die Fähigkeiten, gute von schlechten Weinen zu unterscheiden, auch ausserhalb des Weinkellers. Als Schweizer Meister im Weindegustieren oder als Champagner-Botschafter der Schweiz schaut er gern und regelmässig über den Tellerrand und bleibt so natürlich auch in den Medien präsent. Doch seine Leidenschaft gehört nicht nur dem Pinot noir, sondern auch Weinen, die in den hiesigen Rebbergen noch vergleichsweise neu sind – wie der Sauvignon blanc.

«HAUPTSACHE DIE WELT ERFÄHRT, WAS AUF DEM WEINGUT PASSIERT»

«Der wird in der Deutschschweiz eine wichtige Rebsorte werden», sagt Mattmann. Seinen eigenen baut er ganz anders aus als bislang üblich in der Schweiz: ohne den Säureabbau, ohne Buttermilchtöne.

WINZER VON MORGEN SOLLTEN SICH AUCH MIT TWITTER AUSKENNEN

Freiheit und Modernität ist aber nicht beschränkt auf die Ostschweiz. Auch das Weingut Cave du Rhodan im Walliser Salgesch macht seit Jahren vor, wie man mit hippen Marketingmassnahmen erfolgreich sein kann – in diesem Falle sogar weitgehend ohne Netzwerke. «Wir haben im Jahr 2010 als erstes Weingut eine Smartphone-App präsentiert», sagt Sandra Mounir, die den Betrieb zusammen mit ihrem Mann Olivier führt. «Auch sind wir mehr oder weniger aktiv in den Social Medias.»

Beide reüssieren vor allem mit Pinot noir und mit autochthonen Walliser Rebsorten, mischen aber auch Rebsorten wie Merlot und Syrah zu einer modernen roten Cuvée. Sie versuchen, den Charakter der Rebsorten herauszuarbeiten und nehmen erfolgreich an Weinwettbewerben teil. Das Winzerpaar aus der Cave du Rhodan versucht aber auch, andere Produkte auf den Markt zu bringen (wie den Verjus, einen zum Würzen vorgesehenen Saft aus unreifen Trauben) und rasch darüber zu informieren.

AUFGESCHLOSSENER ALS DIE ELTERNGENERATION

Der Winzer von morgen sollte sich also auch mit Weinforen und neuen Techniken auskennen, könnte sich von Twitter inspirieren lassen oder die Kunden vielleicht mit Gewinnspielen auf seiner Website zum Wiederkommen animieren. Hauptsache ist, dass die Welt erfährt, was im Weingut passiert. «Mach das, wovon du sprichst und informiere darüber», sagt der ins Bündnerland zugezogene Thomas Mattmann: «Ich habe keine Mühe schriftlich zu formulieren und brauche deshalb auch keine Werbe- oder PR-Agentur, sondern schreibe regelmässig meine eigenen



Seit dem Konkurs von Swiss Wine setzen junge Weinmacher auf eigene Netzwerke.

Weinbriefe». Allerdings ist das alles nur dann von Interesse, wenn es glaubhaft wirkt und die tatsächliche Qualität des Weines den Marketingaussagen entspricht. Die jungen Winzer scheinen neuen Rebsorten und frischen Etiketten gegenüber aufgeschlossener als ihre Eltern, sie probieren – wie Thomas Mattmann – den bislang in der Schweiz kaum gebräuchlichen Glasverschluss aus oder experimentieren mit Amphoren und Betoneiern statt Holzfässern zum Weinausbau. Bei den Nachwuchsstars spielt auch der ökologische Anbau eine zunehmend wichtige Rolle. «Im letzten Jahr konnten wir als erstes Oberwalliser Weingut einen biodynamischen Wein auf den Markt bringen», sagt Sandra Mounir, die sich auch nicht scheut, die Cave du Rhodan mit offensivem Charme nach aussen zu vertreten.

