

## Weinkauf: Mund-zu-Mund-Propaganda ist für Schweizer Weinliebhaber entscheidend

Die Mund-zu-Mund-Propaganda entscheidet in erster Linie über den Kauf einer Flasche. Für vier von fünf Käuferinnen und Käufern ist sie ausschlaggebend. Der Bezug übers Internet nimmt zu, doch möchten viele den Wein erst verkosten können. Auch deshalb ist der Winzerbesuch nach wie vor für viele Weinliebhaber bedeutsam. Schweizer Weine werden im Vergleich zu ausländischen Weinen als qualitativ ebenbürtig angesehen, allerdings werden sie als teurer wahrgenommen. Text: Stefan Keller

Die Studie zum Schweizer Weinmarkt wird alle paar Jahre von Swiss Wine Promotion in Auftrag gegeben. Dabei geht es um Bekanntheit von Produkten, Image, Konsum- und Kaufgewohnheiten. Die Resultate 2017 dokumentieren etwa, dass drei von fünf regelmässigen Weinkonsumenten ihren Wein auch selber einkaufen. Jede oder jeder Fünfte überlässt den Kauf jedoch einer anderen Person. Dies trifft häufiger auf Frauen zu (30%) als auf Männer (9%) und ist öfter in der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen anzutreffen (27%) als in der Altersgruppe der 30- bis 44-Jährigen (15%). Für den Kaufentscheid ist in erster Linie die Mund-zu-Mund-Propaganda ausschlaggebend. Sie ist für 34 Prozent der regelmässigen Käuferinnen und Käufer sehr wichtig und für

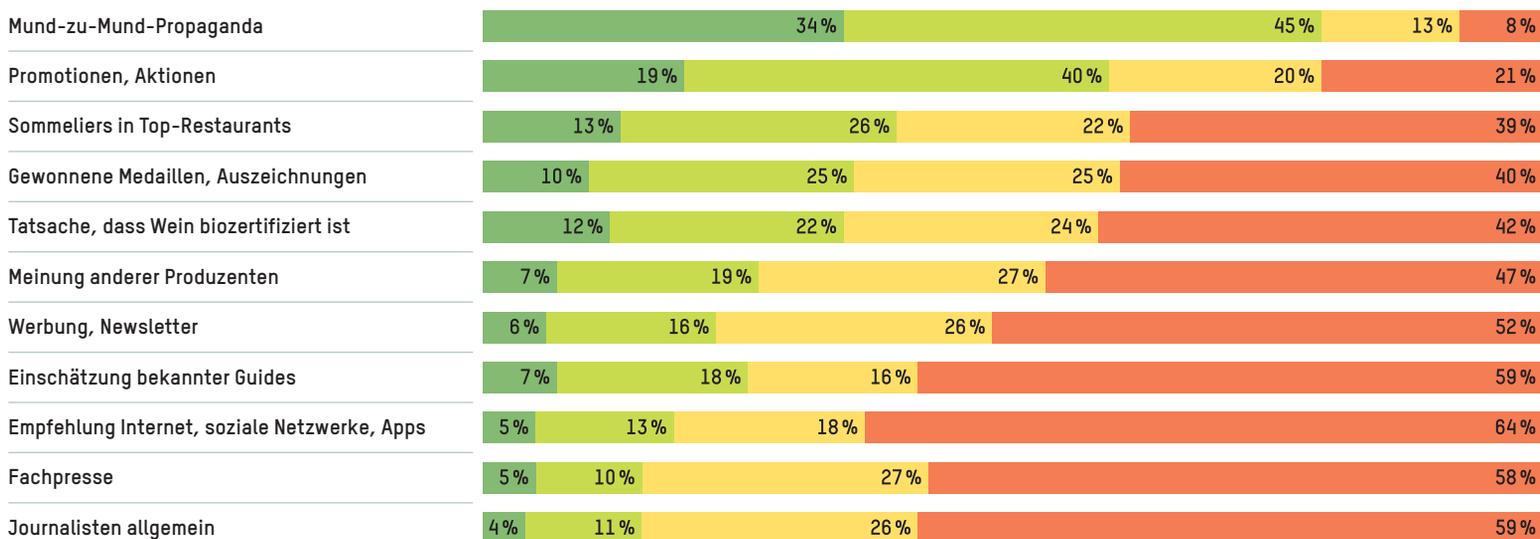
45 Prozent ziemlich wichtig. 8 Prozent lassen sich davon gar nicht beeinflussen. Für 19 Prozent sind Promotionen und Aktionen für den Kauf ausschlaggebend, 40 Prozent bezeichnen solche Angebote als ziemlich entscheidend. 21 Prozent schenken ihnen gar keine Beachtung. Empfehlungen von Sommeliers in der gehobenen Gastronomie beeinflussen 13 Prozent der Befragten stark, 26 Prozent ziemlich stark, 39 Prozent lassen sie kühl. 10 Prozent der regelmässigen Käufer lassen sich beim Kaufentscheid von an Wettbewerben ausgezeichneten Weinen stark, 25 Prozent ziemlich stark beeinflussen. 40 Prozent ist dies egal. 12 Prozent der Befragten geben der Tatsache, dass ein Wein bio-

