



# 150 Jahre Branchenverband Aargauer Wein – Rück- und Ausblick



*Der Vorstand: (v.l.) Urs Podzorski (Weinbaukommissär), Michael Wetzel, Markus Fuchs, Sibylle Büchli, Roland Michel (Präsident), Urs Gasser, Pascal Furer (Geschäftsführer).*

Der Branchenverband Aargauer Wein feierte 2017 sein 150-jähriges Bestehen. Ziel des Verbands war damals wie heute, die Interessen des aargauischen Weinbaus nach aussen zu vertreten sowie die Qualität des Weines auf hohem Niveau zu halten. Dabei blickt der Aargauer Weinbau auf eine viel längere Tradition zurück als «nur» die letzten 150 Jahre.

Die Anfänge des Aargauer Weinbaus liegen in der Römerzeit. Die Rebflächen wurden in der Neuzeit laufend ausgedehnt und erreichten 1881 mit 2681 ha einen Höchststand. In dieser florierenden Zeit wurde 1867 die «Aargauische Weinbaugesellschaft» als Verband mit über 500 Mitgliedern gegründet. Die Situation verschlimmerte sich für die Weinbauern in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts jedoch in-

nerter kurzer Zeit durch Schädlinge und Krankheiten, dadurch bedingte wirtschaftliche Misserfolge sowie Konkurrenz durch importierte Weine. Ab Anfang des 20. Jahrhunderts erfolgte der Wiederaufbau.

## **Branchenverband Aargauer Wein**

Heute sind im Verband rund 600 Winzerinnen und Winzer sowie weitere Akteure wie Weinbaugenossenschaften und der Weinhandel zusammengeschlossen. Im Vordergrund der Verbandsarbeit stehen die Vertretung und Bündelung der Interessen seiner Mitglieder, die Förderung des Ansehens der Branche und des Produkts sowie die Positionierung gegenüber der Öffentlichkeit, den Medien sowie anderen Verbänden. Mit einer Rebfläche von knapp 400 ha ist der Aargau heute hinter den Kantonen Zürich, Schaffhausen und Graubünden der viertgrösste Deutschschweizer Weinbaukanton. Zwei Hauptsorten werden im Kanton



angebaut: der Blauburgunder und der Riesling-Sylvaner.

### Digitalisierung in der Weinbranche

In der Weinbranche ist die digitale Entwicklung in vollem Gange, sei dies im Weinberg, im Keller oder im Vertrieb. Auch im Aargau sind viele Winzer dabei, digital zu «experimentieren», z.B. durch Investitionen in E-Commerce oder Social-Media-Marketing. Zu den digitalen Anwendungen, die bereits heute vielfach genutzt werden, zählen u. a. Online-Werbung, Social-Media-Marketing (Facebook, YouTube, Instagram usw.), E-Commerce (eigener Online-Shop) sowie Customer-Relationship-Management-Systeme. Wichtig ist dabei, dass nicht einzelne Kundenberührungspunkte optimiert, sondern Kommunikations- und Vertriebskanäle vernetzt werden mit dem Ziel, für den Kunden einfach erreichbar zu sein und ihm ein individuelles Kundenerlebnis zu bieten. Der Kunde und der Dialog mit dem Kunden müssen im Zentrum der Digitalisierung stehen.

Für ein gutes Image und eine hohe Qualität der Aargauer Weine wurde in den letzten Jahren viel unternommen. Die Qualitätsmarke «Aargauer Wein» gemeinsam zu fördern und zu positionieren – das ist der wichtigste Auftrag an und für den Branchenverband und seine Mitglieder.

Das gilt auch im Zeitalter der Digitalisierung. Der Genuss von gutem Wein ist dabei die Wiederkehr des Analogem im Digitalen. Oder anders ausgedrückt: Digitale Prozesse erlangen erst Bedeutung, wenn der Mensch sie analog interpretiert. Dies gilt für Wein in ausgesprochenem Masse.

MARKUS FUCHS  
 LEITER MARKETING  
 BRANCHENVERBAND AARGAUER WEIN