GASTRONOMEN ALS FREUNDE

Wenn junge, freche Winzer mit Gastronomen zusammenarbeiten, dann schadet es nicht, wenn auch diese trendig und kultig sind. Als die «Jungen Winzer» ihre erste Präsentation veranstalteten, da fand diese nicht in einem Sterne-geschmückten Gourmetlokal statt, sondern im urbanen Zürcher Café Boy. «Zu langjährigen Partnerschaften mit Gastronomen gehören sicher auch Wein-Events vor Ort», sagt Sandra Mounir. «Es ist ein Zeichen von gegenseitigem Vertrauen und gegenseitiger Wertschätzung.» Aussendienstleister werden hier nicht entsendet, die Beziehungen zu den Restaurants sind langfristig. «Daraus entstehen fast immer Freundschaften.» Und weil die gepflegt werden wollen, lädt etwa der 35-jährige Thurgauer Winzer Johannes Meier gern eine gesamte Restaurantbelegschaft aufs Schloss Bachtobel ein. Verblüffen mag er seine Kundschaft zudem am liebsten selbst

mit spannenden Kombinationen von Speisen und Weinen. «Wir zeigen auch einen 15 Jahre alten Riesling oder einen 20 Jahre alten Pinot», so Meier, «es darf auch experimentell oder verrückt zugehen.»

Meier hat es gleichzeitig einfacher und schwieriger als Chiapparini oder Mattmann: Viele Kunden bringen das ehrwürdige Weingut im Thurgau immer noch mit Meiers Onkel Hans Ulrich Kesselring in Zusammenhang – von ihm übernahm der Neffe den Betrieb im Jahr 2008.

«BETONEIER STATT HOLZFÄSSER ZUM WEINAUSBAU»

Die Weichenstellung für die Zukunft hatte Kesselring allerdings frühzeitig vorgenommen, viele Weinmoden nicht mitgemacht. Als andere Winzer in der Schweiz auf dunkle Rotweine mit viel Einfluss von neuem Holz setzten, präsentierte der legendäre Weinphilosoph der Deutschschweiz eher helle und elegante, fruchtbetonte Weine. Neben dem Klassiker Pinot noir pflanzte er schon früh Sauvignon blanc und Riesling. Entscheidungen, die sich als richtig erwiesen, und die der neue Inhaber lediglich fortführen muss. «Auch die Nachfrage nach dem Riesling ist steigend», sagt Meier, «deshalb haben wir im letzten Herbst neue Rebstöcke gepflanzt.»



Die zukünftigen Nummern eins? Chiapparini, Mounir, Meier, Mattmann (v.l.).

DAS GEDÄCHTNIS DES SCHWEIZER WEINS

Beim Thema Netzwerk lässt es Meier vorsichtig angehen. Zwar lud er die jungen Schweizer Winzer zum freundschaftlichen Wissens- und Erfahrungsaustausch ein, doch beitreten will er dem Zirkel im Moment nicht. Dafür ist er Mitglied in der einzigen ernstzunehmenden Winzervereinigung, die herausragende Schweizer Winzer aus allen Landesteilen aufgenommen hat. Das «Mémoire des Vins Suisses» ist zwar eine private Vereinigung, die massgeblich von den Weinjournalisten Andreas Keller, Susi Scholl und Martin Kilchmann geprägt wird, wurde aber längst das Markenzeichen der Qualitätswinzer. Die Veranstaltungen des Mémoire, zu denen ausser den Mitgliedern oft auch sogenannte «Friends» eingeladen werden, ziehen eine stetig wachsende Anzahl interessierter Besucher an. Hier treffen sich neben etablierten Betrieben mit jahrzehntelanger Tradition auch Newcomer, und alle sind sie angetan vom Grundgedanken des Projektes: Relevante Mengen der besten Schweizer Weine einlagern, um sie später, nach Jahren, gegen neue Jahrgänge oder solo zu verkosten. «Wie Schweizer Weine altern, das kann man heute endlich zeigen», sagt Thomas Mattmann, der neuerdings auch bei Mémoire mittut. Mattmann beweist damit, dass die junge Weinszene der Schweiz nicht kurzfristig denkt und

ihre Weine rasch vermarkten will, sondern auch mit der Tradition umgehen kann.

