



# Studie zum Schweizer Weinmarkt 2017 : Bekanntheit, Konsum- und Kaufgewohnheiten, Image

*durchgeführt für Swiss Wine Promotion*

Juli 2017

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Struktur der Stichprobe	5
2. Struktur des Marktes	8
2.1. Konsum von Wein und anderen Getränken	9
2.2. Profil der Konsumenten/innen und Rhythmus	24
2.3. Die konsumierten Mengen	32
2.4. Selbsteinschätzung in Bezug auf Wein	36
3. Bekanntheit der Regionen, Weine oder Rebsorten und des Vokabulars	10
3.1 Die Gebiete und die Regionen oder Kantone als Produzenten	41
3.2. Das Wallis	47
3.3. Der Kanton Waadt	52
3.4. Genf und die Region Neuenburg, Biel und Vully	58
3.5. Das Tessin und die Deutschschweiz	63
3.6 Die «Grand Cru»	69

# Inhaltsverzeichnis (Fortsetzung)

	Seite
4. Konsumgewohnheiten	74
4.1 Weinvorrat und Häufigkeit des Konsums von gekauftem Wein	75
4.2 Gelegenheiten und Ort der Konsumation	80
4.3 Anteil und Konsum von Schweizer und ausländischen Weinen	84
4.4 Der Konsum im Horeca-Kreislauf	91
5. Die Kaufgewohnheiten und die Degustationen bei den Produzenten	95
6. Kauf im Internet	109
7. Die Preise der Weine	119
8. Image von Schweizer Weinen, der Regionen und Verbundenheit	126
8.1 Vergleich Schweizer und ausländische Weine	127
8.2 Allgemeines Image des Schweizer Weins und nach Region	132
9. Zusammenfassung	157

# Technische Daten

4

- Datum: 8. Mai bis 19. Juni 2017
- Methodik: Computergestützte telefonische Befragung CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) in unseren Telefonzentralen in Lausanne und Bern; elektronischer Fragebogen am Bildschirm
- Stichprobe: 3'003 Personen (892 Westschweizer, 200 Tessiner und 1'911 Deutschschweizer) im Alter von 18 bis 74 Jahren, Bevölkerungsrepräsentativ
- Ergebnisse: Nach üblichen Kriterien sortiert (Geschlecht, Alter usw.), im Hinblick auf die Repräsentativität nach demografischen Anteilen der Sprachregionen gewichtet
- Fehlerquote
  - Für die Gesamtstichprobe:  $\pm 1,8\%$
  - Für die Westschweiz:  $\pm 3,3\%$
  - Für die Deutschschweiz:  $\pm 2,2\%$
  - Für das Tessin:  $\pm 6,9\%$

# 1. Struktur der Stichprobe

---

# Zusammensetzung der Stichprobe

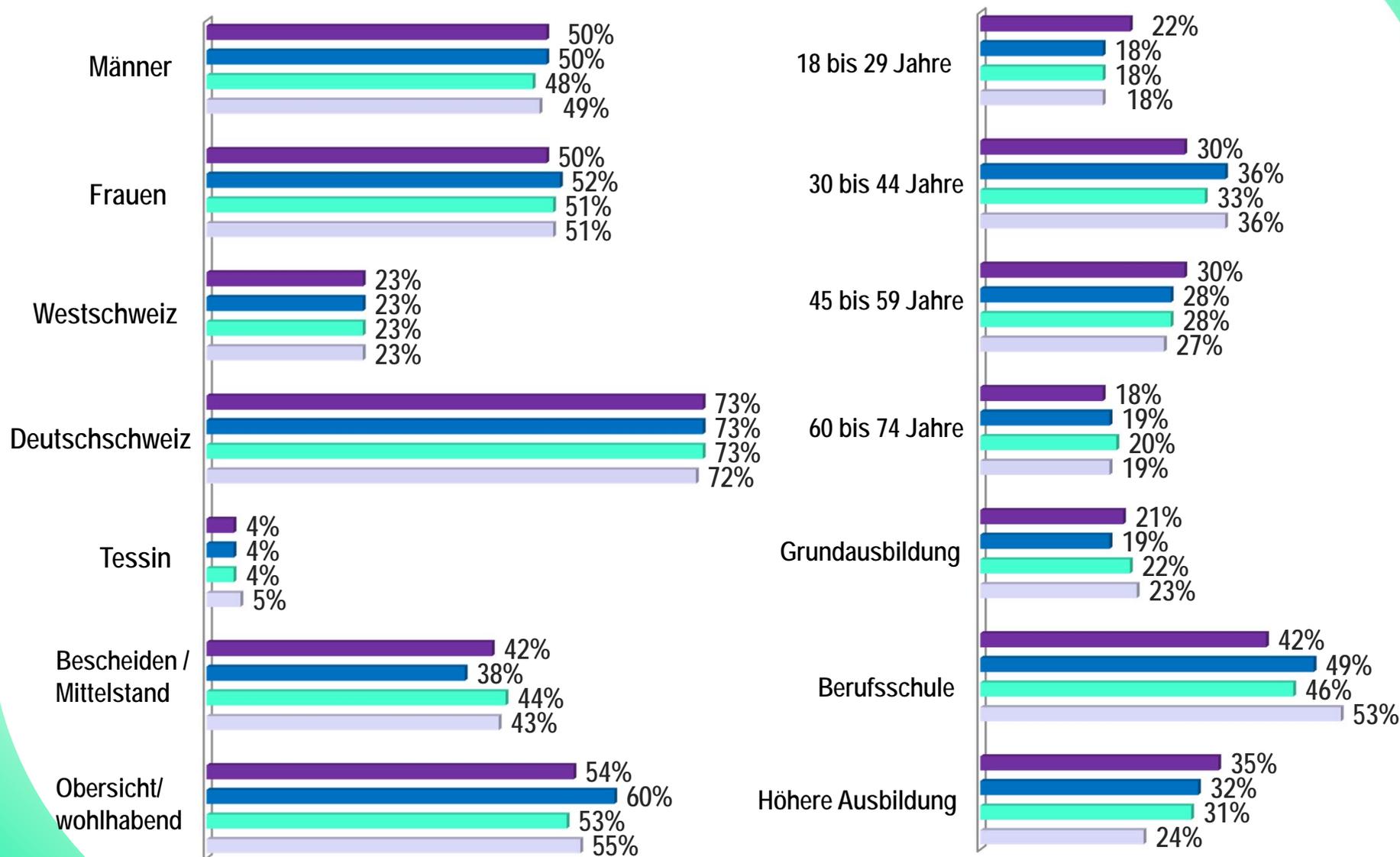
---

Die Zusammensetzung der befragten Stichprobe wird auf der folgenden Seite vor dem Hintergrund der drei früheren Umfragen präsentiert. Dabei ist im Vergleich zu den vorangegangenen Untersuchungen eine hohe Stabilität bei der Stichprobe festzustellen, was natürlich äusserst wichtig ist für ein Stimmungsbarometer, mit dem die Entwicklung der Weinkenntnisse und -konsumgewohnheiten gemessen werden soll.

Die wenigen geringen Unterschiede haben keinen Einfluss auf die Ergebnisse und wir können somit sicher sein, dass allfällige Veränderungen bei den Ergebnissen der Untersuchung den tatsächlichen Verhältnissen entsprechen und nicht einer veränderten Zusammensetzung der befragten Stichprobe zuzuschreiben sind.

# Gesamtstichprobe gewichtet

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren in 2017, 3'002 in 2013, 2'998 in 2008 und 3'041 in 2004)



## 2. Struktur des Marktes

---

## 2.1. Konsum von Wein und anderen Getränken

---

- Mit fast acht von zehn Personen ist Wein nach wie vor eindeutig dasjenige alkoholische Getränk, das in der Schweiz bei der Bevölkerung von 18 bis 74 Jahren den höchsten Prozentsatz an Konsumenten aufweist. Der Anteil von Bier liegt dagegen nur bei gut sechs von zehn und derjenige von Spirituosen und alkoholischen Cocktails zwischen vier und fünf von zehn Befragten (Seite 12).
- Wein wird weiterhin von fast ebenso vielen Frauen wie Männern getrunken, während beim Bier eine klare Geschlechtertrennung zu erkennen ist: Acht von zehn Männern trinken Bier, aber nur fünf von zehn Frauen. Dies ist auch bei den Spirituosen der Fall, die von Männern deutlich häufiger konsumiert werden als von Frauen. Bei den Cocktails mit Alkohol schliesslich gleichen sich die Geschlechter mit ähnlichen Anteilen von gut 40%.
- Bezüglich Alter trinkt rund ein Drittel der Jüngeren jedes der zur Auswahl gegebenen Produkte, wobei Wein und Bier ganz leicht vor den Spirituosen und Cocktails mit Alkohol liegen. Ab 30 Jahren hingegen gewinnt Wein klar die Oberhand und der Abstand nimmt mit steigendem Alter weiter zu. Bier bleibt allerdings immer bei rund 60% der Konsumenten und Spirituosen bei etwa 40%. Allerdings lässt sich sagen, dass der Konsum von alkoholischen Cocktails mit zunehmendem Alter abnimmt.
- Was die Sprachregionen betrifft, weist die Westschweiz den höchsten Anteil an Weintrinkern auf (82%). Knapp dahinter folgen die Deutschschweizer, während die Tessiner mit 66% Weintrinkern wie immer zurückliegen. Bier liegt in den beiden Hauptsprachregionen deutlich zurück, bei den Tessinern jedoch gleichauf mit Wein. Im Übrigen konsumieren fast ebenso viele Deutschschweizer Spirituosen wie Cocktails, während die Erstgenannten in den beiden anderen Regionen recht klar vor den Cocktails liegen. Auffallend ist jedoch, dass nur etwa 20% der Tessiner diese beiden Produkte konsumieren.

# Konsum alkoholischer Getränke

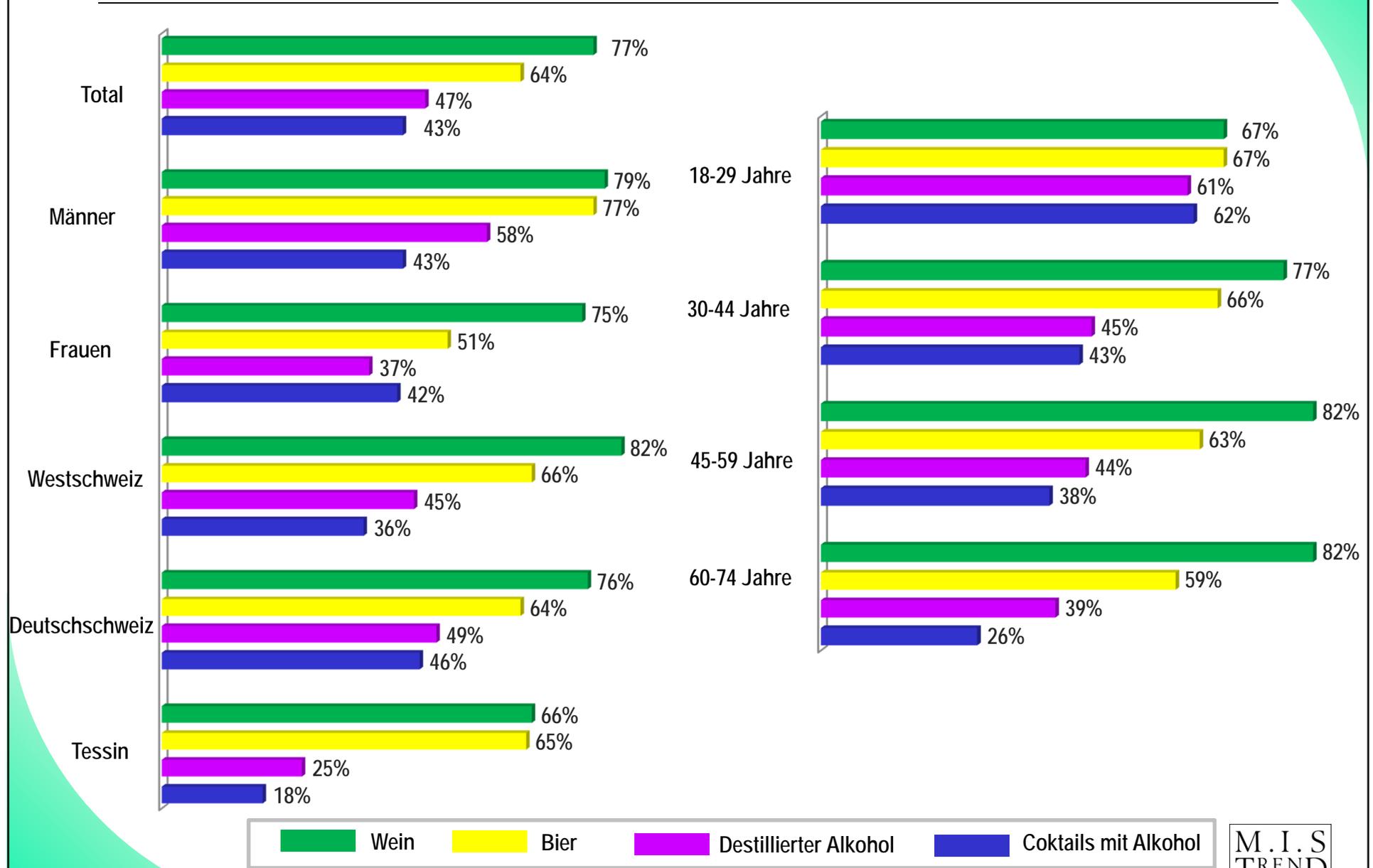
---

11

- Die Schweizer konsumieren weiterhin wesentlich mehr Wein als die Ausländer (78% gegen 64%). Dieser Unterschied besteht bei den anderen Produkten nicht oder ist nur sehr gering (Seite 13).
- Wie bei den früheren Umfragen steigt der Anteil der Weintrinker mit steigendem Bildungsniveau und Haushaltseinkommen, was auf die anderen Getränkearten nicht zutrifft.
- Schliesslich werden alle Produkte unabhängig von der Grösse der Ortschaft vom gleichen Anteil an Personen konsumiert.

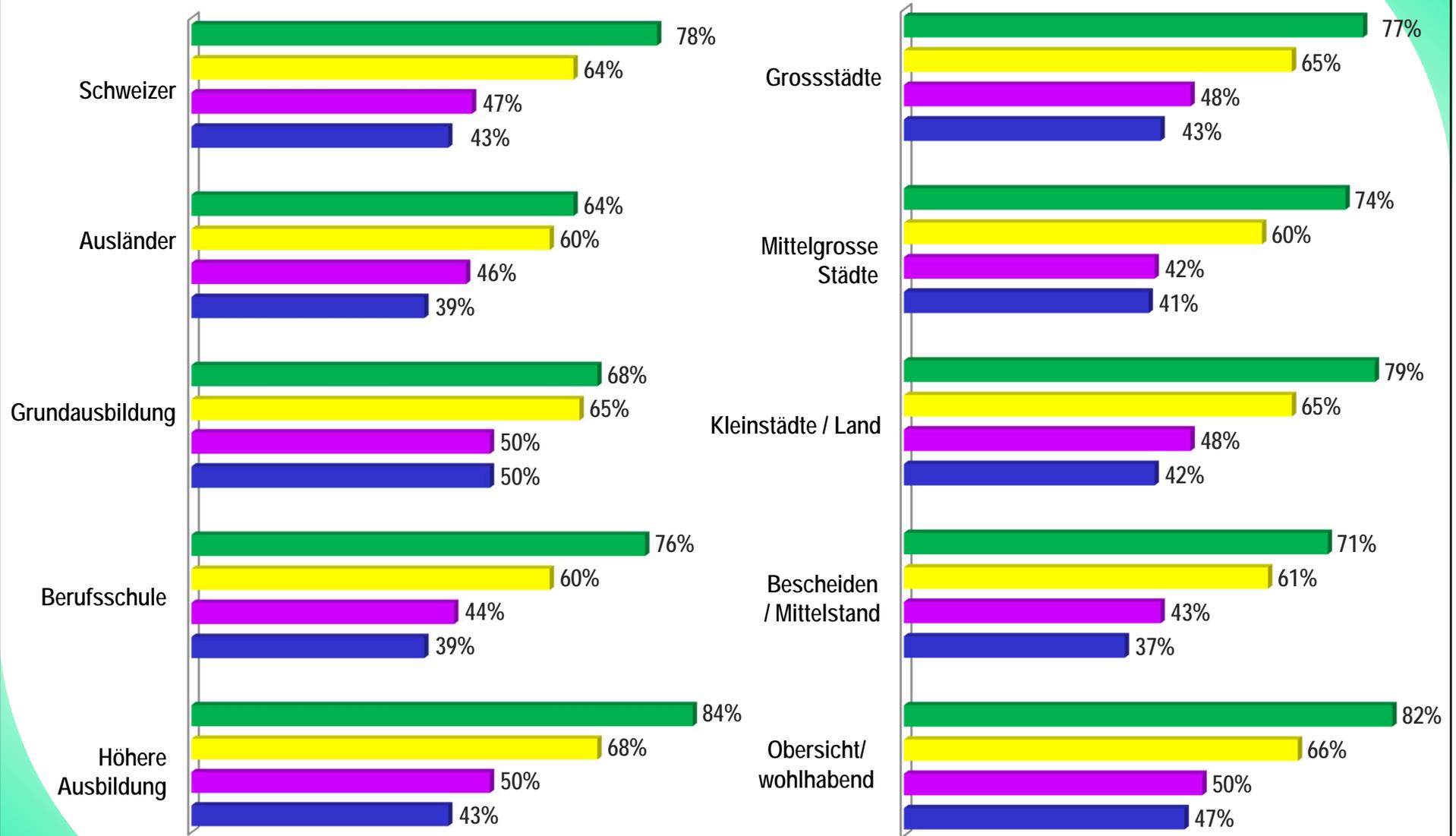
# Konsum von alkoholhaltigen Getränken

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren)



# Konsum von alkoholhaltigen Getränken

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren)



# Entwicklung des Wein-, Bier- und Spirituosenkonsums

14

- Während der Anteil der Weinkonsumenten in der Untersuchung seit 1999 konstant geblieben war, muss man zwischen 2013 und 2017 nun leider einen sehr leichten Rückgang von 77% auf 81% feststellen, und zwar fast bei allen Untergruppen (Seite 15 bis 17).
- Nicht der Fall ist dies jedoch bei den Westschweizern, den über 45-Jährigen und den Personen mit höherer Ausbildung in einem Haushalt des oberen Mittelstandes oder einem wohlhabenden Haushalt. Bei diesen Befragten beträgt der Rückgang höchstens 2–3% und liegt damit unterhalb der Fehlerquote.
- Beim Bier ist es genau umgekehrt. Seit der Untersuchung von 2004 legt es jedes Mal einige Prozent zu, sodass der Abstand zum Wein immer geringer wird (so ist der Unterschied seit 2004 von 24% auf 13% gesunken), wenngleich der Vorsprung von Wein noch immer deutlich ist.
- Im Übrigen ist der Abstand dieses Jahr bei den Männern allgemein, den 18- bis 29-Jährigen, den Ausländern und den Personen mit Grundausbildung gleich null oder äusserst gering. Umgekehrt beträgt die Differenz bei den über 45-jährigen Konsumenten nach wie mehr als 20% zugunsten von Wein.
- Die Tessiner schliesslich trinken immer lieber Bier: Dieses Jahr wird es von ebenso vielen konsumiert wird Wein. Somit ist das Tessin die einzige Region, in der Wein nicht klar an erster Stelle liegt. Der Anstieg von 2013 hält dieses Jahr an, womit im Tessin 20% mehr Biertrinker als 2008 verzeichnet werden.

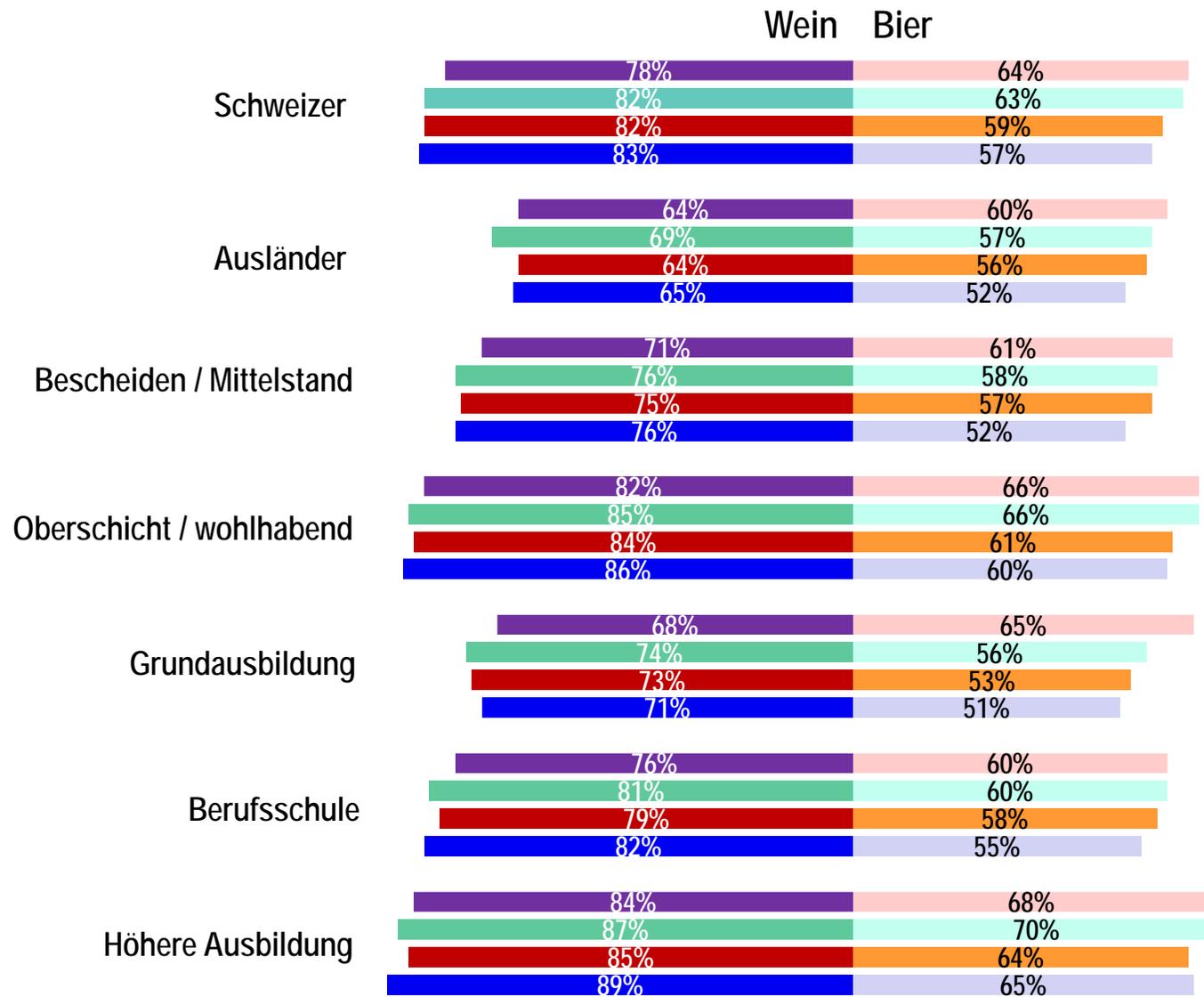
# Entwicklung des Wein- und Bierkonsums

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren in 2017, 3'002 in 2013, 2'998 in 2008 und 3'041 in 2004)



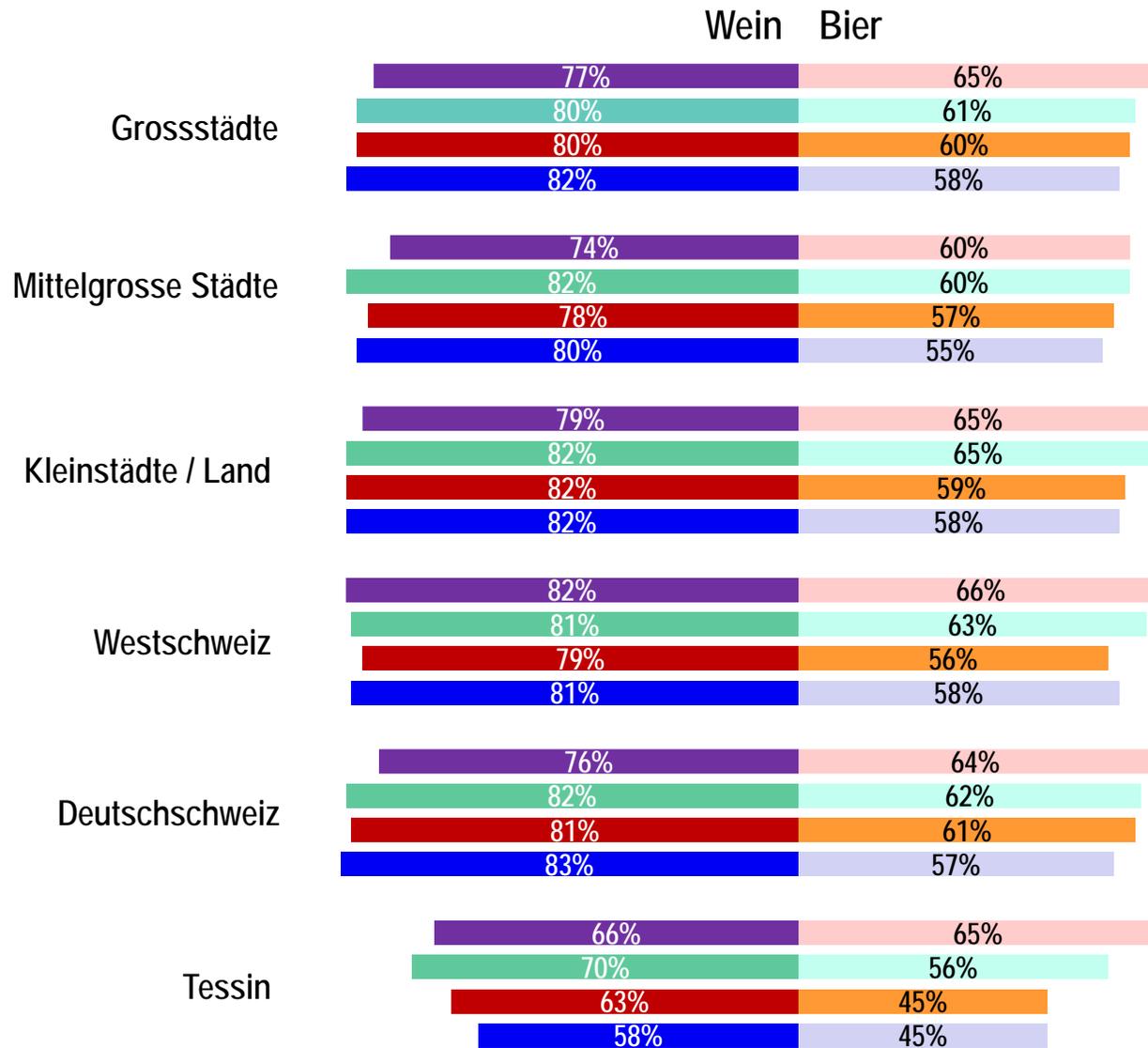
# Entwicklung des Wein- und Bierkonsums

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren in 2017, 3'002 in 2013, 2'998 in 2008 und 3'041 in 2004)



# Entwicklung des Wein- und Bierkonsums

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren in 2017, 3'002 in 2013, 2'998 in 2008 und 3'041 in 2004)

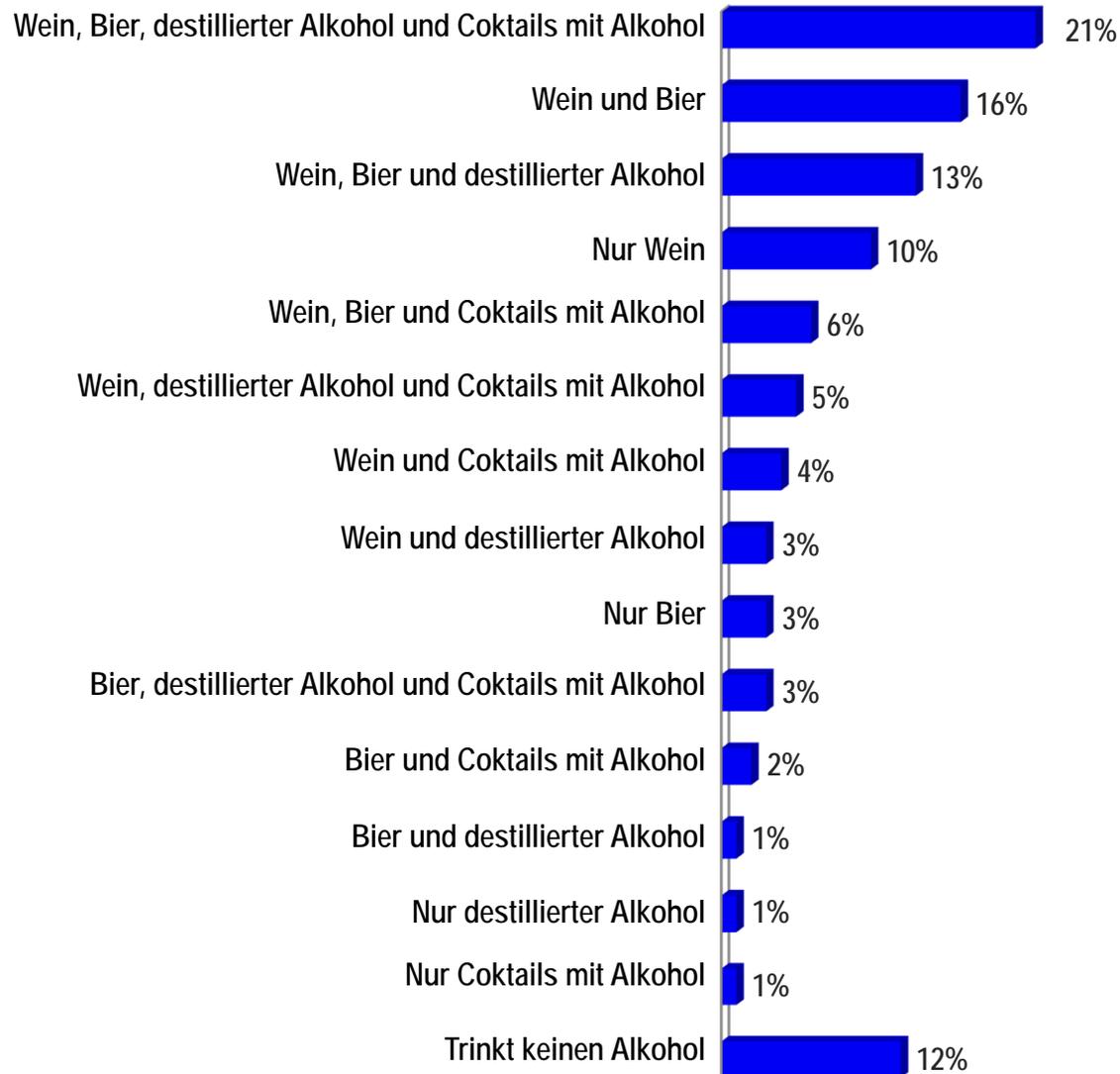


- Im Fragebogen wurden die Alcopops durch Cocktails mit Alkohol ersetzt. Deshalb ist der Vergleich der verschiedenen Konsummuster mit den vorangegangenen Untersuchungen nicht aussagekräftig. Cocktails werden deutlich häufiger konsumiert als Alcopops, die fast ausschliesslich für unter 30-Jährige von Interesse waren.
- Jede fünfte Person trinkt mindestens von Zeit zu Zeit jede der vier zur Auswahl gegebenen Getränkearten und 16% beschränken sich auf Wein und Bier (Seite 19). Es folgen 13%, die nur die Cocktails mit Alkohol ausschliessen, und 10%, die sich ausschliesslich auf Wein beschränken.
- Ansonsten trinken 12% überhaupt keinen Alkohol. Dieser Anteil ist ähnlich wie 2013 und 2008.
- Insgesamt entfallen in der deutschen und französischen Schweiz auf alle Kombinationen dieselben Prozentsätze von Konsumenten (Seite 20). Die Tessiner jedoch weichen bei mehreren Kombinationen ab: Nur 7% von ihnen trinken von allem, während es in den anderen Regionen rund 20% sind; 28% trinken nur Wein und Bier, was auf 20% der Westschweizer und 14% der Deutschschweizer zutrifft. 18% schliesslich trinken gar keinen Alkohol, 6% mehr als anderswo.

