

Zusammenfassung Diplomarbeit

Nicolas Neuhaus
Kandidaten-Nummer: 07001315

Baselland - Eine Wein-Region sucht ihre Identität

Motivation

Als Geschäftsleiter der Siebe Dupf Kellerei in Liestal, dem grössten Produzenten von Baselbieter Weinen und als Vorstandsmitglied des Weinproduzentenverbands Region Basel/Solothurn, setze ich mich seit Jahren mit dem hiesigen Weinbau und der Vermarktung deren Weine auseinander.

Trotz der tollen Qualität der regionalen Weine kämpfen die Produzenten mit Absatzschwierigkeiten und Imageproblemen. Dies motivierte mich, mich noch intensiver mit der Problematik auseinanderzusetzen und mögliche Lösungsansätze zu erarbeiten.

Ausgangslage

Mit dem Auftauchen des falschen Mehltaus und später der Reblaus nahm die Rebfläche im Kanton Baselland gegen Ende des 19. Jahrhunderts von knapp 700 Hektaren auf 48 Hektaren ab. Durch das Verschwinden der Rebfläche verlor der Weinbau in unserer Region seine Bedeutung und die produzierten Landweine hatten einen schlechten Ruf. Seit 1970 wird in der Region wieder vermehrt auf den Rebbau gesetzt und die Rebfläche hat inzwischen wieder knapp 115 Hektaren erreicht. Die angebotenen Weine präsentieren sich mit einer noch nie dagewesenen Qualität und auch die Vielfalt an Weinstilen hat zugenommen.

Leider ist das Baselbiet auch heute noch national oft nur bei Insidern bekannt und die regionalen Winzer kämpfen immer noch mit Image- und Absatzproblemen. Im Ausland wie auch in den grossen Weinanbaugebieten der Schweiz bilden die dort produzierten Weine einen wichtigen Bestandteil der Weinkarten der regionalen Gastronomie. Rund um die boomende Stadt Basel werden die lokalen Weine jedoch teilweise gar nicht oder nur in kleinem Umfang in den Weinkarten gelistet. Haben die hiesigen Weine ein Identitätsproblem?

Fragestellung & Zielsetzung

Diese Diplomarbeit soll die Region Basel-Landschaft näher vorstellen und mögliche Gründe für die mangelnde Akzeptanz der Baselbieter Weine mit Fokus auf die Gastronomie aufzeigen. Wo liegen die Bedürfnisse unserer Gastronomiepartner und welche Anpassungen sind notwendig, um in der für den Weinabsatz so wichtigen Branche besser Fuss zu fassen? Welche Anstrengungen wurden seit der Jahrtausendwende unternommen, um unsere Weine wieder salonfähig zu machen und welches sind die ersten Resultate? Wo liegen die Zukunftsperspektiven?

Methodik & Inhalt

Diese Diplomarbeit stellt die kleine Weinregion Basel-Landschaft mit ihrer Geschichte, den Klimafaktoren, den Strukturen und Herausforderungen im Weinbau, sowie die wichtigsten Rebsorten und Weinstilen näher vor. Auch werden die geschichtlichen Hintergründe, welche unter anderem zu den aktuellen Absatzproblemen führten, näher beleuchtet.

Eine Online-Umfrage mit 32 Teilnehmern aus der lokalen Gastro-Szene zur Konsumenten-Akzeptanz von Baselbieter Weinen in der Gastronomie liefert wertvolle Erkenntnisse über Stärken und Schwächen der

regionalen Weine. Sie bringt Inputs für zukünftige Verbesserungen, damit bei diesem wichtigen Absatzpartner auch in Zukunft vermehrt auf lokale Weine gesetzt wird.

Anhand von Gesprächen mit Gastronomen, Winzern und Endkonsumenten wurde eine SWOT-Analyse über die Weinregion Basel-Landschaft erarbeitet um weitere Erkenntnisse zur aktuellen Situation und zu Zukunftsaussichten zu gewinnen. Auch werden die bereits getätigten Massnahmen und Resultate zur Imagekorrektur im Baselbieter Weinbau seit der Jahrtausendwende erläutert.

Letztlich werden verschiedene Ideen und Massnahmen zur besseren Vermarktung der Weinregion präsentiert und Gründe aufgezeigt, wieso das vergangene, von einem verheerenden Frühjahrsfrost geprägte Jahr, auch Chancen bergen könnte.

Fazit

Bei dieser Arbeit wurden drei Hauptursachen für die aktuellen Absatzschwierigkeiten der Regio-Weine eruiert. Einerseits ist dies das Image der regionalen Weine, welches trotz Qualitätsverbesserung oftmals immer noch nicht befriedigend ist. Es sind Vorurteile da, welche heute eigentlich nicht mehr begründet sind. Andererseits wird das Erscheinungsbild der hiesigen Flaschenetiketten als veraltet angesehen. Auch die Onlineauftritte sowie die Druckunterlagen der einzelnen Produzenten entsprechen oftmals nicht mehr den Kundenbedürfnissen. Ferner ist der Bekanntheitsgrad der Baselbieter Weine aufgrund kleiner Produktionsmengen und mehrheitlich fehlender starker Marken zu niedrig. Auch stehen oft national unbekannte Dorfnamen mit Kleinstproduktionen beim Marketing im Fokus, statt die Region Baselland.

Um jedoch in Zukunft erfolgreicher zu sein, müssen diese Hauptursachen angepackt werden. Das Image der regionalen Weine muss sich den verbesserten Qualitäten anpassen und der Auftritt der Weine sollte modernisiert werden.

Seit der Jahrtausendwende wurden bereits viele Massnahmen ergriffen um die regionalen Weine wieder „salonfähig“ zu machen. Neben Gesetzesrevisionen wie Ertragsbegrenzungen zur Qualitätsförderung, Optimierungen und Innovationen im Rebbau, bei der Weinproduktion und beim Weinausbau, neuer Rebsorten und Weinstile wurde auch viel ins Marketing investiert. So haben unter anderem gemeinsame Auftritte an Weinmessen, intensive Pressearbeit, die Einführung eines Baselbieter Staatsweins, die Organisation verschiedenster Weinanlässe und individuelle neue Weinlinien mit moderner Aufmachung bereits zu deutlichen Verbesserungen geführt. Auch der mitunter wichtigste Absatzpartner des regionalen Weinbaus, die Gastronomie, setzt vermehrt auf die lokalen Gewächse und ist der ideale Beeinflusser, um den Regioweinen in eine erfolgreiche Zukunft zu verhelfen.

Es braucht jedoch noch viel Arbeit und Innovationsfreudigkeit sämtlicher Protagonisten, um den eingeschlagenen Weg auch konsequent weiterzuführen und den Zielen einen weiteren Schritt näher zu kommen. Gemeinsam ist man bekanntlich stärker und daher soll auch in Zukunft ein intensiver Austausch zwischen Produzenten, Behörden, Tourismus und Gastronomen stattfinden um weitere Ideen zu entwickeln und Veränderungen in Angriff zu nehmen.

Wenn die Weinproduzenten das verheerende Frostjahr nun zu längst fälligen Modernisierungs-Schritten nutzen und Petrus dem regionalen Weinbau in den nächsten Jahren besser gesinnt sein sollte, dann blüht dem lokalen Weinbau hoffentlich eine vielversprechende Zukunft.