«ES DARF AUCH EXPERIMENTELL ODER VERRÜCKT ZUGEHEN»

Was den Export angeht, bleiben aber auch die kreativsten Schweizer Winzer weitgehend auf sich gestellt. Niemand ist da, der die Verbraucher in Deutschland, in Asien oder Skandinavien über die Besonderheiten des Schweizer Weines aufklärt. Wenn einzelne Produzenten bei Weinhändlern im Ausland präsent sind, dann nur aufgrund persönlicher Kontakte und höchstens mit einigen wenigen Weinkisten. Bedauerlich, aber manchmal nicht zu ändern. «Als Familienbetrieb haben wir nicht so grosse Mengen, als dass ein Export ein erstrebenswertes Ziel wäre», umschreibt Sandra Mounir das Problem. Die Qualität allerdings wäre sehr wohl vorhanden, und wenn doch einmal die Nichtschweizer aufmerksam werden, dann ist die Begeisterung gross. «Als wir Gold an der «Syrah du Monde» in Frankreich erzielt haben, wurde ein Fachartikel über uns in Frankreich geschrieben», erinnert sich die Winzerin. «Es war schon erstaunlich, wie viele Weinliebhaber uns aufgrund dessen später besucht haben.»



Cécile Richards-Luisoni
Freie Journalistin und Inhaberin
der «Agentur für Wein»
info@agenturfuerwein.ch
www.agenturfuerwein.ch



Verköstigt wurden: Sorot + Soweiss (Chiapparini); NoTno (Mattmann); Weisser Riesling und Pinot noir No. 3 (Bachtobel) sowie Symphonie du Rhodan & Perle du Rhodan (Cave du Rhodan)

«Wir betrachten die Gastronomie als wichtige Botschafterin für unsere Weine.»

Sandra Mounir
Olivier Mounir
Flantheystrasse 1
3970 Salgesch
Tel. 027 455 04 07
www.rhodan.ch
mounier@rhodan.ch



«Netzwerke werden immer wichtiger – als Einzelkämpfer tut man sich oft schwer.»

Thomas Mattmann
Cicero Weinbau
Postgasse 23
7205 Zizers
Tel. 081 300 61 11
www.ciceroweinbau.ch
info@ciceroweinbau.ch



«Man muss die Gäste bei Wine&Dine-Veranstaltungen immer verblüffen.»

Johannes Meier
Schlossgut Bachtobel
Bachtobelstrasse 76
8570 Weinfelden
Tel. 071 622 54 07
www.bachtobel.ch
info@bachtobel.ch



«Jeder soll seinen Ideen nachgehen und sie vertreten.»

Pasquale Chiapparini
Weinmacher Chiapparini
Hegi 13
8197 Rafz
Tel. 044 886 87 87
www.chiapparini.ch
weinmacher@chiapparini.ch



«Endlich sieht man wie Schweizer Weine atmen.»

Mémoire des Vins Suisses
Konkordiastrasse 12
8032 Zürich
Tel. 044 389 60 40
www.mdvs.ch
info@mdvs.ch



Rebberg in Rafz, wo Weinmacher Chiapparini tätig ist. Foto: Chiapparini



Ob Wümmet, Wimmling oder Wimmete: Hauptsache, die Trauben werden geerntet. Foto: Chiapparini



Chardonnay-Trauben kurz vor der Ernte. Foto: Chiapparini

GEBEN UND NEHMEN – SCHWEIZER WEIN IM HANDEL

Weinhandlungen gibt es viele in der Schweiz, und die Konkurrenz ist riesig. Persönliche Kontakte helfen weiter. Und das Gespür für den Zeitgeist.

Von Cécile Richards-Luisoni.

