

**Zusammenfassung der Unit 7 Diplomarbeit:
Das Potenzial des Syrah aus dem Wallis
Harry Witzthum**

Motivation für die Arbeit:

Laut der Homepage des Branchenverbandes der Walliser Weine (www.lesvinsduvalais.ch) hat der Syrah im Schweizer Kanton Wallis „eine zweite Heimat gefunden“ und rivalisiert heute mit den grössten internationalen Vertretern aus der nördlichen Rhône, Australien und Kalifornien. Tatsächlich haben Walliser Syrah Medaillen auf internationalen Weinwettbewerben gewonnen. Es überrascht daher, dass die Walliser Syrah bisher selbst im Inland kaum die ihnen gebührende Bedeutung erlangt haben. Die Motivation für diese Arbeit liegt in dieser Diskrepanz: Sie möchte besser verstehen, was die Gründe dafür sind.

Fragestellung/Zielsetzung:

Ziel der Diplomarbeit ist ein vertieftes Verständnis des Potenzials des Walliser Syrah zu erhalten. Dafür untersucht sie wichtige Themen und Tendenzen innerhalb des Walliser Weinmarkts und spezielle Informationen über die Syrah-Reben im Wallis. Die Analyse bildet so die Basis für eine Potenzialanalyse der Walliser Syrah-Weine.

Methodik:

Die Arbeit stützt sich hauptsächlich auf Analysen von zugänglichen Marktdaten zu Rebflächen und Konsum von Walliser Weinen und der Rebsorte Syrah – seien dies Daten des Branchenverbandes der Walliser Weine, des Bundesamtes für Landwirtschaft BLW oder Marktstudien wie die M.I.S. Trend Studie. Um die direkte Einschätzung der Weinproduzenten zum Potenzial der Syrah zu verwerthen, wurden einige Winzer mit einem Fragebogen bedient, deren Antwort der Arbeit als Anhang beigelegt ist.

Inhalt:

In einem ersten Teil der Diplomarbeit werden die Marktmechanismen analysiert, die den Walliser Weinmarkt kennzeichnen. Anhand der Betrachtungen zum Anbaugebiet des Wallis, zu den Produktionsstrukturen, zur Qualitätspyramide der Weine und zur Marktposition der Walliser Weine im Schweizer Weinmarkt, werden die Hintergrundbedingungen ausgeleuchtet, denen der Syrah als Vertreter eines Walliser Weines unterworfen ist und die sein Potenzial mit beeinflussen. Dabei wird deutlich, dass die Walliser Weine in der Schweiz gegenüber der ausländischen Konkurrenz und Weinen aus anderen Kantonen eine gute Marktposition einnehmen (bei starkem Wettbewerbsdruck durch ausländische Konkurrenzprodukte), was die Bekanntheit der Walliser Weine und deren Qualität beim Konsumenten angeht. Diese Marktposition hat sich in den letzten Jahren im Vergleich zu früher noch verbessert, was dem Syrah ebenfalls zugute kommt.

In einem zweiten Teil der Diplomarbeit wird im Speziellen die Rebsorte Syrah im Anbaugebiet des Wallis analysiert. Die Rebsorte Syrah wurde relativ spät (1921/1926) in das Wallis eingeführt. Aufgrund der idealen klimatischen Bedingungen fand der Syrah im Rhône-Tal des Wallis mit seinen Steilhängen eine zweite Heimat: Die Rebfläche wuchs innerhalb kurzer Zeit schnell an und liegt heute bei rund 160 Hektaren. Mehr als 80% der Syrah-Reben in der Schweiz werden im Kanton Wallis angebaut, was den Syrah eigentlich zu einem „typischen“ Walliser Wein machen sollte. Wie aber eine Marktstudie aufweist, wird der Syrah spontan nur von etwa rund 10% der Konsumenten als Walliser Wein genannt, d.h. der Syrah kann sicherlich in Zukunft besser positioniert werden. Weiterhin zeigt die Analyse, dass aufgrund der späten Einführung der Rebsorte das Durchschnittsalter der Syrah-Reben bei 14.3 Jahren liegt, was um einiges jünger ist als das Durchschnittsalter der anderen Rebsorten, d.h. dass der Syrah auch in Zukunft aufgrund der älter werdenden Rebstöcke ein Qualitätspotenzial erlangen dürften.

