



## Die Discounter erobern den Weinhandel

### Weinimporte Die Detailhändler Aldi, Lidl und Otto's haben in den letzten fünf Jahren stark zugelegt



Mit hohen Rabatten locken die Detailhändler die Weinkonsumenten in die Läden.



Hauptausgabe

Aargauer Zeitung  
5001 Aarau  
058/ 200 58 58  
https://www.aargauerzeitung.ch/

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 70'451  
Erscheinungsweise: 5x wöchentlich



Seite: 9  
Fläche: 69'197 mm²



Auftrag: 1056513 Referenz: 68763136  
Themen-Nr.: 721.028 Ausschnitt Seite: 2/2

## VON THOMAS MÜLLER

Die neusten Zahlen des Bundesamts für Landwirtschaft zu den Weinimporten im Jahr 2017 lassen aufhorchen. Die Discounter haben den Weinmarkt in den vergangenen fünf Jahren gehörig aufgemischt. Aldi legte mengenmässig um 63 Prozent zu, Lidl um 70 Prozent, sie liegen nun auf Rang 5 und 6 (siehe Tabelle Top 10 im Fünfjahresvergleich). Otto's liegt zwar weiter zurück, hat aber seine Importe um beachtliche 420 Prozent auf 1,1 Millionen Liter gesteigert und sich damit auf Rang 21 vorgearbeitet.

Bloss: In der Schweiz wird immer weniger Wein getrunken. Im Schnitt waren es zuletzt noch 40 Flaschen pro Jahr - zwei weniger als im Vorjahr. Dennoch behaupten sich die beiden grössten Detailhändler unangefochten an der Spitze: Die Migros ist mit ihrer Tochter Denner ein traditionell starker Player. Und Coop versucht, mit dem Kauf von spezialisierten kleineren Weinhäusern wie zuletzt Zanini im Tessin, Riegger in Birrhard oder der Casa del Vino in Zürich, in Segmenten mit höheren Preisen Fuss zu fassen. Dort aber verteidigen Mövenpick und andere etablierte Weinhändler das Terrain vehement. Damit geraten die Weinfachgeschäfte zunehmend unter Druck.

### Keine echten Rabatte

Eine Folge des Verdrängungskampfs ist für Konsumenten regelmässig sichtbar. Das sind die Rabattschlachten, vergangene Woche zum Beispiel 20 Prozent bei Denner und bei Coop. Mövenpick lockt mit dem «Spring Sale» und Rabatten von 13 bis 41 Prozent. Beim unabhängigen kleinen Importeur Cavinio in Stäfa schüttelt Felix Woodtli den Kopf, nicht zuletzt auch über die Naivität mancher Kunden, die sich echte Schnäppchen erhoffen. Solche Rabatte würden natürlich vorher auf die Preise

geschlagen, um im Kampf um die Marktanteile zu überleben, sagt er. Bezahlt werde die Rabattschlacht auch durch ausgepresste Produzenten. Er ist überzeugt, dass die Weinvielfalt und -qualität darunter leiden. Woodtli kann auf eine treue Stammkundschaft zählen, die auch Unkonventionelles mag, etwa sein ab 2006 aufgebautes zweites Standbein, die Edition Chateaux-Carton. Das sind hochwertige Weine im Bag-in-Box, «gewöhnungsbedürftig», wie er einräumt.

Andere sehen die Sache genau umgekehrt. Sie versuchen, mit der Kraft von Marken im härteren Umfeld zu bestehen. Bataillard aus Rothenburg, der drittgrösste Importeur, ist von diesem Weg überzeugt. «Wir gehen davon aus, dass sich der Weinkonsum mengenmässig weiter rückläufig entwickeln wird. Wir setzen deshalb seit ein paar Jahren vermehrt auf den Aufbau von qualitativ hochwertigen Marken», beschreibt Geschäftsleiter Stefan Keller die auf Wachstum ausgerichtete Strategie. Er verkauft nicht direkt an Endkunden, sondern beliefert den Gastrogrosshandel, den Detailhandel oder Fachgeschäfte. Dazu werden falls erwünscht gleich auch die nötigen Dienstleistungspakete geliefert bis hin zum Jahresprogramm mit strategisch eingesetzten Rabatten. Das gilt auch bei den Schweizer Weinen, wo Keller eine «steigende Nachfrage» feststellt. Die hiesigen Provenienzen kamen bei der letzten Erhebung des Bundesamts für Landwirtschaft auf einen Anteil von 36 Prozent am landesweiten Konsum.

### Schwander setzt auf Unbekannte

Markenweine seien für Grossverteiler und Outlets wichtig, sagt Philipp Schwander, «die Marke ersetzt dort die Beratung». Markenweine preiswert einzukaufen, erfordere keine besondere Weinkompetenz, so Schwander, der 1996 als erster Schweizer die Prüfung

## Top 10 im Vergleich

	Importeure (Rot- und Weisswein)	Import 2017 (Mio. Liter)	Ver. in % vs. 2012
1.	Coop-Gruppe, Basel	36,1	+6
2.	Denner, Zürich	30,4	-7
3.	Bataillard, Rothenburg	9,7	+9
4.	Caves Garnier (Fenaco), Münchenbuchsee	5,8	-12
5.	Lidl Schweiz, Weinfelden	5,4	+70
6.	Aldi Suisse, Schwarzenbach	5,2	+63
7.	Weinkellereien Aarau	2,7	+22
8.	Mövenpick, Vinzel	2,1	+13
9.	Scherer+Bühler, Meggen	2	-27
10.	Vini Bée, Stabio	2	-36
	<b>Total aller Importe</b>	<b>158,5</b>	<b>-2</b>

für den Master of Wine bestand. 2003 lancierte er seine Selection Schwander. Das Konzept - wenige ausgewählte Weine von unbekanntem Winzern, doch mit hoher Qualität - verhalf dem Unternehmen zum Erfolg, das mittlerweile zu den 30 grössten Importeuren gehört. «Als Weinspezialist erwartet man von mir die Entdeckung noch unbekannter Trouvaillen mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis», so Schwander.

Er findet auf seinen Reisen durch europäische Weingebiete, die ihn zuweilen bis nach Bulgarien, Slowenien oder Ungarn führen, immer wieder überraschende Tropfen, die auch seiner Kundschaft munden. Weine von unbekanntem Winzern müssten viel preiswerter sein, da sie kein Prestige hätten, sagt Schwander. «Ein fachkundiger Weinhändler kann hier für den Weinfreund viel Geld sparen.» Darin liegt eine Chance, im von den Discountern aufgemischtem Markt zu bestehen.