# Kombinieren der Konsumgewohnheiten

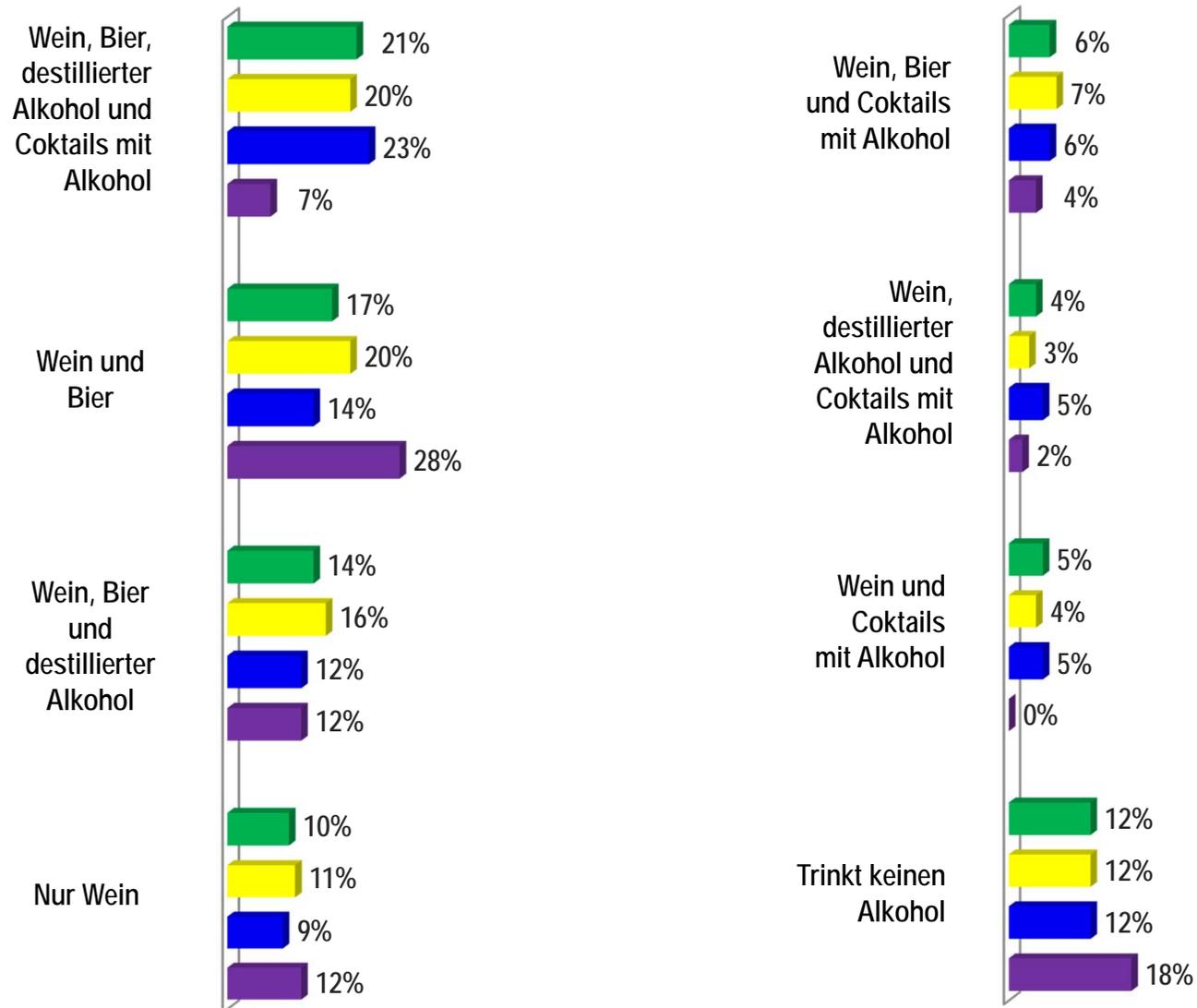
(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren)

19



# Kombinieren der Konsumgewohnheiten

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren)



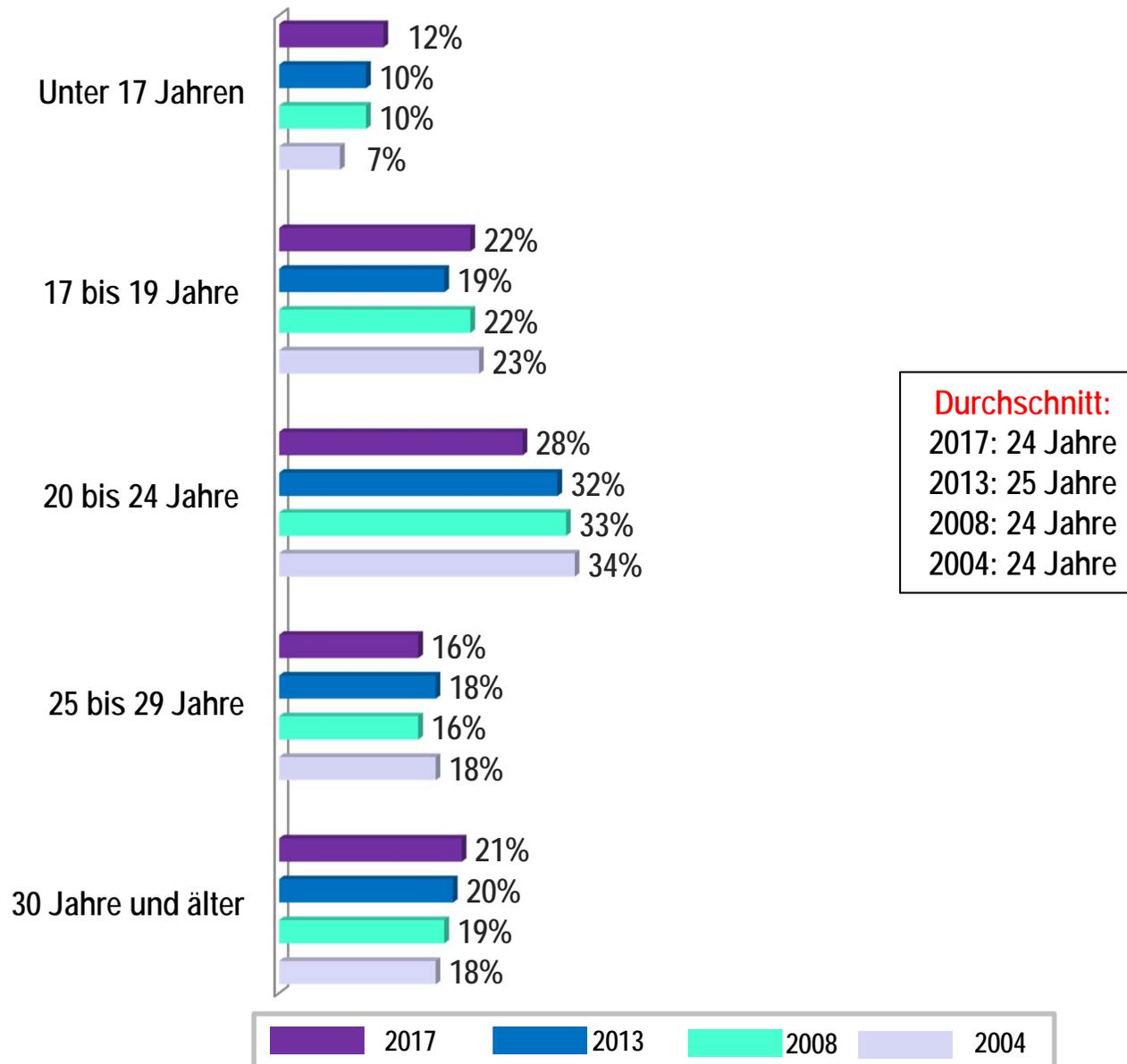
## Alter des Konsumbeginns und -endes

21

- Logischerweise ist das Einstiegsalter für den Weinkonsum ähnlich wie 2013 (Seite 22). Der Durchschnitt beträgt dieses Jahr 24 Jahre, während er in der vorangegangenen Untersuchung bei 25 Jahren lag. Dieser leichte Rückgang ist den Deutschschweizer und Tessinern zuzuschreiben (während der Durchschnitt bei den Westschweizer unverändert bei 23 Jahren liegt).
- Die Hindernisse für den Konsum und ihre Anteile haben sich gegenüber 2013 und 2008 nicht verändert (Seite 23). So nennen fast zwei Drittel die 0,5-Promille-Grenze und ein Drittel die Gesundheit allgemein.
- Abgeschlagen, aber immer noch von einem nicht zu vernachlässigenden 10-prozentigen Anteil genannt, folgen der Preis und die Arbeit und die Notwendigkeit, dabei einen klaren Kopf zu behalten.

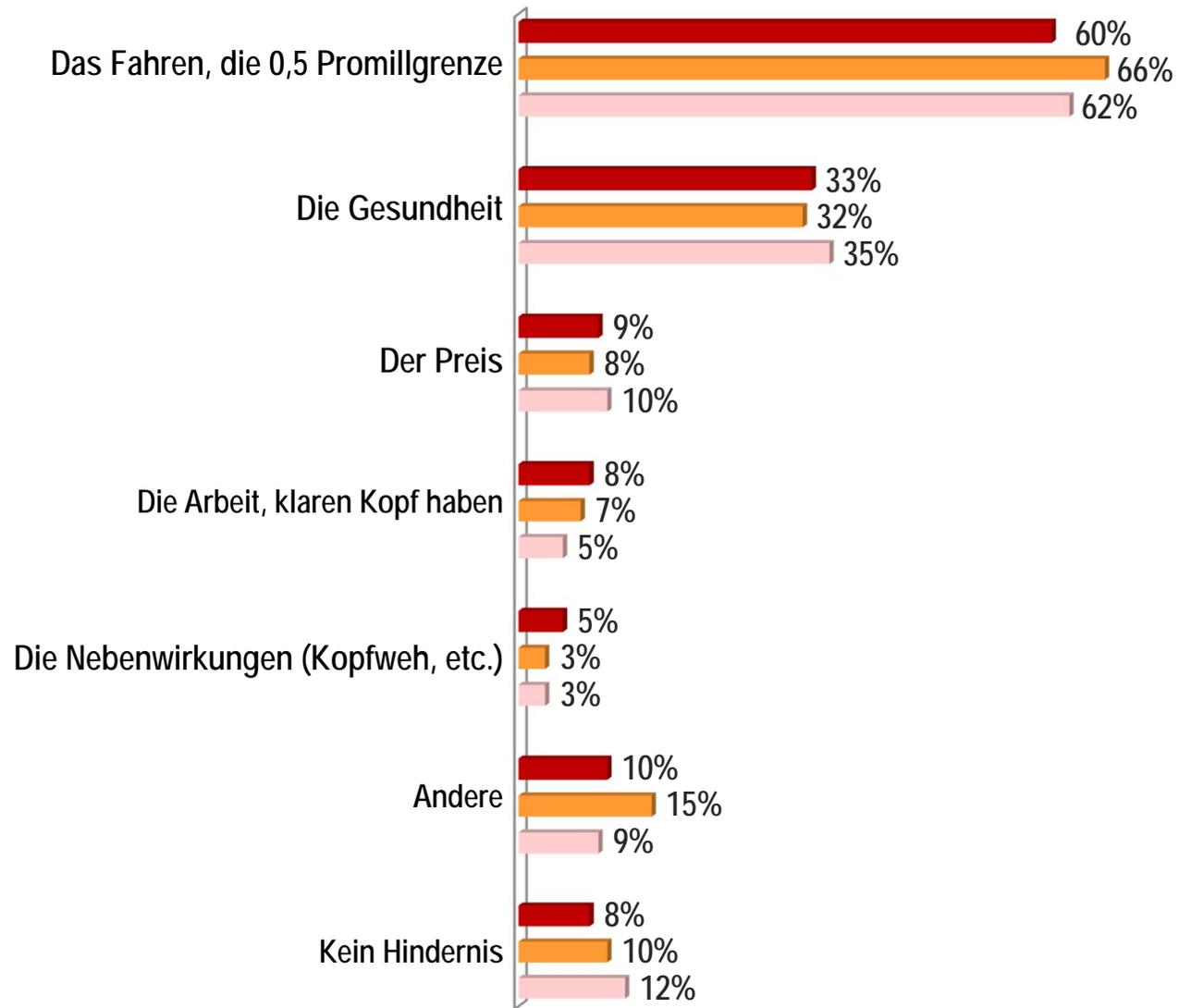
# Alter ab dem man mit dem Weinkonsum anfängt

(Basis: 2'565 Konsumenten und Nichtmehrkonsumenten in 2017, 2'654 in 2013, 2'599 in 2008 und 2'660 in 2004)



# Hindernisse in Bezug auf den Konsum von Alkohol oder im speziellen von Wein

(Basis : 576 in 2017, 710 in 2013 und 692 in 2008, d.h. Hälfte der Stichprobe der regelmässigen Konsumenten)



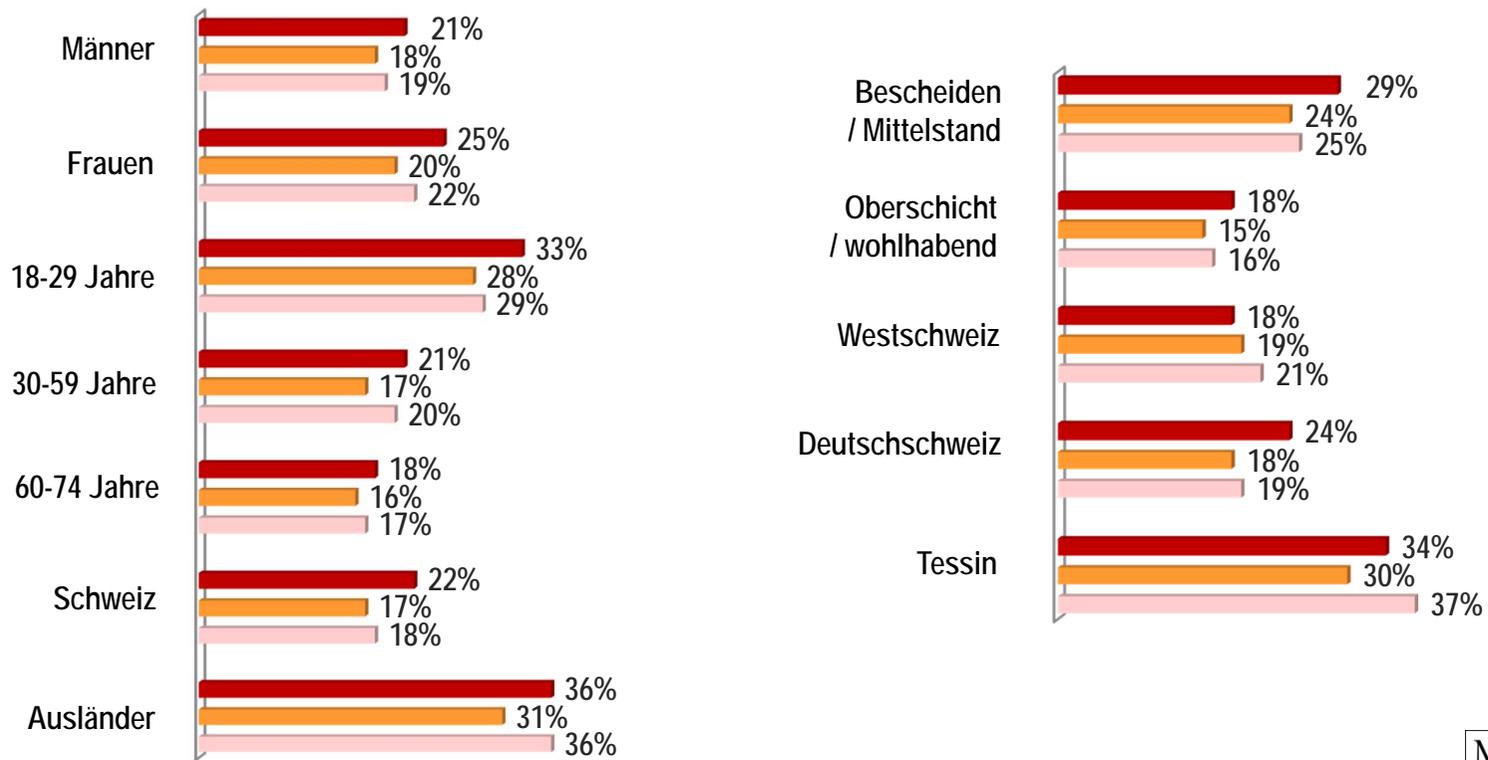
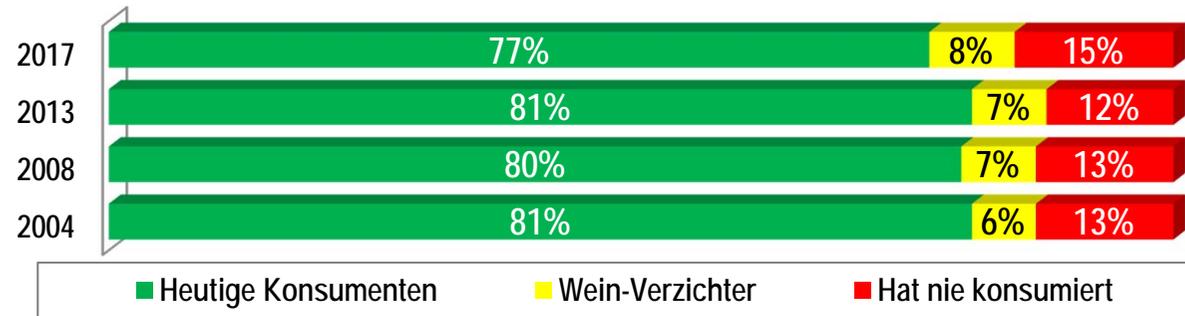
## 2.2. Profil der Konsumenten/innen und Rythmus

---

- Wie bereits erwähnt, ist der Anteil der Weintrinker in der Bevölkerung dieses Jahr leicht zurückgegangen. Der Unterschied zeigt sich vor allem bei denjenigen, die noch nie Wein getrunken haben, während der Anteil der ehemaligen Konsumenten stabil ist (Seite 26).
- Und wie bereits erwähnt, bleibt der Anteil bei den über 45-Jährigen, bei den Westschweizern und bei den Haushalten der oberen Mittelschicht und den wohlhabenden Haushalten gleich. Hingegen sind in der Deutschschweiz 6% weniger Weintrinker festzustellen.
- Was die Konsumhäufigkeit betrifft (Seite 27), bestätigt sich leider der in den vorangegangenen Untersuchungen festgestellte Trend zu einem regelmässigen Rückgang der Konsumhäufigkeit auch dieses Jahr: Von 46%, wöchentlichen Weintrinkern in der Gesamtbevölkerung in 1999 ist man bis 2017 nach und nach bei 31% gelangt. Und nur auf die Weintrinker bezogen ist der wöchentliche Konsum von 61% auf 41% gesunken.
- Leider ist dieser Trend bei allen Untergruppen feststellbar. Die Ausnahme bildet die Westschweiz, die seit 2008 einen unveränderten Anteil regelmässiger Konsumenten aufweist (Seite 28 bis 31). Andererseits ist der Trend bei den Jüngeren wegen eines bereits früher geringeren Anteils wöchentlicher Konsumenten spürbar weniger ausgeprägt, dafür bei den Älteren und in der Deutschschweiz umso deutlicher. Im Tessin hingegen sind die Einbussen dieses Jahr begrenzt: weniger tägliche, aber mehr wöchentliche Konsumenten.
- Der wöchentliche Konsum steigt jedoch nach wie vor mit wachsendem Alter wie auch mit zunehmender Bildung und höherem Einkommen.

# Entwicklung des Weinkonsums

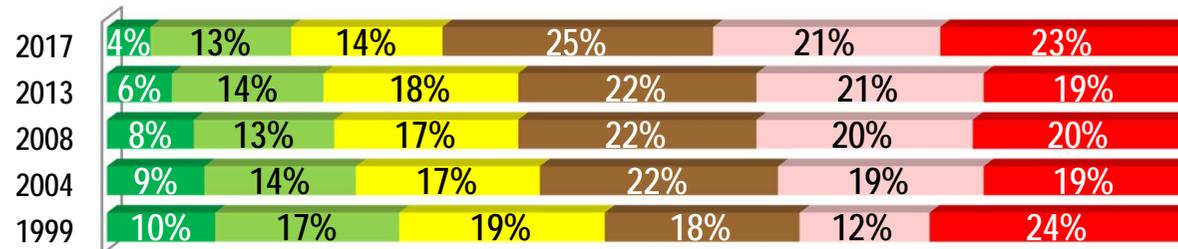
(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren in 2017, 3'002 in 2013, 2'998 in 2008 und 3'041 in 2004)



# Konsumrhythmus von Wein

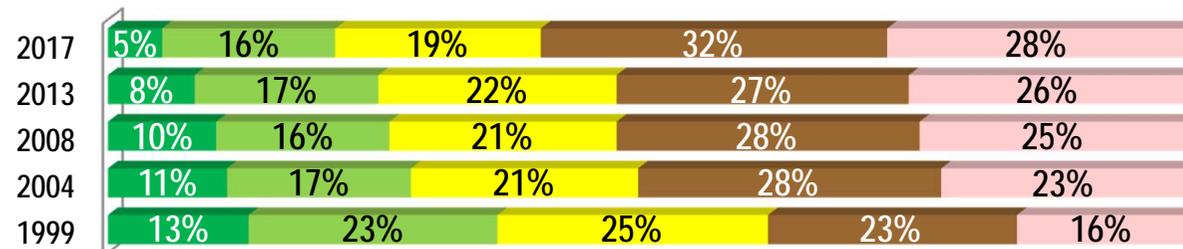
## Gesamtstichprobe

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren in 2017, 3'002 in 2013, 2'998 in 2008, 3'041 in 2004 und 3'036 in 1999)



## Weinkonsumenten

(Basis : 2'309 Personen in 2017, 2'442 in 2013, 2'383 in 2008, 2'469 in 2004 und 2'322 in 1999)

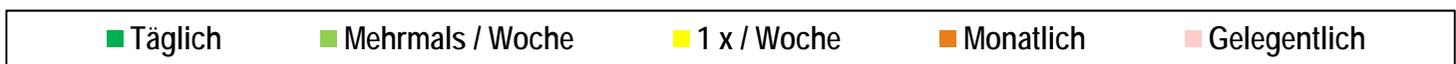
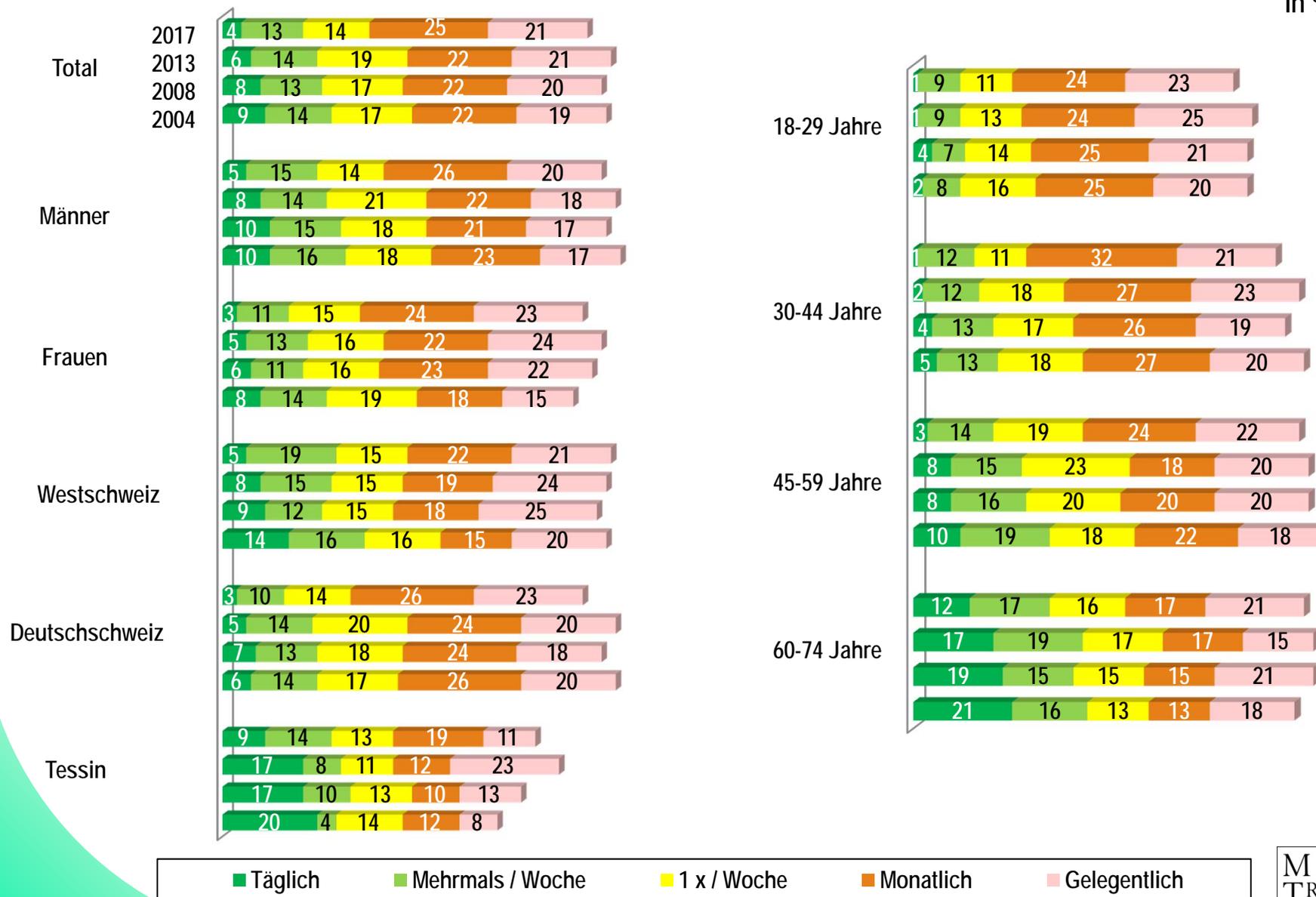


■ Täglich ■ Mehrmals / Woche ■ 1 x / Woche ■ Monatlich ■ Gelegentlich ■ Nie

# Weinkonsums

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren in 2017, 3'002 in 2013, 2'998 in 2008 und 3'041 in 2004)

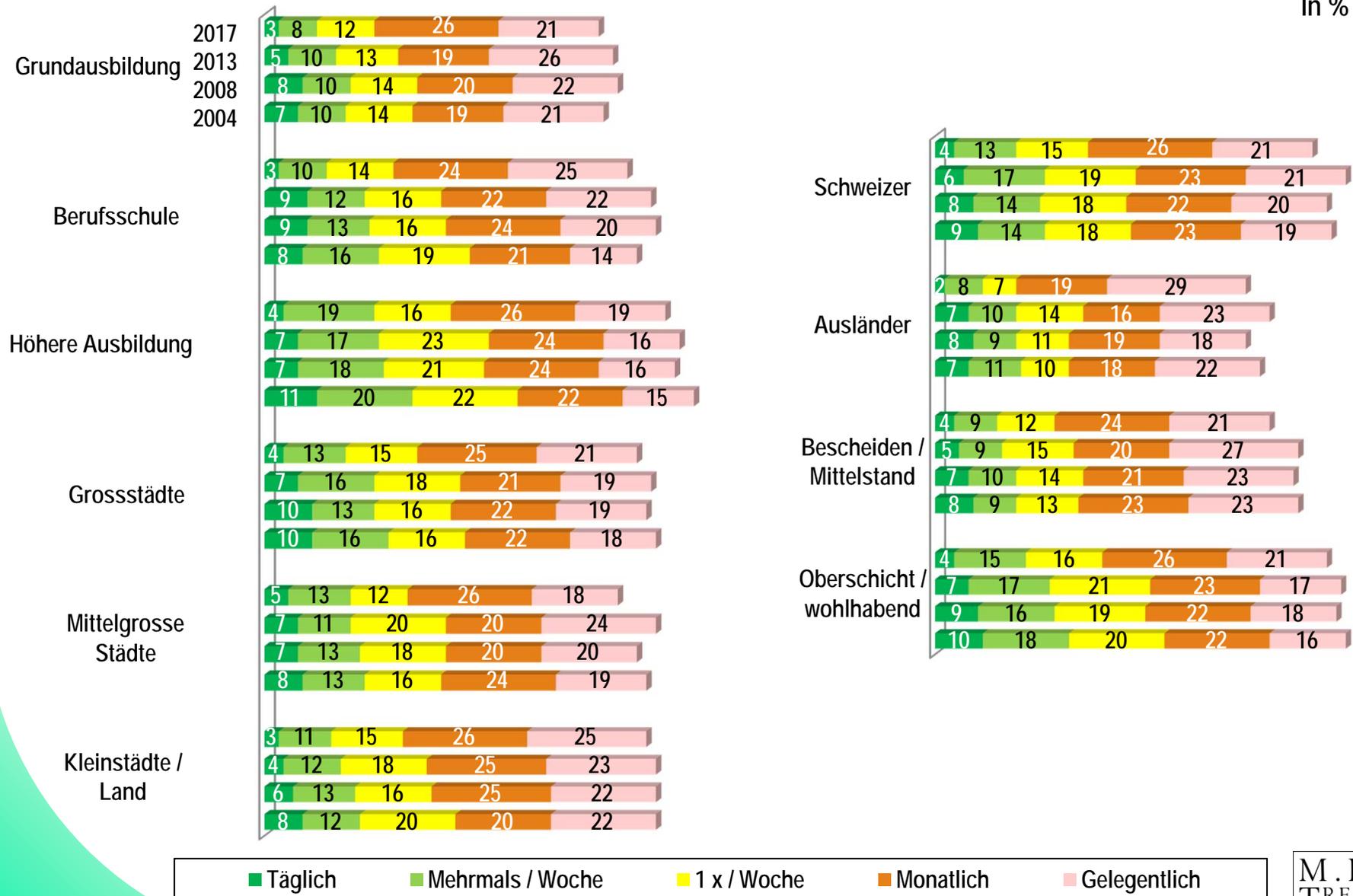
In %



# Weinkonsums

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren in 2017, 3'002 in 2013, 2'998 in 2008 und 3'041 in 2004)