zertifiziert ist, grosse Bedeutung, für 22 Prozent hat dies eine ziemlich grosse Bedeutung, 42 Prozent schenken diesem Aspekt keine Beachtung. Ob allerdings die Biozertifizierung eines Weins den Kaufentscheid auslöst oder verhindert, lässt die Studie offen. Alle anderen kaufbeeinflussenden Faktoren sind für weniger als 10 Prozent aller regelmässigen Konsumenten entscheidend und für weniger als 20 Prozent von ziemlich grosser Bedeutung. Zwei von fünf Konsumenten kaufen den Wein mehrheitlich in Grossverteilern. Dieser Anteil hat sich seit 2004 nicht wesentlich verändert. In der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen decken sich 57 Prozent vor allem beim Grossverteiler ein, in der Altersgruppe der 60- bis 74-Jährigen sind es 35 Prozent. Der Anteil der-

jenigen, welche die Hälfte in Grossverteilern kaufen, stieg seit 2004 von 10 auf 13 Prozent, und 2017 gaben 34 Prozent an, hin und wieder dort einzukaufen (2004: 31%). Jeder vierte Befragte sagt, dass er vor allem bei Weinproduzenten kauft. Dieser Anteil ging im Vergleich zu 2004 um 3 Prozent zurück, blieb aber seit 2008 stabil. Der Anteil derjenigen, welche die Hälfte ihres Weins bei Winzern kaufen, stieg seit 2004 von 8 auf 11 Prozent. 18 Prozent decken sich grösstenteils im Fachhandel ein. Dieser Wert ist seit Beginn der Studie stabil, zugenommen hat jedoch der Anteil derjenigen, welche hin und wieder beim Fachhandel einkaufen. 2004 lag er bei 36 Prozent, 2017 bei 49 Prozent. 7 Prozent gaben 2017 an, sich mehrheitlich an Messen und

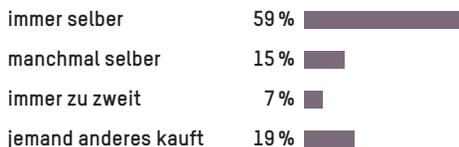
WIE STARK LASSEN SICH SCHWEIZER BEIM WEINKAUF BEEINFLUSSEN?  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)

sehr ziemlich nicht wirklich gar nicht



Grafiken: Carsten Raffel  
Quelle: M.I.S. Trend 2017

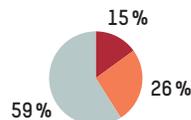
**WER KAUFT DEN WEIN, DER GETRUNKEN WIRD?**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



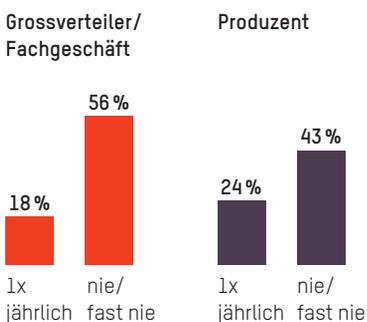
**WER KAUFT DEN WEIN NICHT SELBER?**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



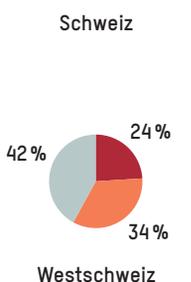
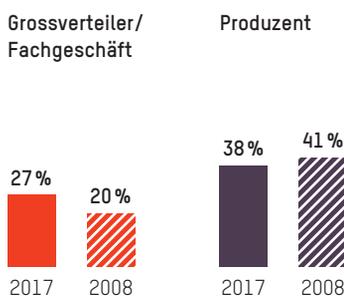
**WER NAHM ZWISCHEN 2014 UND 2017 AN TAGEN DER OFFENEN KELLERTÜR TEIL?**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



