

## **Zusammenfassung**

### **Naturweine in der Schweiz**

#### **Stand der Vermarktung und Akzeptanz im Urteil von Marktteilnehmern**

##### **Motivation:**

Naturwein – immer häufiger werden Weinliebhaber:innen und damit auch ich mit diesem Begriff konfrontiert.

Doch was ist das eigentlich? Macht es Sinn, sich damit auseinanderzusetzen oder handelt es sich um einen Trend, der in einer zwar lauten, aber kleinen Nische stattfindet und für traditionelle Weintrinker:innen uninteressant ist?

Zur Thematik Naturwein, der dahinterstehenden Motivation, der Akzeptanz in Handel, Gastronomie und Bevölkerung gibt es viele Fragen und wenig Antworten.

##### **Zielsetzung:**

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, diese Antworten für die deutschsprachige Schweiz zu suchen und daraus Schlussfolgerungen für die aktuelle und künftige Bedeutung von Naturwein zu ziehen.

##### **Methodik:**

Methoden sind Literaturrecherchen, persönliche Kontakte, Email-Kontakte, empirische Marktforschung mittels qualitativer, persönlicher Interviews bei Handel und Gastronomie zu Vermarktung und Akzeptanz und eine Online-Konsumenten-Befragung zu Akzeptanz und Konsum (Regionen Zürich und Bern, Befragung von 220 Personen, Rücklauf 67 Personen, 14 Fragen).

##### **Inhalt:**

Als Basis wird eine kurze historische Betrachtung zum Weinbau in der Antike und zu den Wurzeln des heutigen Naturweines durchgeführt.

Anschließend folgt die Eingrenzung des Begriffes Naturwein unter Betrachtung der gesetzlichen Situation, die Evaluierung verschiedener Naturwein-Gruppierungen und -Label mit Schwerpunkt Frankreich und deren Regularien. In Folge werden Aktivitäten und das Reglement des im Januar 2021 gegründeten Verbandes „Association Suisse Vin Nature // Verein Schweizer Naturwein (ASVN) diskutiert. Zudem wird aufgezeigt, ob und wie Konsument:innen einen Naturwein identifizieren können, was sie aus gustatorischer Sicht erwartet und ob Unterschiede in der Bekömmlichkeit von traditionell erzeugtem Wein versus Naturwein nachgewiesen werden können.

Im nächsten Schritt wird aufgrund der Entwicklung biologisch arbeitender Betriebe, Betrachtung der im ASVN registrierten Betriebe und eigenen Marktbeobachtungen die mengenmäßige Bedeutung von Naturwein in der Schweiz geschätzt. Dies zeigt, dass der zahlenmäßige Konsum von Naturwein in der Schweiz unbedeutend ist, während gleichzeitig die Bewegung gut sichtbar ist und mehr Einfluss nimmt, als es ihren Zahlenwerten entspricht.

Dann folgt der Schwerpunkt der Arbeit: Eine empirische Untersuchung zu Vermarktung und Akzeptanz von Naturwein in Handel und Gastronomie sowie eine empirische Marktforschung zu Akzeptanz und Konsum bei Konsument:innen.

Von den rund 4'860 registrierten Weinhandelsbetrieben der Schweiz werden der größte Schweizer Weinhändler Coop sowie die Discounter Denner, Lidl und Aldi angeschaut. Dann werden drei Vertreter des Fachhandels befragt: ein renommierter, ein innovativer, jüngerer, 2013 gegründeter und ein kleiner, auf Naturwein spezialisierter. Die Analyse der verschiedenen Handels-Typen zeigt, dass Naturwein für Discounter nicht existent ist, für Detailhändler keine strategische Relevanz hat und im traditionellen Fachhandel nur eine Nische darstellt. Im innovativen, städtisch geprägten Fachhandel, bei dem der Vertrieb an die (Szene-)Gastronomie wichtig ist, hat das frühe Aufnehmen von Trends eine höhere Bedeutung. Das gilt auch für den Trend Naturwein, hier ist die Bedeutung hoch. Kleinere Fachhandlungen, die sich auf das Thema Naturwein konzentrieren, erleben Wachstum von Akzeptanz, Bekanntheit und Umsatz. Gastronomie-Kund:innen sind ein wichtiger Geschäftszweig. Online-Handel scheint generell wichtig, jedoch kein Treiber zu sein.

Um die Bedeutung von Naturwein in der Gastronomie zu identifizieren, werden ein Betrieb der Sterne-Gastronomie, ein Betrieb der gehobenen Terroir-Gastronomie, eine Trend-Gastronomie und ein Weinbar/Bistro untersucht. In der Sterne-Gastronomie muss Naturwein zwar existent sein, darf aber keinen Schwerpunkt bilden. Für Gastronomie-Betriebe, die Terroir-Küche pflegen, und die Trend-Gastronomie sind Naturweine hochinteressant. Themen wie Nachhaltigkeit, Innovation und Weltoffenheit können damit bedient werden. Bei einfacheren Weinbars/Bistros im kleinstädtischen Bereich ist Naturwein nicht angekommen.

Schließlich folgt eine Online-Befragung von weinaffinen Konsument:innen, in welcher Einstellungen und Erfahrungswerte zu Naturwein eruiert und analysiert werden. Generell zeigt die Auswertung relativ hohe Vertrautheit mit dem Thema Naturwein, höher als aufgrund der Ergebnisse der vorherigen Untersuchungs-Punkte zu erwarten war. Dies ist ein Widerspruch und gibt Anlass zu der Überlegung, ob von den 220 angeschriebenen Proband:innen eher diejenigen antworteten, die bereits einen Zugang zu dem Thema Naturwein hatten. Feedbacks potenzieller Proband:innen legen diese Schlussfolgerung nahe. Zur Absicherung der Aussagen sollte deshalb eine repräsentative Studie zur Einstellung von Konsument:innen gegenüber Naturwein durchgeführt werden.

### **Fazit:**

Das Megathema Nachhaltigkeit fordert auch in der Weinbranche Konsequenzen. Die Bedeutung von biologischer oder biodynamischer Produktion wächst. Pilzwiderstandsfähige Rebsorten sind ein weiterer Ansatz, können sich jedoch aufgrund traditioneller Geschmacks-Vorstellungen bei Konsument:innen – dem wichtigsten Einkaufskriterium - nur schwer durchsetzen. Auch Naturwein muss diese Geschmacks-Hürde überwinden, wenn er sich durchsetzen möchte.

In Konsequenz bin ich der Überzeugung, dass Naturwein eine Nische bleiben wird, die aber noch etwas weiter wächst. Dabei verbleibt Naturwein primär im urbanen Umfeld und wird weiterhin getragen von Weinbars, spezialisierten Weinhandlungen plus zugehörigen Online-Shops mit persönlicher, glaubwürdiger Beratung und von der Gastronomie, sowohl der umweltbewussten Terroir-Gastronomie als auch der trendigen Szene-Gastronomie, jeweils vorwiegend in Kombination mit dem Trend zur vegetarischen oder veganen Ernährung. Im Massenmarkt wird Naturwein voraussichtlich nie Präsenz erlangen.

Im konventionellen Weinbau könnten Aspekte der Naturwein-Bewegung dagegen verstärkt Eingang finden, wie spontane Vergärung oder geringerer Einsatz von neuem Barrique. Letztlich bleibt zu hoffen, dass minimal invasive Vinifikation zur „neuen Normalität“ in der Weinwirtschaft wird.