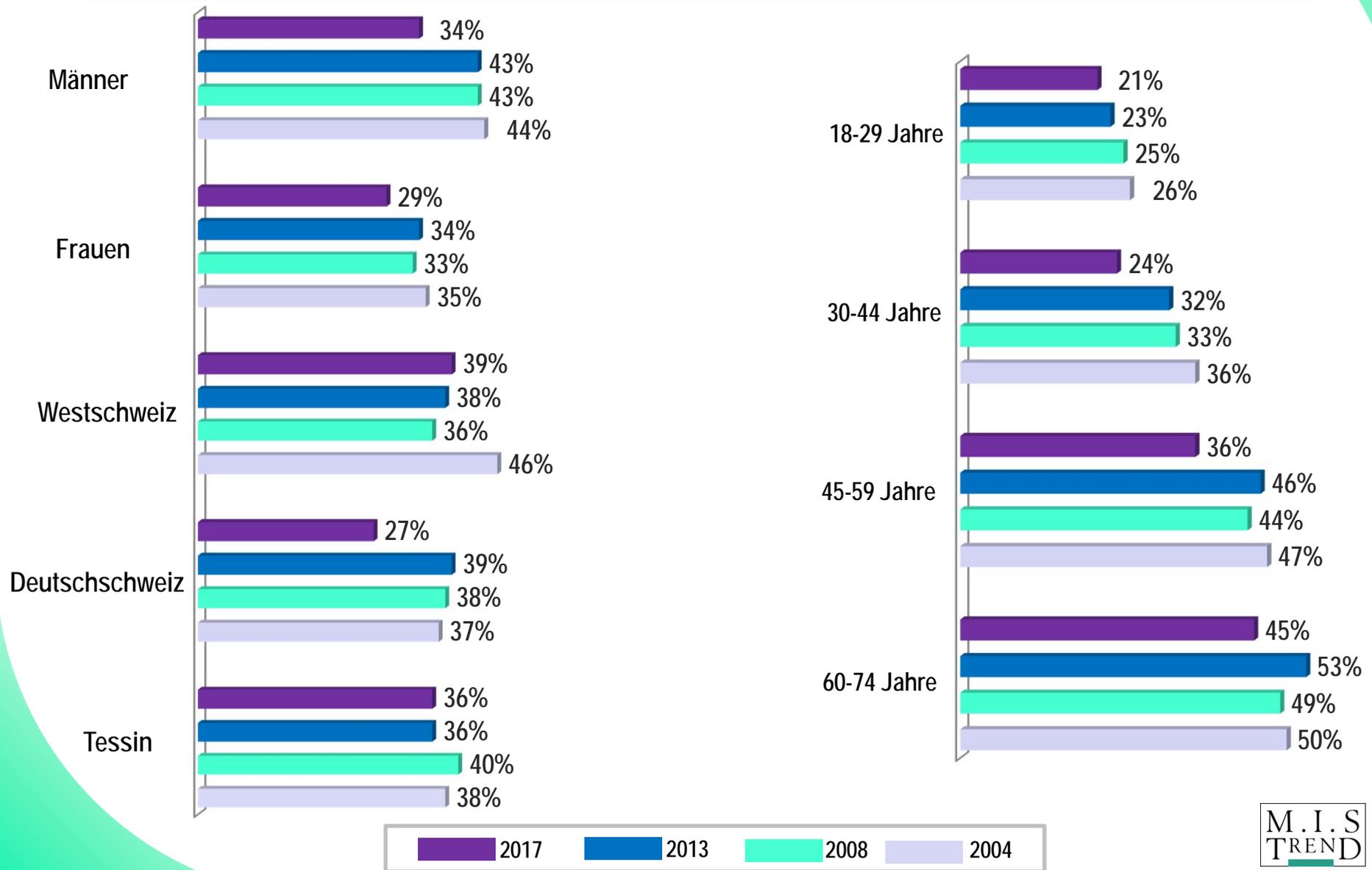
In %



■ Täglich ■ Mehrmals / Woche ■ 1 x / Woche ■ Monatlich ■ Gelegentlich

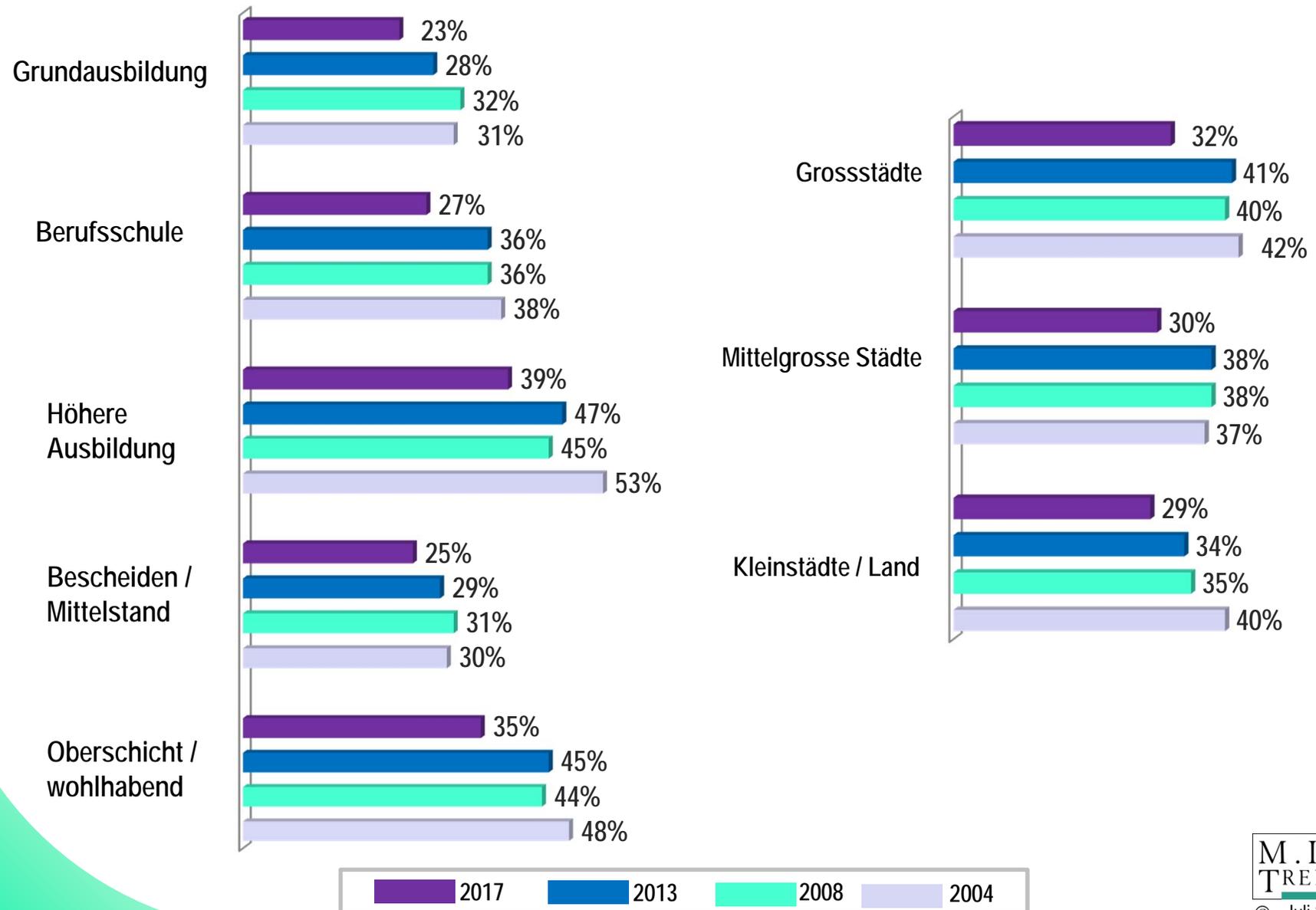
# Regelmässiger Weinkonsum (mindestens 1 Mal pro Woche)

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren in 2017, 3'002 in 2013, 2'998 in 2008 und 3'041 in 2004)



# Regelmässiger Weinkonsum (mindestens 1 Mal pro Woche)

(Basis: 3'003 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren in 2017, 3'002 in 2013, 2'998 in 2008 und 3'041 in 2004)



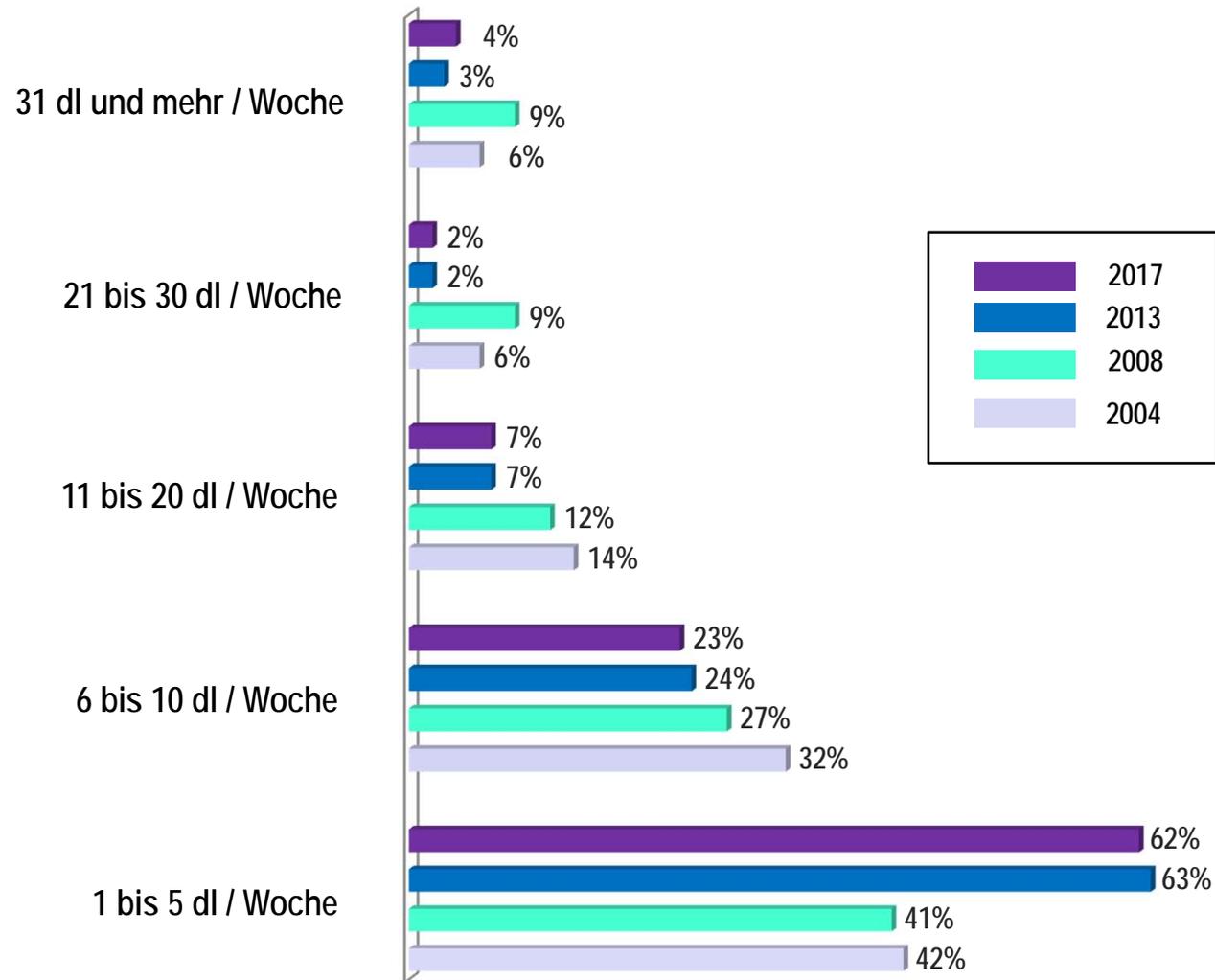
## 2.3. Die konsumierten Mengen

---

- Nach einem erheblichen Rückgang 2013 haben sich die konsumierten Weinmengen stabilisiert und die Ergebnisse sind weitgehend dieselben wie vor 4 Jahren. Dies bestätigt, dass der Rückgang von 2013 nicht auf ein Problem bei der Informationsbeschaffung zurückzuführen war (Seite 34). Im Übrigen bestätigen auch die offiziellen Zahlen des Bundesamts für Landwirtschaft diesen seit einigen Jahren anhaltenden Rückgang, der nicht nur den Schweizer Wein, sondern auch den Importwein betrifft, was ein Anzeichen für veränderte Konsumgewohnheiten ist.
- So sind relativ hohe Mengen weiterhin eher eine Randerscheinung, denn nur etwa 10% der regelmässigen Konsumenten (mindestens mehrere Male monatlich) trinken im Durchschnitt mindestens 1,5 Flaschen pro Woche. Umgekehrt trinken fast zwei Drittel nur etwa eine halbe Flasche pro Woche.
- Die Unterschiede zwischen Untergruppen bleiben im Grossen und Ganzen die gleichen: mit steigendem Alter regelmässige Zunahme des Konsums, die Männer trinken die Hälfte mehr als die Frauen und die Westschweizer und Tessiner trinken wesentlich mehr als die Deutschschweizer (Seite 35). Während jedoch der Durchschnitt bei den Westschweizern gegenüber 2013 unverändert bleibt, ist er bei den Tessinern deutlich rückläufig.

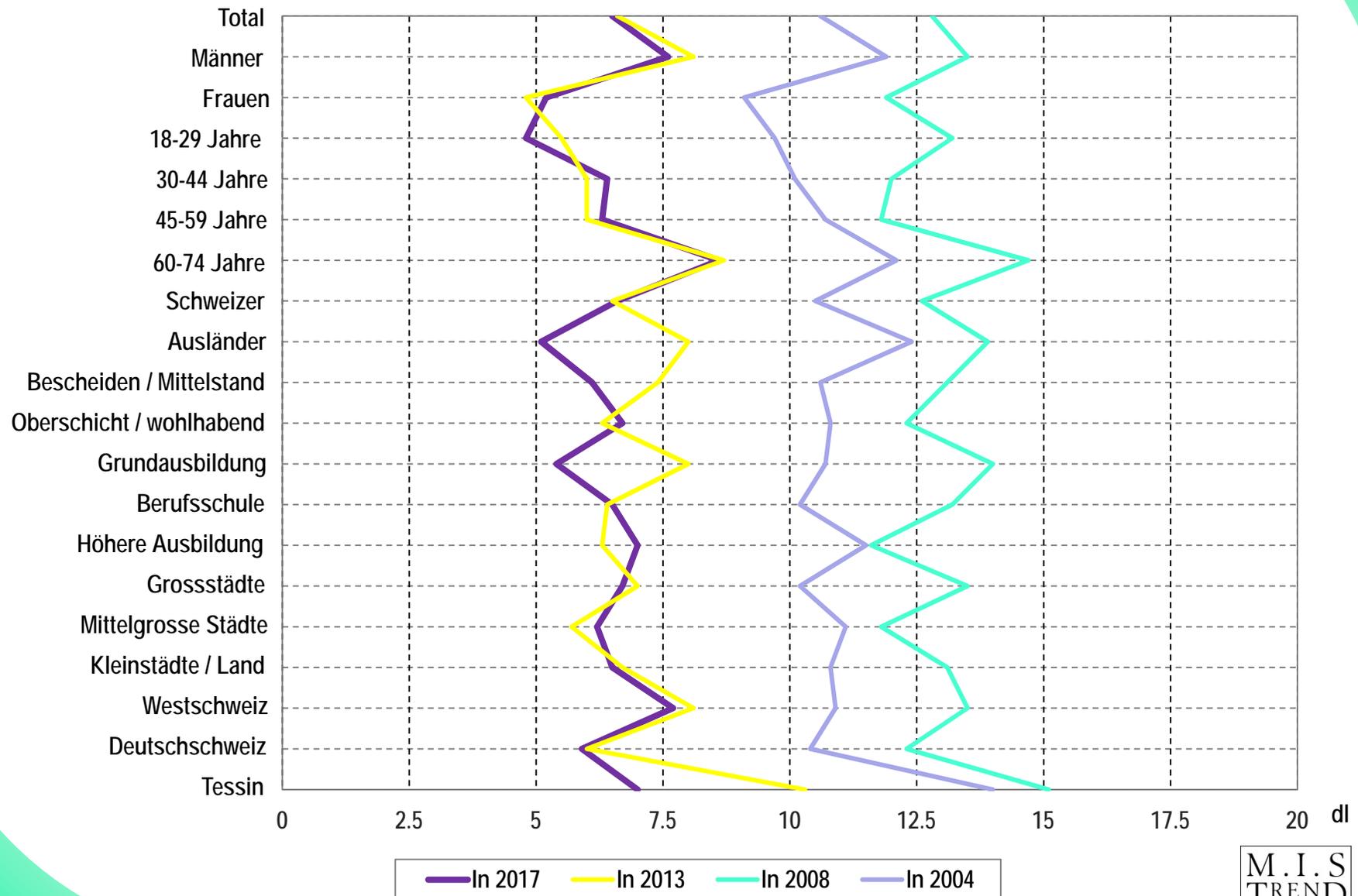
# Pro Woche konsumierte Mengen

(Basis: 576 in 2017, 710 in 2013, 692 in 2008 et 731 in 2004, d.h. Hälfte der Stichprobe der regelmässigen Konsumenten)



# Pro Woche konsumierte Mengen

(Basis: 576 in 2017, 710 in 2013, 692 in 2008 und 731 in 2004, d.h. Hälfte der Stichprobe der regelmässigen Konsumenten)



## 2.4. Selbsteinschätzung in

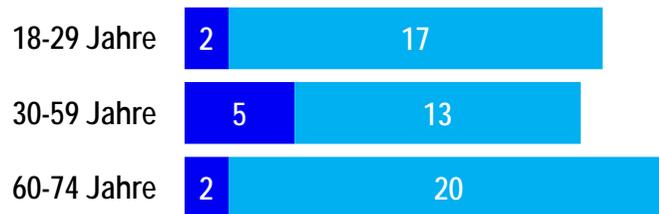
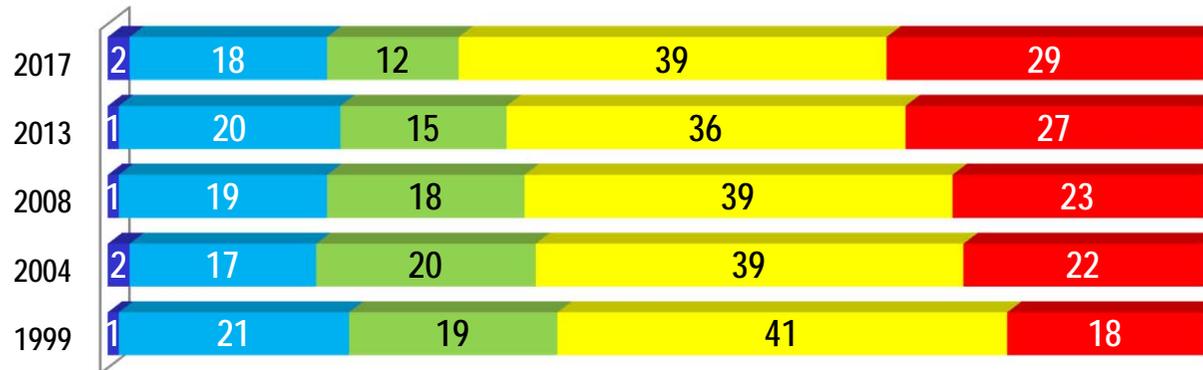
---

## Bezug auf Wein

- Der Anteil Befragter, die sich als Weinexperten oder zumindest als Weinamateure bezeichnen, ist seit 1999 stabil: Bei jeder Untersuchung liegt er bei rund 20% (Seite 38).
- Seit 1999 besteht jedoch ein eindeutiger Trend: Unter den verbleibenden 80% gibt es immer mehr, die sich nach eigener Aussage nicht wirklich auskennen. So hat diese Gruppe seit der ersten Auflage der Untersuchung 12% gewonnen.
- Die Experten und Weinamateure sind bei den Älteren zahlreicher, aber der Abstand zu den Jüngeren ist weniger gross als 2013. Fast jeder fünfte der jüngeren Befragten bezeichnet sich als Experte oder Amateur. Im Übrigen erklären erheblich mehr Männer als Frauen, sie würden sich mit Wein gut oder sehr gut auskennen. Dasselbe gilt für die Zugehörigen eines Haushalts des oberen Mittelstands oder eines wohlhabenden Haushalts.
- Mehr als die Hälfte der Weintrinker sind der Ansicht, die gute Weinkenntnis hinterlasse einen guten Eindruck. Dieser Anteil ist seit 2004 jeweils ähnlich hoch (Seite 39). Man beachte, dass auch die Hälfte der Nichtkonsumenten so denkt. Unter ihnen sind allerdings 26% überhaupt nicht dieser Meinung, während es bei den Konsumenten 13% sind.

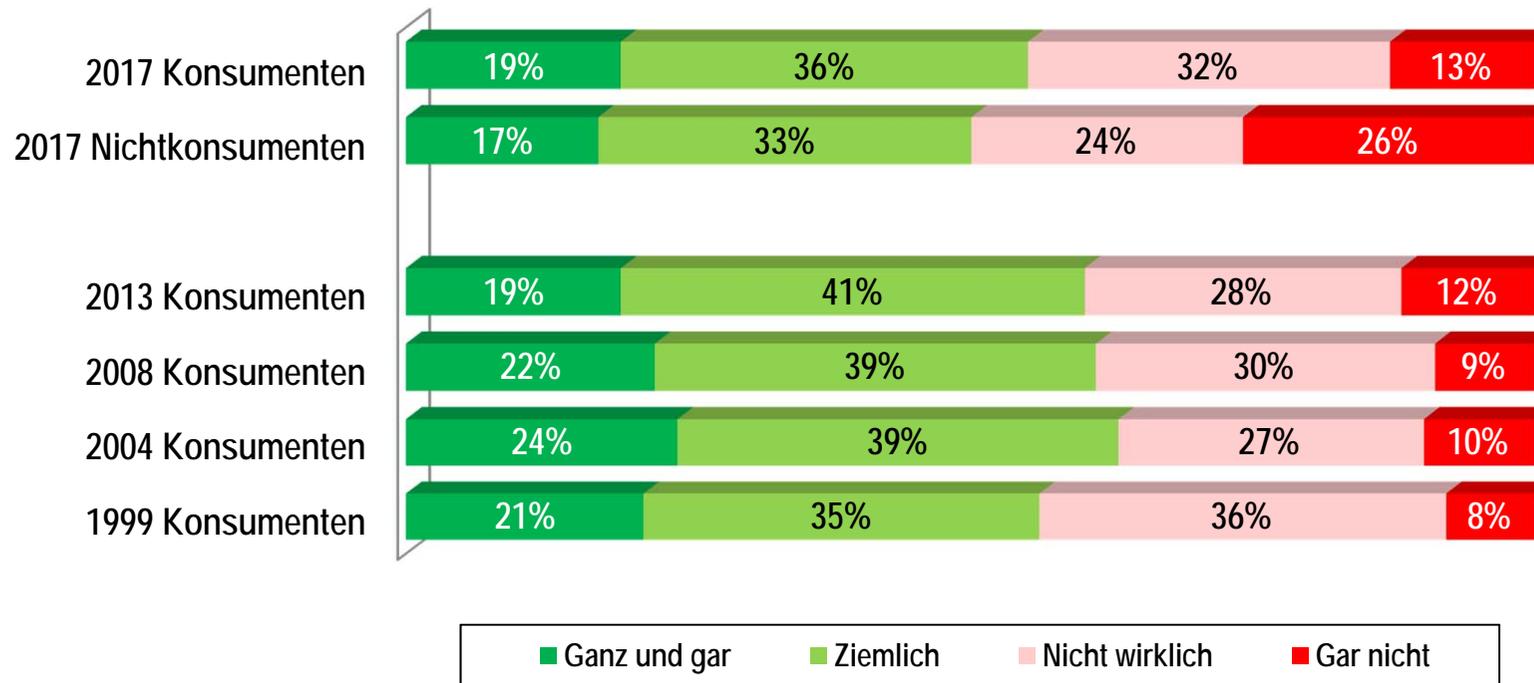
# Selbsteinschätzung: wie würden Sie sich bezeichnen?

(Basis : 2'309 Weinkonsumenten in 2017, 2'442 in 2013, 2'383 in 2008, 2'469 in 2004 und 2'322 in 1999)



# Den Wein gut kennen, gibt dies ein schmeichelndes Bild von einem selber?

(Basis : 2'309 Weinkonsumenten und 694 Nichtkonsumenten in 2017, 2'442 in 2013, 2'383 in 2008, 2'469 in 2004 und 2'322 in 1999)



# 3. Bekanntheit der Regionen, Weine oder --- Rebsorten und des Vokabulars

# 3.1. Die Gebiete und die Regionen oder Kantone als Produzenten

---

- Die Zunahme der ungestützten Bekanntheit der Schweiz um 7% im Jahr 2013 wird dieses Jahr mit einem weiteren Prozentpunkt (leichter Anstieg auf 86%) bestätigt (Seite 43). Und während Frankreich etwas Federn lassen muss, liegt die Schweiz zusammen mit Italien erstmals gleichauf. In weiter Ferne liegen damit die Zahlen von 1999, als unser Land nur gerade von 54% spontan als Weinproduzent genannt wurde, womit es gleich hinter Spanien und knapp vor Australien lag.
- Zweiter erfreulicher Punkt: Die Bekanntheit ist insgesamt in allen Untergruppen gleich. Damit ist dieses gute Ergebnis nicht einer besonderen Region oder Altersgruppe zuzuschreiben. Das ist für Italien z.B. nicht der Fall, das seinen ersten Platz gemeinsam mit der Schweiz und Frankreich den Deutschschweizern und vor allem den Tessinern zu verdanken hat, von denen 96% dieses Land nennen.
- Im Übrigen ist die ungestützte Bekanntheit der vier führenden Länder (Frankreich, Italien, Schweiz und Spanien) stabil, während diejenige der allermeisten anderen Länder zurückgeht, bisweilen sogar stark, wie etwa im Fall von Australien, Chile und den USA, die je etwa 10% an Bekanntheit einbüßen. Diese Länder kehren nach einer spürbaren Verbesserung 2013 auf den Stand von 2008 zurück.
- In Bezug auf die strukturellen Unterschiede ist festzustellen, dass die über 45-Jährigen tendenziell viel mehr Länder nennen als die Jüngeren sowie auch die Tessiner insgesamt, die sich im Wesentlichen auf die vier ersten Länder beschränken. Von den Deutschschweizern werden hingegen viel häufiger andere Länder als die ersten vier genannt, namentlich Australien und Deutschland.

# Spontane Bekanntheit der Produktionsländer

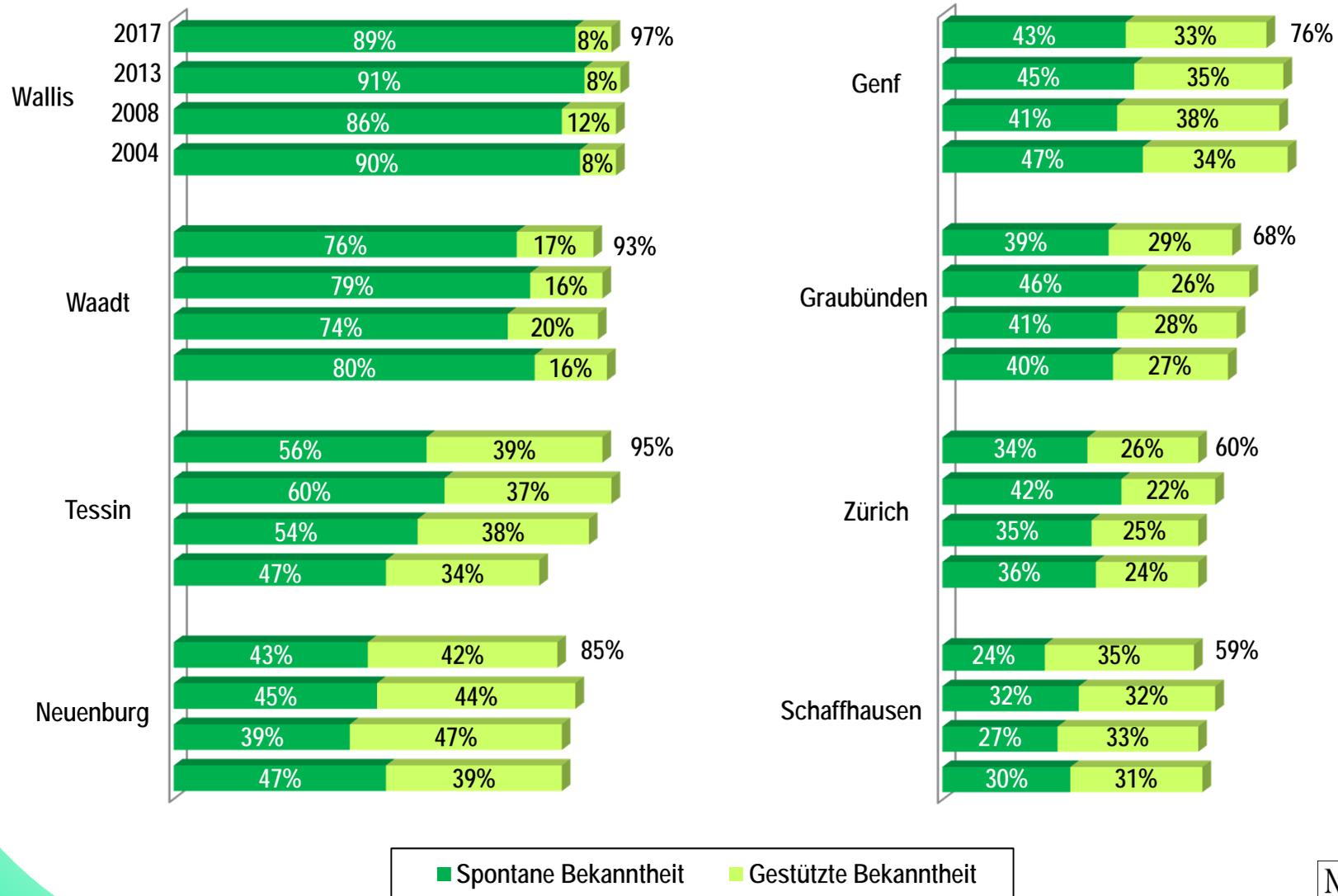
(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)



- Die ersten drei Kantone, das Wallis, die Waadt und das Tessin, kommen wieder gut weg, mit einer hervorragenden ungestützten und gestützten Bekanntheit auf gleicher Höhe wie 2013 (Seiten 45 und 46). So ist keinem oder fast keinem regelmässigen Weinkonsumenten unbekannt, dass diese Kantone Wein Produzieren. Mit einer um 13% höheren ungestützten Bekanntheit liegt das Wallis allerdings weiterhin vor der Waadt.
- Dahinter erzielen vor allem Neuenburg, aber auch Genf ebenfalls gute Ergebnisse mit einer ungestützten Bekanntheit von 43% und einer immer noch hohen gestützten Bekanntheit von 85% bzw. 76%.
- Weiter verlieren alle Deutschschweizer Kantone einige Prozent an gestützter Bekanntheit, im Allgemeinen wegen einer leicht rückläufigen ungestützten Bekanntheit. Der Fall ist dies insbesondere bei Zürich, Schaffhausen und Thurgau. Ihre gestützte Bekanntheit ist aber mit 60% bzw. 59% für die beiden ersten und 51% für den Thurgau (der zusammen mit St. Gallen gegenüber 2013 am meisten eingebüsst hat) nach wie vor gut.
- Schliesslich ist noch die gute gestützte Bekanntheit der Bielerseeregion (fast 70%) zu betonen, wobei jedoch mit 16% die ungestützte Bekanntheit, wie schon bei den vorangegangenen Untersuchungen, recht gering ist. Ähnlich verhält es sich beim Vully: eher schwache ungestützte Bekanntheit, aber gute gestützte Bekanntheit, auf einer Ebene mit Zürich und Schaffhausen, eine Feststellung, die bisher bei jeder Untersuchung gemacht wurde.
- Bezüglich Struktur der Stichprobe kann gesagt werden, dass die Befragten mit zunehmendem Alter häufiger wissen, dass ein Kanton Wein produziert. Das gilt allgemein, vor allem aber in Bezug auf die weniger bekannten Produzentenkantone.
- Neuenburg liegt dank einer besseren Bekanntheit in der deutschen Schweiz und vor allem im Tessin vor Genf. Sonst werden die Deutschschweizer Kantone von den Deutschschweizer Befragten logischerweise viel öfter genannt. Sie wissen auch viel häufiger, dass die Bielerseeregion Wein produziert. Schliesslich sind die Deutschschweizer Kantone in der Westschweiz und im Tessin in etwa gleich bekannt.