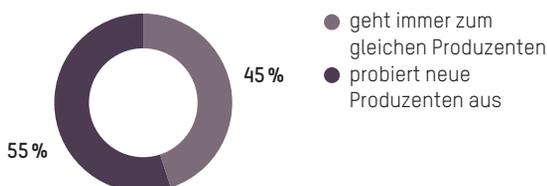
**WER NAHM IN DEN LETZTEN 12 MONATEN AN EINER DEGUSTATION TEIL?**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



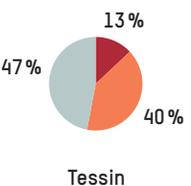
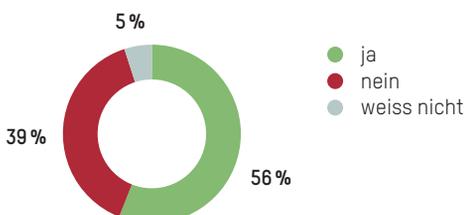
**WER HAT NACH EINER SOLCHEN DEGUSTATION WEIN GEKAUFT?**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



**KAUFEN SIE WEIN GERNE BEIM IMMER GLEICHEN WINZER?**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



**WIE WICHTIG IST BEIM WEINKAUF DIE RÜCKSICHTNAHME DES HERSTELLERS AUF DIE UMWELT?**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



Ausstellungen einzudecken (2004: 4%). 5 Prozent kaufen vor allem übers Internet (2013: 2%), der Anteil der Käufer, die sich über diesen Kanal hin und wieder bedienen, liegt heute bei 11 Prozent (2013: 7%). Die Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen tätigt die Haupteinkäufe im Vergleich zu den 30- bis 59-Jährigen seltener beim Produzenten oder im Fachhandel, jedoch häufiger im Internet. Die Altersgruppe der 60- bis 74-Jährigen hat bezüglich Einkauf beim Fachhandel ein ähnliches Verhalten wie die 18- bis 29-Jährigen, kauft aber öfter beim Produzenten ein. Rund die Hälfte aller regelmässigen Konsumenten gibt an, nie oder fast

nie an einer Degustation teilzunehmen, etwa jeder Fünfte tut dies einmal jährlich oder etwa zwei- bis dreimal jährlich und 10 Prozent benutzen diese Gelegenheit im Verlauf eines Jahres mindestens viermal. Aufgrund einer Degustation beim Grossverteiler oder Fachhändler entschliessen sich 27 Prozent immer oder fast immer zum Kauf (2008: 20%), nach einer Verkostung beim Produzenten liegt dieser Anteil bei 38 Prozent (2008: 41%). Eine ähnlich hohe Anzahl gibt an, nach einer Verkostung jedes zweite Mal zuzulangen. Nach der Probe beim Grossverteiler oder Fachhändler sagt rund die Hälfte, anschliessend kaum oder nie zu kaufen.

18 Prozent sagen nach einer Verkostung beim Produzenten, dass sie hin und wieder einkaufen, 8 Prozent kaufen ausnahmsweise oder nie. Die Nichtkäufer nennen als Hauptgründe ihre Weinbeurteilung (22%) sowie den Preis (20%). Hauptmotive für eine Teilnahme an Verkostungen beim Produzenten: Entdecken neuer Weine und Jahrgänge (31%), Ambiente und Geselligkeit (29%), Produzentennähe (26%), Informationen (25%). Die Wahl des Winzers erfolgt für 69 Prozent aller Befragten, welche an Degustationen teilnehmen, aufgrund von Empfehlungen durch Freunde. 45 Prozent geben an, immer zum selben Produzenten zu gehen,

55 Prozent probieren fortwährend Neues aus. Ob bei der Produktion eine besonders umweltschonende Anbauweise gepflegt wird, ist für 56 Prozent ein wichtiges Einkaufskriterium, 39 Prozent messen diesem Aspekt keine entscheidende Bedeutung zu. Bezüglich Tag der offenen Kellertür waren die regelmässigen Weinkonsumenten aufgefordert anzugeben, wie oft sie in den vergangenen vier Jahren daran teilgenommen hatten. Gesamtschweizerisch antworteten 15 Prozent, dass sie dies jährlich tun, 26 Prozent nahmen alle zwei Jahre teil, und 59 Prozent waren nie dabei. Die grösste Beachtung findet

