

Weine und Trends

Diskussion dreier Weinhändler an einer Blindverkostung

Wie gewinnt man junge Menschen als Weintrinker? Was tun gegen den genussfeindlichen Zeitgeist? Und was ist der perfekte Tropfen zum Döner?

Marc Kowalsky

Im stimmungsvollen Kellergewölbe könnte das Setting nicht passender sein: Hunderte Weinflaschen auf den Regalen an den Wänden, Holzfässer als Dekoration, die Gläser in Reih und Glied aufgestellt, im grossen Flaschenkühler liegen bereits wohltemperiert die Apéroweine, gleich werden die Fleischplättli kommen.

Hier im Keller des Zürcher Restaurants Carlton also treffen sich drei Weinhändler von Rang und Namen, um das zu tun, was sie am liebsten tun, nämlich Weine zu verkostigen (in diesem Falle blind), aber vor allem, um zu diskutieren. Denn es könnte besser aussehen für die Gilde der Schweizer Weinhändler: «Als ich meine Firma 2003 gegründet habe, lag der Pro-Kopf-Konsum bei 47 Litern, jetzt ist er bei 24 Litern. Gleichzeitig hat sich die Anzahl der Weinhändler hierzulande verdoppelt», stellt Philipp Schwander fest. Der 60-jährige St. Galler war 1996 der erste Schweizer, der den äusserst raren Titel «Master of Wine» erlangt hatte. Mit seiner Selection Schwander hat er sich auf europäische Weine spezialisiert und schafft es – allen widrigen Umständen zum Trotz – jedes Jahr, die Zahl seiner Kunden zu erhöhen.

Der Gastgeber

Markus Segmüller führt das Carlton. Anne Gabriel-Juergens

Markus Segmüller führt das Carlton. Anne Gabriel-Juergens

Wohl kaum ein Restaurant in Zürich steht so für Weingenuss wie das Carlton Restaurant & Bar an der Bahnhofstrasse. Der gemütliche Weinkeller ist mit über 1000 verschiedenen Tropfen gefüllt. Die Küche – neu interpretierte Klassiker aus aller Welt – ist mit 15 «GaultMillau»-Punkten bewertet. Geführt wird das «Carlton» von Markus und Daniela Segmüller; er wurde 2006 als Sommelier des Jahres ausgezeichnet. Das Paar betreibt acht weitere Boutique-Restaurants in und um Zürich.

«Der Alkoholkonsum sinkt generell, und Corona hat diesen Prozess beschleunigt: Uns fehlen die 22- bis 25-Jährigen. Die haben drei Jahre unter starken Einschränkungen gelebt und eine wichtige Phase der Sozialisierung verpasst», sagt Nikolas von Haugwitz. «Viele haben nie gelernt, in geselligen Runden gemeinsam zu trinken. Deshalb verzichten sie heute ganz auf Alkohol.» Von Haugwitz (57) ist seit letztem Jahr CEO von Mövenpick Wein, dem grössten Schweizer Weinhändler nach den Grossverteilern Coop, Denner, Aldi und Lidl. «Die Tisch- und damit die Trinkkultur ist in Zeiten der Single-Haushalte verloren gegangen», sagt Ursula Beutler. «Wahrscheinlich ist unsere Herausforderung: Wie können wir den Wein einerseits sexy machen und andererseits verständlich, sodass junge Leute Zugang finden? Ich meine, wer versteht noch das Burgund?», fragt die Präsidentin der Vereinigung Schweizer Weinhandel (VSW) und gleichzeitig Leiterin der Kellerei GVS in Schaffhausen.

Passende Tropfen fürs Menü

Schwierige Fragen also, die nicht auf nüchternen Magen geklärt werden sollten. Ein Vier-Gang-Menü serviert das «Carlton» nach

dem Apéro. Die einzelnen Gänge waren den drei Teilnehmern vorher bekannt. Ihre Aufgabe: jeweils einen passenden Tropfen mitzubringen, und zwar in vier Kategorien. Erstens einen Apérowein, der kein Schaumwein sein durfte. Zweitens einen roten Alltagswein unter 20 Franken. Drittens einen Merlot unter 50 Franken. Und viertens einen besonders edlen Tropfen über 50 Franken ohne Restsüsse und nicht alkoholverstärkt – also keinen Porto, Sherry oder Ähnliches. Und natürlich stachelt das den Ehrgeiz an: Jeder der drei wollte zeigen, was er oder sie Tolles im Sortiment hat.