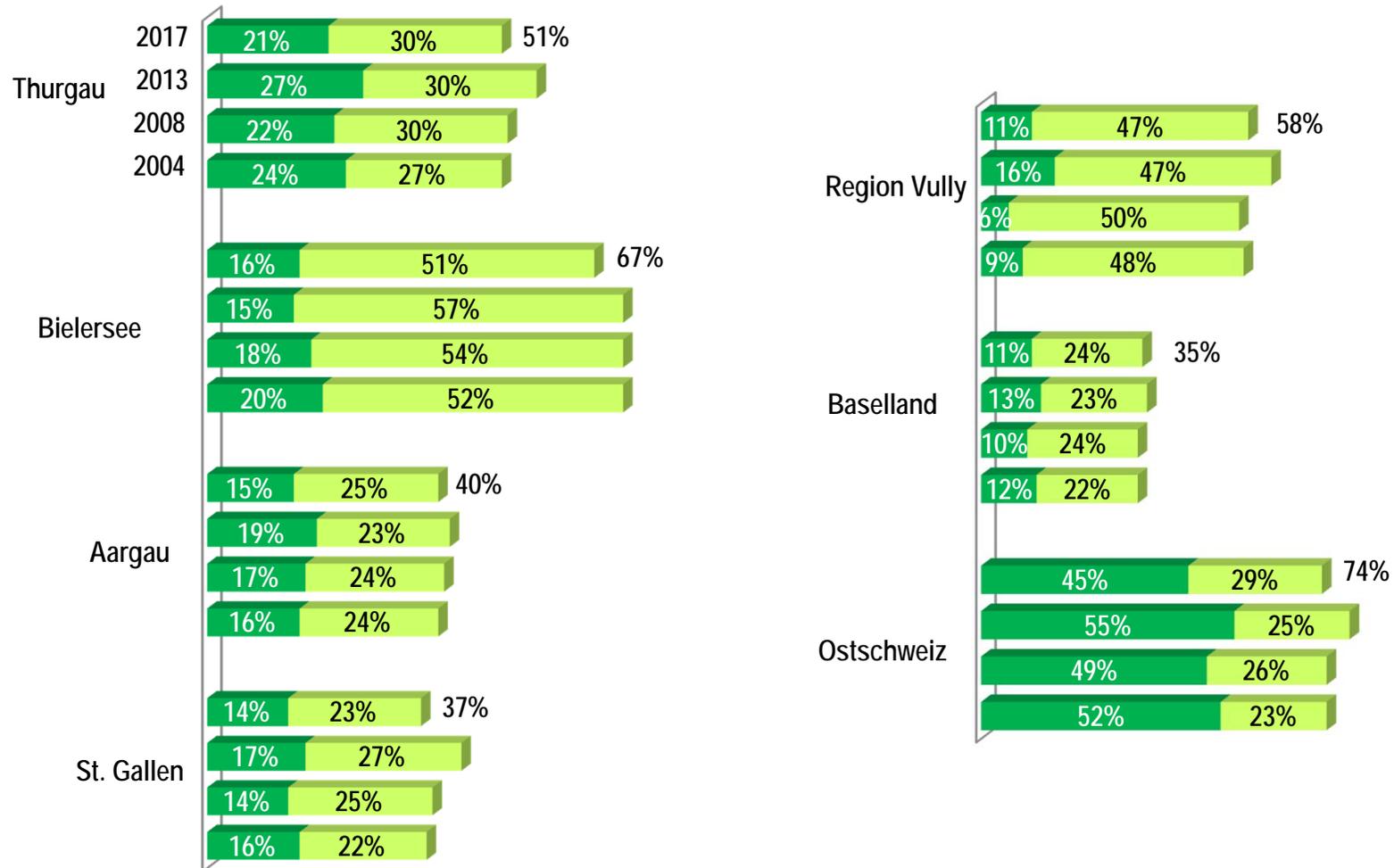
# Spontane und insgesamt Bekanntheit der Schweizer Kantone/Regionen als Weinproduzenten

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)



# Spontane und insgesamt Bekanntheit der Schweizer Kantone/Regionen als Weinproduzenten

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)



■ Spontane Bekanntheit    ■ Gestützte Bekanntheit

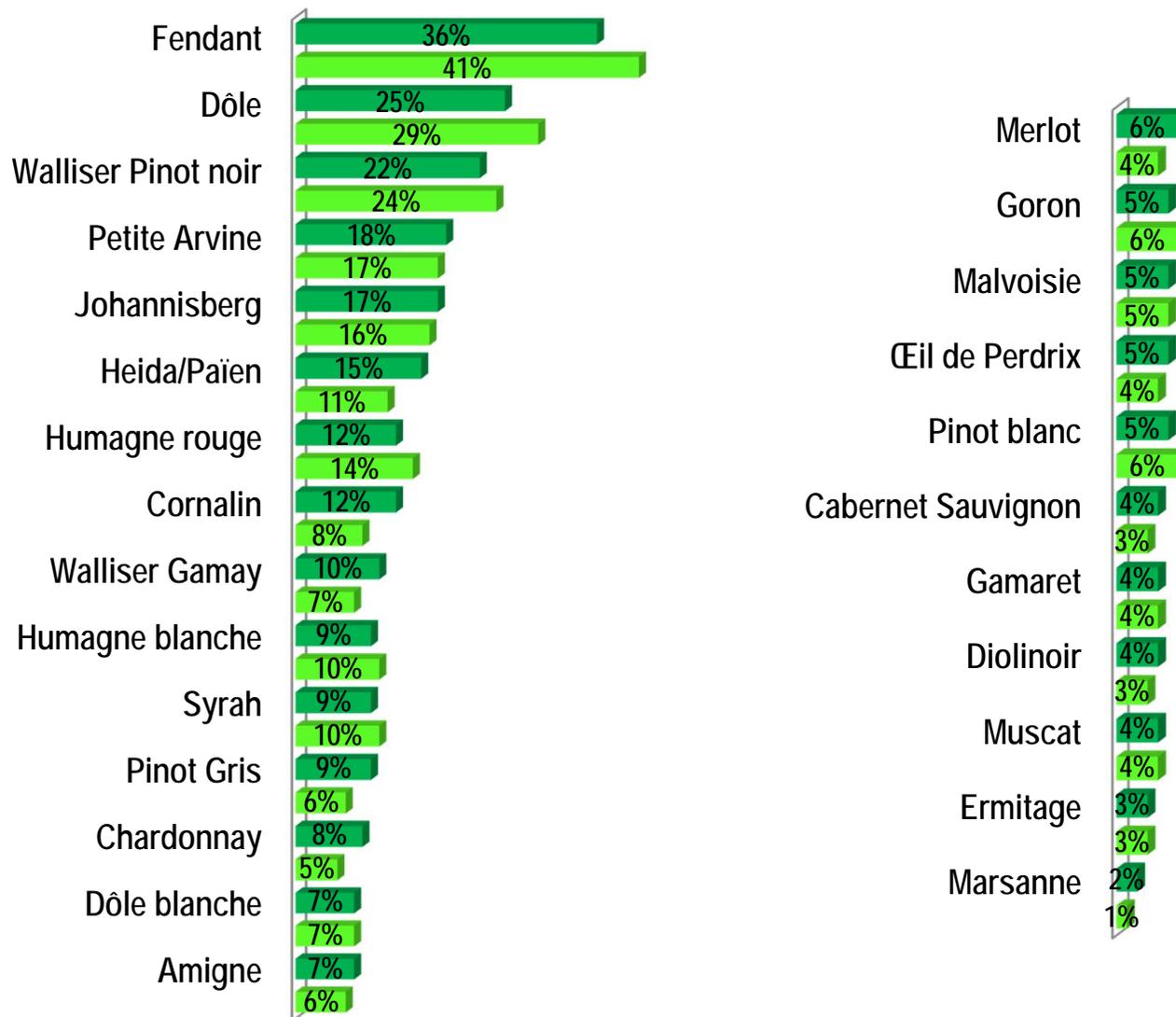
## 3.2. Das Wallis

---

- Die ungestützte Bekanntheit der Walliser Weine und Rebsorten ist insgesamt sehr stabil, wobei die allermeisten dasselbe Ergebnis erzielen wie 2013 (Seite 49).
- Allerdings sind vier nennenswerte Ausnahmen zu nennen: zunächst der Fendant und der Dôle, die deutlich an der Spitze bleiben, aber 5% bzw. 4% einbüßen. Diese Prozente gehen an den Heida/Païen, der 4% zulegt und nun mit dem Johannisberg gleichzieht und fast den Petite Arvine erreicht, sowie an den Cornalin, der sich um 4% verbessert und liegt damit mit dem Humagne rouge gleichauf.
- In Bezug auf die gestützte Bekanntheit (Seiten 50 und 51) liegen der Fendant und der Dôle mit 90% weiterhin klar an der Spitze, müssen allerdings einige Federn lassen. Nicht weit zurück liegen der Walliser Pinot noir und der Dôle Blanche mit 84% bzw. 80%, womit sie gegenüber 2013 ebenfalls einige Prozent eingebüsst haben.
- Dahinter ist vor allem zu betonen, dass die gestützte Bekanntheit aller Walliser Spezialitäten steigt, teilweise sogar recht spektakulär. Dies ist namentlich beim Petite Arvine und beim Cornalin der Fall, die beide 9% zulegen, sowie vor allem beim Heida/Païen, der sich um 13% verbessert und zudem die Besonderheit aufweist, dass er in der Deutschschweiz bekannter ist als in der Westschweiz (aber überhaupt nicht im Tessin). Dabei ist die gestützte Bekanntheit dieser drei Rebsorten seit 2004 klar am stärksten gestiegen: auf mehr als das Doppelte beim Cornalin und Heida/Païen und auf fast das Doppelte beim Petite Arvine.
- Es ist jedoch zu betonen, dass der Humagne rouge und der Humagne blanche seit 2008 ebenso regelmässig zulegen wie der Ermitage.

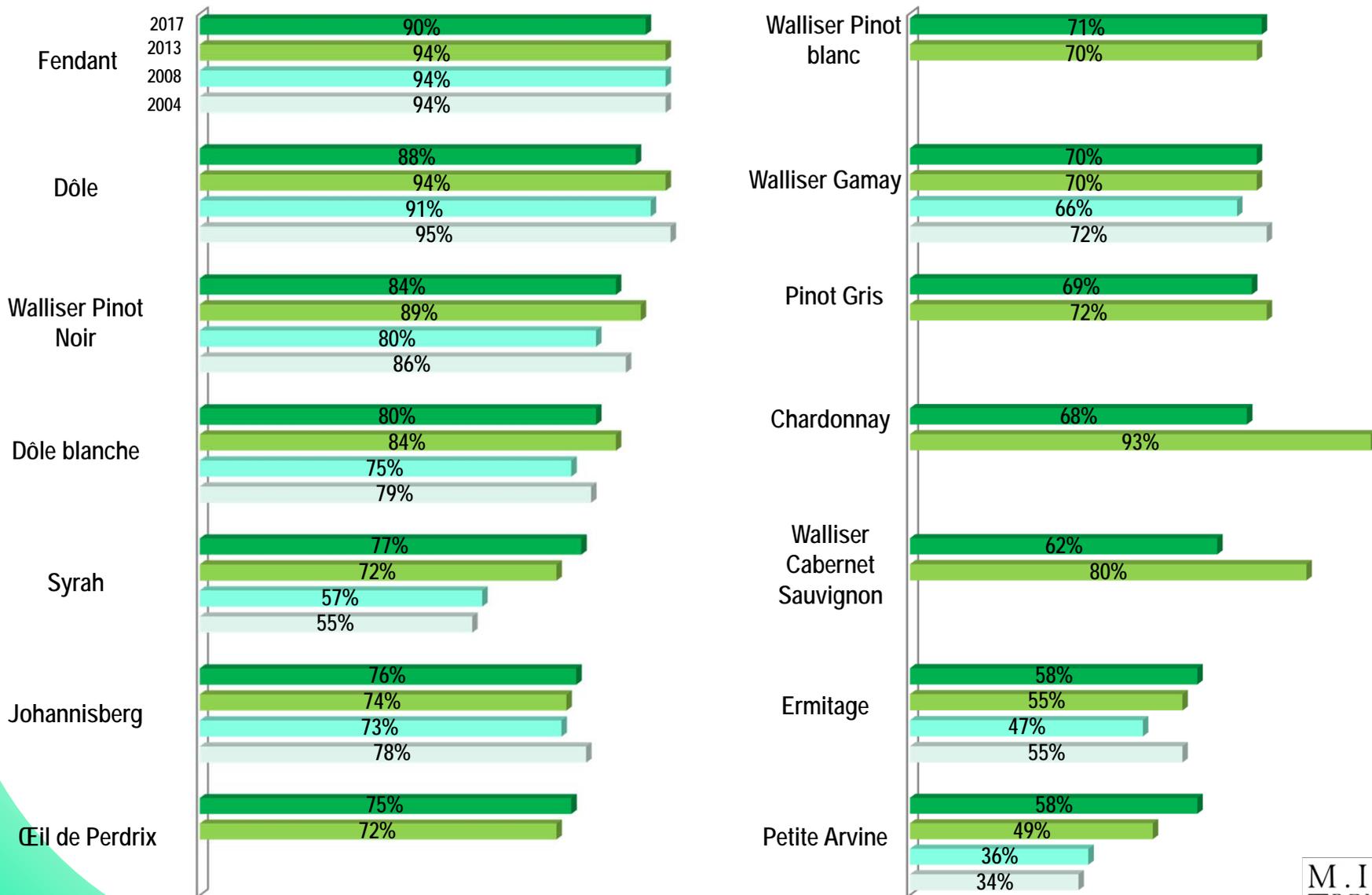
# Spontane Bekanntheit der im Wallis produzierten Weine und Rebsorten<sup>49</sup>

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, in 2017 und 1'456 in 2013)



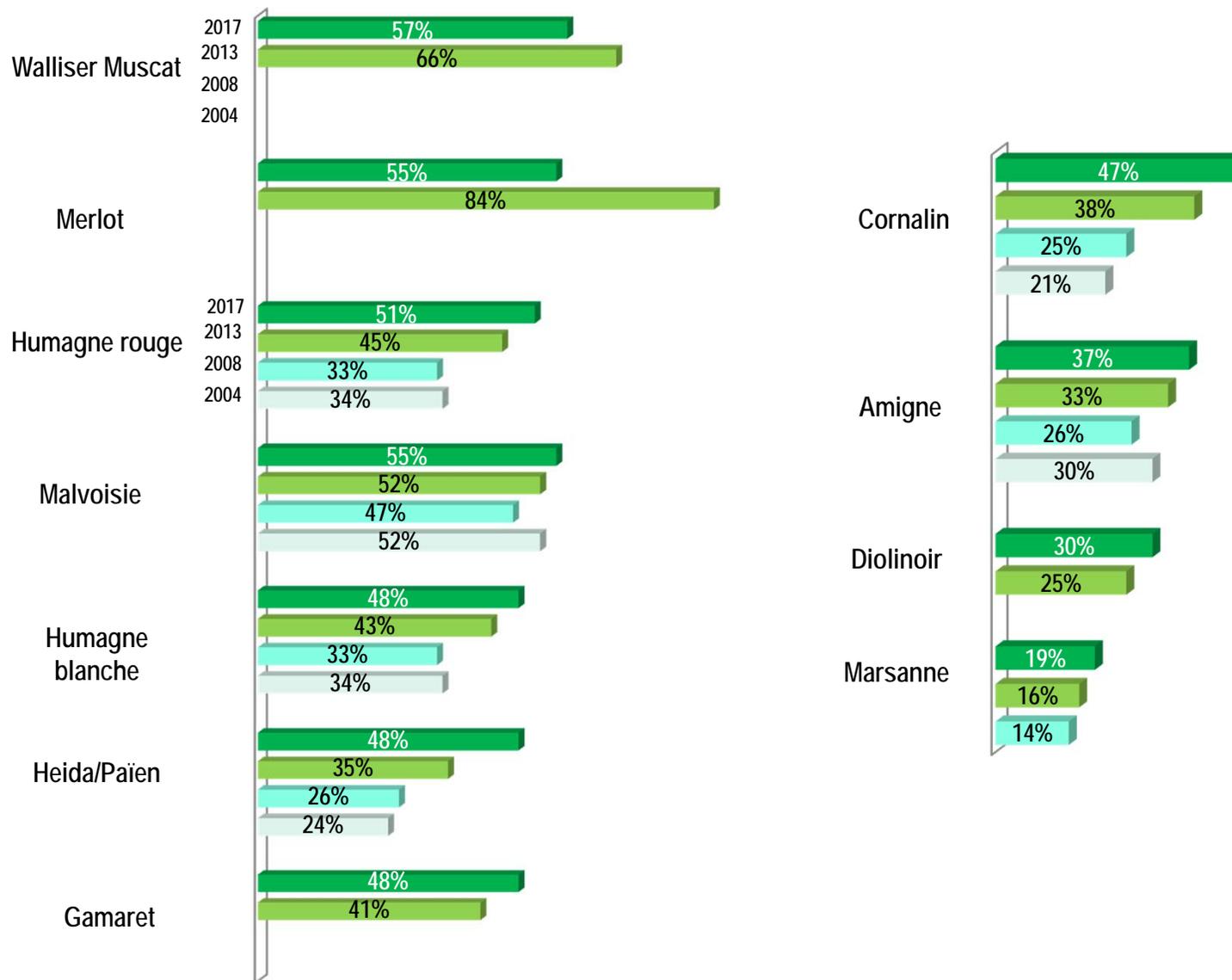
# Bekanntheit der im Wallis produzierten Weine und Rebsorten

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)



# Bekanntheit der im Wallis produzierten Weine und Rebsorten

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)



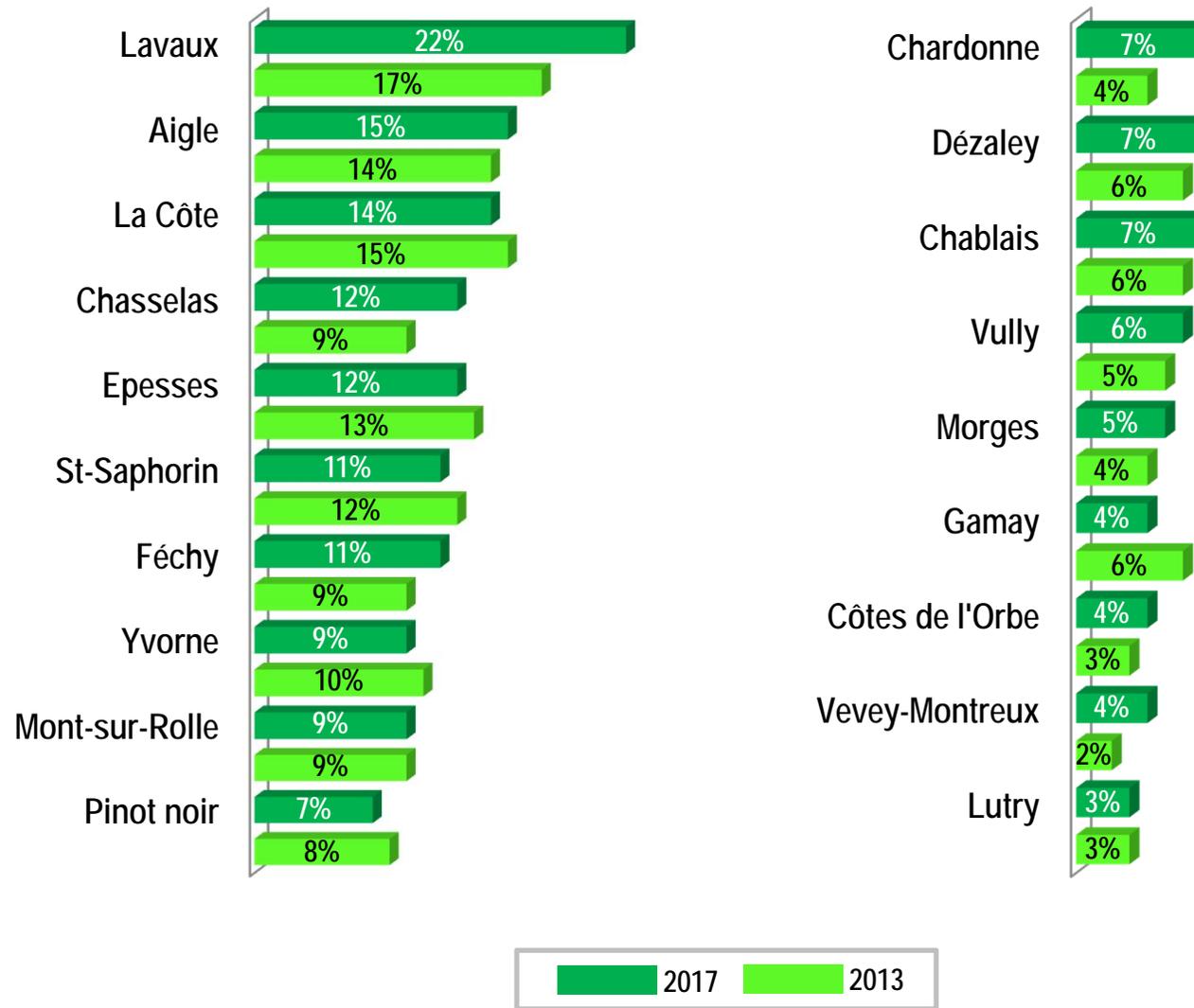
## 3.3. Der Kanton Waadt

---

- Wie schon die Walliser Weine erreichen auch alle aus dem Kanton Waadt eine spontane Bekanntheit gleichauf wie 2013, die kleinen Variationen sind alle nicht signifikant (Seite 54).
- Es ist jedoch eine interessante Ausnahme festzustellen: Lavaux legt 5% zu und wird spontan von fast einem Viertel der Konsumenten genannt.
- Die gestützte Bekanntheit (Seite 55 bis 57) ist ebenso gut wie 2013 oder sogar noch etwas besser, wenn man von denjenigen Anbaugebieten absieht, die nicht wirklich mit 2013 verglichen werden können, da die Frage dieses Jahr geändert wurde. Der Fall ist dies insbesondere bei der Appellation Aigle, welche die Schwelle von 80% übersteigt, beim Chablais, Lavaux und Vully (wobei die beiden letztgenannten Appellationen seit 2008 bei jeder Untersuchung zulegen) sowie bei Villeneuve, Bonvillars (seit 2008 ebenfalls ständig besser), Begnins, Bursinel und Perroy.
- Betrachtet man die Ergebnisse nach Sprachregionen, sind die Weine bei den Westschweizern allgemein natürlich wesentlich bekannter. Es folgen die Deutschschweizer, während die Tessiner oft weit dahinter liegen. Im Einzelnen ist festzustellen, dass Lavaux in der Westschweiz vor La Côte und bei den Deutschschweizern knapp dahinter liegt, während das Gebiet im Tessin weit abgeschlagen ist.
- Andererseits profitieren Féchy und Epesse sowie in geringerem Masse Dézaley, Aigle, Yvorne, Mont-sur-Rolle und Aigle von einer sehr guten Bekanntheit in der Deutschschweiz, gleich gut (Féchy) oder nur knapp schlechter als in der Westschweiz.

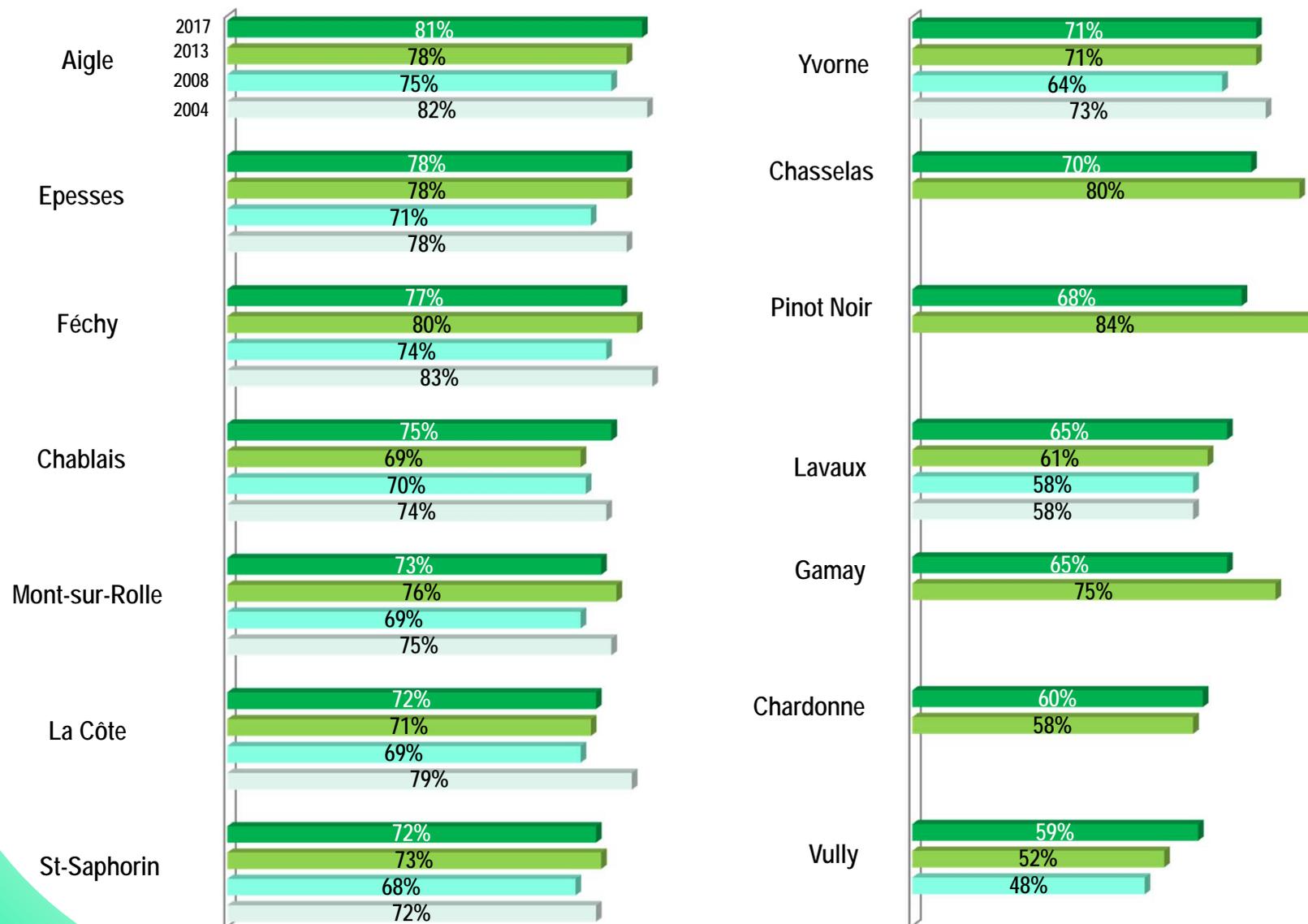
# Spontane Bekanntheit der Waadtländer Weinregionen und Weine

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, in 2017 und 1'456 in 2013)



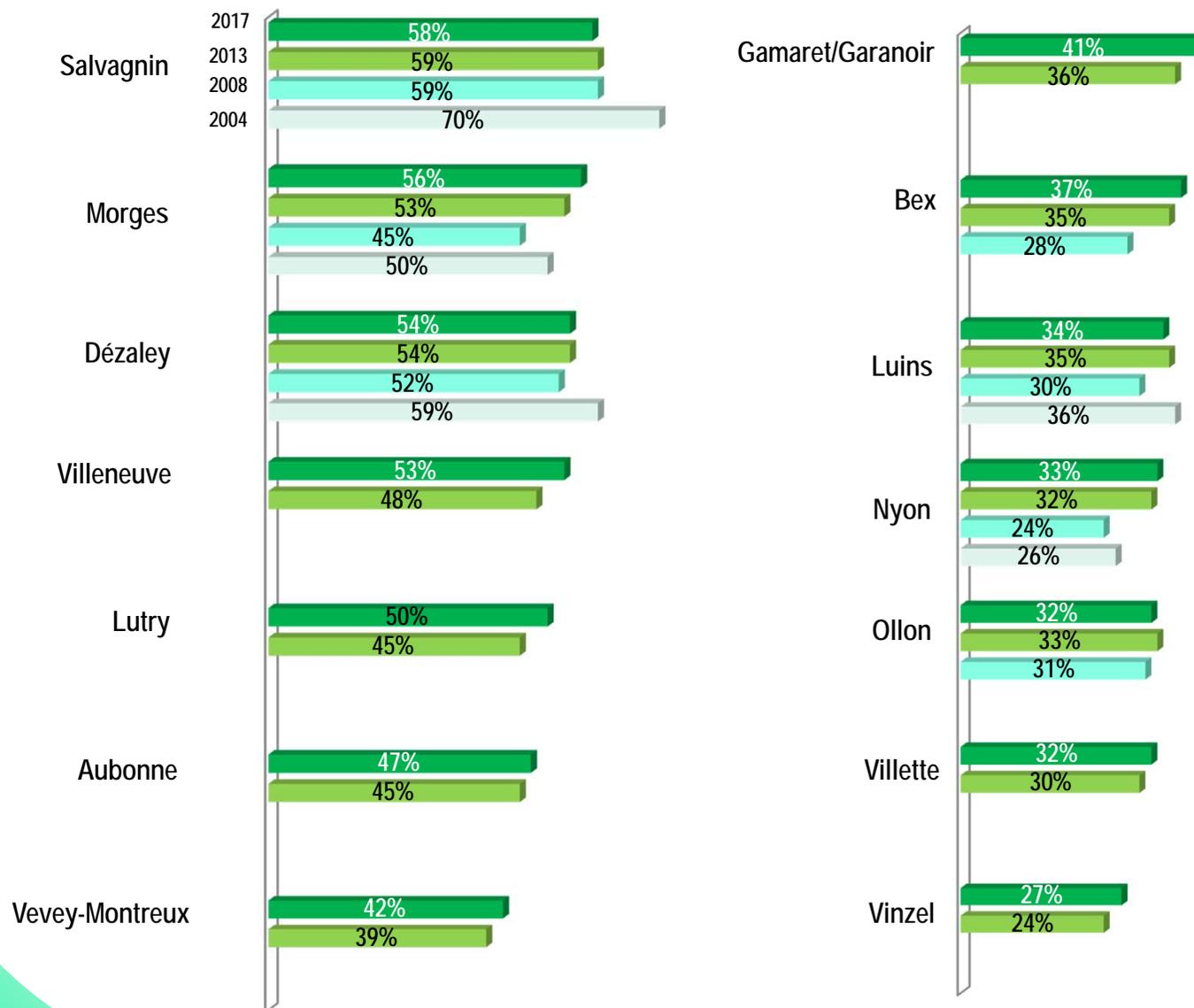
# Bekanntheit der Waadtländer Weinregionen und Weine

