

Analyse des Weinangebots 2010 – 2015

Referat von Othmar Stäheli, Informationschef EXPOVINA

Das EXPOVINA-Angebot als Spiegelbild der Entwicklung des Schweizer Qualitätsweinmarkts

Vorbemerkung

Die EXPOVINA präsentiert den Besuchern ein Angebot, welches bezüglich der Provenienz der Produkte sowie des Preissegments weitgehend dem mittleren und oberen Bereich des gesamten Weinangebots auf dem Schweizer Markt entspricht. Wertmässig fehlen das untere Segment (unter CHF 9.–/75cl Fl.) ebenso wie das Super-Premium-Segment (über CHF 100.–/75cl Fl.). Erstere sind Kampfprodukte von Discontnern und spielen mengenmässig eine erhebliche Rolle. Die oberste Kategorie wird überwiegend per Primeur-Subskription vermarktet, an Nobel-Hotels verkauft, ist begehrtes Anlageobjekt und ändert über Auktionen mehrmals die Besitzer. Medial ist sie von ausserordentlicher, mengenmässig aber von untergeordneter Bedeutung.

Die Feststellung, das Weinangebot der EXPOVINA widerspiegeln den Schweizer Qualitätsweinmarkt, ist daher berechtigt. Ein Blick über das Weinangebot auf den Zürcher Weinschiffen in einer gewissen Zeitspanne ergibt Aufschlüsse über die Entwicklung des gesamten Schweizer Weinmarkts. Im Folgenden sei versucht, aufgrund des Vergleichs des Angebots der 57. Zürcher Weinausstellung von 2010 und der 62. Edition von 2015 Informationen über die Entwicklung des Sortiments sowie der Preise zu gewinnen und allenfalls den einen oder anderen Trend zu orten. Angesichts der Probleme mit dem starken Franken wird der Preisentwicklung eine besondere Bedeutung zukommen.

Zum Angebot an Schweizer Weinen

Der Preis für Schweizer Weine ist seit 2010 bei den Hauptsorten und den sog. Standardqualitäten – wenn nicht gleich geblieben – nur marginal gestiegen. Dies wird den Konsumenten sehr freuen, weniger aber den Produzenten. Letzterer kann die höheren Arbeitskosten im Rebberg und im Keller kaum mehr durch stärkere Rationalisierung auffangen. Diese Entwicklung ist nämlich im Laufe der vergangenen 20 Jahre weitgehend abgeschlossen worden. Zudem fehlen aufgrund der geringen Margen die notwendigen Mittel für eine intensive Marktbearbeitung. (Der in den letzten Jahren verzeichnete Absatz- und Konsumrückgang muss u.a. auch diesem Umstand angelastet werden.) – Unterschiedliche Entwicklungen der Wertschöpfung und Ausnahmen lassen sich in einzelnen Kantonen sowie in bestimmten Weinsegmenten ausmachen. Zudem sind weitere Faktoren wie z.B. regional sich verändernde Verhältnisse von Angebot und Nachfrage preiswirksam.

Wallis: Der Fendant kann nur dann zu höherem Preis angeboten werden, wenn er in einer Speziallinie oder in neuer Aufmachung daherkommt.

Der Petite Arvine wird zum Teil bis zu 5% teurer, aber in einigen Fällen auch günstiger angeboten als vor 5 Jahren. Offenbar ist das Angebot dieser einstigen Rarität zu gross geworden.

Ähnlich die Entwicklung des Preises von Dôle und Syrah. Ersterer stagniert, und der vor wenigen Jahren noch als hochkarätige Rhone-Spezialität angebotene Syrah ist heute zum Teil günstiger als 2010.

Generell lässt sich feststellen, dass man nur mit rar gebliebenen autochthonen Walliser Sorten sowie mit Nobelprodukten, die stark von Marketingmassnahmen unterstützt werden, höhere Preise erzielen kann. Der Ausbau in der Barrique allein genügt z.B. nicht mehr. Er ist im oberen Preisbereich die Regel.

Waadt: Der Preis für Chasselas der Hauptregionen stagniert oder steigt maximal um 5%, die Grands Crus um 10%, aufwändige Speziallinien (z.B. Clos, Domaines et Châteaux) um 10 bis 20%. Der Rote ist in einigen Fällen gar günstiger zu haben als 2010.

Ausnahmen sind einzelne kleine, spezielle Lagen, alte Jahrgänge oder «neue» Sorten. Hier sind Preissteigerungen bis zu 30% möglich. Dies z.B. auch bei alten Chasselas. Wobei es sich hier immer nur um Kleinstmengen handelt.

Auffallend ist bei einem Vergleich des Walliser und des Waadtländer Angebots die unterschiedliche Tendenz in Sachen Spezialitäten:

Das Wallis setzt nach wie vor überwiegend auf autochthone Sorten und spezielle Vinifikationen. Die Waadt geht andererseits vermehrt in Richtung «neue» Sorten wie z.B. Chenin blanc, Merlot und Cabernet, wobei man sich bei den roten Assemblagen gerne an Bordeaux orientiert.

Gemeinsam ist in beiden Kantonen das relativ grosse Angebot an Süssweinen. Die stagnierenden Preise in dieser Sparte zeigen jedoch, dass die Nachfrage wohl bald ausgeschöpft ist.

