

[\(/search/node\)](#).

[\(/user?destination=/artikel/das-schweizer-weinjahr-2020--der-weinkonsum-sinkt-
aber-schweizer-weine-legen-zu\)](#).

OBST- UND WEINBAU

DIE ROTE • SCHWEIZER ZEITSCHRIFT FÜR OBST- UND WEINBAU (SZOW), WÄDENSWIL

DAS SCHWEIZER WEINJAHR 2020 – DER WEINKONSUM SINKT, ABER SCHWEIZER WEINE LEGEN ZU

Die Corona-Krise hat merkliche Auswirkungen auf die Schweizer Weinbranche. Der Weinkonsum ist im Jahr 2020 deutlich zurückgegangen, Rot- und Weissweine verzeichneten gemäss Bundesamt für Landwirtschaft einen Verlust von knapp sechs Prozent. Glück im Unglück: Schweizer Weine gehören zu den Gewinnern der Krise, so

konnte der Schweizer Weinsektor wiederholt an Marktanteilen zulegen. Besonders bei den Detailhändlern ist der Zuwachs erfreulich hoch.

Vor wenigen Tagen haben das BLW (Bundesamt für Landwirtschaft) und das OSMV (Observatoire suisse du marché des vins) ihre Jahresberichte veröffentlicht. Ihr Fazit: Die Corona-Krise fordert auch im Weinsektor einen hohen Tribut. Dennoch kommen die Schweizer Weine mit einem «blauen Auge» davon.

Die bundesweiten Massnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie haben im vergangenen Jahr das «normale» Leben praktisch lahmgelegt – Geschäfte, Restaurants und Bars mussten schliessen, Veranstaltungen wurden verboten und die sozialen Kontakte mussten auf ein Minimum reduziert werden. Dass dies merkliche Auswirkungen auf das Kauf- und Konsumverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten hat(te), scheint logisch. Es gab eine Verschiebung sowohl beim Kauf- als auch Konsumort. Besonders die Grossisten verzeichneten eine Zunahme beim Weinverkauf, da der Konsum grösstenteils in den eigenen vier Wänden stattfand.

Die SZOW wagte bereits Ende 2020 eine erste Prognose zur Entwicklung im Corona-gebeutelten 2020 und sprach dabei vom «Corona-Paradoxon (<https://obstundweinbau.ch/artikel/das-%C2%ABcorona-paradoxon%C2%BB-%E2%80%93-absatz-von-schweizer-weinen-steigt-trotz-krise>)». Diese Theorie konnte nun bestätigt werden. Während der generelle Weinkonsum im vergangenen Jahr deutlich abgenommen hat, konnten die Schweizer Weine an Marktanteilen zulegen. Trotz – oder vielleicht gerade wegen – der Krise kauften Konsumentinnen und Konsumenten mehr Schweizer Wein. Doch dieser Umstand muss differenziert werden.

GENERELLER WEINKONSUM SINKT BETRÄCHTLICH

Aufgrund der Schliessungen im HoReCa-Bereich (Hotels, Restaurants, Cafés) sowie den abgesagten Veranstaltungen wurde massiv weniger Wein getrunken. Gemäss BLW sank der Gesamtkonsum von Schweizer und ausländischem Wein um insgesamt 15 Mio. L auf gerundet 240 Mio. L (Tab. 1). Dies entspricht einem Minus von 5.9 % im Vergleich zu 2019. Sowohl beim Konsum von Rotwein ^{SEP}(- 5.6 %) als auch beim Weisswein (-

6.5 %) sind Verluste zu verzeichnen. Der grosse Verlierer ist der ausländische Wein. Insgesamt wurden 2020 gut 145 Mio. L ausländischer Wein getrunken, dies entspricht satten 15.4 Mio. L weniger als im Vorjahr (total ^[1]110 Mio. L Rotwein, 9.6 Mio. L weniger als 2019; total 35 Mio. L Weisswein, 5.8 Mio. L weniger als im Vorjahr). Schweizer Weine hingegen konnten gemäss den BLW-Daten leicht zulegen (um 0.4 %): Der Konsum von Schweizer Weisswein ist um 85 000 L auf 47.2 Mio. L gestiegen (+ 0.2 %), der Konsum von Schweizer Rotwein konnte sich um gut 260 000 L auf 47.7 Mio. L (+ 0.6 %) steigern. Insgesamt wurden also gut 95 Mio. L Schweizer Wein konsumiert (nach wie vor knapp 50 Mio. L weniger als ausländische Weine).