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)



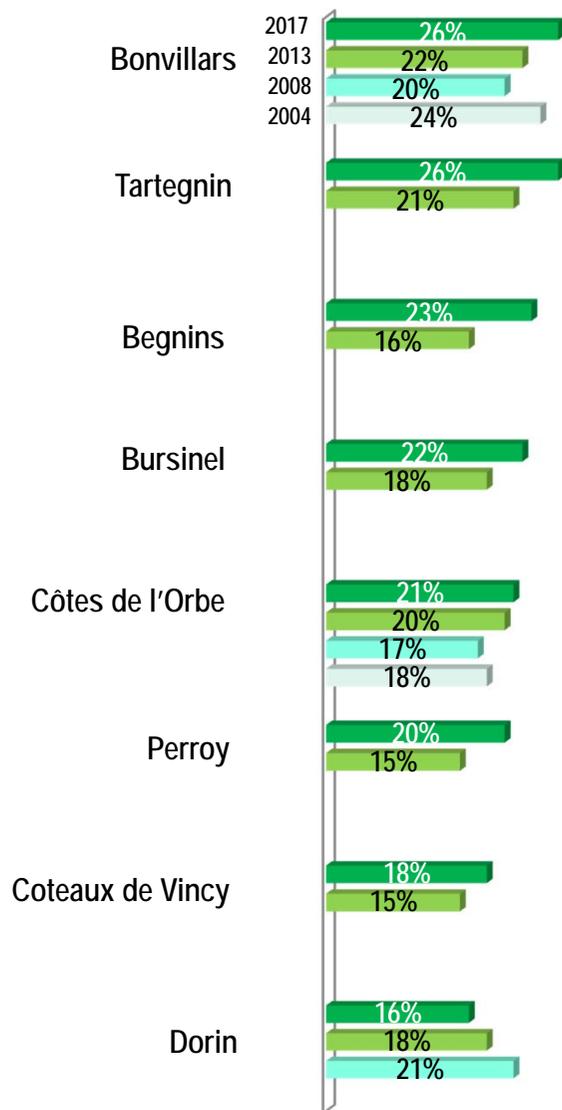
# Bekanntheit der Waadtländer Weinregionen und Weine

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)



# Bekanntheit der Waadtländer Weinregionen und Weine

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)



## 3.4. Genf und die Region Neuenburg, --- Biel und Vully

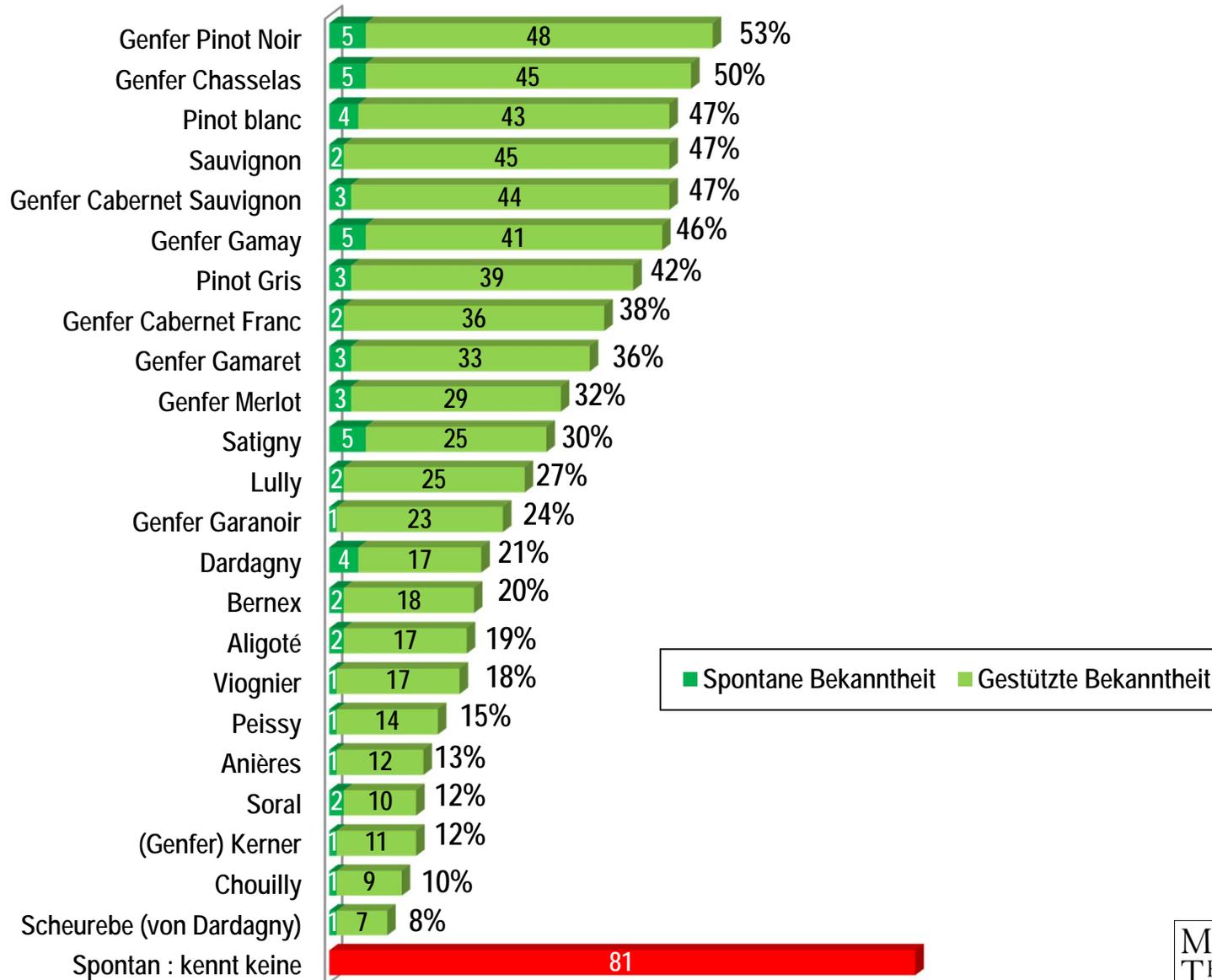
# Bekanntheit der Weine und Rebsorten des Kantons Genf und der Regionen Neuenburg, Bielersee und Vully

59

- Da die Bekanntheitsfragen für die Rebsorten dieses Jahr geändert wurden, präsentieren wir in den Grafiken keine Vergleiche mit 2013. In den Regionen Genf, Neuenburg, Biel und Vully sind die internationale Rebsorten zahlreich und die neue Frageweise hat zur Folge, dass ihre Prozentsätze gegenüber 2013 höher sind.
- Für Genf liegen somit nur Rebsorten auf den ersten Rängen, wobei der Pinot noir weiterhin knapp vor dem Chasselas führt (Seite 60). Bei den Weinen und Appellations ist die ungestützte Bekanntheit weiterhin sehr gering, während für fast alle die gestützte Bekanntheit spürbar steigt, namentlich für Satigny und Lully (+8%) sowie Dardagny (+6%), was zuversichtlich stimmt.
- In Bezug auf die Drei-Seen-Region ist zunächst festzustellen, dass fast acht von zehn Befragten erklären, sie würden die Region kennen, aber 17% von ihnen können keinen oder nur einen See nennen (Seite 61). Die Bekanntheit der Region nimmt mit wachsendem Alter der Befragten spürbar zu; andererseits ist sie logischerweise in der Westschweiz und in der Deutschschweiz deutlich höher als im Tessin, wo nur jeder fünfte Befragte mindestens zwei Seen nennen kann.
- Wie in Genf ist die ungestützte Bekanntheit noch immer gering, mit Ausnahme natürlich des Œil de Perdrix, der spontan von 18% genannt wird, und des Vully mit 12% (Seite 62). Auch beim Nachfragen liegt der Œil de Perdrix auf dem gewohnten ersten Platz, und zwar ziemlich klar vor den anderen Rebsorten. Unter den Neuenburger Spezialitäten legen die Appellation «Neuenburger Weisswein» 4% und der ungefilterte Weisswein 5% zu.

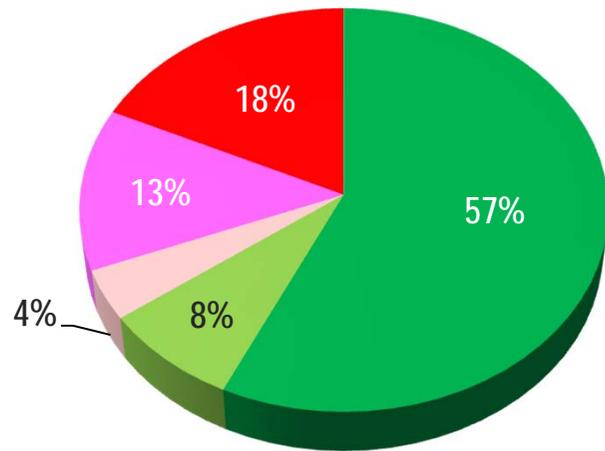
# Bekanntheit der Genfer Weinregionen und Weine

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)

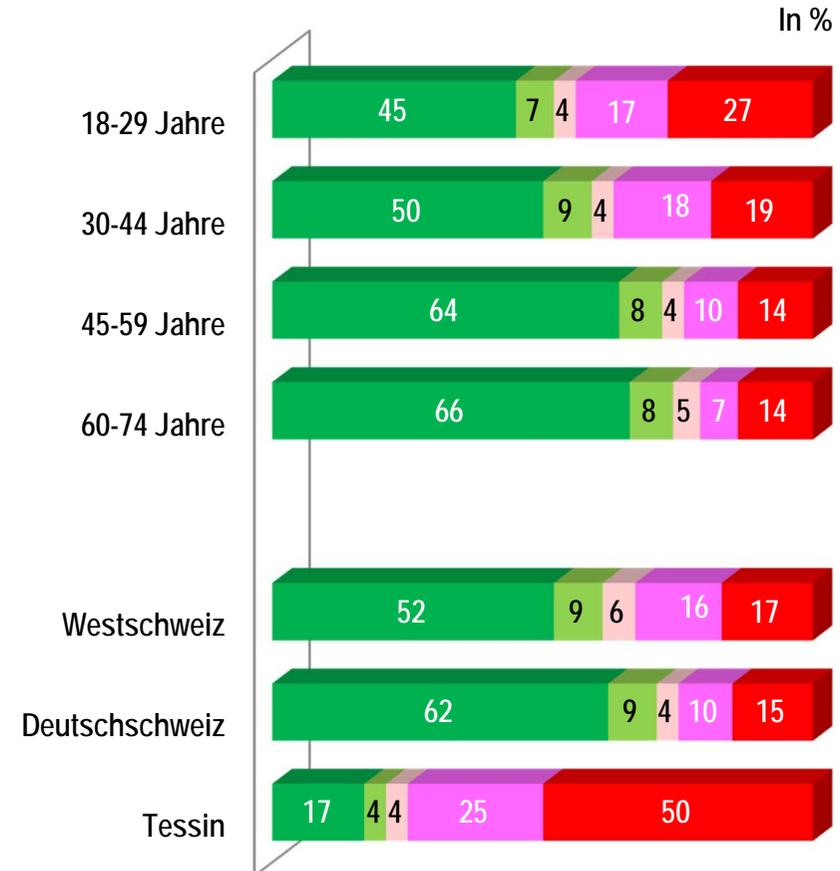


# Bekanntheit der Bezeichnung «Drei Seenregion»? 61

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)

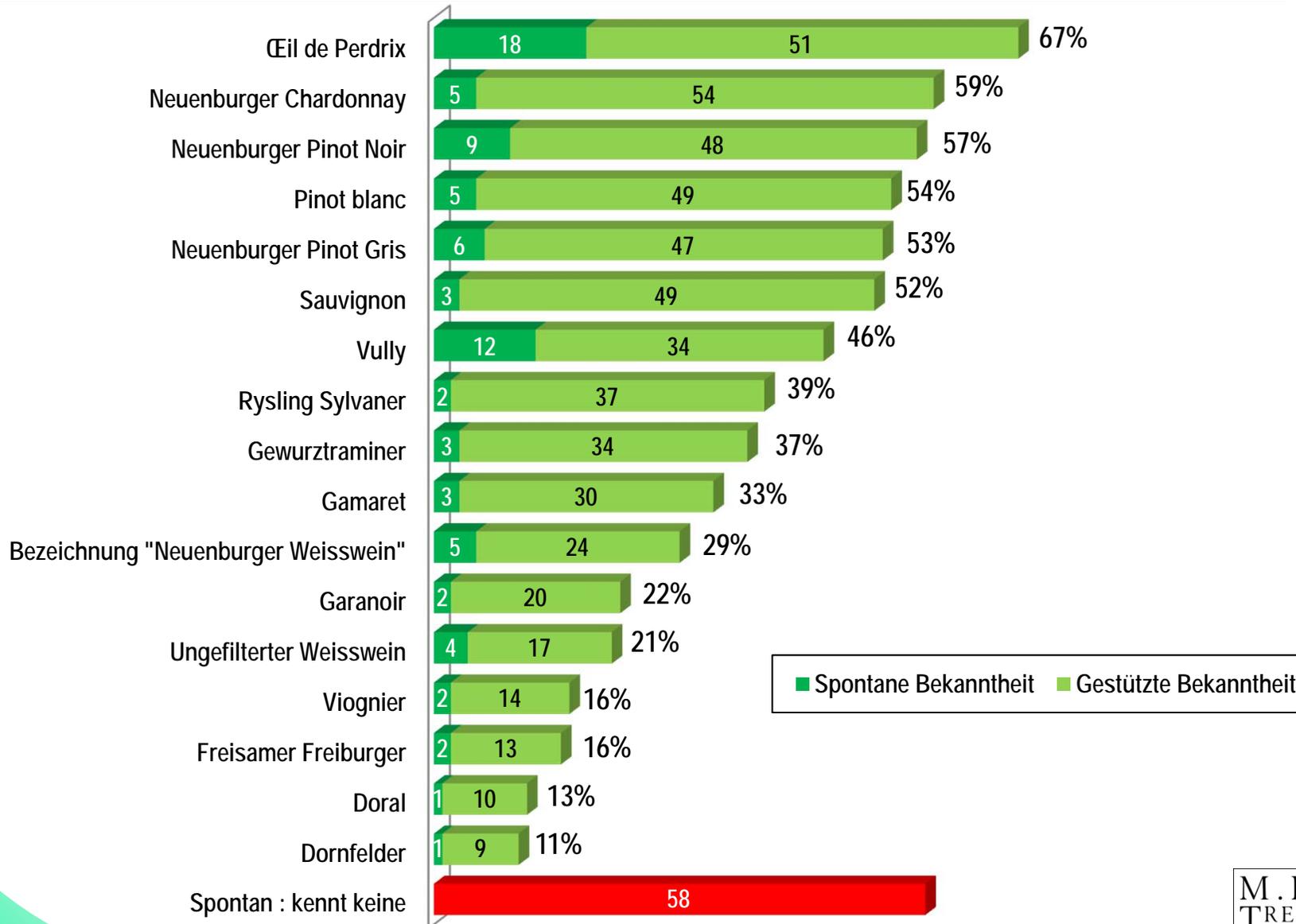


- Kennt und nennt die 3 Seen
- Kennt und nennt 2 Seen
- Kennt und nennt 1 Seen
- Kennt, aber kann keinen See nennen
- Kennt nicht



# Bekanntheit der Weinregionen und der Weine / Bezeichnungen der Region Neuenburg, Biel und Vully

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)



## 3.5. Das Tessin und die Deutschschweiz

---

# Bekanntheit der Tessiner und Deutschschweizer Weine und Anbauggebiete

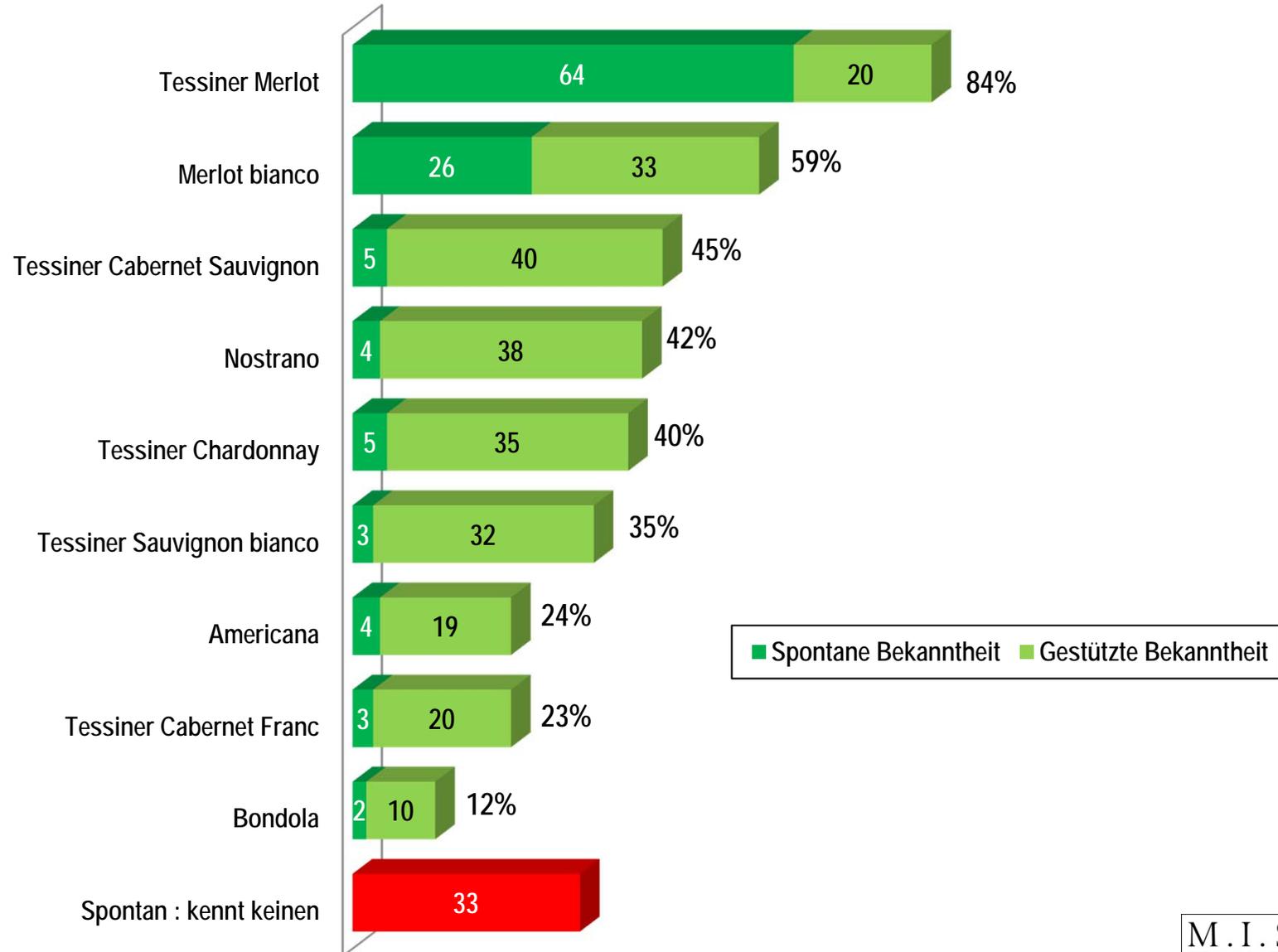
64

- Insgesamt bleibt im Tessin bei den Weinen alles beim Alten: Merlot und Merlot Bianco dominieren wiederum ganz klar, vor allem der erstgenannte, der eine ungestützte Bekanntheit von erfreulichen 64% erreicht und dessen gestützte Bekanntheit im Tessin und in der Deutschschweiz 100% oder nahe daran beträgt (Seite 65).
- Mit Ausnahme dieser beiden Weine ist die ungestützte Bekanntheit sehr gering, beim Nachfragen jedoch eher gut. Erwähnenswert ist, dass die Rebsorte Americana im Vergleich zu 2013 5% zulegt.
- Bei den Deutschschweizer Weinen erreichen einige eine ungestützte Bekanntheit von 10% oder mehr, wobei diese Prozentsätze fast alle von Deutschschweizer Befragten stammen. Eine Ausnahme bildet der Pinot noir, der auch von 7% der Westschweizer genannt wird (Seite 66).
- Müller Thurgau oder Riesling Sylvaner bleibt an der Spitze, verliert gegenüber 2013 jedoch 5% an ungestützter Bekanntheit, während der Maienfelder 6% zulegt und nun von 9% genannt wird.
- In Bezug auf die gestützte Bekanntheit (Seiten 67 und 68) dominieren in dieser grossen Region natürlich die Rebsorten. Bei den Appellationen liegen eine aus Schaffhausen und eine aus dem Bündnerland ganz klar an der Spitze: Hallauer und Malanser (wobei alle in der Westschweiz und im Tessin nur wenig bekannt sind).

# Bekanntheit der Tessiner Weine / Bezeichnungen

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)

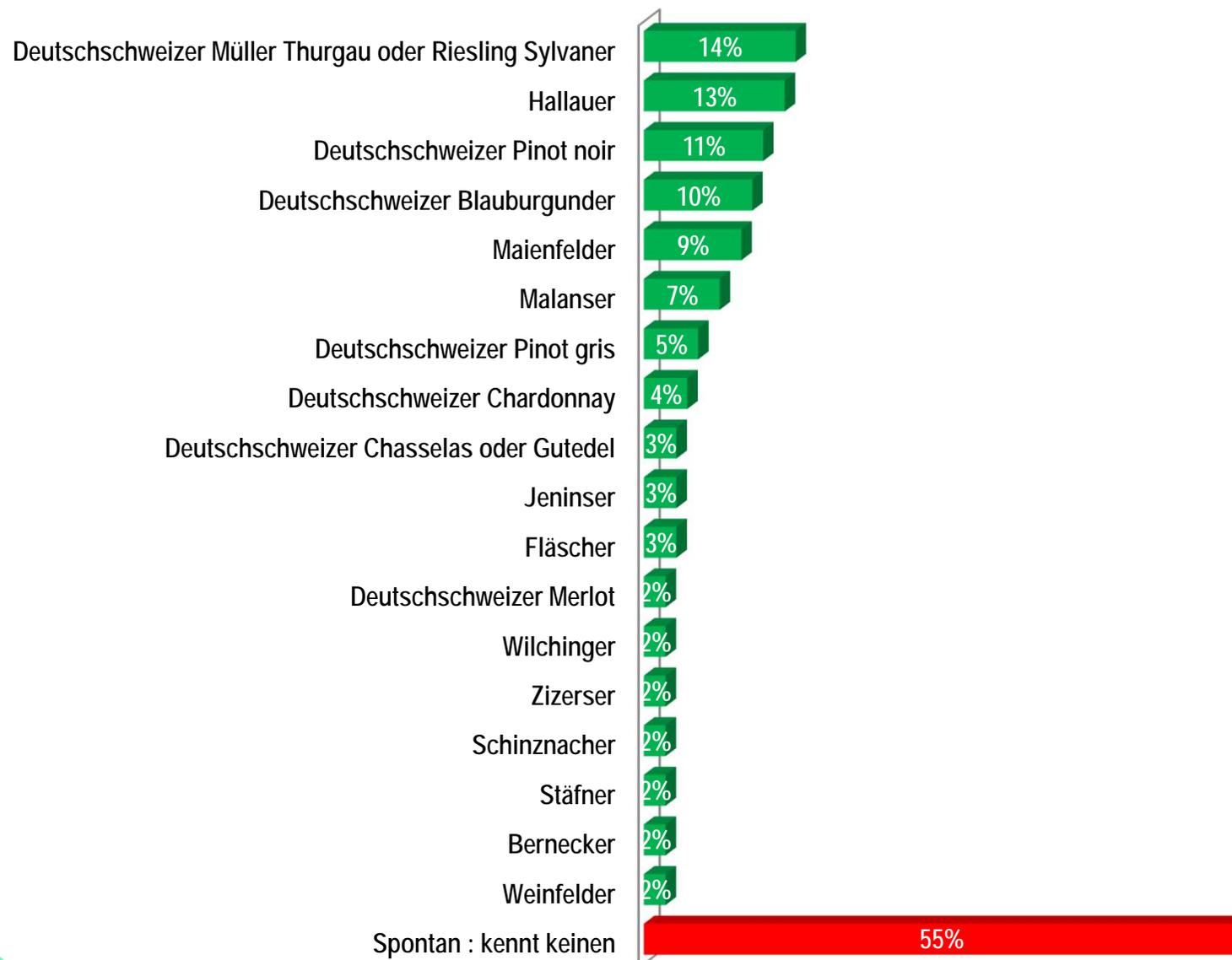
65



# Höchste spontane Bekanntheit der Deutschschweizer Weine

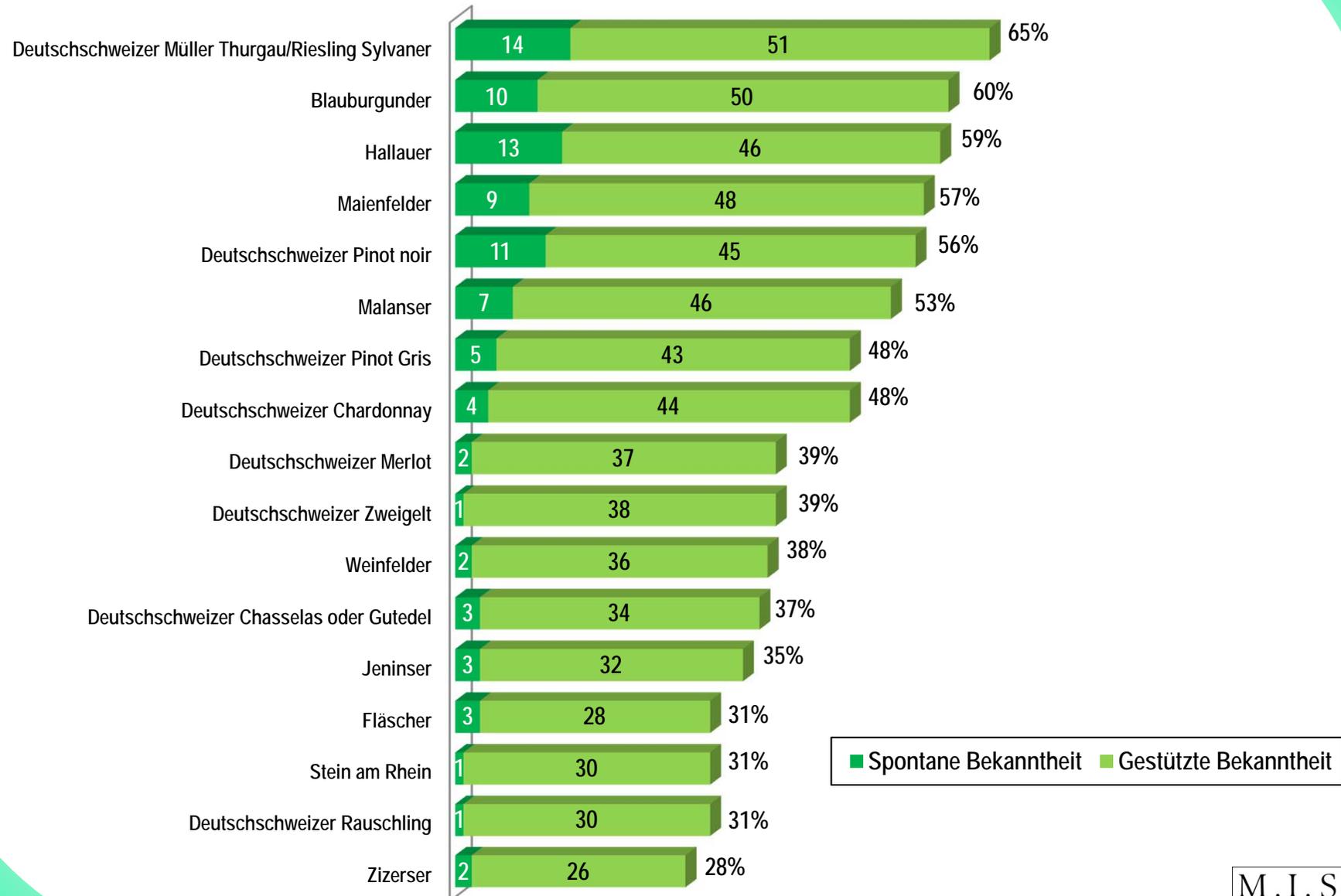
66

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)



# Bekanntheit von einigen Deutschschweizer Weinen

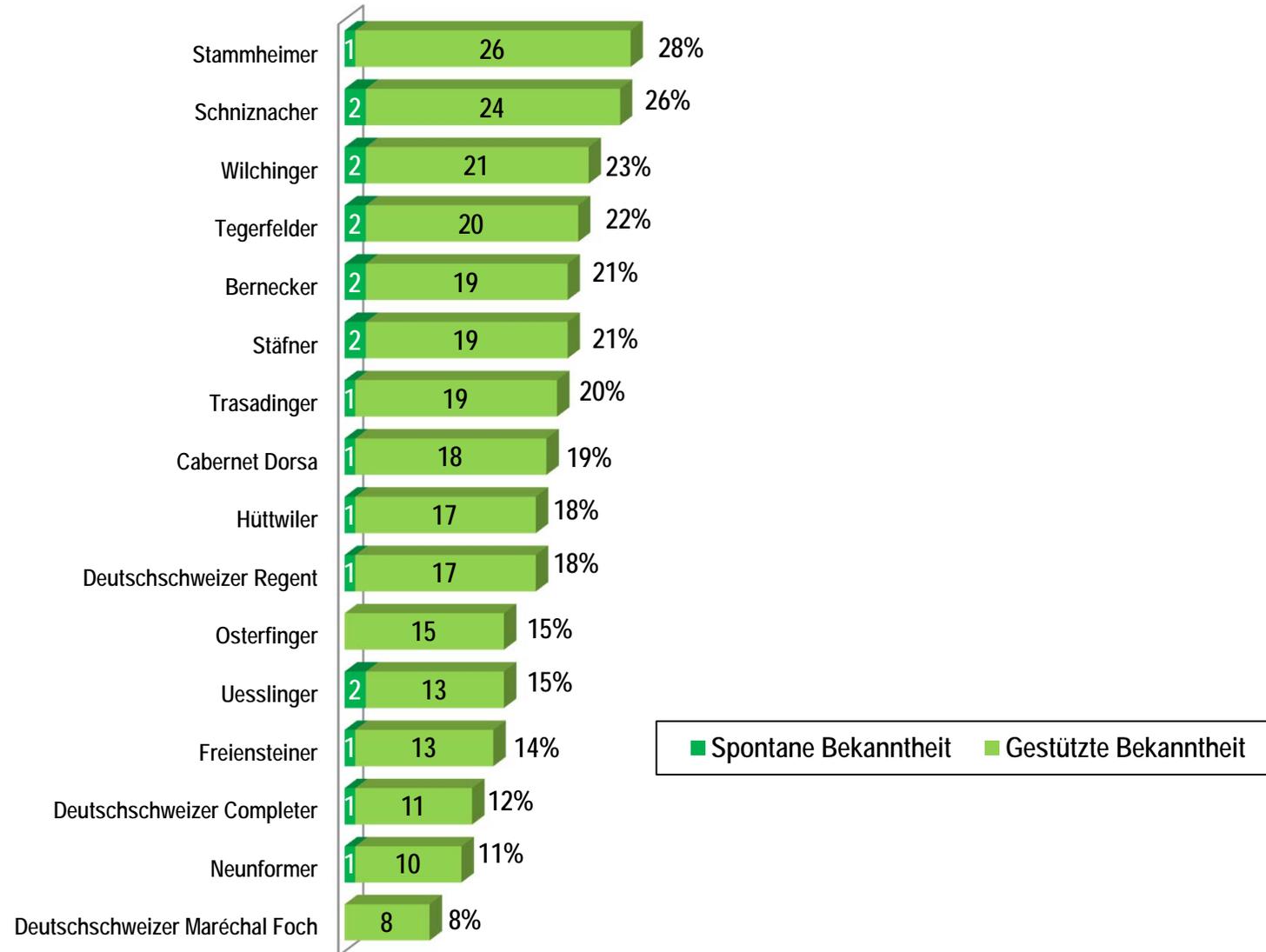
(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)