Mittelalterlicher Torkel im Schlossgut Bachtobel. Foto: ZVG

«Wer als Händler mit Schweizer Wein Erfolg haben will, muss die aktuellen Trinktrends erkennen», sagt Roman Jurt von der Weinkellerei Rutishauser. «Die Zeit der «dünnen Landweine», welche man nur zum kalten Plättli genießt, sind endgültig vorbei.» Dazu kommt, dass in den letzten Jahren immer mehr ausländische Gewächse auf den Markt drängten. Nicht nur Bordeaux und Italien sind, wie schon seit langer Zeit, beliebt, auch die Weine des nördlichen Nachbarn, die Österreicher und die Überseetropfen kämpfen gegen die Schweizer Weine um Marktanteile. Einige Weinhändler haben sich spezialisiert – etwa auf Spanien und Südafrika –, doch die meisten wollen nicht auf heimische Gewächse im Sortiment verzichten. «Es macht für uns Sinn, Schweizer Winzer in unser Sortiment aufzunehmen», erläutert Roger Maurer von Gerstl Weinselektionen in Zürich.

«UNSERE KUNDEN WOLLEN AUCH SCHWEIZER WEINE TRINKEN»

«Denn unsere Kunden wollen neben französischen und anderen Weinen auch inländische Weine trinken.» In dieser Beziehung werden sie sogar immer anspruchsvoller und geben sich nicht unbedingt nur mit den Stammproduzenten zufrieden. Deshalb kommen Schweizer Weinhandlungen nicht darum herum, neue Winzer auf-



Perfektes Gespänn: Sauvignon blanc mit Forelle. Foto: Cicero Wein

zuspüren und ihr Sortiment zu erweitern. «Bis vor drei Jahren hatten wir nur Gantenbein und Studach im Angebot – heute sind es zehn Winzer», berichtet Weinhändler Maurer. Neben den Stars ist hier inzwischen auch ein Nachwuchstalent wie der Bündner Jan Luzi (Weingut Sprecher von Bernegg) vertreten. «Wir nehmen jedes Jahr zwei bis drei neue Schweizer Winzer ins Programm», ergänzt Jan Martel von der Weinhandlung Martel in St. Gallen.



In der Weinhandlung Martel, St. Gallen. Foto: ZVG



Herrschaftlich: Das Schlossgut Bachtobel in Weinfelden. Foto: ZVG



Weinkeller im Schlossgut Bachtobel. Foto: ZVG

PERSÖNLICHE KONTAKTE, TIEFE MARGEN

Kurze Wege und persönlich engagierte Winzer – die Voraussetzungen für eine gute Zusammenarbeit zwischen Schweizer Winzern und Weinhändlern sind im Prinzip ausgezeichnet. Allerdings ist es selbst für engagierte Verkäufer nicht immer ganz einfach, die Weine auch in dem Umfang zu bekommen, wie sie es gerne hätten. Viele namhafte Erzeuger geben nur in beschränktem Masse Flaschen an Händler ab, denn sie wollen auch ihre Stammkunden bedienen. Produzenten wie Daniel Gantenbein, der sein Weingut normalerweise nicht für Kunden öffnet und ganz auf Wiederverkäufer vertraut, sind immer noch eine grosse Ausnahme in der Schweiz. «Die Weine sind gläsern geworden», sagt Rutishauser-Verkaufsleiter Jurt, «die Preis- und Produkttransparenz ist sehr gross».

«DIE WEINE SIND GLÄSERN GEWORDEN»

Dazu kommen die hohen Entstehungskosten und der geringe Abstand zum Verkaufspreis. «Die Marge für den Handel ist tatsächlich sehr dünn», bestätigt Roger Maurer. Mit ausländischen Weinen lässt sich in der Regel deutlich mehr Geld verdienen. Für den Händler



Modern: Barrique-Fässer im Betonkeller der Cave du Rhodan. Foto: ZVG

lohnt sich das Engagement meist nur im Gesamtpaket, indem er beispielsweise das Sortiment des Gastronomen gestaltet, inklusive Weinkarte. Auch die Tatsache, dass man beim Händler hin und wieder Weine bekommt, die im Weingut ausverkauft sind, spricht für diesen Einkaufsweg. Wer diesen Service nicht in Anspruch nehmen will, umgeht den Handel und kauft einfach selbst beim

Weingut – zumindest den aktuellen Jahrgang. Die Vorzüge der kurzen Wege, welche den Händlern zupass kommen, machen sich natürlich auch für die Sommeliers und Wirte bezahlt. Um dieses Problem zu umgehen, bauen manche Weinhandlungen einfach eigenen Wein aus: Die Weinkellerei Rutishauser keltert Trauben, Zweifel Weine aus Zürich hat Eigenes und Fremdes im Sortiment und die Siebe-Dupf-Kellerei im Baselbieter Liestal verfährt ebenso.