	Gesamt	Rot- und Rosé	Weiss
Schweizer Wein	94.9	47.7	47.2
Ausländischer Wein	145.3	110.2	35.1

Tab. 1: Konsum von Schweizer und ausländischem Wein 2020 (in Millionen L). (Daten: BLW)

SCHWEIZER WEINE GEWINNEN WEITERHIN MARKTANTEILE

Trotz des gesamthaft sinkenden Weinkonsums zeigen die BLW-Daten, dass der Absatz an Schweizer Weinen zum vierten Mal in Folge gestiegen ist. Der Marktanteil der Schweizer Weine konnte gemäss den BLW-Daten um 2.5 % zulegen und liegt neu bei 39.5 %. Unterstützend wirkte hierbei die Hilfestellung des Bundes. Im Mai 2020 hat der Bundesrat in Zusammenarbeit mit den Kantonen eine «Entlastung des Markts für Schweizer Wein» auf die Beine gestellt, so wurden insgesamt 7.1 Mio. L AOC-Wein zu Tafelwein deklassiert. Diese zusätzlichen 7.1 Mio. L Wein sind teilverantwortlich für die Zunahme am Konsum von Schweizer Wein. Das BLW schreibt, dass der Konsumanstieg beim Schweizer Wein (insbesondere Weisswein) nicht unbedingt dem effektiven Verbrauch entspricht, sondern eine Folge dieser Weindeklassierung ist, die zu einem

Lagerabbau führte. Zur Erklärung: Das BLW berechnet den Konsum anhand der Lagerbestände zu Beginn resp. zum Schluss des Jahrs sowie anhand der Erntemengen (s. Kästchen).

Ein etwas anderes Bild zeigen die OSMV-Daten. Diese berechnen den Konsum anhand der Verkaufszahlen von acht Grossisten (s. Kästchen). Deshalb können die OSMV- und BLW-Daten nicht 1:1 miteinander verglichen werden. Die OSMV-Zahlen zeigen, dass der Absatz von Schweizer Wein bei den acht Detailhändlern um 13.6 % gestiegen ist (Weisswein + 13.5 %, Rotwein + 13.7 % und Roséwein + 14 %), die Verkaufspreise sind dabei stabil geblieben (leichtes Minus von 0.3 %). Ausländische Weine hingegen sind leicht teurer geworden.

Insgesamt machen die Verkäufe der acht vom OSMV verwendeten Detailhändler gut 43.1 % des vom BLW berechneten Gesamtkonsums aus. Gemäss den OSMV-Daten verzeichneten Schweizer Weine ein Plus von 13.6 %, aber auch der Absatz von ausländischen Weinen hat bei den Einzelhandelsketten um 11.2 % zugenommen. Erfreulicherweise ist die Umsatzzunahme bei den Schweizer Weinen etwas höher als bei den ausländischen Weinen (Differenz von 2.4 %).

Der Marktanteil der Schweizer Weine liegt bei den untersuchten acht Einzelhändlern bei satten 28.1 %. Dies entspricht einem Plus von 0.6 % gegenüber dem Vorjahr. Das heisst, dass bei den Einzelhandelsketten etwas mehr als jede vierte verkaufte Weinflasche aus der Schweiz stammt. Am beliebtesten sind dabei Rotweine, sie machen 57 % der Verkäufe aus, gefolgt von Weissweinen mit 30 %. Das Schlusslicht bilden die Roséweine mit 13 %. Gegenüber den ausländischen Weinen konnten die Schweizer Weine im Vergleich zum Vorjahr um 0.5 % zulegen. Ähnlich wie die BLW-Daten zeigt auch die OSMV-Analyse, dass der Verkauf von Schweizer Wein dem Trend der letzten beiden Jahre folgt und die Marktanteile weiter gestiegen sind.

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN ABSATZKANÄLEN

Die Unterschiede zwischen den BLW- und OSMV-Kennzahlen verdeutlichen einmal mehr die frappanten Unterschiede zwischen dem HoReCa-Sektor und dem Detailhandel (Tab. 2). Absatzkanalübergreifend verzeichnet der Weinkonsum Verluste (BLW-Daten), während bei den Grossisten auch die Verkäufe von ausländischen Weinen zugenommen haben (OSMV). Anders formuliert hat der Weinkonsum in Restaurants, Bars und Hotellerie stark abgenommen, bei den Detailhändlern jedoch herkunftsübergreifend zugenommen. Entsprechend haben die

Schweizerinnen und Schweizer ihren Wein häufig im Detailhandel gekauft und zu Hause genossen.

	Δ 2019-2020 BLW	Δ 2019-2020 OSMV
Schweizer Wein	+ 0.4 %	+ 13.6 %
Ausländischer Wein	- 9.5 %	+ 11.2 %

Tab. 2: Veränderungen des Weinkonsums zwischen den Jahren 2019 und 2020 bei den BLW- und OSMV-Daten. Unterschiede aufgrund verschiedener Erhebungsmethoden. (Daten: BLW und OSMV)

Die geschlossenen Restaurants, das Verbot von Veranstaltungen und generell der Teil-Lockdown sind wohl die einschneidendsten Gründe für den starken Rückgang des Weinkonsums, denn es sind bekannterweise gesellige Treffen und Besuche von Sport- oder Kultur-Events, an denen der Wein rege fließt. Durch das Wegfallen dieser Absatzkanäle ist für viele Weinproduzenten eine grosse Einnahmequelle (zumindest temporär) versiegt. Auch mit den geschlossenen Hofläden resp. dem Wegfallen von Direktverkäufen hatten viele Produzenten zu kämpfen, lag doch ein wichtiger Absatzmarkt brach. Wie so oft wurde aus der Not eine Tugend, neue Absatzkanäle wie Online-Shops sind entstanden. Diese modernen Absatzkanäle konnten die fehlenden Verkäufe zumindest teilweise abfedern, oft konnten daraus völlig neue Kundenstämme resultieren. Eine genaue Zunahme an Verkäufen über Online-Shops zu beziffern, ist jedoch praktisch nicht möglich, da dies jeder Produzent für sich selbst handhabt und die Daten somit nicht offengelegt sind.