■ Spontane Bekanntheit ■ Gestützte Bekanntheit

# Bekanntheit von einigen Deutschschweizer Weinen

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)



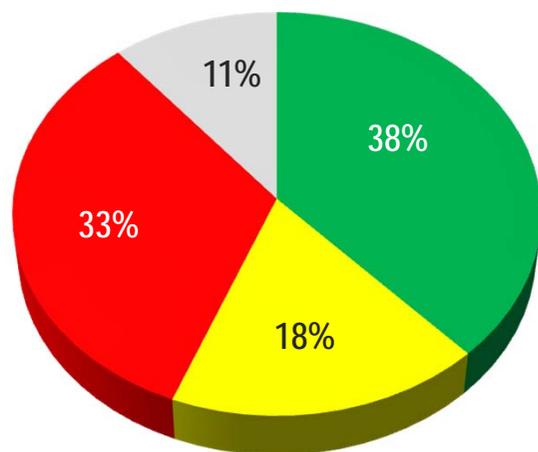
## 3.6. Die « Grand Cru »

---

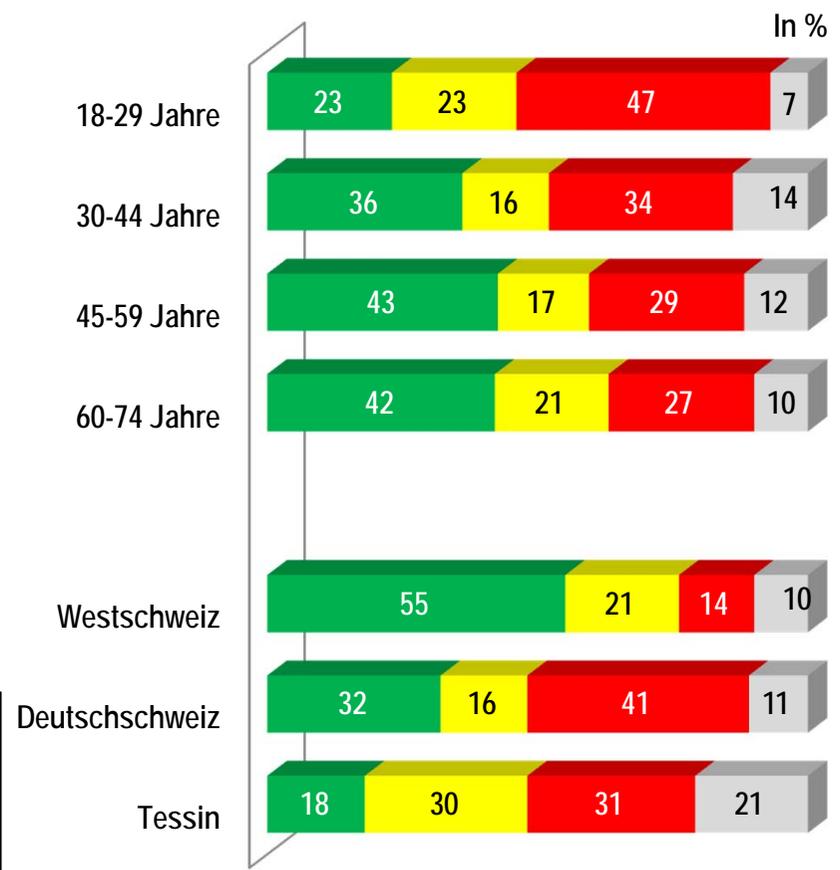
- Ein gutes Drittel der regelmässigen Weintrinker hat schon einmal einen Grand Cru aus dem Kanton Waadt oder Wallis probiert und weitere 20% haben noch nie einen solchen probiert, wissen aber, dass es ihn gibt (Seite 71). So wissen fast 60%, dass es diese Grands Crus gibt, ein beachtlicher Anteil für eine recht junge Bezeichnung.
- Je älter die Befragten sind, desto grösser ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie schon einmal einen Grand Cru getrunken haben. Etwa die Hälfte der Westschweizer hat das schon getan (und fast 80% von ihnen wissen, dass es solche gibt), aber nur ein Drittel der Deutschschweizer und knapp 20% der Tessiner.
- Gut die Hälfte der regelmässigen Konsumenten wäre bereit, für eine Flasche kontrollierten Grand Cru mehr zu bezahlen, aber nur ein Viertel bejaht dies klar, was zeigt, dass der Preisunterschied nicht zu gross sein darf (Seite 72).
- Die unter 30-Jährigen sind deutlich weniger davon überzeugt als die Älteren. Dagegen haben die drei Sprachregionen in dieser Hinsicht insgesamt dieselbe Meinung, wobei das Tessin geringfügig zurückliegt.
- Schliesslich wissen nur 20%, dass es im Kanton Waadt einen Premier Grand Cru gibt (Seite 73). Dieser Prozentsatz steigt auch in der Westschweiz nur auf 34%, was eher enttäuschend ist, aber immer noch bedeutend mehr als im Tessin (21%) und in der Deutschschweiz (nur 12%).

# Haben Sie schon einmal einen «Grand Cru» Wein aus dem Kanton Waadt oder Wallis probiert?

(Basis: 626 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)

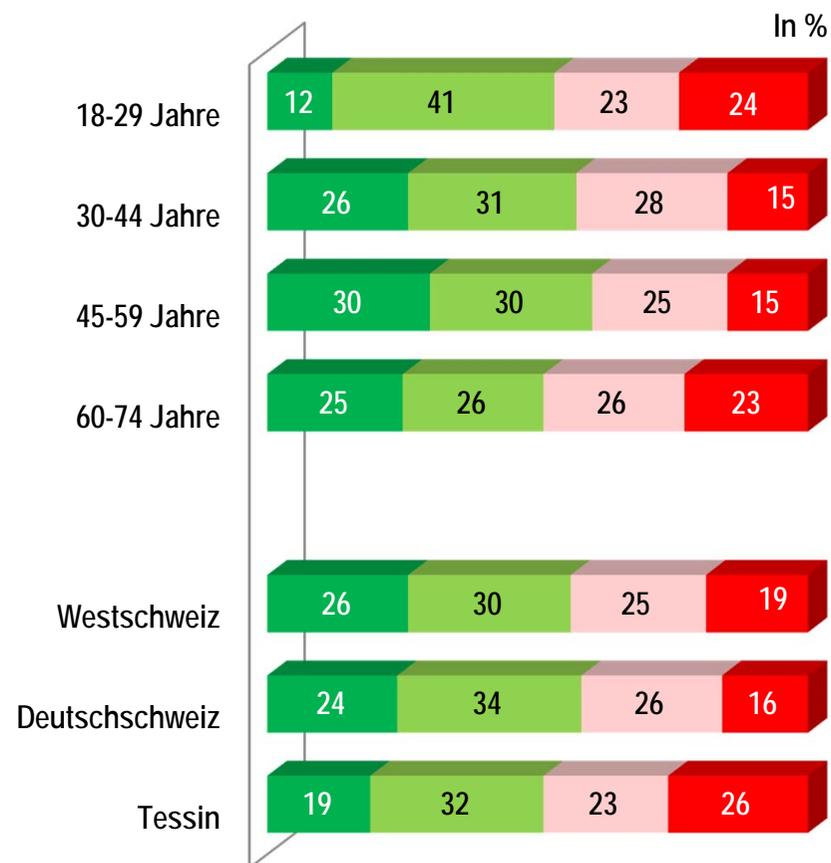
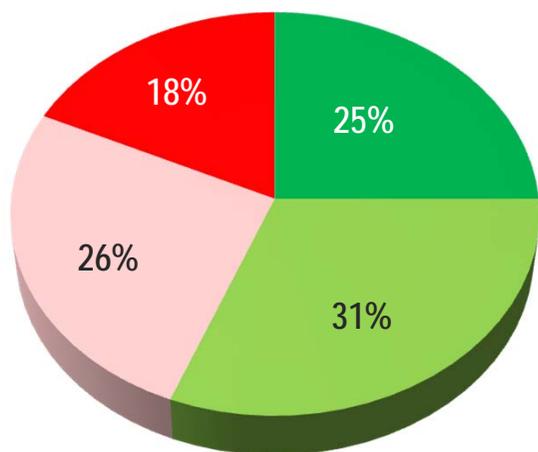


- Ja
- Nein, aber weiss dass es ihn gibt
- Nein, und weiss nicht dass es diese Bezeichnung gibt
- Weiss nicht



# Sie selber, wären sie bereit, für eine Flasche zertifizierten «Grand Cru» Wein mehr zu bezahlen

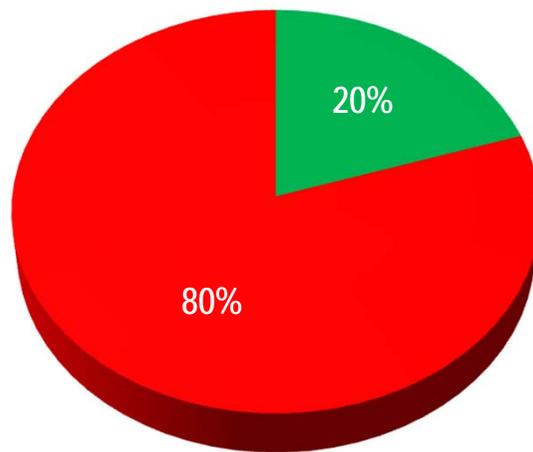
(Basis: 626 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)



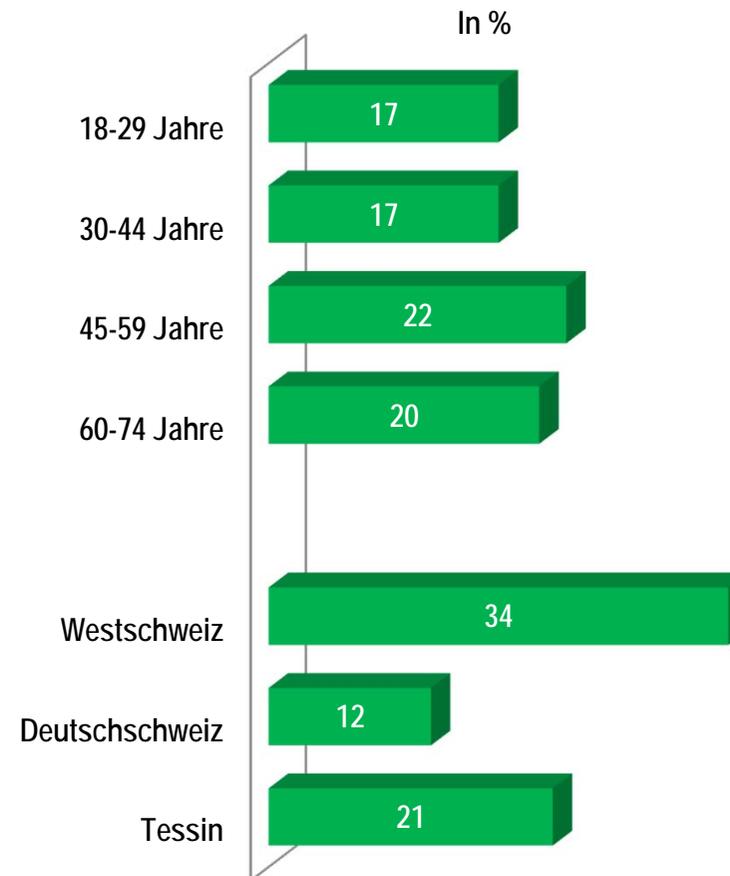
# Wussten sie dass es «1er Grand Cru» Weine im Kanton Waadt gibt?

(Basis: 626 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)

73



■ Ja ■ Nein



# 4. Konsumgewohnheiten

---

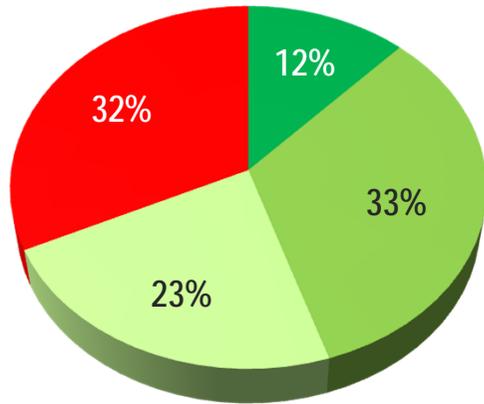
# 4.1. Weinvorrat und Häufigkeit des Konsums von gekauftem Wein

---

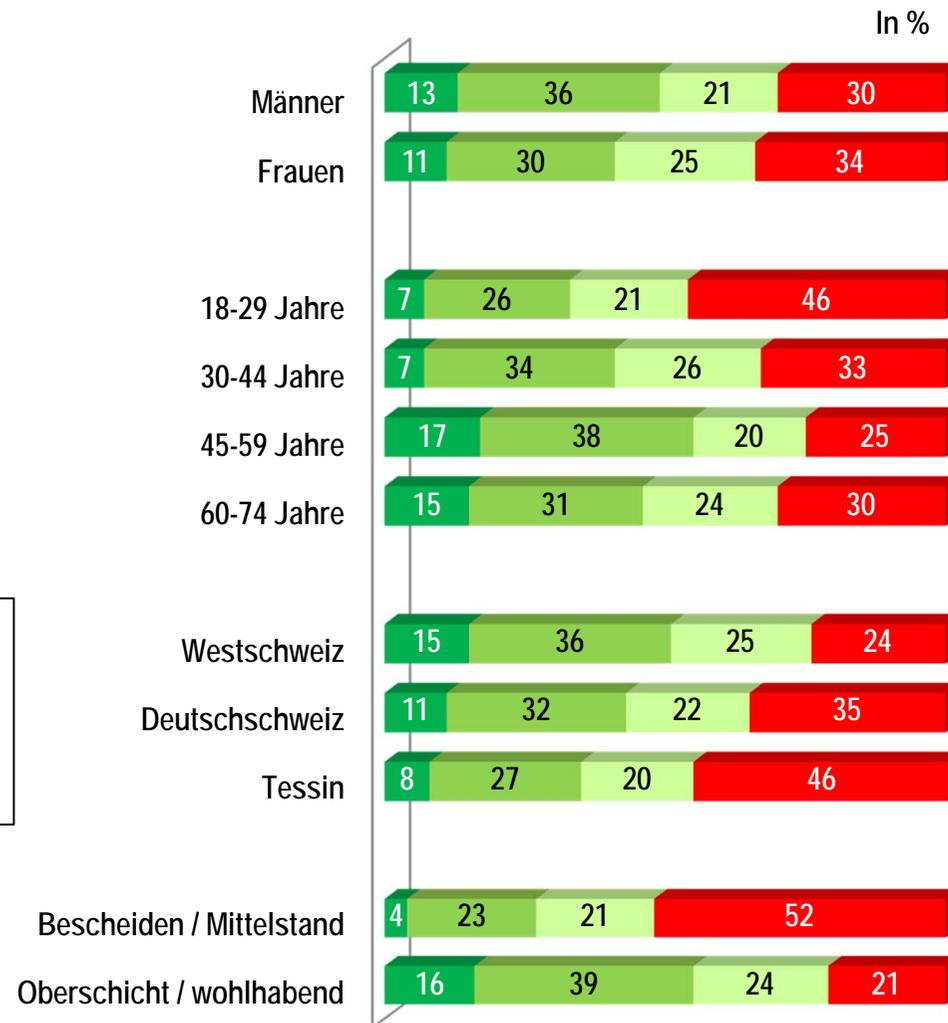
- Zwei Drittel der regelmässigen Weintrinker lagern Wein, aber nur bei 12% umfasst der Vorrat mehr als 100 Flaschen und bei einem Drittel zwischen 20 und 100 (Seite 77).
- Naheliegenderweise besitzen die Befragten mit zunehmendem Alter und die Angehörigen eines Haushalts des oberen Mittelstands oder eines wohlhabenden Haushalts eher einen Vorrat. Weiter ist es in der Westschweiz tendenziell eher der Fall (76%) als in der Deutschschweiz (65%) und im tessin Tessiner (54%). Und unabhängig von der Anzahl Flaschen ist die Reihenfolge der Sprachregionen immer gleich.
- In Bezug auf Rotwein lassen fast 40% der Konsumenten, die einen Vorrat besitzen, einen Grossteil der Weine lagern, während ein Drittel alle oder einen Grossteil der Weine kurz nach dem Kauf trinkt (Seite 78). Schliesslich erklärt ein knappes Drittel, das hänge vom Wein ab.
- Hinsichtlich Struktur sind bei den Untergruppen kaum unterschiedliche Gewohnheiten festzustellen. Man könnte höchstens sagen, dass etwas mehr Deutschschweizer erklären, sie würden ihren Rotwein überwiegend lagern.
- Beim Weisswein verhält es sich wie erwartet ganz anders (Seite 79). So lassen nur 10% einen Grossteil der Weine lagern, während 51% diese kurz nach dem Kauf trinken (hinzu kommen 23%, welche die Mehrheit der Weine kurz nach dem Kauf trinken). Die Jüngeren lagern ihren Weisswein etwas häufiger, während kein Tessiner die Mehrheit seiner Weissweine lagert (gegenüber 9% der Westschweizer und 11% der Deutschschweizer).

# Haben Sie, bei Ihnen zu Hause oder auch auswärts irgendwo, ein Weinlager?

(Basis: 576, d.h. Hälfte der Stichprobe der regelmässigen Konsumenten)

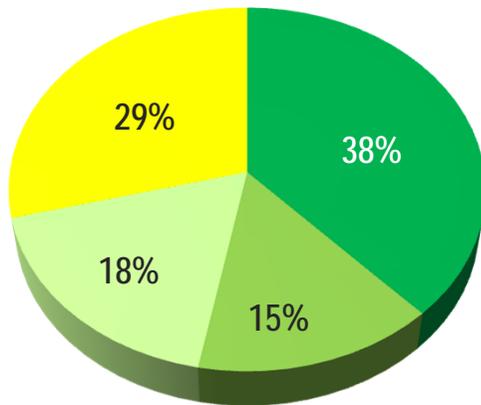


- Ja, sogar mehr als 100 Flaschen
- Ja, ein Weinlager von etwa 20 bis 100 Flaschen
- Ja, ein kleines Lager, ungefähr 20 Flaschen
- Nein

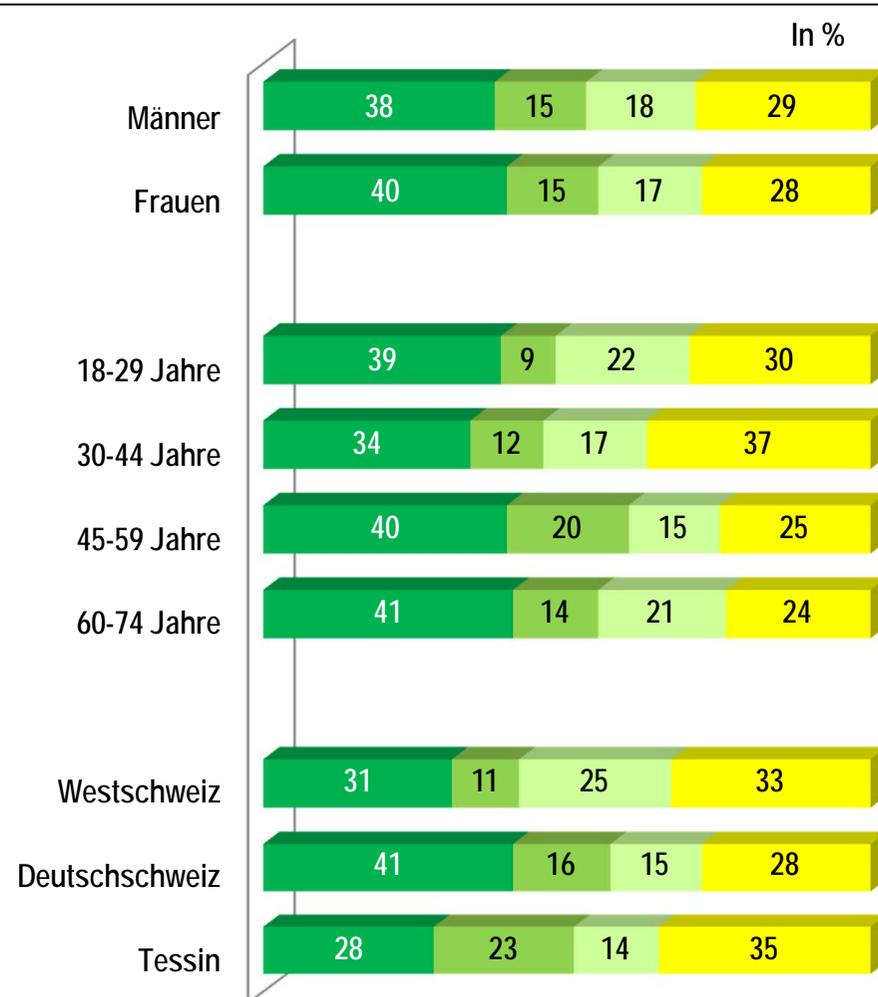


# Lagern Sie die Rotweine während mehreren Jahren oder konsumieren Sie diese schnell?

(Basis: 392 regelmässige Konsumenten die ein Weinlage haben)

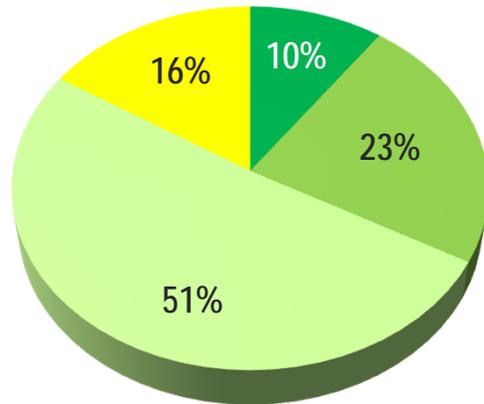


- Lässt die Mehrheit der Weine nach dem Kauf erstmal lagern
- Trinkt die Mehrheit der gekauften Weine kurz nach dem Kauf
- Trinkt alle gekauften Weine kurz nach dem Kauf
- Macht sehr unterschiedlich, das hängt vom Wein ab

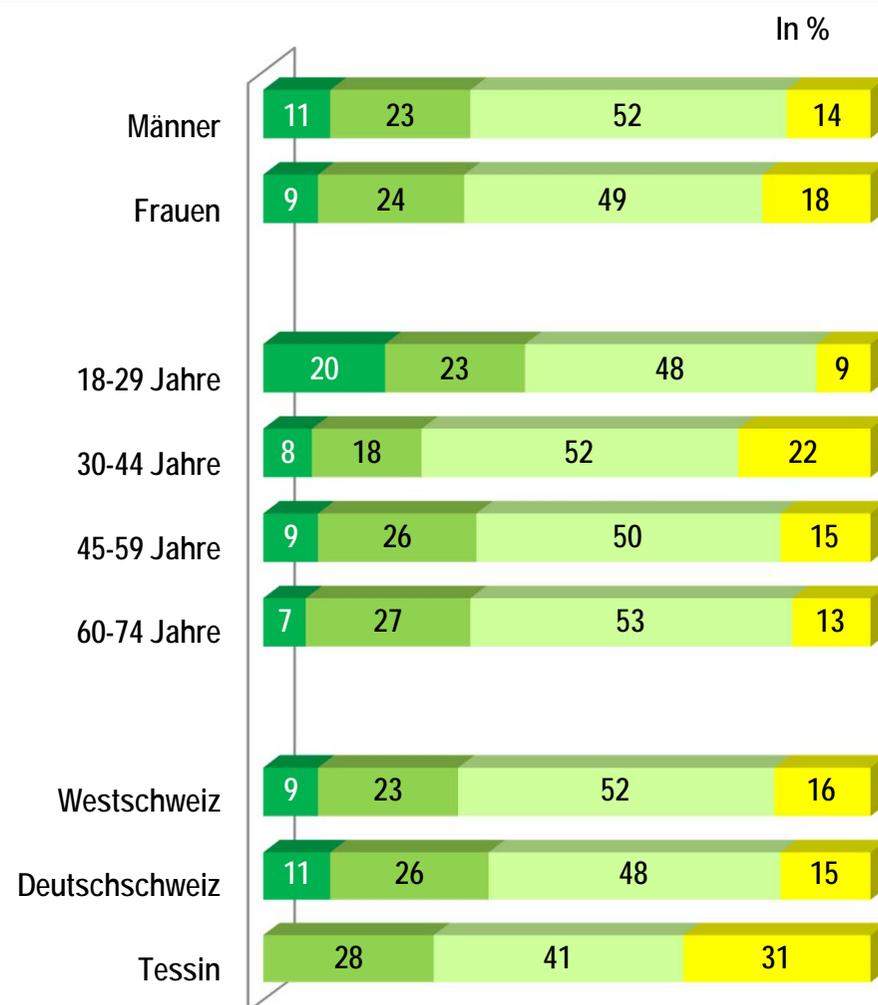


# Lagern Sie die Weissweine während mehreren Jahren oder konsumieren Sie diese schnell?

(Basis: 392 regelmässige Konsumenten die ein Weinlage haben)



- Lässt die Mehrheit der Weine nach dem Kauf erstmal lagern
- Trinkt die Mehrheit der gekauften Weine kurz nach dem Kauf
- Trinkt alle gekauften Weine kurz nach dem Kauf
- Macht sehr unterschiedlich, das hängt vom Wein ab



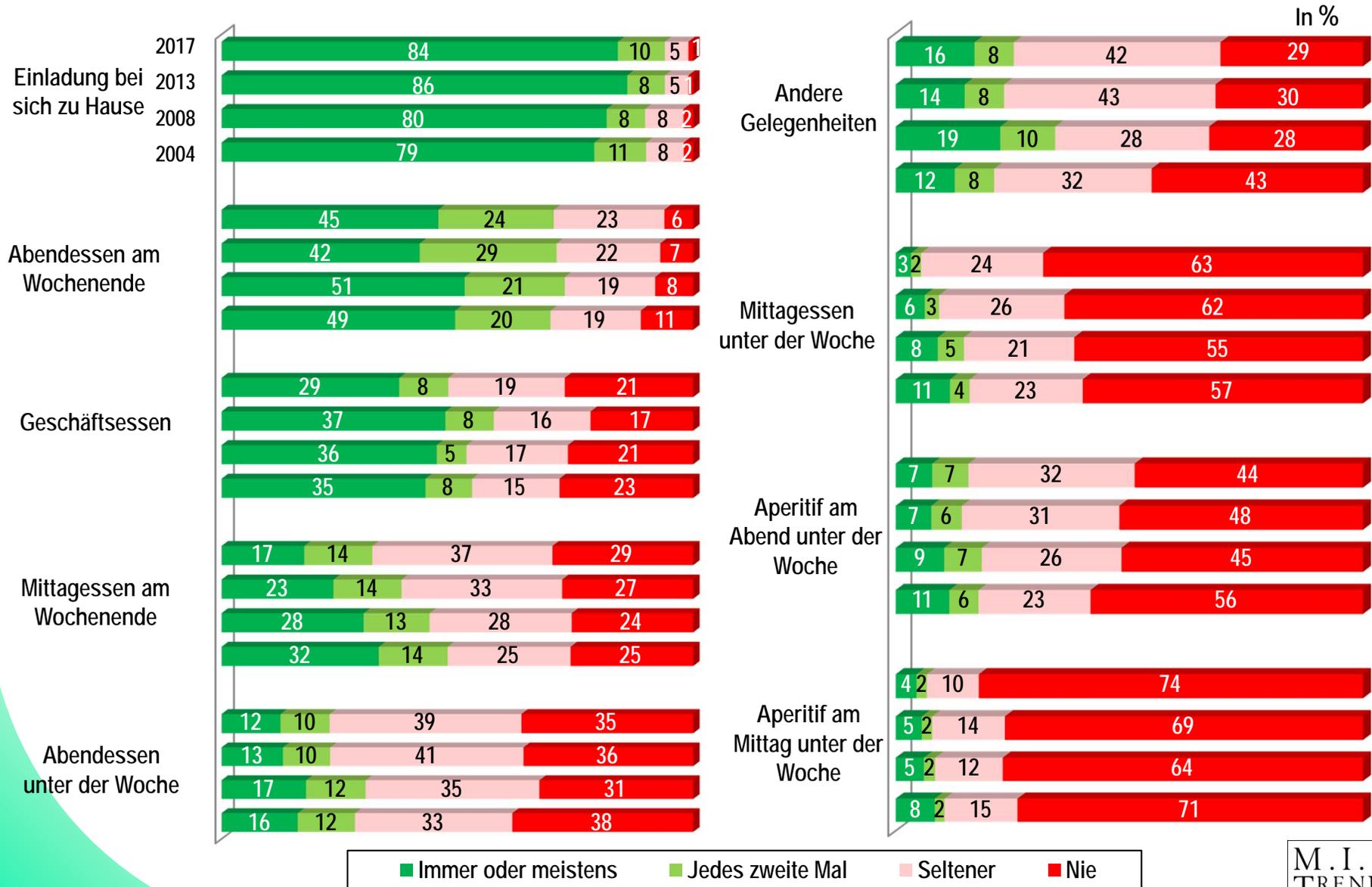
## 4.2. Gelegenheiten und Ort der Konsumation

---

- Wein ist für mehr als acht von zehn Personen unerlässlich bei einem Abendessen mit Besuch, was sehr erfreulich ist (Seite 82).
- Sonst wird Wein weiterhin stark mit dem Wochenende in Verbindung gebracht, vor allem abends, auch wenn der Trend leicht rückläufig ist. Noch stärker ist die rückläufige Tendenz für das Mittagessen am Wochenende erkennbar, und zwar seit 2004 ohne Unterbruch.
- Unter der Woche trinken nur 5% regelmässig Wein zum Mittagessen, während es 2004 noch 15% waren. Der 2013 festgestellte rückläufige Konsum am Abend unter der Woche hat sich dieses Jahr hingegen nicht bestätigt, ohne dass allerdings eine Trendwende zu erkennen wäre.
- Und während schliesslich der Konsum von Wein zum Aperitif am Abend unter der Woche in etwa gleich ist wie bei den früheren Untersuchungen, dauert der Rückgang beim Aperitif am Mittag unter der Woche weiterhin an.
- Angesichts des Gesagten ist es nahe liegend, dass Wein weiterhin vor allem zuhause oder bei Freunden getrunken wird. Nur ein Viertel trinkt Wein im Café oder im Restaurant, wobei dieser Anteil in allen drei Sprachregionen ähnlich hoch ist (Seite 83).
- Unter den verschiedenen Altersgruppen sind die Zahlen recht ähnlich, aber je älter die Befragten sind, desto weniger tendieren sie dazu, Wein im Café oder Restaurant zu trinken. Ausserdem wird Wein zunehmend zuhause und immer weniger bei Freunden getrunken.

