

Weinbau in Liechtenstein – klein, aber fein!

Eine Analyse des heutigen Weinbaus mit Ausblick
in die Zukunft anhand der vier Weingüter im Land

1. Motivation

Eine aktuelle und umfassende Analyse des Weinbaus in Liechtenstein fehlt. Das diesbezügliche Standardwerk «Weintradition in Liechtenstein» aus dem Jahr 2004 ist mittlerweile veraltet und hat ohnehin eine überwiegend kulturgeschichtliche Ausrichtung ohne spezifischen Blick auf den Gesamtmarkt des liechtensteinischen Weinbaus. Als in Liechtenstein wohnhafte Schweizerin mit Bezug zum hiesigen Wein wollte ich deshalb mehr über den Weinbau in Liechtenstein erfahren und mich dieses Themas annehmen, um ein Gesamtbild der aktuellen Situation des Weinbaus in Liechtenstein zu gewinnen.

2. Fragestellung und Zielsetzung

Die Arbeit analysiert die gegenwärtige Situation des Weinbaus in Liechtenstein anhand der vier hiesigen Weingüter (1) Castellum in Eschen, (2) Harry Zech in Schaanwald, (3) Uwe Hoop in Eschen und (4) Hofkellerei des Fürsten von Liechtenstein in Vaduz. Die Arbeit widmet sich dabei insbesondere folgenden Fragen:

- Wodurch sind diese Weingüter und Betriebe jeweils charakterisiert?
- Welchen Themen müssen sie sich beim Weinbau in Liechtenstein stellen?
- In welche Richtung werden sich die Betriebe und wird sich der Weinbau in Liechtenstein künftig entwickeln (müssen)?

Das Ziel der Arbeit ist eine vergleichende, aktuelle sowie gesamthafte Standortbestimmung der einzelnen Betriebe im liechtensteinischen Weinbau. Deren Marktauftritt und Marktpositionierung sollen im Vergleich aufgezeigt werden. Anhand dessen lässt sich am Ende auch einschätzen, wohin sich derzeit der Weinbau in Liechtenstein insgesamt entwickeln sollte.

3. Methodik

Um eine vergleichende Standortbestimmung der einzelnen Betriebe des liechtensteinischen Weinbaus zu ermöglichen, wird folgendes Analyseraster zugrunde gelegt: (1) Betriebsstruktur;

(2) Weinberg, Weinbau und Produktion; (3) Vermarktung und Verkauf. Die jeweilige Positionierung eines Betriebes wird ausfindig gemacht durch Interviews mit den jeweiligen Inhabern/Geschäftsführern sowie, soweit verfügbar, durch weitere dokumentarische Quellen mit Kennzahlen. Daraus ergibt sich jeweils eine Positionierung des Betriebes bzw. Weingutes im zugrunde gelegten Analyseraster. Zusammengenommen entsteht ein aktuelles Bild des Weinbaus in Liechtenstein und seiner typischen Merkmale nach gegenwärtigem Stand.

4. Inhalt

Der liechtensteinische Weinbau ist infolge des geeigneten hiesigen Klimas und Bodens traditionsreich. Er läuft aber Gefahr, nicht als eigenständiger Weinbau wahrgenommen zu werden, weil die Produktionsmenge vergleichsweise gering ausfällt. Dagegen kann das hohe Tourismusaufkommen in Liechtenstein genutzt werden, um sich als Weinbauland nach aussen hin zu bewerben und zu positionieren. Als Kennzeichen des Weinbaulandes Liechtenstein zeigen sich bei Betrachtung der vier hiesigen Weingüter folgende: Es herrschen starke Gemeinsamkeiten vor allem in den weinbaulichen Massnahmen, beispielsweise im Anlegen der Weinberge. Während zwei der Betriebe sich aber inzwischen für eine Bio-Zertifizierung entschieden haben, arbeitet ein dritter bereits einige Jahre bio-dynamisch und der vierte setzt stark auf Piwi-Sorten. Der Sortenspiegel variiert bei allen vier Weingütern. Nur eine Traubensorte wird von allen kultiviert, und das ist der meistangebaute Pinot Noir. Bei der Vermarktung der liechtensteinischen Weine sticht das prominenteste Weingut – die Hofkellerei – hervor, dem diesbezüglich eine Führungsrolle zukommt.

5. Fazit

Weinbautechnisch sind alle vorliegend untersuchten Betriebe fest eingespurt und es bedarf aktuell keiner grossen Veränderungen. Die Erhaltung der Weinberge und ihre weitere Nutzung und Pflege wird sich mittelfristig als Herausforderung stellen, da es sich (mit Ausnahme der Hofkellerei) um Ein-Mann- bzw. familiäre Kleinbetriebe handelt, bei denen eine Nachfolge noch nicht absehbar bzw. geregelt ist. Bei der Vermarktung teilt sich das Gesamtbild. Die Hofkellerei kann mit mehr Möglichkeiten aufwarten und betritt vermehrt den internationalen Markt. Für die jüngeren drei Weingüter Castellum, Zech und Hoop lag und liegt auch künftig der Schwerpunkt hingegen im heimischen sowie in einem angrenzenden Markt innerhalb eines Radius von 100 km. Für alle vier Weingüter böte aber ein in Liechtenstein verstärkt geförderter Weintourismus die Möglichkeit, an Bekanntheit und Kundschaft zu gewinnen. Die Ende 2021 erfolgte Gründung des Weinbauverbandes Liechtenstein sollte unter anderem ganz besonders zu diesem Zweck genutzt werden.