## WO KAUFEN SCHWEIZER AM LIEBSTEN WEIN?

ANTWORTEN IN PROZENT (2017)

### Grossverteiler

alles oder grösstenteils	2017	40%	18-29 Jahre	57%	
	2013	42%		30-44 Jahre	44%
	2008	38%		45-59 Jahre	30%
	2004	39%		60-74 Jahre	35%

die Hälfte	2017	13%	18-29 Jahre	19%	
	2013	11%		30-44 Jahre	10%
	2008	10%		45-59 Jahre	13%
	2004	10%		60-74 Jahre	13%

einige Flaschen selten	2017	34%	18-29 Jahre	11%	
	2013	31%		30-44 Jahre	39%
	2008	30%		45-59 Jahre	42%
	2004	31%		60-74 Jahre	33%

### Produzent

alles oder grösstenteils	2017	25%	18-29 Jahre	12%	
	2013	24%		30-44 Jahre	26%
	2008	25%		45-59 Jahre	32%
	2004	28%		60-74 Jahre	25%

die Hälfte	2017	11%	18-29 Jahre	8%	
	2013	9%		30-44 Jahre	9%
	2008	7%		45-59 Jahre	10%
	2004	8%		60-74 Jahre	17%

einige Flaschen selten	2017	30%	18-29 Jahre	32%	
	2013	30%		30-44 Jahre	30%
	2008	28%		45-59 Jahre	30%
	2004	31%		60-74 Jahre	29%

### Fachgeschäft

alles oder grösstenteils	2017	18%	18-29 Jahre	12%	
	2013	18%		30-44 Jahre	20%
	2008	21%		45-59 Jahre	22%
	2004	19%		60-74 Jahre	15%

die Hälfte	2017	9%	18-29 Jahre	9%	
	2013	10%		30-44 Jahre	7%
	2008	7%		45-59 Jahre	10%
	2004	8%		60-74 Jahre	11%

einige Flaschen selten	2017	49%	18-29 Jahre	32%	
	2013	44%		30-44 Jahre	53%
	2008	28%		45-59 Jahre	45%
	2004	36%		60-74 Jahre	46%

### Messe, Ausstellung

alles oder grösstenteils	2017	7%	18-29 Jahre	5%	
	2013	4%		30-44 Jahre	8%
	2008	5%		45-59 Jahre	9%
	2004	4%		60-74 Jahre	5%

### Messe, Ausstellung

die Hälfte	2017	4%	18-29 Jahre	4%	
	2013	4%		30-44 Jahre	4%
	2008	3%		45-59 Jahre	4%
	2004	3%		60-74 Jahre	5%

einige Flaschen selten	2017	29%	18-29 Jahre	22%	
	2013	32%		30-44 Jahre	37%
	2008	25%		45-59 Jahre	26%
	2004	23%		60-74 Jahre	29%

### Weinclub, Degustation

alles oder grösstenteils	2017	4%	18-29 Jahre	3%	
	2013	3%		30-44 Jahre	3%
	2008	2%		45-59 Jahre	5%
	2004	3%		60-74 Jahre	4%

die Hälfte	2017	4%	18-29 Jahre	9%	
	2013	2%		30-44 Jahre	2%
	2008	1%		45-59 Jahre	3%
	2004	1%		60-74 Jahre	7%

einige Flaschen selten	2017	19%	18-29 Jahre	11%	
	2013	18%		30-44 Jahre	24%
	2008	15%		45-59 Jahre	20%
	2004	20%		60-74 Jahre	17%

### Versandhandel

alles oder grösstenteils	2017	4%	18-29 Jahre	5%	
	2013	3%		30-44 Jahre	3%
	2008	3%		45-59 Jahre	7%
	2004	3%		60-74 Jahre	2%

die Hälfte	2017	1%	18-29 Jahre	0%	
	2013	2%		30-44 Jahre	6%
	2008	1%		45-59 Jahre	1%
	2004	1%		60-74 Jahre	1%

einige Flaschen selten	2017	7%	18-29 Jahre	0%	
	2013	11%		30-44 Jahre	0%
	2008	0%		45-59 Jahre	9%
	2004	8%		60-74 Jahre	9%