# Die Konsumgelegenheiten

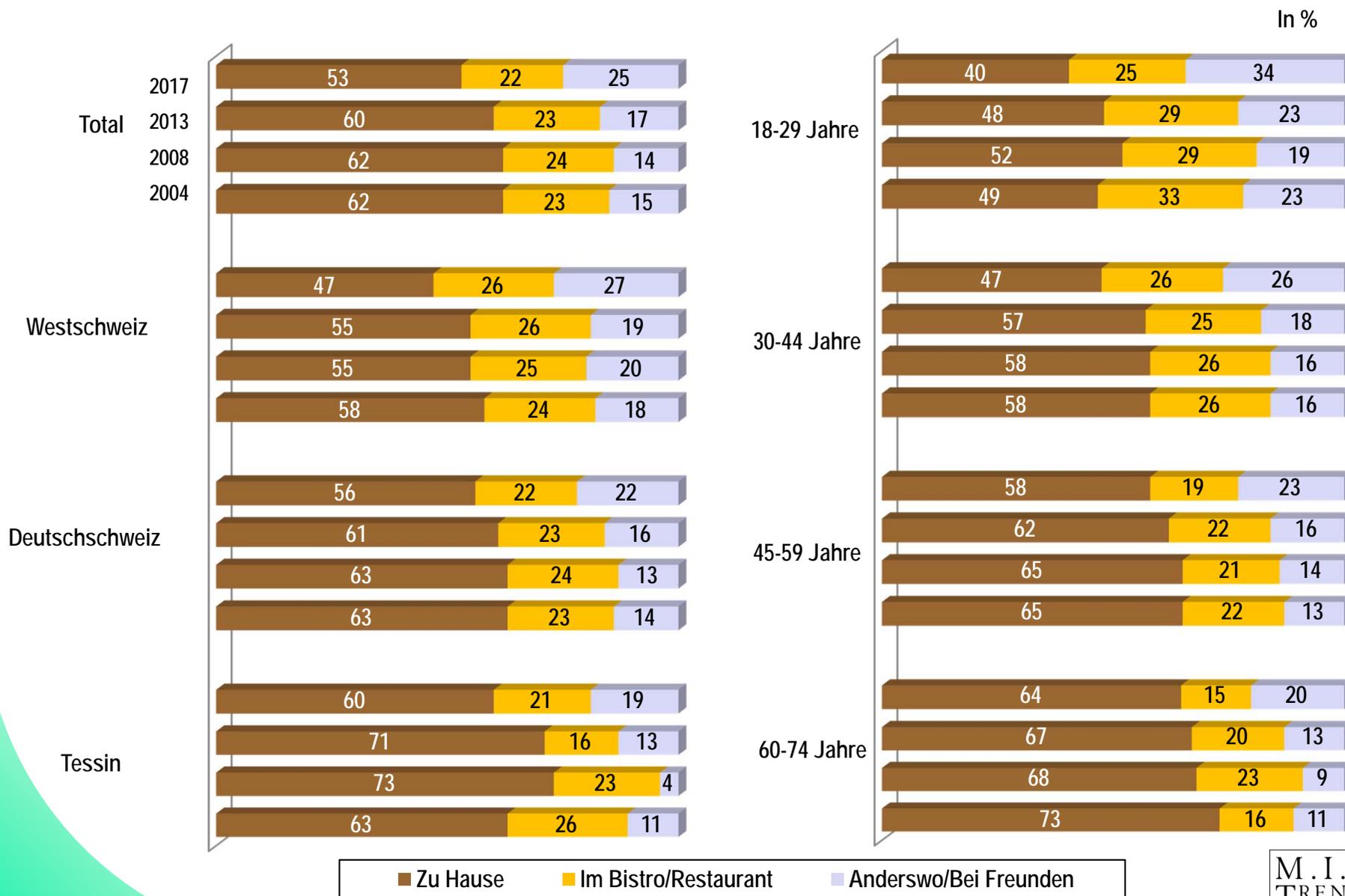
(Basis: 576 in 2017, 710 in 2013, 692 in 2008 und 731 in 2004, d.h. Hälfte der Stichprobe der regelmässigen Konsumenten)



■ Immer oder meistens    ■ Jedes zweite Mal    ■ Seltener    ■ Nie

# Proportion des zu Hause und auswärts getrunkenen Weins

(Basis: 576 in 2017, 710 in 2013, 692 in 2008 und 731 in 2004, d.h. Hälfte der Stichprobe der regelmässigen Konsumenten)



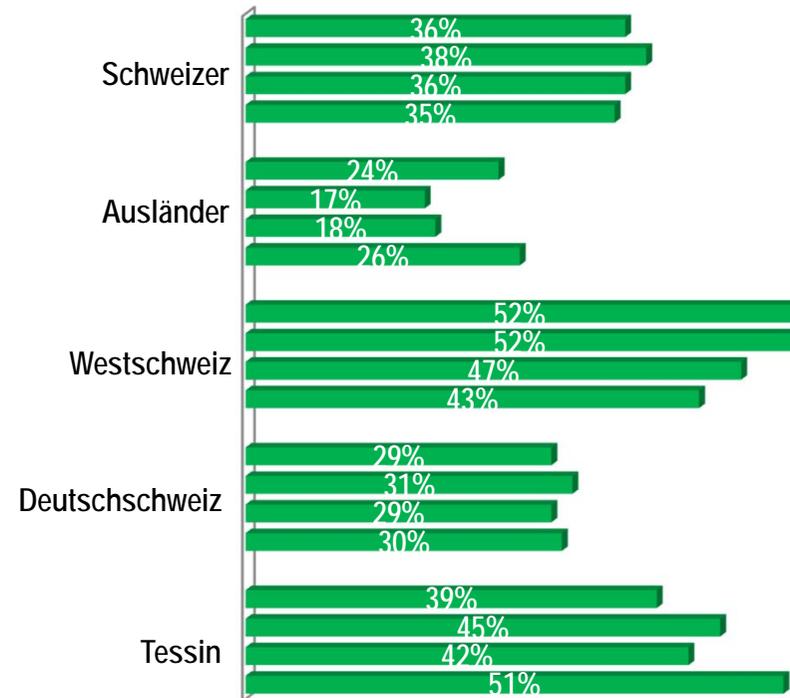
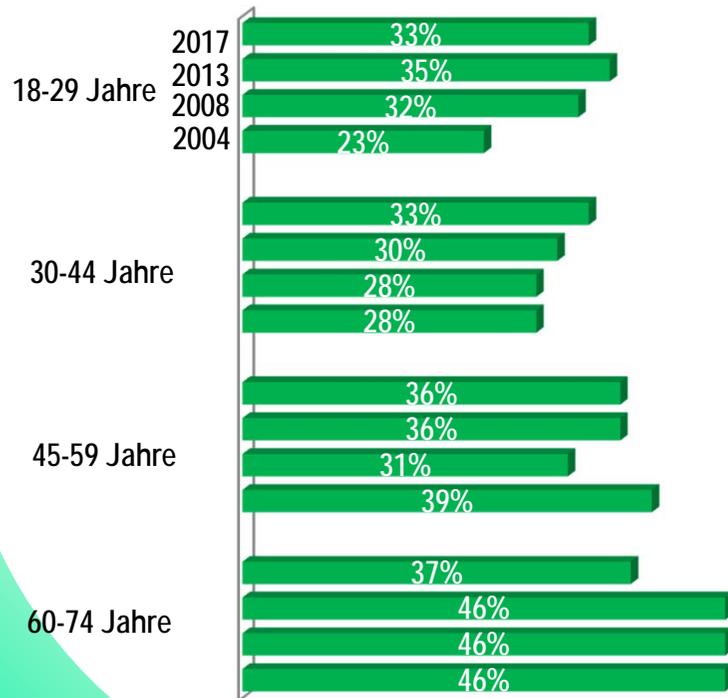
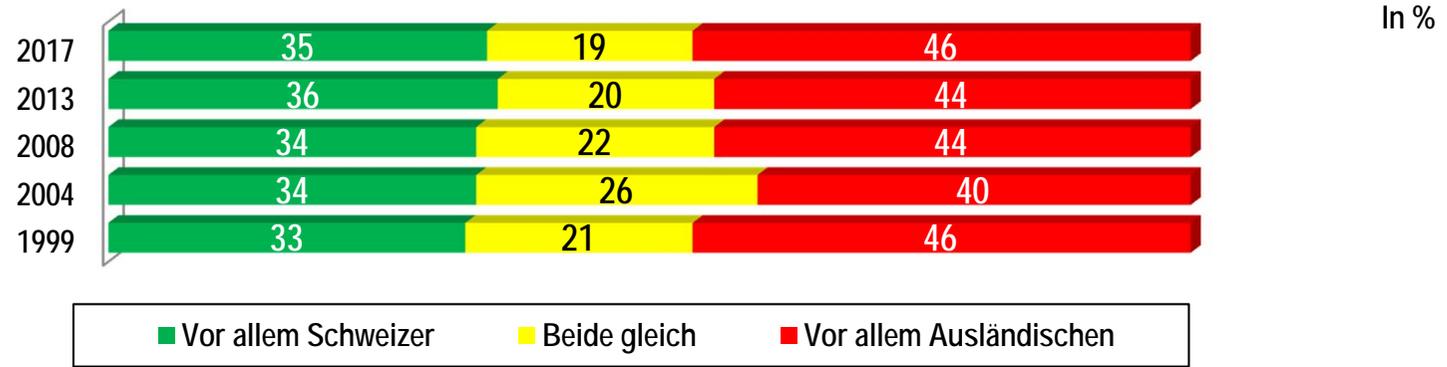
## 4.3. Anteil und Konsum von Schweizer und ausländischen Weinen

---

- Der Konsum von in- und ausländischem Wein bleibt im Vergleich zu den früheren Untersuchungen stabil (Seite 86). Im Einklang mit dem Marktanteil des einheimischen Weins gemäss den Statistiken des Bundesamtes für Landwirtschaft (35,2% laut einer Medienmitteilung vom Mai 2017) erklärt ein Drittel der regelmässigen Konsumenten, sie würden vor allem Schweizer Wein trinken, während 46% eher ausländischen Wein bevorzugen.
- Obwohl die Ergebnisse bei den unter 60-Jährigen ebenfalls ähnlich wie 2013 sind, bevorzugen die Älteren und auch die Tessiner dieses Jahr etwas weniger häufig die inländische Produktion. Die Konsumgewohnheiten der West- und Deutschschweizer haben sich allerdings nicht wesentlich geändert, womit immer noch eine Mehrheit der Westschweizer weiterhin hauptsächlich inländischen Wein trinken.
- Die Häufigkeit des Konsums von Wein aus den verschiedenen Schweizer Regionen bleibt ebenfalls sehr stabil und weist gegenüber 2013 nur geringe signifikante Unterschiede auf (Seiten 87 und 88). So führt das Wallis die Rangliste weiterhin klar an, gefolgt mit etwas Abstand von der Waadt, während das Tessin das Podium wie immer ziemlich abgeschlagen vervollständigt.
- Besonders erwähnenswert ist nur die ganz leichte Zunahme derjenigen, die keine Bündner, Aargauer und St. Galler Weine trinken.
- Vergleicht man die Ergebnisse nach Sprachregionen (Seite 89), ist festzustellen, dass logischerweise jede Region ihre eigenen Weine wesentlich öfter trinkt als die beiden anderen. Besonders deutlich ist dies bei den Tessinern erkennbar. Andererseits unterscheiden sich die Deutschschweizer von den Westschweizern und Tessinern vor allem bei den Bündner und Zürcher Weinen.
- Bezüglich der Altersklassen sind die Unterschiede jedoch nur gering (Seite 90).

# Proportion der konsumierten Schweizer- und ausländischen Weine 86

(Basis: 576 in 2017, 710 in 2013, 692 in 2008, 731 in 2004, d.h. Hälfte der Stichprobe der regelmässigen Konsumenten, und 1'695 in 1999)

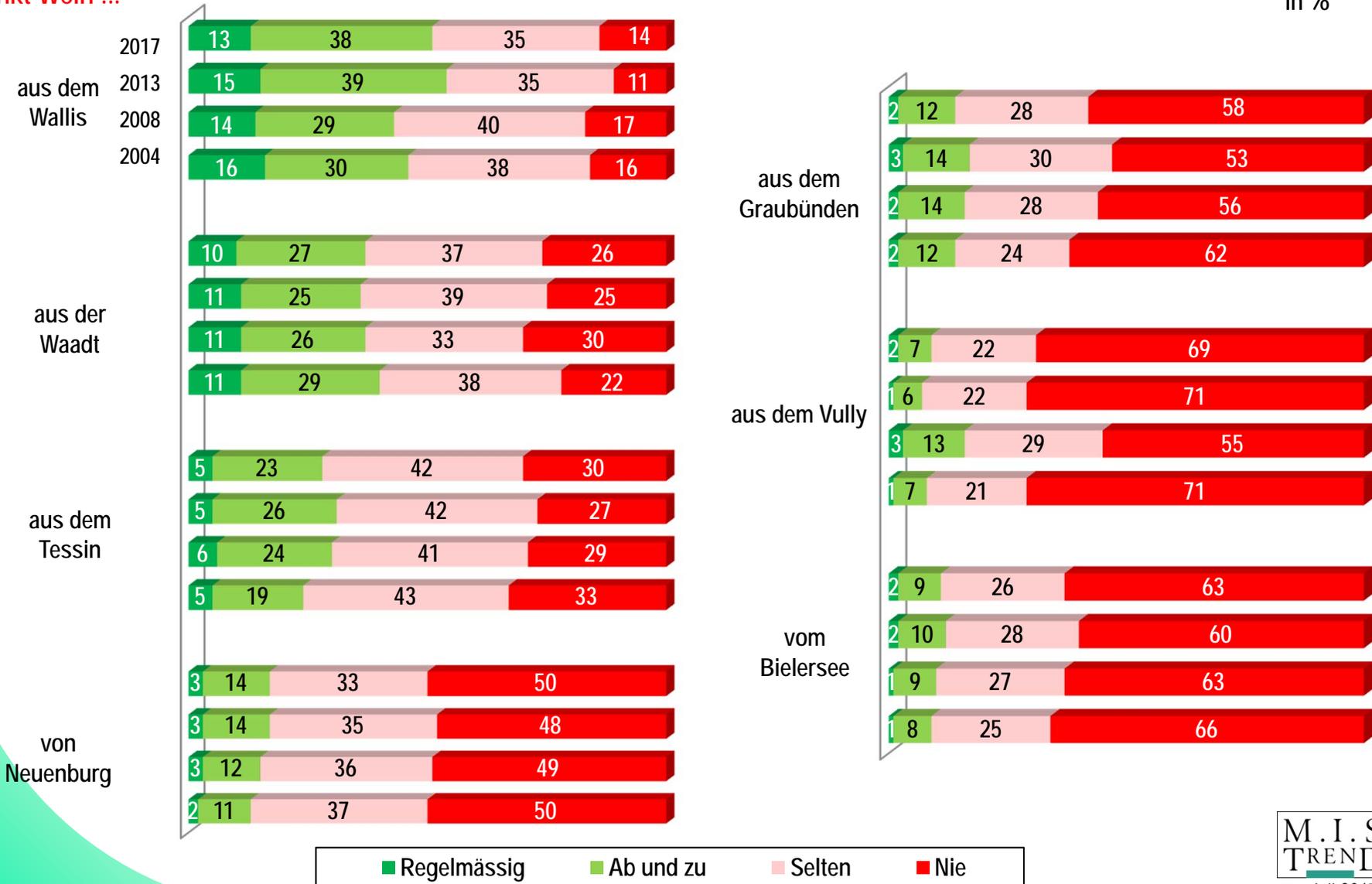


# Konsumhäufigkeit von Weinen aus den verschiedenen Schweizerregionen

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)

Trinkt Wein ...

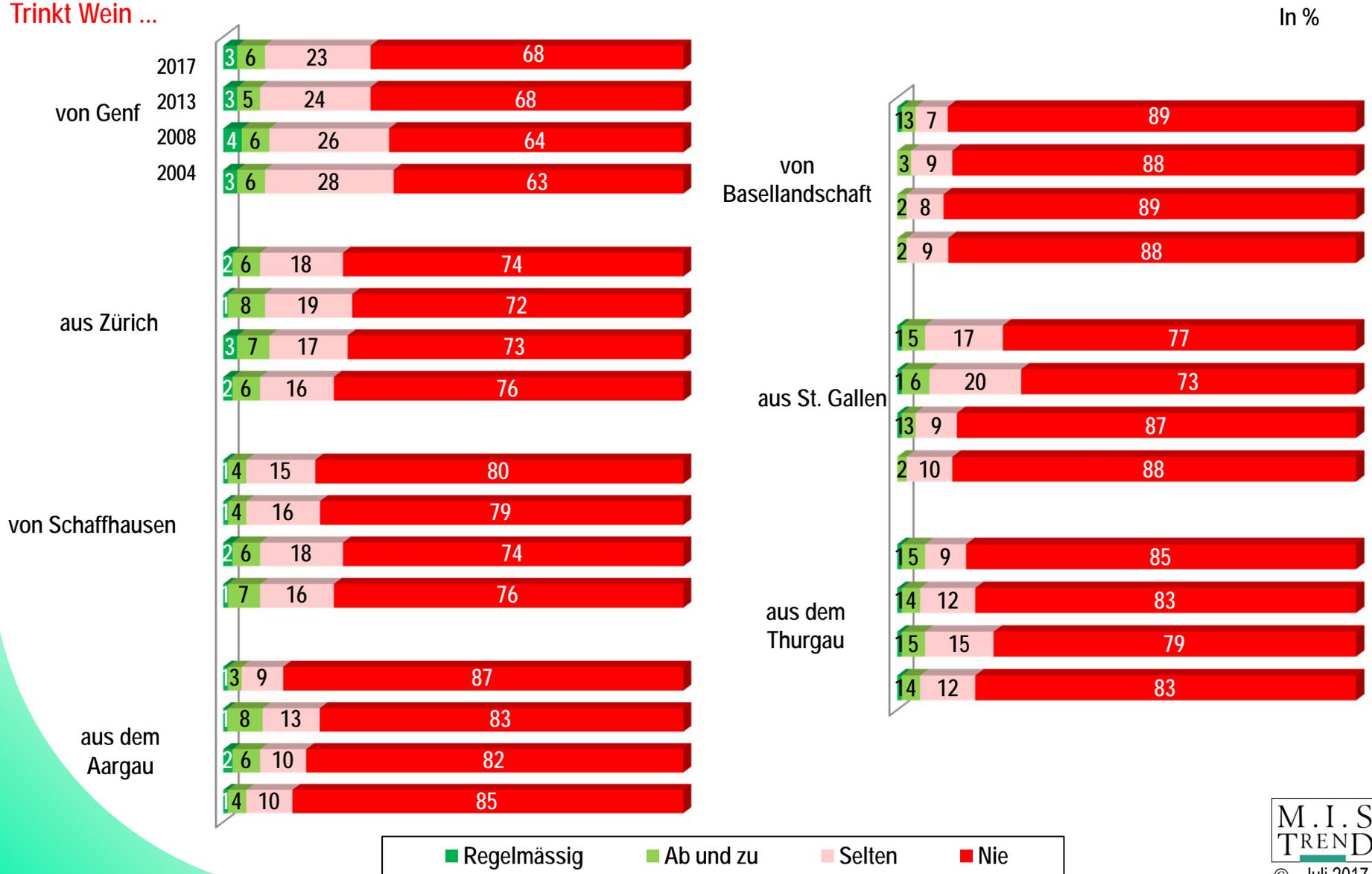
In %



# Konsumhäufigkeit von Weinen aus den verschiedenen Schweizerregionen

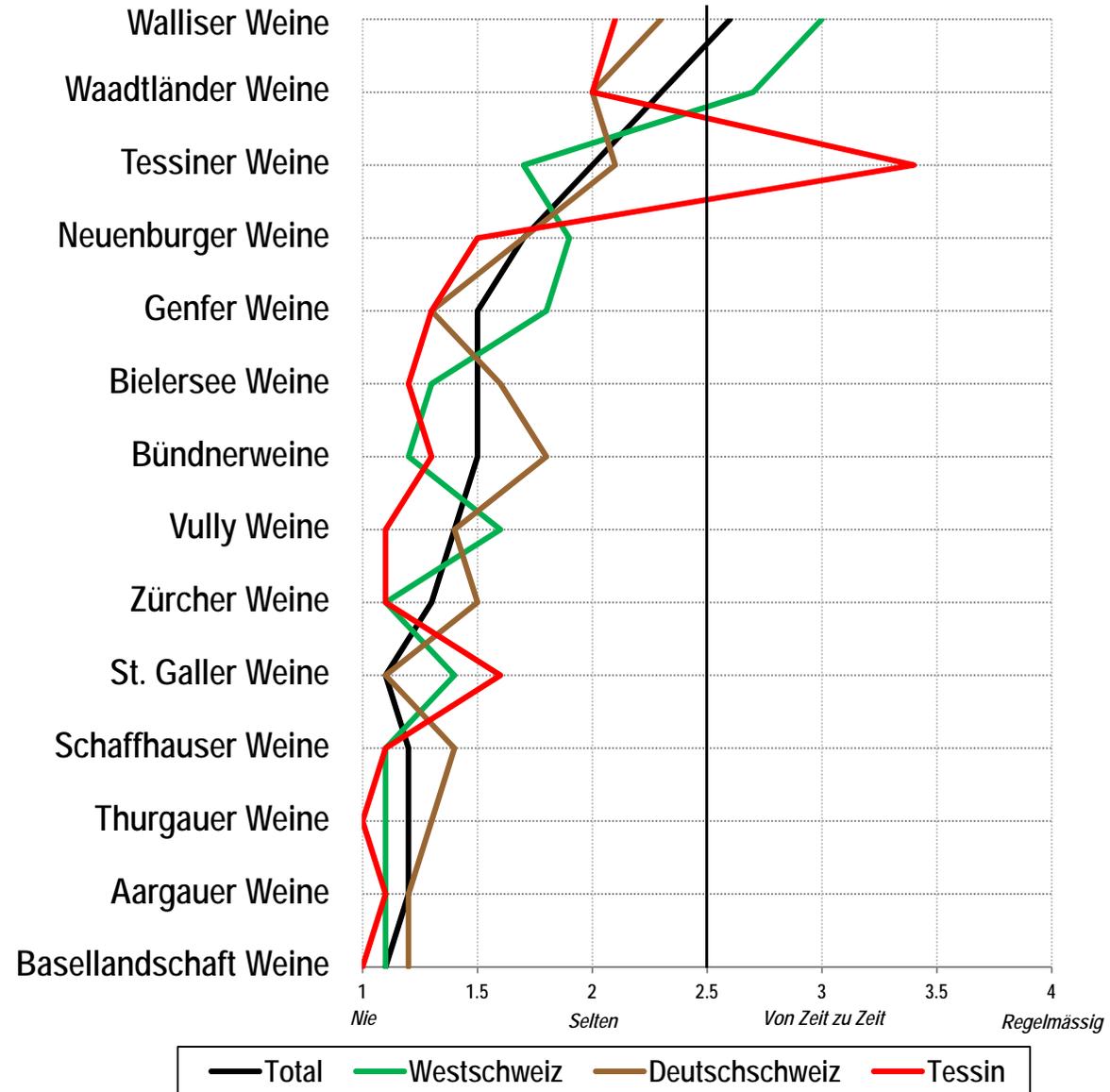
(Basis : 1'202 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)

Trinkt Wein ...



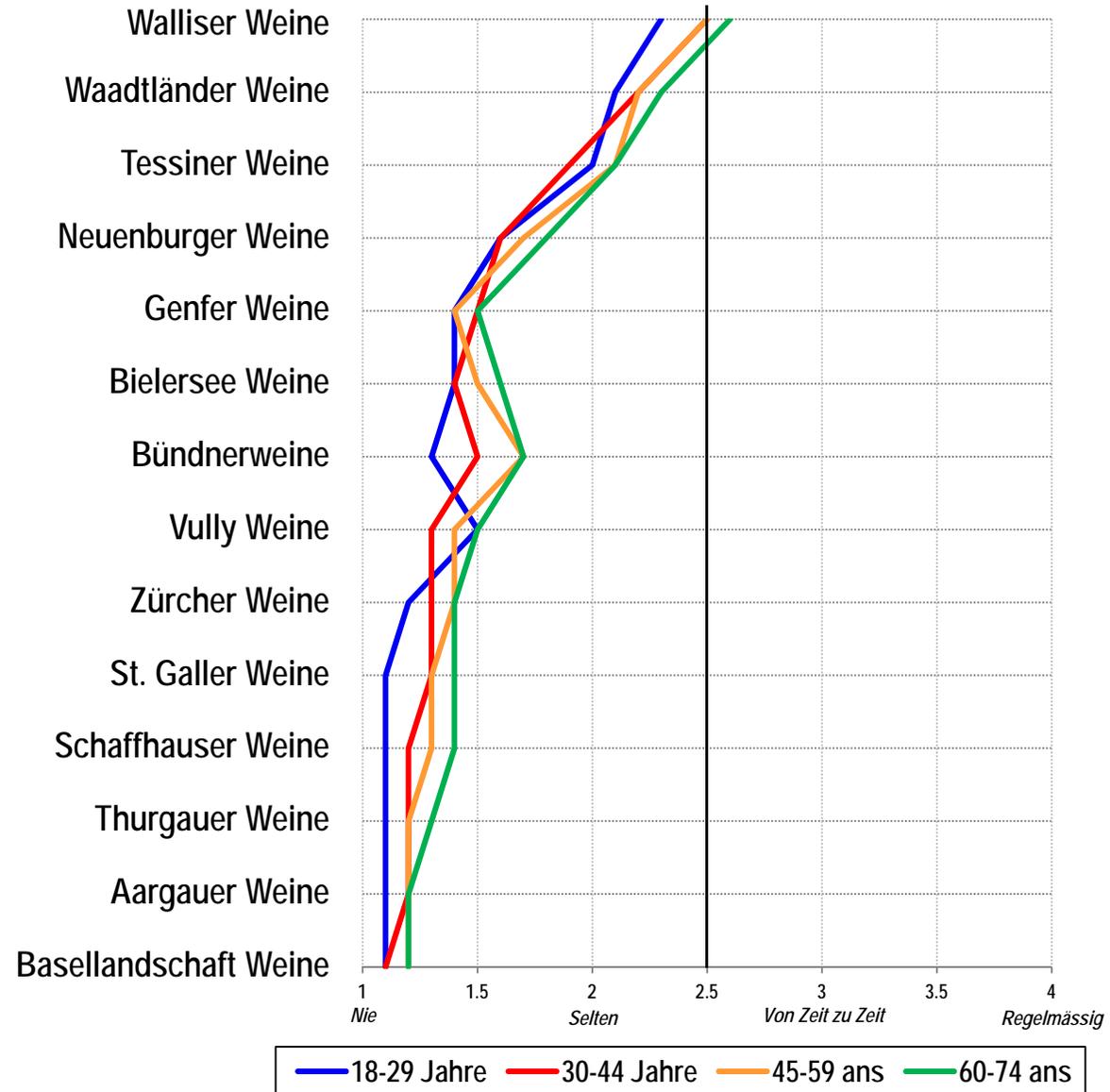
# Konsumhäufigkeit von Schweizer Weinen

## Nach Sprachregionen



# Konsumhäufigkeit von Schweizer Weinen

## Nach Altersgruppen



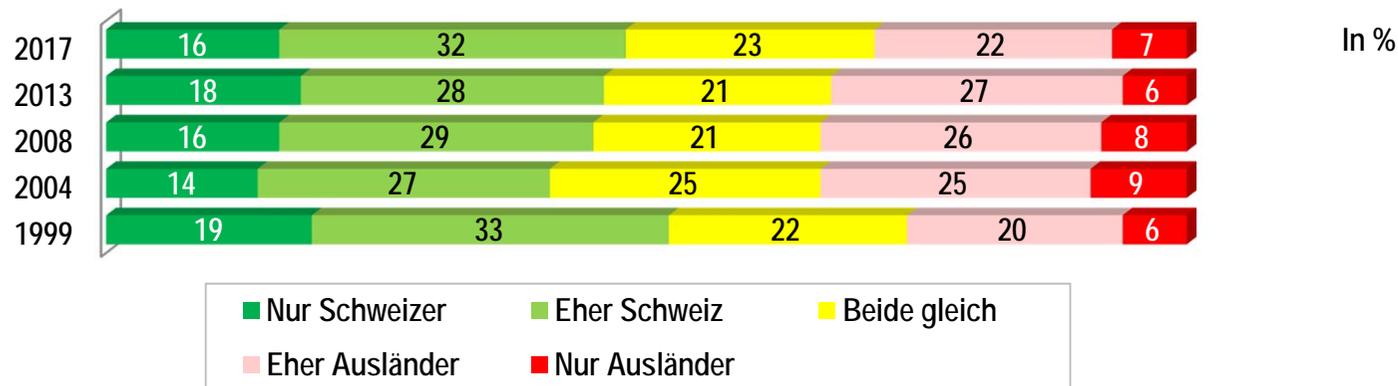
## 4.4. Die Konsum im Horeca-Kreislauf

---

- Die Schweizer Weine verbessern sich hier seit 2004 in jeder Untersuchung um einige Prozent gegenüber den ausländischen Weinen (Seite 93). So erklären dieses Jahr 48%, sie würden im Restaurant vor allem oder nur Schweizer Wein trinken. Vor 13 Jahren waren es noch 41%.
- Während jedoch der Vergleich in der Westschweiz und im Tessin sehr deutlich zugunsten der Schweizer Weine ausfällt, kann dies von der Deutschschweiz nicht behauptet werden. Hier ist die Situation ziemlich ausgeglichen, denn 41% ziehen Schweizer Wein, 37% ausländischen Wein vor.
- Spontan nennen 55% als wichtigsten Grund dafür, im Restaurant Schweizer Wein zu trinken, sie möchten lokalen Wein trinken. Dahinter folgen mit gut 10% der Nennungen, dass er eine bessere Qualität hat, dass man ihn besser kennt, dass man ihn lieber mag oder ganz einfach aus Gewohnheit.
- Auf der anderen Seite sind die Gründe für den Konsum ausländischer Weine vielfältiger. Zu Ungunsten der Schweizer Weine spricht, dass 15% das Preis-Leistungs-Verhältnis ausländischer Weine besser finden, 13% ihre Qualität bevorzugen und 7% sie als weniger teuer erachten. Weitere Gründe sind, dass es vom Essen oder von der Weinkarte abhängt oder dass man italienische oder französische Weine ganz einfach mag usw.
- Auf jeden Fall wird der Preis des Weins im Restaurant ungeachtet seiner Herkunft von einer grossen Mehrheit der Befragten als teuer oder gar überzogen empfunden, wobei dies leider für die Schweizer Weine noch stärker zutrifft (72% bzw. 64% bei den ausländischen Weinen) (Seite 94).
- Je älter die Befragten sind, desto häufiger finden sie den Preis der Schweizer Weine im Restaurant zu hoch. Andererseits sind im Tessin neun von zehn Konsumenten dieser Meinung, während es in den beiden anderen Regionen nur sechs von zehn sind (wobei in der Deutschschweiz ein Drittel eindeutig der Ansicht ist, sie seien überzogen, während in der Westschweiz nur ein Viertel so denkt).