AUSBLICK

Obwohl sich die Lage aktuell etwas zu entspannen scheint und der Bundesrat für den bevorstehenden Sommer vorsichtig-optimistische Signale an Veranstalter sowie Restaurant- und Bar-Betreiber sendet, werden die Auswirkungen des vergangenen Corona-Jahres noch länger zu spüren sein. Auch wenn das Gastronomiegewerbe seit Mitte April 2021 dank wiedereröffneten Terrassen und den anfangs frühlingshaften Temperaturen einen rekordverdächtigen Besucheransturm verzeichnen konnte, werden die finanziellen Defizite des letzten Jahres weiter für

rauchende Köpfe sorgen. Es bleibt unklar, wie sich die Situation entwickelt und wie sich schlussendlich das Konsumverhalten verändert: Sind sich die Menschen nun «gewohnt», ihren Wein zu Hause zu trinken oder entsteht wieder ein «Run» auf Restaurants und Bars? Und werden die Jungen und «Corona-Müden» wieder schnell zu alten Gewohnheiten zurückkehren und ihr Glas Wein in der Gartenlaube oder der Freiluft-Bar geniessen?

So oder so bleibt es dem Schweizer Weinmarkt und den hiesigen Produzenten zu wünschen, dass die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten auch nach der Pandemie verstärkt auf Schweizer Weine setzen. Der Branchenverband Schweizer Reben und Weine (BSRW) ist über die positive Entwicklung erfreut. Kommunikationsmassnahmen und Positionierungsstrategien seien aber nach wie vor relevant – wenn nicht relevanter denn je. «Die guten Ergebnisse dürfen nicht über die sehr besorgniserregende Situation für Akteure des Schweizer Weinsektors hinwegtäuschen», so der BSRW.

Man darf also über die weitere Entwicklung gespannt sein, wenn dann auch die HoReCa-Betriebe wieder ihren normalen Betrieb aufnehmen können.

BLW- VS. OSMV-DATEN

Beim Vergleich der BLW- und OSMV-Daten ist Vorsicht geboten. Zwar analysieren die beiden Anbieter den gleichen «Tatbestand», jedoch basieren die Zahlen auf unterschiedlichen Datengrundlagen und Methoden:

BLW: Absatzübergreifender, «theoretischer» Konsum. Der Konsum wird anhand der Schweizer Lagerbestände (Differenz von Anfang und Ende Jahr) sowie der Schweizer Erntezahlen ermittelt. Rot- und Roséweine werden zusammengefasst.

OSMV: Effektive Verkaufszahlen der Detailhändler Coop, Denner, Globus, Manor, Migros, Volg, Spar und (seit 2019) Landi.

Aus diesem Grund können die Zahlen der BLW und des OSMV nicht direkt miteinander verglichen werden. Jedoch können die beiden Publikationen als einander ergänzend betrachtet werden. In den Berechnungen des OSMV fliessen gut 30 % des in der Schweiz verkauften Schweizer Weins ein.



LEYLA ROTH-KAHROM

SZOW

SOCIAL SHARE

0 1

TAGS

AKTUELL (/TAGS/AKTUELL)

REBBAU & WEIN (/TAGS/REBBAU-WEIN)

HERAUSGEBER

Verein Publikationen Spezialkulturen
c/o Agroscope
Müller-Thurgau-Str. 29
Postfach
8820 Wädenswil

info@szow.ch (mailto:info@szow.ch)
+41 76 830 88 21 (tel:+41 76 830 88 21)

ABOSERVICE UND REDAKTION

Schweizer Zeitschrift für Obst- und Weinbau (SZOW)
Evelyne Beyeler

evelyne.beyeler@szow.ch (mailto:evelyne.beyeler@szow.ch)
+41 76 830 88 21 (tel:+41 76 830 88 21)

WERBUNG UND INSERATE

Admedia AG
Christoph Charen

inserate@admedia.ch (mailto:inserate@admedia.ch)

+41 44 710 35 60 (tel:+41 44 710 35 60)

SERVICE

- [Allgemeine Geschäftsbedingungen \(/allgemeine-geschäftsbedingungen\)](#)
- [Datenschutzbestimmungen \(/datenschutzbestimmungen\)](#)
- [Impressum \(/impressum\)](#)

WIR LIEBEN LIKES

(<https://www.facebook.com/Obst-und-Weinbau-426258734843909>)

(<https://www.instagram.com/obstundweinbau>) (<https://vimeo.com/obstundweinbau>)