### Internet

alles oder grösstenteils	2017	5%	18-29 Jahre	8%	
	2013	2%		30-44 Jahre	5%
	2008	2%		45-59 Jahre	5%
	2004	0%		60-74 Jahre	2%

die Hälfte	2017	1%	18-29 Jahre	8%	
	2013	2%		30-44 Jahre	2%
	2008	0%		45-59 Jahre	2%
	2004	0%		60-74 Jahre	1%

einige Flaschen selten	2017	11%	18-29 Jahre	0%	
	2013	7%		30-44 Jahre	20%
	2008	0%		45-59 Jahre	10%
	2004	4%		60-74 Jahre	5%

**KAUFEN SCHWEIZER WEIN IM INTERNET?**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



<b>ja, häufig</b>	18-29 Jahre	3%
	30-44 Jahre	2%
	45-59 Jahre	3%
	60-74 Jahre	3%

<b>ja, ab und zu</b>	18-29 Jahre	10%
	30-44 Jahre	15%
	45-59 Jahre	10%
	60-74 Jahre	5%

<b>bisher nur einmal</b>	18-29 Jahre	3%
	30-44 Jahre	4%
	45-59 Jahre	4%
	60-74 Jahre	4%

<b>nie</b>	18-29 Jahre	84%
	30-44 Jahre	79%
	45-59 Jahre	83%
	60-74 Jahre	88%

<b>ja, häufig</b>	Westschweiz	2%
	Deutschschweiz	3%
	Tessin	1%

<b>ja, ab und zu</b>	Westschweiz	11%
	Deutschschweiz	11%
	Tessin	1%

<b>bisher nur einmal</b>	Westschweiz	3%
	Deutschschweiz	3%
	Tessin	6%

<b>nie</b>	Westschweiz	84%
	Deutschschweiz	83%
	Tessin	92%

**WELCHE GRÜNDE GEGEN EINEN WEINEINKAUF IM INTERNET SPRECHEN**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



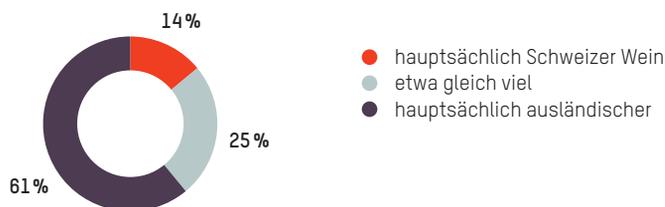
möchte Wein vor Kauf degustieren	27%
kein Vertrauen	14%
kompliziert	11%
zu grosses Angebot, unübersichtlich	10%
Bevorzugung und Unterstützung Geschäfte	8%
Bevorzugung und Unterstützung Produzenten	8%
zu wenig Produkteinformationen	7%
grundsätzlich kein Internetkauf	7%
keinen Grund, Bedarf	4%
wenig Benutzung Internet	3%
zu lange Lieferzeit	3%
benötige Ratschläge vor Kauf	2%
zu unpersönlich	2%
zu teuer	2%

**NACH WELCHEN INFORMATIONEN WEINKÄUFER IM INTERNET SUCHE**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



Weinproduzenten	12%
Traubensorten	12%
Preise	3%
Qualität/Beurteilung/Noten	3%
Veranstaltungen	3%

**WAS BEIM WEINEINKAUF IM INTERNET BESTELLT WIRD**  
ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



die Veranstaltung in der Westschweiz. 58 Prozent nutzen jährlich oder zweijährlich die Gelegenheit, im Tessin sind es 53 Prozent, in der Deutschschweiz 33 Prozent. 83 Prozent aller regelmässigen Konsumenten tätigten 2017 keine Internetkäufe. 3 Prozent gaben an, dies häufig zu tun, 10 Prozent ab und zu, 4 Prozent einmalig. In der Altersgruppe der 60- bis 74-Jährigen kaufen 88 Prozent nie Wein übers Internet. Bei den 18- bis 29-Jährigen sind es 84 Prozent, bei den 30- bis