Für die Blindverkostung wurden die Weine abgedeckt und wenn nötig dekantiert. Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

Für die Blindverkostung wurden die Weine abgedeckt und wenn nötig dekantiert. Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

Beim geschmorten Ochschwanz mit Belper Knolle ist man wieder beim Thema: Wie führt man den Nachwuchs an den Weingenuss heran? Beutlers Lösungsansatz, den sie in Schaffhausen praktiziert: Party machen. Einmal im Monat legt ein DJ auf, «Vino Vibes» nennt sich die Sause und zieht viele 20- bis 30-Jährige an. Auch Seminare oder Workshops in den Weinbergen mit den Winzern kommen bei der jungen Zielgruppe an, hat Beutler festgestellt: «Ihnen ist wichtig, dass sie verstehen, was man macht, dass es authentisch ist, dass es echte Menschen dahinter hat und dass es nachhaltig ist.»

Zu uncool für Junge

«Wir vermarkten unsere Produkte für die jungen Menschen viel zu uncool», betont der Mövenpick-Chef: «Vielleicht müssen wir das anders ausdrücken und fragen, hey, welchen Wein trinkt man zu einem Döner?» Schnell ist man sich einig: Ein Rotwein mit Restsüsse ist am ehesten in der Lage, gegen den Geschmackswirrwarr des Kebabs anzukommen – am besten ein Primitivo. Obwohl diese Traubensorte wegen der Restsüsse und des hohen Alkoholgehalts bei Connaissseurs verpönt ist, lange Zeit als Massenwein galt.

«Man kann von Primitivo halten, was man will, aber ich glaube, man muss die Kunden und besonders die jungen Kunden da abholen, wo sie sind», so Haugwitz. Beutler ist überzeugt: «Mehr Lifestyle würde helfen! Champagner, Prosecco und Schaumweine haben es vorgemacht, die schaffen es ja auch.» Ebenfalls als Problem wird ausgemacht, dass es keine grossen Weinkonzerne gibt, die globale Marken aufbauen und internationale Kampagnen reiten können, um junge Konsumenten zu gewinnen. Im Bier- und Spirituosenmarkt ist das anders.

«Mehr Lifestyle würde helfen! Champagner, Prosecco und andere Schaumweine schaffen es ja auch», ist Ursula Beutler überzeugt. Sie präsidiert die Vereinigung Schweizer Weinhandel (VSW). Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

«Mehr Lifestyle würde helfen! Champagner, Prosecco und andere Schaumweine schaffen es ja auch», ist Ursula Beutler überzeugt. Sie präsidiert die Vereinigung Schweizer Weinhandel (VSW). Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

Was allerdings auch die grossen Konzerne nicht schaffen: gegen den Zeitgeist anzugehen. Und der ist schon seit Längerem, nun ja, nennen wir es herausfordernd. «Heute wirst du schief

angeschaut, wenn du in Zürich auch nur ein Glas Wein bestellst. Da haben alle ihre unsäglichen Mineralwasserflaschen vor sich und fühlen sich wahnsinnig toll, weil sie so sportlich und dynamisch sind», so Schwander. «Bis ins Jahr 2000 war Alkohol gesellschaftlich akzeptiert, vielleicht sogar bis 2010», konstatiert von Haugwitz beim offenen Raviolo mit Röstzwiebel: «Dann begann ein schleichender Wandel.»

Genuss mit Haltung

Ab 2016 legten erste Studien schädliche gesundheitliche Folgen des Weinkonsums nahe – ein Thema, das besonders Schwander erregt: «Wir können beweisen, dass Alkohol in moderaten Mengen sogar positive Effekte hat!», sagt er: «Kürzlich ist der älteste Deutsche mit 110 Jahren verstorben – dummerweise war er Winzer!» Frühere negative Studien seien längst widerlegt, aber Wein würde heute in die gleiche Ecke gedrängt wie Zigaretten – auch weil in verschiedenen Organisationen jene Beamte, die für das Anti-Raucher-Programm zuständig waren, nun neue Betätigungsfelder suchten. Bundesrätin Elisabeth Baume-Schneider wettete im Nationalrat ebenfalls gegen den Trinkgenuss selbst in moderaten Mengen.

Das Bundesamt für Gesundheit (BAG) wollte Ende letzten Jahres eine WHO-Richtlinie ungeprüft übernehmen, wonach es keine gesundheitlich unbedenkliche Alkoholmenge gebe. Schwander organisierte mit Ständerat Benedikt Würth den Widerstand: Mit Gleichgesinnten, etwa dem GastroSuisse-Präsidenten Beat Imhof oder Nationalrat Nicolò Paganini, gründeten sie die Vereinigung «Gaudium Suisse – Genuss mit Haltung». Sie organisierten Auftritte, eine Medienkampagne, den «Alkohol-Aufstand im Bundeshaus», wie der «Blick» titelte. Mit Erfolg: Der Ständerat schmetterte das BAG-Anliegen ab. «Im BAG haben einige vor Wut in die Tischkante gebissen», so Schwander. «Die negieren ganz bewusst die neuesten Forschungsergebnisse, weil sie abseits ihrer Ideologie liegen. Das BAG müsste eigentlich in Bundesamt für Inquisition und Dogma umgetauft werden!»