Auch mit Bio oder Biodynamik lässt sich keine merklich höhere Wertschöpfung erzielen, wie Beispiele aus beiden Kantonen zeigen. Offenbar lahmt die Nachfrage nach derart produzierten Weinen.

Deutschschweiz und Tessin: Sowohl die Zürcher als auch die Schaffhauser Weine werden weitgehend zu denselben Preisen angeboten wie vor 5 Jahren. Eine überraschende Ausnahme bildet der Riesling-Silvaner, der zu etwa 5% höheren Preisen verkauft wird. Offenbar erlebt die weisse Hauptsorte der Deutschschweiz wohl nicht zuletzt infolge der markanten Qualitätssteigerung eine Renaissance. Steigerungen sind auch bei den in der Barrique ausgebauten Blauburgundern auszumachen, die öfters in relativ kleinen Mengen als Premium-Weine angeboten werden. – Ähnlich die Entwicklung der Tessiner Hauptsorte. Der Merlot wird in der Regel zu denselben Preisen wie vor 5 Jahren angeboten. Dies gilt auch für den weiss vinifizierte Merlot, der zumindest auf dem Deutschschweizer Markt nur dezent in Erscheinung tritt.

Europa: Preisrückgang auf breiter Front

Beim Blick auf die Preisentwicklung interessieren vor allem die möglichen Auswirkungen des starken Frankens, wobei wir uns auf die drei Hauptlieferanten Italien, Frankreich und Spanien konzentrieren. Die Antwort sei vorweggenommen: Der Handel hat die durch den starken Franken resultierenden Preisvorteile in grossem Umfang an die Konsumenten weiter gegeben.

– Zudem werfen wir einen Blick auf die Veränderungen des Sortiments dieser Länder im Laufe der letzten 5 Jahre.

Italien: Die Preissenkungen liegen (immer bei vergleichbaren Produkten) zwischen 5 und 25%. Dass die extremsten Preisrückgänge beim Amarone zu verzeichnen sind, liegt nicht nur am starken Franken, sondern vor allem am Überangebot.

Interessant sind die Veränderungen des Sortiments: Während vor 20 Jahren der Süden so richtig in Schwung kam und im ersten Jahrzehnt des neuen Jahrhunderts geradezu boomte, ist seit 2010 ein markanter Rückgang des Angebots zu verzeichnen. Gleichzeitig stellt man eine markante Rückkehr in die klassischen Regionen der Mitte und des Nordens fest, vor allem in die Toskana, das Piemont und das Veneto. Zur Illustration: Die 14 wichtigsten Aussteller von italienischen Weinen an der EXPOVINA boten 2010 noch 256 verschiedene Weine aus dem Süden und von den Inseln Italiens an, dieses Jahr noch 175 Weine!

Spanien/Frankreich: Beim Angebot der beiden anderen wichtigen europäischen Provenienzen auf dem Schweizer Markt, Spanien und Frankreich, sind derart klare Tendenzen nicht auszumachen: Rioja behält unangefochten seine Leader-Position unter den Spaniern. Zugleich wächst aber das Angebot von Weinen aus den Regionen südlich von Madrid. Weiterhin steigend ist offenbar auch die Nachfrage nach Qualitäts-Weissweinen von der Iberischen Halbinsel.

Beim französischen Angebot an der EXPOVINA setzen sich gewisse Trends fort, die sich bereits vor 20 Jahren ankündigten: Languedoc-Roussillon wächst leicht auf Kosten des Bordelais – allerdings deutlich verlangsamt. Die Crus aus den Côtes du Rhône legen leicht zu. Eine zaghafte Rückkehr von Bourgogne und Loire ist sichtbar.

Schlussbemerkung

Es ist anzunehmen, dass in den nächsten Tagen die Nachricht darüber für Aufsehen sorgen wird, dass die Nachfrage nach Wein und insbesondere nach inländischem Wein auf dem Schweizer Markt dieses Jahr noch stärker rückläufig sei als schon 2014. So jedenfalls wird in der Weinbranche aufgrund der Nielsen Zahlen der Markt in den ersten drei Quartalen dieses Jahres beurteilt.

Folgendes ist dazu zu sagen: Die Nielsen-Zahlen betreffen ausschliesslich die Verkäufe in den Grossverteilern und Discountern. Der Rückgang ist zudem begleitet von einem weiteren Wertverlust bei den inländischen sowie ausländischen Weinen, der vor allem mit dem unerbittlichen Preiskampf der Discounter zu erklären ist. Diese vermarkten bekanntlich rund zwei Drittel ihres Weinangebots in Aktionen.

Ein Vergleich dieser Entwicklung mit dem eingangs kurz umrissenen Sortiment an Bord der Weinschiffe ist nicht möglich. Der EXPOVINA-Besucher erwartet mit Recht an der Zürcher Weinausstellung Qualitätsweine des mittleren und höheren Preissegments. Er findet diese auch und kann sie zudem degustieren, bewerten und mit Konkurrenzprodukten vergleichen – was zwischen den Regalen nicht möglich ist.

Zürich, 27.10.2015