44-Jährigen 79 Prozent. Die Deutsch- und die Westschweiz weisen ein ähnliches Verhalten auf, die Tessiner Bevölkerung benutzt diesen Kanal deutlich weniger. Das Fehlen der Verkostungsmöglichkeit ist der Hauptgrund für das Nichtberücksichtigen des Internets, 14 Prozent nennen das fehlende Vertrauen, 11 Prozent den komplizierten Vorgang, 10 Prozent die Angebotsfülle und ihre Unübersichtlichkeit, und 8 Prozent unterstützen lieber Geschäfte und Produzenten. Hauptgründe für den

Internetkauf sind das Profitieren von Aktionen (22%), Wegersparnis (22%), Schnelligkeit (18%). 61 Prozent der Internetkäufer bestellen hauptsächlich ausländischen Wein, 14 Prozent vor allem Schweizer Wein und 25 Prozent geben an, von beiden etwa gleich viel zu erwerben. 70 Prozent aller regelmässigen Weinkäufer suchen keine Informationen zum Thema Wein im Internet. Die ändern 30 Prozent interessieren sich hauptsächlich für Angaben zu Weinproduzenten und Traubensorten. Drei

Elemente werden von 40 Prozent der Konsumenten bei der Internetseite eines Weinproduzenten für nötig befunden: Informationen über Traubensorten, Alterungspotenzial der Weine, Produktionsmethoden. Ein weiterer Themenkreis der Umfrage drehte sich um Preis und Image von Schweizer Wein im Vergleich zu ausländischem. Die Preise für Schweizer Weine werden von 9 Prozent aller Befragten als übertrieben teuer eingestuft. 35 Prozent bezeichnen sie als ein bisschen

teuer. Die Hälfte stuft die Preise als angemessen ein.

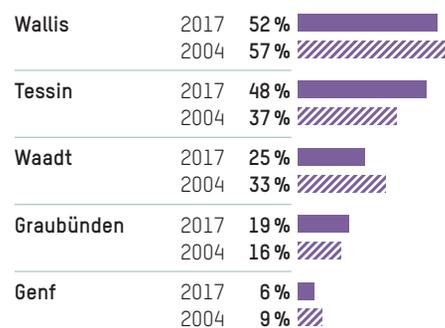
Die regelmässigen Konsumenten hatten auch folgende Behauptung zu kommentieren: Ausländischer Wein ist qualitativ besser als inländischer. 4 Prozent sind damit völlig einverstanden (2004: 6%). 10 Prozent sind damit eher einverstanden (2004: 10%), 37 Prozent sind mit dieser Aussage nicht wirklich einverstanden (2004: 36%) und 46 Prozent sind gar nicht einverstanden (2004: 41%). Bei gleich teuren Produkten ziehen 36 Prozent Schweizer Wein vor (2004: 43%), 22 Prozent ausländischen Wein (2004: 21%). Gegenüber französischem und italienischem Rotwein wird Schweizer Rotwein von 14 Prozent aller Befragten als sehr viel teurer eingestuft (2013: 10%). 38 Prozent finden, Schweizer Rotwein sei gegenüber französischem ein bisschen teurer, im Vergleich zu italienischem Rotwein teilen diese Einstufung 45 Prozent. Gegenüber spanischem Rotwein stufen 18 Prozent der Befragten den einheimischen Roten als sehr viel teurer ein (2013: 18%), 44 Prozent als ein bisschen teurer (2013: 36%). 20 Prozent stufen Rotwein aus Übersee gegenüber Schweizer Rotwein als sehr viel teurer ein (2013: 18%), 29 Prozent als ein bisschen teurer (2013: 37%). Werden teurere Rotweine miteinander verglichen, so stufen rund 15 Prozent der Befragten Schweizer Rote als sehr viel teurer ein als französische, italienische und spanische Weine, gegenüber französischen Gewächsen wird Einheimisches von 29 Prozent als ein bisschen teurer eingestuft (Italien: 30%, Spanien 37%).