«Es sind häufig Ideologen dahinter, die ihre Zeit gekommen sehen, um jeglichen Alkohol, jegliches Vergnügen zu eliminieren», hält Nikolas von Haugwitz fest. Er ist CEO von Mövenpick Wein. Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

«Es sind häufig Ideologen dahinter, die ihre Zeit gekommen sehen, um jeglichen Alkohol, jegliches Vergnügen zu eliminieren», hält Nikolas von Haugwitz fest. Er ist CEO von Mövenpick Wein. Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

Auch die Medien erregen seinen Furor: «Was gerade die SRG in der Sendung «Puls» über Alkohol erzählte, ist nur noch peinlich. Gott sei Dank hat sie die Ombudsstelle jetzt zu Recht gerügt.» Auch zwei Beschwerden beim Presserat zu besonders fehlerhaften Alkoholartikeln zettelte er an. «Ich glaube auch, es sind häufig Ideologen dahinter, die ihre Zeit gekommen sehen, um wirklich jeglichen Alkohol, jegliches Vergnügen zu eliminieren», unterstützt von Haugwitz. «In den Medien hörst du permanent, was fünf Prozent der woken Idealisten sagen», echauffiert sich Schwander beim Hauptgang, einem Kalbskotelett mit Grillgemüse und Polenta. Es folgt eine Kaskade von Empfehlungen, was man mit solchen Leuten tun sollte. Wir breiten den Mantel des barmherzigen Schweigens darüber. Nur so viel: Auch der Zwangskonsum des schwer verkäuflichen Chasselas Romand kommt vor.

Mövenpick-Chef von Haugwitz sieht das Problem weiter oben gelagert: «Wir lassen uns als Gesellschaft inzwischen von Minderheiten dirigieren. Die müssen zu Wort kommen, klar. Aber man muss ihnen auch deutlich sagen: Ihr seid eine Minderheit.» Wie man es auch machen kann, zeigt Ursula Beutler. Sie hat mit dem VSW eine Kampagne lanciert: «Wein ist Kultur», «Wein ist

Herzblut», «Wein ist Liebe» etc. Ihr Ziel: «Für uns ist es wichtig, das Positive vom Wein zu konnotieren.»

Derweil zeigt ein kurzer Blick auf den Zwischenstand der Blindverkostung: Beim Apéro- und beim Alltagswein erfreuen sich die Flaschen der Selection Schwander der grössten Beliebtheit, jeweils knapp vor den Tropfen des Mövenpick-Kellers.

Philipp Schwander von Selection Schwander: «Naturweine sind wie Gender-toiletten für das dritte Geschlecht – die braucht kein Mensch!» Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

Philipp Schwander von Selection Schwander: «Naturweine sind wie Gender-toiletten für das dritte Geschlecht – die braucht kein Mensch!» Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

Emotional wird es auch beim Thema Naturwein – also jene Tropfen, die mit möglichst wenigen Eingriffen in die natürlichen Prozesse hergestellt werden. In Zeiten der Nachhaltigkeit eigentlich eine naheliegende Idee. «Ich habe wirklich schon gute Sachen degustiert, und es sind vor allem die Jungen, die sehr daran interessiert sind», so Beutler. Das Problem: Der Begriff ist nicht geschützt. «Naturwein ist für viele Winzer die Entschuldigung, ihr Unvermögen zu kaschieren und zu sagen: Hey, ich habe hier was ganz Tolles geschaffen!», hat von Haugwitz festgestellt: «Dabei ist es einfach schlechte Handwerkskunst.» Schwander erinnert sich an Weinproben am Tank, wo der neue Jahrgang in die Hose gegangen ist. «Da hat der Winzer gesagt: Kein Problem, das können wir immer noch als Naturwein verkaufen.» Sein Fazit: «Naturweine sind wie Gendertoiletten für das dritte Geschlecht – die braucht kein Mensch!» Am Tisch ist man sich einig: Die Kategorie als Phänomen wird bleiben, aber auf dem Markt nicht relevant werden.

Auch bei der Blindverkostung kristallisiert sich inzwischen ein klares Bild heraus: Bei den besonders edlen Tropfen über 50 Franken findet erneut der Schwander-Wein am meisten Zuspruch. In der Kategorie Merlot bis 50 Franken durchbricht Mövenpick die Dominanz. Doch die Ergebnisse liegen dicht beieinander.

Gretchenfrage

Es bleibt die Gretchenfrage: Würden die drei ihren Kindern oder Enkeln noch empfehlen, Weinhändler zu werden? Man ist sich einig: eher nicht. Von Haugwitz bringt es auf den Punkt: «Wenn man an einem Naturprodukt Gefallen findet, an gutem Essen und an kultivierten Menschen, dann ist das einer der besten Jobs, die man haben kann. Auch wenn wir um jeden Rappen kämpfen und man im Handel ohnehin nicht reich wird: Ich bin jeden Morgen heilfroh über das, was ich tue.»

