

«Hauptargument für Schweizer Wein ist die Regionalität»



Catherine Röthlin, Mitglied der Geschäftsleitung von Rutishauser-DiVino, analysiert aktuelle Entwicklungen und das Konsumverhalten im Schweizer Weinmarkt

«Ein Hauptargument für den Schweizer Wein ist sicher die hohe regionale und lokale Verfügbarkeit»

Catherine Röthlin, Leiterin Marketing & Verkauf sowie Mitglied der Geschäftsleitung von Rutishauser-DiVino, beobachtet die Entwicklungen auf dem Schweizer Weinmarkt aus nächster Nähe. Im Interview spricht sie über neue Konsumgewohnheiten, die steigende Bedeutung von Geschichte und Herkunft eines Weins und darüber, warum die Schweiz als

Weinland so spannend ist.

Was für Weine verzeichnen momentan die grösste Nachfrage, was kommt bei den Konsumenten gut an? Welche Trends wirken sich auf den Schweizer Weinmarkt aus?

Wir sehen in unseren Absatzzahlen eine steigende Nachfrage nach Weinen aus der Deutschschweiz, was uns sehr freut, da wir eigene Rebstationen in Winterthur, Hallau und Malans betreiben.

Trends die sich weltweit auf den Weinkonsum auswirken sind das steigende Gesundheitsbewusstsein, sowie sich wandelnde soziale Gewohnheiten, was zu einem längerfristig rückläufigen Weinkonsum führt.

Hat sich die Zielgruppe für Wein in den letzten Jahren verändert?

Die Zielgruppe für Wein besteht nach wie vor mehrheitlich aus Genussmenschen, die sich auch für gutes Essen und Geselligkeit interessieren. Allerdings wird diese Gruppe aufgrund der eingangs beschriebenen Trends jedes Jahr kleiner.

Wie sprechen Sie verschiedene Zielgruppen an?

Unsere Zielgruppen erreichen wir über zahlreiche Events und Publikumsmessen. Als Beispiele sind hier Musikfestivals wie das ANTE in Winterthur, das Unique Moments in Zürich oder das Summerdays Festival in Arbon aber auch die OLMA zu nennen. Auch an Grossanlässen, wie dem Winterthurer Albani-Fest sind wir

selbstverständlich vertreten.

Wie ist die Positionierung Schweizer Weine im Vergleich zu ausländischen Weinen? Mit welchen Argumenten wird der Schweiz Wein verkauft?

Schweizer Weine, insbesondere Rotweine haben in den letzten 30 Jahren einen substanziellen Qualitätssprung gemacht. Dies hat einerseits mit der Marktöffnung aber auch mit grossen Fortschritten in der Aus- und Weiterbildung des Fachpersonals zu tun. Ebenfalls von Bedeutung sind sicher die technologischen Entwicklungen im Rebbau und in der Kellerei.

Entsprechend stehen Schweizer Weine heute der ausländischen Konkurrenz in nichts mehr nach. Das Produktionsland Schweiz schlägt sich allerdings auch beim Wein im generellen Preisniveau nieder.

Ein Hauptargument für den Schweizer Wein ist sicher die hohe regionale und lokale Verfügbarkeit. Lange Transportwege lassen sich so sehr einfach vermeiden. Die grosse Vielfalt an Sorten und Terroirs widerspiegelt den Charakter des Weinlands Schweiz sehr gut und bietet für jede Weinliebhaberin etwas.

Wie reagieren Kunden auf die Geschichte und Herkunft des Weins, ist dies ein wichtiger Aspekt geworden?

Das ist interessant, dass Sie diese Frage stellen: wir haben den Eindruck, dass immer mehr Weinkäufer sich von den Geschichten rund um den Wein inspirieren und zum Kauf anregen lassen. Nebst sogenannten Postkartenweinen, die Erinnerungen an schöne Ferienerlebnisse auslösen sollen, gehören natürlich auch

prominente Namen dazu. Wir haben neu Weine der Country-Legende Dolly Parton und auch der Hard-Rock-Band Judas Priest in unser online-Sortiment aufgenommen und bereits sehr positives Feedback von Kunden erhalten.

Wie wichtig ist die Beratung beim Weinkauf? Wie gross ist der Einfluss einer schönen Etikette?

Wein ist ein Gesamtkunstwerk: es muss einfach **alles** passen: die Beratung, der Kaufprozess, die Zustellung, die Verpackung und der Inhalt.

Ich denke, dass der Käufer sich beim Weinkauf auf die Qualität des Inhalts verlassen möchte. Anlässlich der Vielfalt im Weinregal ist es auch kein Wunder, wenn sich der Kunde überfordert fühlt. Da stehen doch in einem Supermarkt-Regal teilweise über 1000 Weine! Und da es vielfach nicht möglich ist (wie z.B. in der Parfumerie) den Wein vor dem Kauf zu degustieren, muss es andere «Entscheidungshilfen» geben, die dem Kunden Sicherheit vermitteln. Manchmal übernimmt diese Funktion ein Weinberater, vielleicht ist es der bekannte Name, und ab und zu ist es auch eine spezielle Etikette oder eine Medaille von einer Prämierung.

Möchtest du mehr wissen? Hier gehts weiter....



Familie
Richter

Schweizer Wein

Hat Schweizer Wein den Platz gefunden, den er verdient?

[Familie Richter - Hauptartikel](#)

20. 05. 2025

Hat Schweizer Wein den Platz gefunden, den er verdient?