9 Prozent stufen Schweizer Weisswein im Vergleich zu französischem Weisswein als sehr viel teurer ein (2013: 10%), 41 Prozent als ein bisschen teurer (2013: 38%). Gegenüber italienischem Weisswein bezeichnen 12 Prozent der Befragten Schweizer Weisse als sehr viel teurer (2013: 13%), 45 Prozent als ein bisschen teurer (2013: 46%). Im Vergleich zu spanischem Weisswein stufen 15 Prozent den einheimischen als sehr viel teurer ein (2013: 12%), 47 Prozent als ein bisschen teurer (2013: 44%). Schweizer Weisswein wird gegenüber Weisswein aus Übersee von 17 Pro-

## WIE WEINKONSUMENTEN DIE PREISE FÜR SCHWEIZER WEIN EMPFINDEN ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



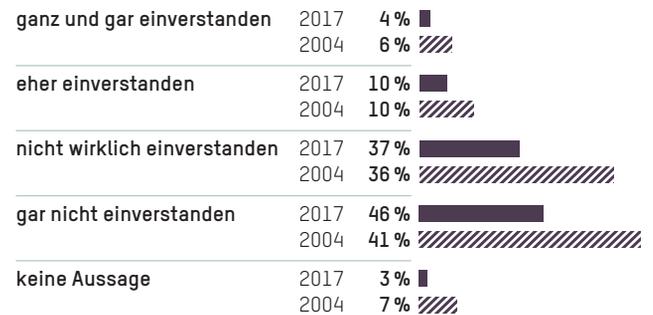
## IN WELCHEM KANTON WERDEN DIE BESTEN ROTWEINE GEKELTERT? ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



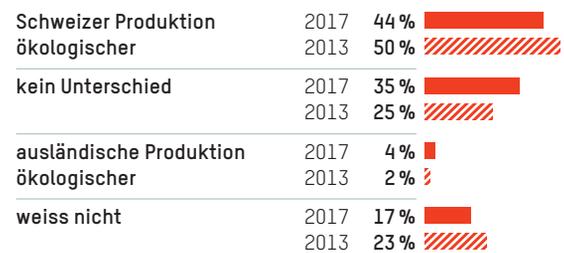
zent als sehr viel teurer eingestuft (2013: 19%), 34 Prozent schätzen ihn als ein bisschen teurer ein (2013: 31%). 52 Prozent aller Konsumenten sind der Ansicht, dass man auch Schweizer Weine trinken müsse, um die Rebberge als Teil der Landschaft zu schützen. Situativ entscheiden 42 Prozent (2004: 36%). Auf die Frage, ob Schweizer Winzer ökologischer oder weniger ökologisch arbeiten als ihre ausländischen Kollegen, antworteten Weinkäufer wie folgt: 44 Prozent schätzen die ein-

heimische Produktion ökologischer ein (2013: 50%), 4 Prozent die ausländische Produktion (2013: 2%), 35 Prozent machen keinen Unterschied (2013: 25%). Auf die Frage, welcher Kanton die besten Rotweine produziert, nennen 52 Prozent das Wallis (2004: 57%), 48 Prozent das Tessin (2004: 37%), 25 Prozent die Waadt (2004: 33%) und 19 Prozent Graubünden (2004: 16%). Genf folgt mit 6 Prozent (2004: 9%). Bei den Weissweinen führt mit 49 Prozent ebenfalls das

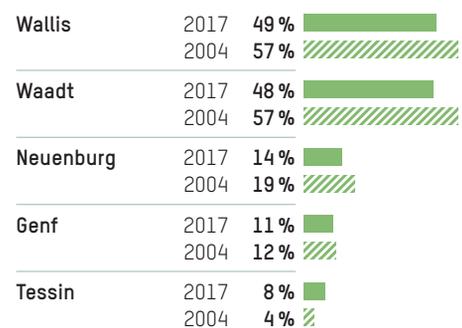
## SIND AUSLÄNDISCHE WEINE BESSER ALS SCHWEIZER WEINE? ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



## PRODUZIEREN SCHWEIZER WINZER ÖKOLOGISCHER ALS AUSLÄNDISCHE? ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



## IN WELCHEM KANTON WERDEN DIE BESTEN WEISSWEINE GEKELTERT? ANTWORTEN IN PROZENT (2017)



Wallis (2004: 57%). Es folgen die Waadt mit 48 Prozent (2004: 57%), Neuenburg mit 14 Prozent (2004: 19%), Genf mit 11 Prozent (2004: 12%) und das Tessin mit 8 Prozent (2004: 4%). Werden Schweizer Weine gut beworben und präsentiert? Ja, sehr gut, sagen 16 Prozent der Befragten (2013: 13%). Ziemlich gut, meinen 28 Prozent (2013: 25%). Ein Drittel hingegen findet: nicht wirklich und 9 Prozent sind gar nicht einverstanden (2013: 17%).