Ein interessanter Abend also, an dem die Probleme der Branche nicht aus der Welt geschafft, aber doch viele Lösungsansätze diskutiert wurden. Und der nebenher höchst vergnüglich war. Oder wie es Schwander zu später Stunde ausdrückt: «Meine lieben Freunde, stellt euch einmal vor, wir hätten die ganze Zeit nur Grüntee getrunken. Wie wäre der Abend wohl herausgekommen? Er wäre dröge gewesen, wir wären alle schon längst gegangen!»

Die verkosteten Weine:

Apérowein

Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

1. Oskar Hager, Grüner Veltliner «Selection Schwander», Kamptal 2024, Fr. 12.80, 17,5 Punkte.

2. Weissburgunder Fuder 8, Van Volxem 2023, Fr. 22.– bei Mövenpick, 17 Punkte.

3. Räckedorn Riesling-Sylvaner Sélection, Schaffhausen AOC 2024, Fr. 16.50 bei GVS Weine, 15,5 Punkte.

Alltagswein unter 20 Franken

Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

1. Rioja Murua «PSW», Spezialabfüllung Selection Schwander 2019, Fr. 18.80, 15,5 Punkte.

2. «Le Orme» Barbera d'Asti DOCG, Michele Chiarlo 2023, Fr. 17.50 bei Mövenpick, 15 Punkte.

3. Goldsiegel Pinot Noir Spätlese Eisenhalde Siblingen, Schaffhausen AOC 2022, Fr. 19.80 bei GVS Weine, 14 Punkte.

Merlot unter 50 Franken

Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

1. «Castelrotto» Merlot Riserva, Ticino DOC 2020, Tamborini, Fr. 42.– bei Mövenpick, 16 Punkte

2. Château du Cauze Cuvée «Sandra», St-Emilion Grand Cru 2023, Fr. 35.90 bei Selection Schwander, 15,5 Punkte.

2. Merlot Réserve, Schaffhausen AOC 2023, Fr. 24.60 bei GVS Weine, 15,5 Punkte.

Besonderer Wein über 50 Franken

Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

Anne Gabriel-Juergens für BILANZ

1. Podere Forte «Guardiavigna», Val d'Orcia 2010, Fr. 95.– bei Selection Schwander, 17,5 Punkte.

2. Marla Vi de vila Poboleda Priorat DOCa 2021, Fr. 59.90 bei GVS Weine, 17 Punkte.

2. «Fée aux Roses», St-Estèphe AOC, Château Phélan Ségur 2007, Fr. 159.– bei Mövenpick, 17 Punkte.

Drei ungleiche Player

Mövenpick Wein

1948 eröffnete der legendäre Ueli Prager das erste Mövenpick-Restaurant, 1962 in Zürich den ersten Weinkeller. Mit drei bis vier Millionen verkauften Flaschen pro Jahr ist Mövenpick Wein – inzwischen im Besitz der deutschen Milliardärsfamilie von Finck – heute der wichtigste Weinhändler der Schweiz nach den Grossverteilern Coop, Denner und Co. Mövenpick betreibt mit 240 Mitarbeitern in der Schweiz 30 Niederlassungen, wo sich über 3200 Weine aus der ganzen Welt finden. Auch in Deutschland und Liechtenstein ist die Firma aktiv.

Selection Schwander

1996 bestand Philipp Schwander (60) als erster Schweizer die äusserst anspruchsvolle Prüfung zum Master of Wine, 2003 gründete er seine eigene Weinhandlung Selection Schwander, die sich auf bezahlbare Tropfen aus Europa konzentriert. Heute verkaufen die rund 30 Mitarbeiter jährlich mehr als eine Million Flaschen, das Sortiment umfasst über 300 Positionen. Zahlreiche Weinbauern machen für Schwander Spezialabfüllungen nach seinen Vorstellungen, und er besitzt ein kleines, aber feines Weingut im Priorat.

GVS Weine

In Schaffhausen ist GVS Weine domiziliert. Die Firma produziert seit 1934 am Fusse des Munot Blauburgunder, Riesling-Sylvaner,

Rosé- und Schaumweine. Sie handelt auch mit rund 220 ausgewählten Weinen aus Italien und Spanien. Insgesamt gehen rund eine halbe Million Flaschen jährlich über die Theke, 85 Prozent davon aus der eigenen Produktion. Bei Veranstaltungen wie Vino Vibes, wo ein DJ auflegt, Seminaren und Workshops in den Weinbergen lassen sie sich auch verkosten. GVS beschäftigt insgesamt 35 Mitarbeiter.