Eine kleine Befragung einiger Walliser Winzer zeigt, dass diese ein interessantes Verständnis des Walliser Syrah-Weins besitzen, das ihn mit Syrah-Weinen aus anderen

Gebieten vergleicht und von ihnen zu unterscheiden versucht. Aufgrund der besonderen klimatischen Bedingungen, die im Wallis auftreten, sollen Walliser Syrah-Weine weniger Jahrgangsschwankungen ausgesetzt sein und aufgrund der besonderen Reifebedingungen („Steppenklima“, Föhnwinde, Bewässerung) eine ausgezeichnete und kontinuierliche Qualität aufweisen – was sich auch in der Anzahl der Prämierungen bei internationalen Weinwettbewerben niederschlägt.

Walliser Syrah-Weine sind globalen Trends ausgesetzt, die die Rebsorte Syrah betreffen. Die letzten Jahrzehnte sahen einen kontinuierlichen Anstieg der Rebflächen der Syrah, so dass der Syrah ab den Jahren 2000 mit rund 150'000 Hektaren zu den Top 10 der meist angebauten Rebsorten aufschliessen konnte. In den 90er Jahren wuchs das Interesse der Konsumenten am Syrah aufgrund des Booms der australischen Shiraz. Auch in Kalifornien wurde die Rebsorte durch die Winzergruppe „Rhone Rangers“ popularisiert. Zwar hat sich der Syrah bis anhin nicht als erhoffte neue Trendrebsorte in Kalifornien etablieren können, aber gewichtige Stimmen prophezeien der Rebsorte eine gute Zukunft. Insofern kann man festhalten, dass der Syrah durch einen positiven Trend gekennzeichnet ist, der die Rebsorte als Alternative zu Cabernet Sauvignon, Merlot oder Pinot Noir positionieren möchte.

Fazit:

Die Analysen der Diplomarbeit legen die Basis für eine Potenzialanalyse der Walliser Syrah-Weine. Aufgrund dieser Potenzialanalyse lassen sich Schlussfolgerungen für eine bessere Positionierung der Walliser Syrah-Weine ziehen.

1. Die Walliser Syrah-Weine sollten mit speziellen Marketingmassnahmen besser positioniert werden, um neben den autochthonen Rebsorten wie Cornalin, Humagne Rouge und Petite Arvine beim Konsumenten besser als typische Walliser Wein bekannt gemacht zu werden.
2. Die AOC Valais und Grand Cru Appellationen sollten präziser gefasst werden, da diese durch die aktuellen Bestimmungen zu weit gefasst sind und eine zu grosse Heterogenität beinhalten. Nur mit einer genaueren Definition der Qualitätskriterien hat der Konsument überhaupt eine Chance, eine bestimmte (Qualitäts-) Erwartung auszubilden und dadurch sein Kaufverhalten zu adaptieren. Solche verbesserten Appellationen könnten ebenfalls dem Syrah-Wein zugute kommen, der aufgrund seiner Qualität ein hohes Potenzial besitzt.
3. Die Weinbranche sollte das Geschmacksprofil der Walliser Syrah-Weine weiter analysieren und die Typizität der Walliser-Weine hervorheben, um dadurch beim Konsumenten eine Erwartung zu stabilisieren und den Syrah besser bekannt zu machen. Natürlich ist ein Syrah-Wein auch ein spezifisches Produkt eines bestimmten Gebietes – und somit ein individuelles Terroir-Produkt. Trotzdem sollte der Walliser Syrah-Wein auch über seine Spezifität beim Kunden verankert werden, um den Walliser Syrah als Produkt neben anderen Syrachs aus anderen Anbaugebieten in seiner Einzigartigkeit kenntlich zu machen.