Vazli Ljolluni, Ines Rebstrost und Johannes Meier, Schlossgut Bachtobel. Foto: ZVG



Eine der grössten Weinhandlungen der Schweiz, die auch selber keltert. Fotos: ZVG



Die Kunden von Gerstl möchten auch inländische Weine kaufen.

WEINHÄNDLER ERKENNEN TRENDS SCHNELLER

Für Gastronomen wie für Privatkunden erfüllen Händler aber noch eine weitere Aufgabe: Sie vermitteln zwischen Weintrinkern und Winzern und erkennen in der Regel eher als die Erzeuger, welche Trends gerade angesagt sind und was die Weintrinker nicht mehr goutieren. «Wir spüren, dass sowohl die Positionierung wie auch die Qualifikationen des Winzers, aber auch der Önologen weit wichtiger sind als noch vor Jahren», sagt Roman Jurt von Rutishauser. «Der Konsument, welcher bereit ist, über 20 Franken für die Flasche Wein auszugeben, ist sehr gut informiert.» Er weiss zum Beispiel, wie gut die Weine aus den Nachbarländern schmecken können, und er ist offener als früher für neue Rebsorten und Weintypen. Im Basisbereich dürfen die Weine heute auch mal leicht süss sein (für ein junges, an Cocktails gewöhntes Publikum), im deutlich teureren Segment ist die Qualifikation und Persönlichkeit des Winzers mehr denn je von entscheidender Bedeutung.

«DER KONSUMENT IST OFFENER FÜR NEUE REBSORTEN»

Ebenso bedeutsam ist die richtige Präsentation. Klassische *Wine & Dines* im Restaurant haben an Reiz verloren, die Profi- und Privatkunden wollen etwas geboten bekommen: Weinreisen oder Weinkurse, Events mit verschiedenen Winzern oder Raritätenproben. Und am besten auch noch von höchstqualifizierten Mitarbeitern betreut: «Ein Weinakademiker



Rotwein aus der ganzen Welt: Holzfasskeller bei Rutishauser-Barossa.



Ausblick mit Rebbergen über Weinfeldern. Foto: ZVG



Weinhändler wie Martel müssen die Trinktrends kennen. Foto: ZVG

ist gut, muss aber nicht unbedingt sein», sagt Jan Martel. «Am wichtigsten ist die kompetente Beratung. Die Mitarbeiter müssen die Philosophie und Handschrift der Winzer verstehen, das Weingut besucht und mit dem Weinmacher gesprochen haben, um damit deren Weine kompetent an die privaten Weingeniesser und die Gastronomie empfehlen zu können.»



Cécile Richards-Luisoni
Freie Journalistin und Inhaberin der
«Agentur für Wein»
info@agenturfuerwein.ch
www.agenturfuerwein.ch

WEINHANDLUNGEN MIT SCHWERPUNKT SCHWEIZER WEIN



Rutishauser Barossa, Rutishauser Weinkellerei AG
Roman Jurt
Dorfstrasse 40
8596 Scherzingen
Tel. 071 686 88 88
www.rutishauser.com, info@rutishauser.com



Gerstl Weinselktionen
Roger Maurer
Fegistrasse 5
8957 Spreitenbach
Tel. 058 234 22 88
www.gerstl.ch, info@gerstl.ch



Martel AG St.Gallen
Jan Martel
Poststrasse 11
9001 St. Gallen
Tel. 071 226 94 00
www.martel.ch, wein@martel.ch