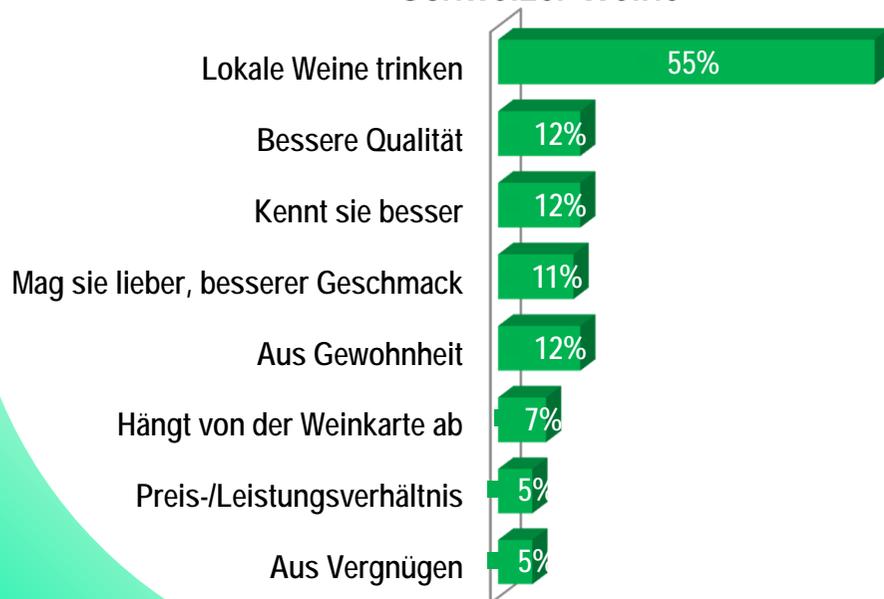
# Im Restaurant konsumierte Weine

(Basis: 576 in 2017, 710 in 2013, 692 in 2008, 731 in 2004, d.h. Hälfte der Stichprobe der regelmässigen Konsumenten, und 1'695 in 1999)

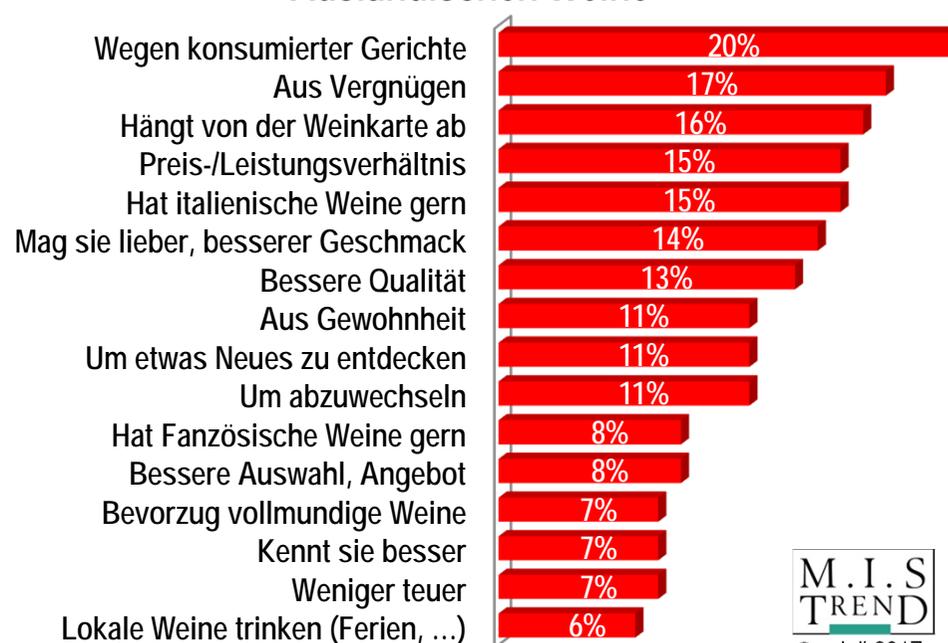


## Gründe um in Restaurant ... zu trinken

### Schweizer Weine



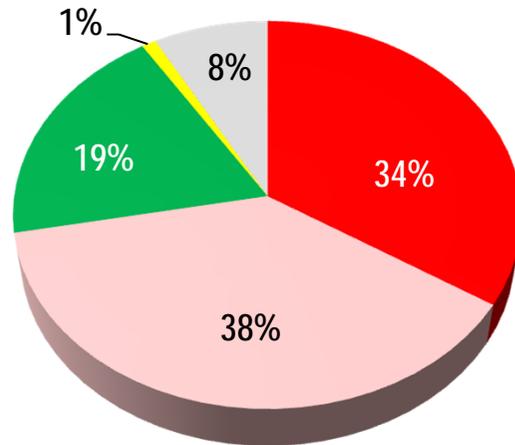
### Ausländischen Weine



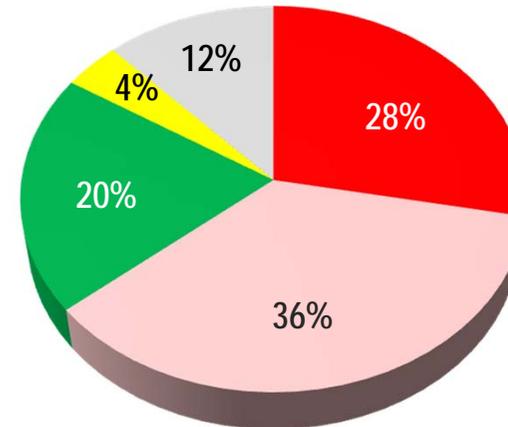
# Weinpreise in den Restaurants

(Basis: 626 regelmässigen Konsumenten)

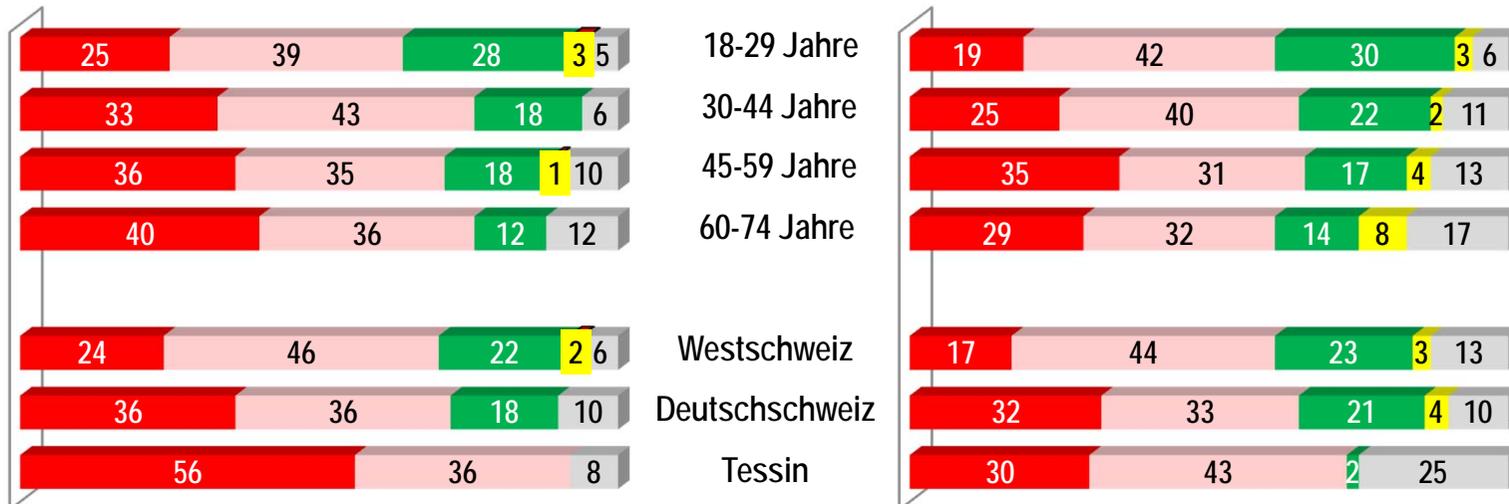
## Schweizer Weine



## Ausländische Weine



■ Übertrieben ■ Ein wenig zu teuer ■ Gerechtfertigt ■ Eher billig ■ Kommt darauf an/weiss nicht

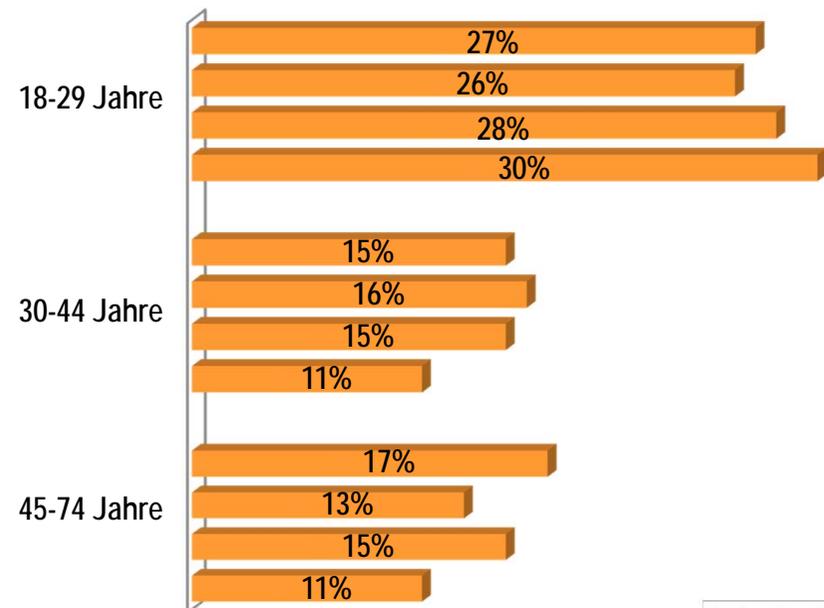
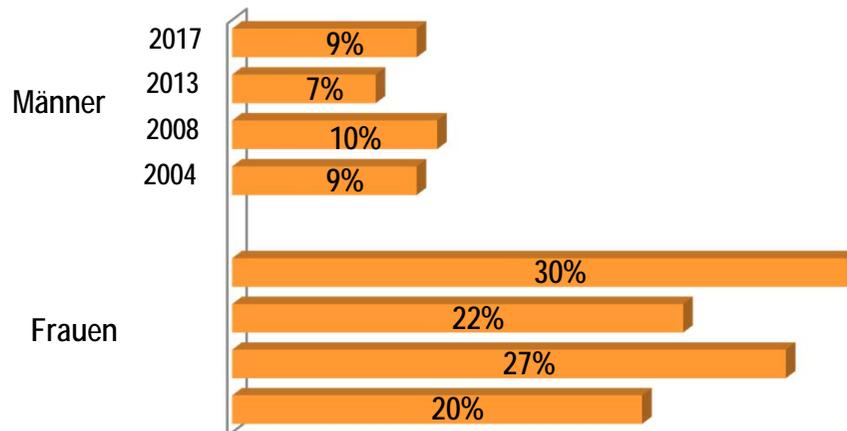
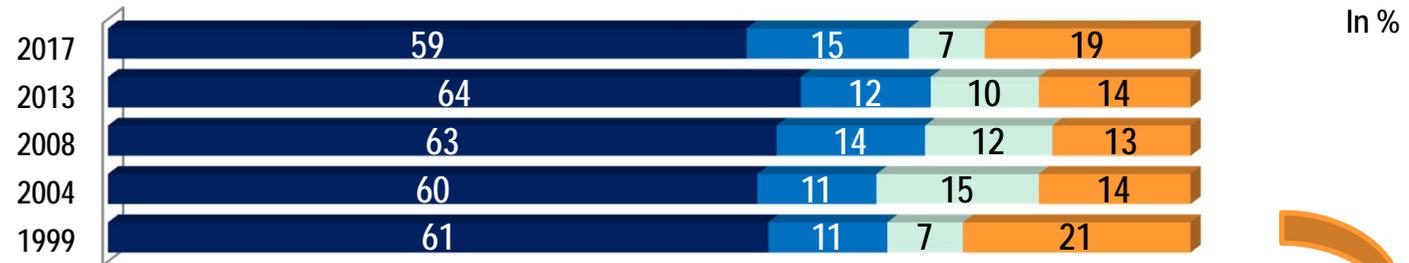


# 5. Die Kaufgewohnheiten und die --- Degustationen bei den Produzenten

- Dieses Jahr kaufen etwas weniger Befragte den von ihnen getrunkenen Wein selbst, wobei die Veränderung vor allem darauf zurückzuführen ist, dass etwas mehr Personen nie selbst Wein kaufen (Seite 97). Dabei sind die Nichtkäufer nach wie vor überwiegend Frauen und unter 30-Jährige.
- Von einer Reihe zur Auswahl gegebener Elemente, die den Weinkauf beeinflussen können, sticht nur eines deutlich hervor, nämlich die Mund-zu-Mund-Propaganda, die fast acht von zehn Personen sehr oder ziemlich beeinflusst (Seite 98). Eine allgemein ziemlich wichtige Rolle spielen sodann die Promotionen und Aktionen, die von fast 60% genannt werden.
- Die übrigen zur Auswahl gegebenen Elemente beeinflussen nur eine Minderheit der Befragten. Immerhin nennt ein nicht zu vernachlässigender Anteil von rund einem Drittel die Sommeliers in grossen Restaurants, die einem Wein vergebenen Medaillen und die Tatsache, dass ein Wein eine Bio-Zertifizierung besitzt. Sodann lässt sich noch ein Viertel der Befragten von der Meinung anderer Produzenten, den Newsletters und anderer Werbung sowie den Einschätzungen von bekannten Guides beeinflussen. Weniger als 20% schliesslich nennen die Empfehlungen im Internet und in sozialen Netzwerken, die spezialisierte Presse und die Journalisten im Allgemeinen.
- Die Ergebnisse sind in den verschiedenen Altersgruppen recht ähnlich (Seite 99). Es ist jedoch festzustellen, dass die Jüngeren etwas zugänglicher für Promotionen und Aktionen sind, wahrscheinlich aufgrund ihrer geringeren Kaufkraft, und sich stärker von den sozialen Netzwerken beeinflussen lassen. Der Einfluss letzterer, wie auch derjenige der Sommeliers, sinkt mit zunehmendem Alter des Befragten.
- Ganz allgemein lassen sich die Tessiner von den einzelnen Elementen weniger beeinflussen als die West- und Deutschschweizer (Seite 100), ausser in Bezug auf die Medaillen, die Bio-Zertifizierung und die Meinung anderer Produzenten, deren Einfluss sie gleich beurteilen wie die anderen. Die Deutschschweizer dagegen lassen sich von der Mund-zu-Mund-Propaganda, den Promotionen und der Werbung sowie den bekannten Guides besonders stark beeinflussen.

# Wer kauft den Wein der konsumiert wird?

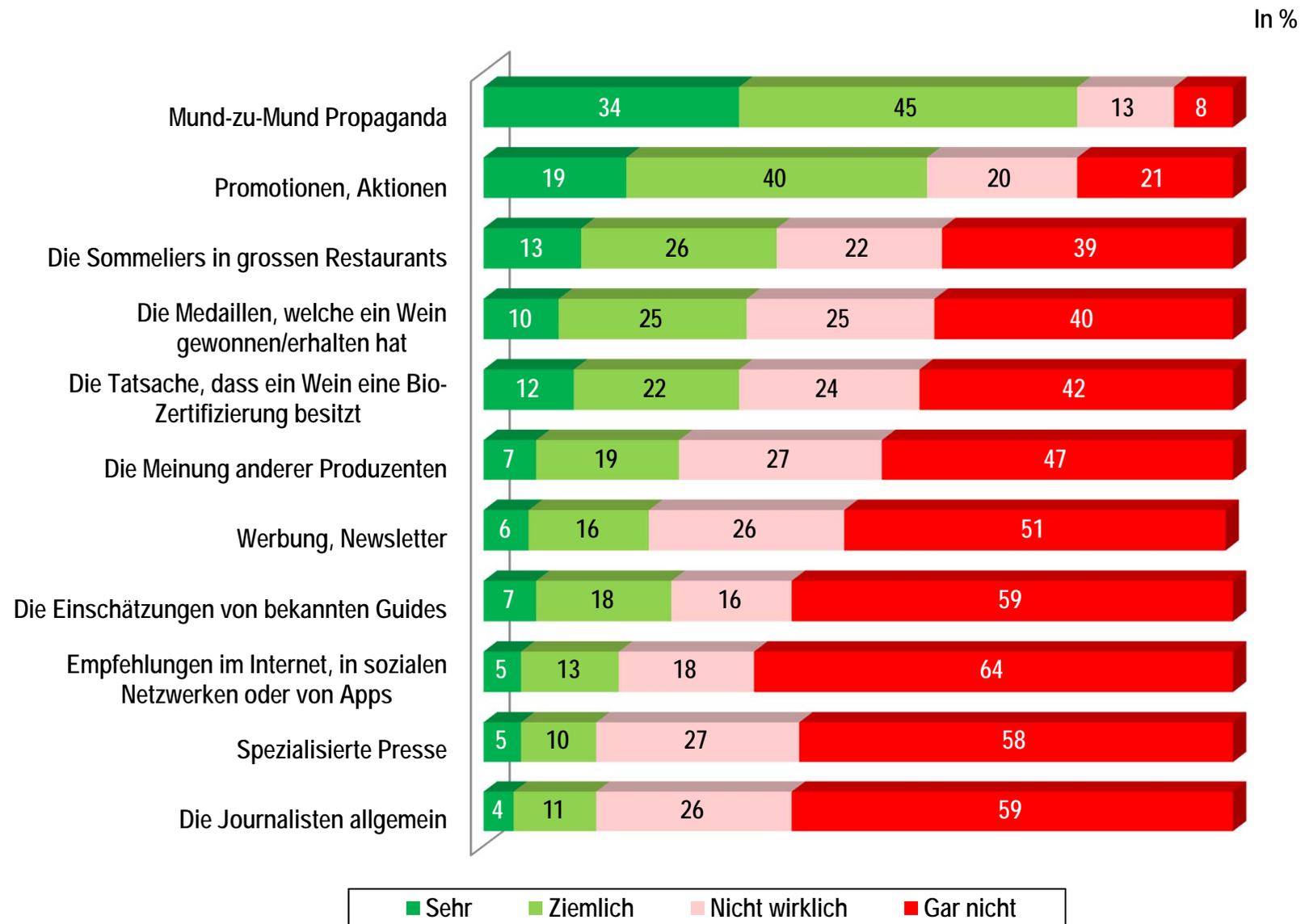
(Basis: 576 in 2017, 710 in 2013, 692 in 2008 und 731 in 2004, d.h. Hälfte der Stichprobe der regelmässigen Konsumenten, und 1'695 in 1999)



# Wenn Sie Wein kaufen, wie sehr beeinflussen Sie folgende Punkte?

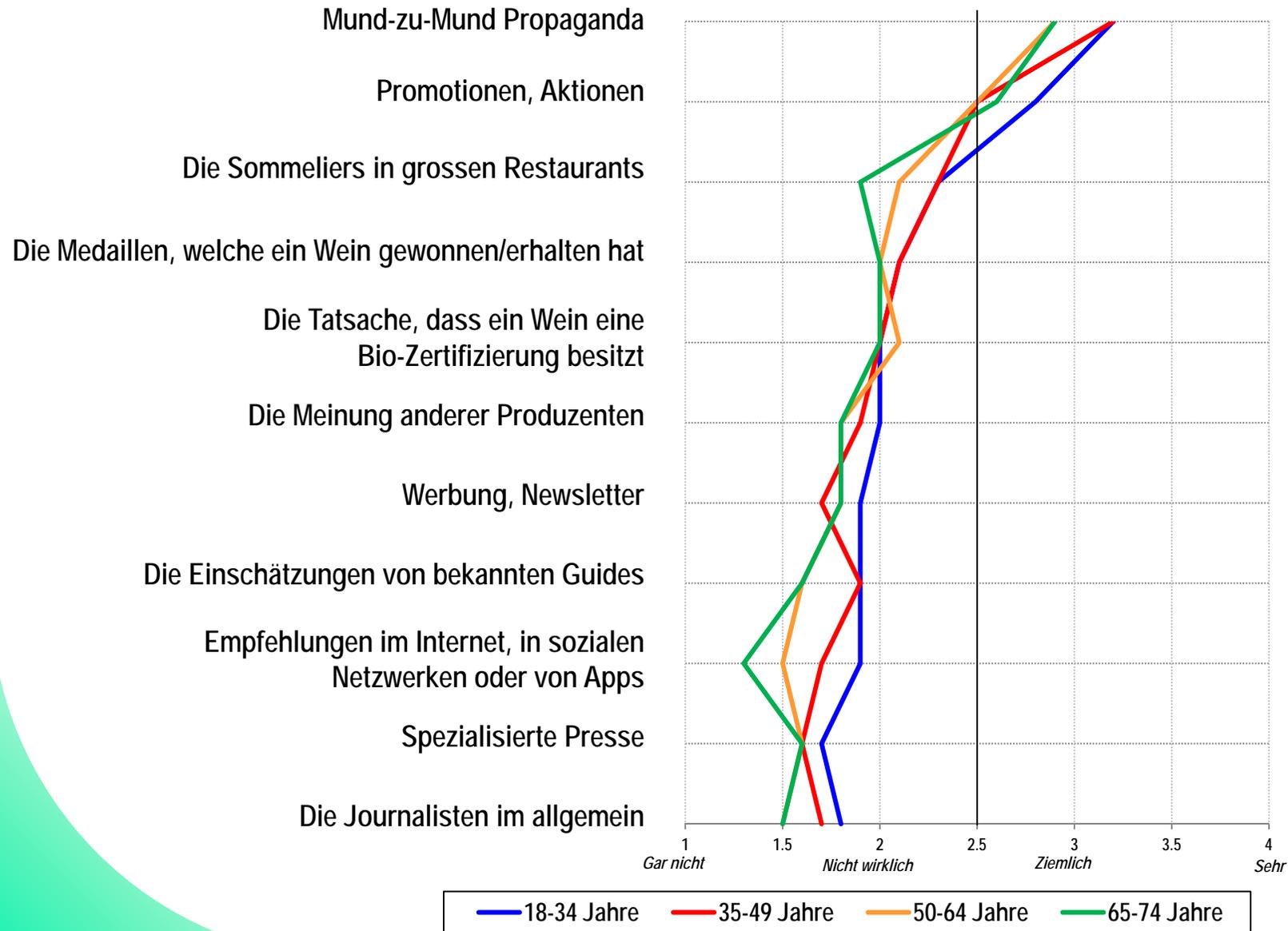
98

(Basis: 470 regelmässige Konsument und Käufer)



# Wenn Sie Wein kaufen, wie sehr beeinflussen Sie folgende Punkte?

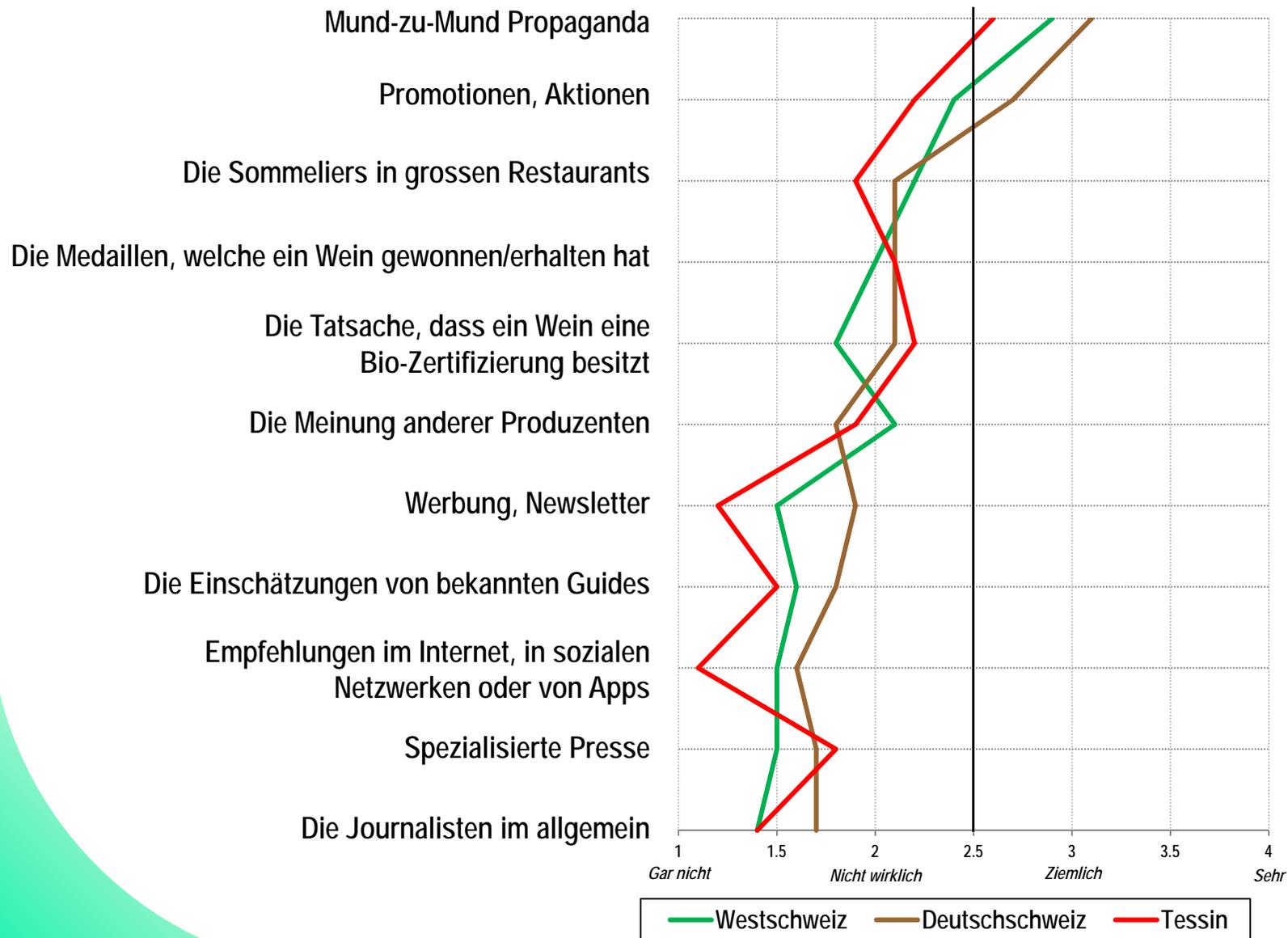
## Nach Altersgruppen



# Wenn Sie Wein kaufen, wie sehr beeinflussen Sie folgende Punkte?

100

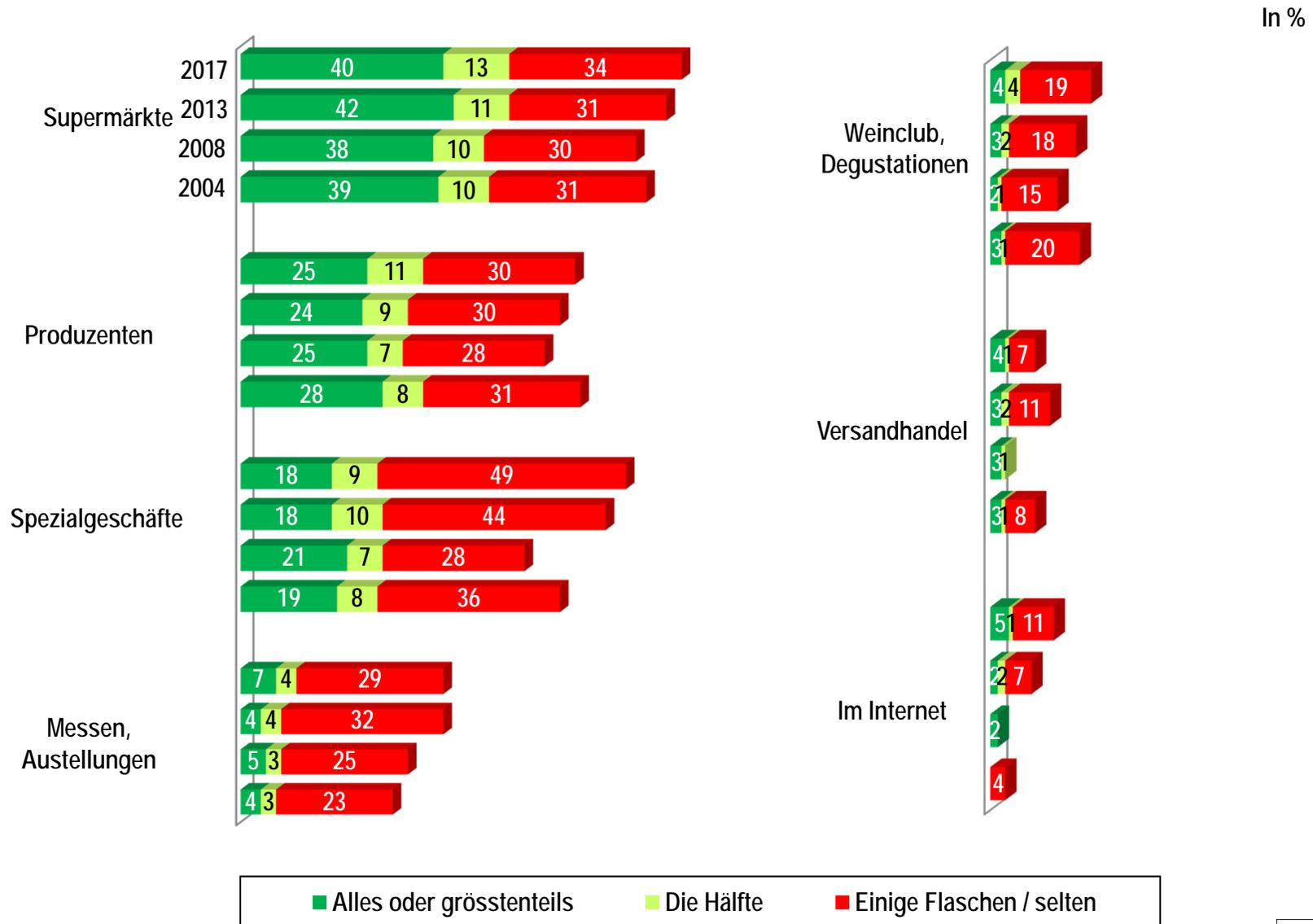
Nach Sprachregion



- Die Supermärkte sind weiterhin der wichtigste Ort für den Weinkauf. Wie schon 2013 kaufen 40% der Befragten allen oder einen grossen Teil ihres Weines dort ein (Seite 102). Weiterhin wird nach wie vor der Kauf beim Produzenten bevorzugt und 25% kaufen alle oder fast alle Weine dort. Dieser immer noch interessante Anteil steigt aber leider nicht.
- An dritter Stelle folgen die Spezialgeschäfte, wo fast jeder Fünfte die Mehrheit seiner Weinkäufe tätigt. Die Hälfte der Befragten kauft dort allerdings nur selten einige Flaschen
- Es folgen die Käufe an Messen, in Weinclubs oder bei Degustationen, im Versandhandel oder über Internet, die weitgehend zu vernachlässigen sind. Der 2008 und 2004 noch fast inexistenten Kauf über Internet hingegen gewann 2013 an Terrain und diese Zunahme bestätigt sich dieses Jahr.
- Je jünger der Befragte ist, desto eher kauft er seinen Wein in einem Supermarkt, während vom Kauf beim Produzenten genau das Gegenteil zu sagen ist (Seite 103). Desgleichen ist der aufkommende Kauf über Internet vor allem den unter 45-Jährigen zu verdanken.
- Die Teilnahme an Degustationen ist in Supermärkten leicht steigend, bleibt aber stabil bei den Produzenten (Seite 104). Es kaufen jedoch anlässlich einer Degustation bei einem Produzenten fast drei Viertel jedes Mal oder fast jedes Mal den degustierten Wein, während es in den Supermärkten gut 50% sind.
- Schliesslich erachtet wie schon 2013 gut die Hälfte die Rücksichtnahme auf die Umwelt als ein wichtiges Kaufkriterium. Diese Meinung wird von den Älteren und den Deutschschweizern und Tessinern etwas häufiger geteilt als von den Westschweizern (Seite 105).

# Die Kauforte

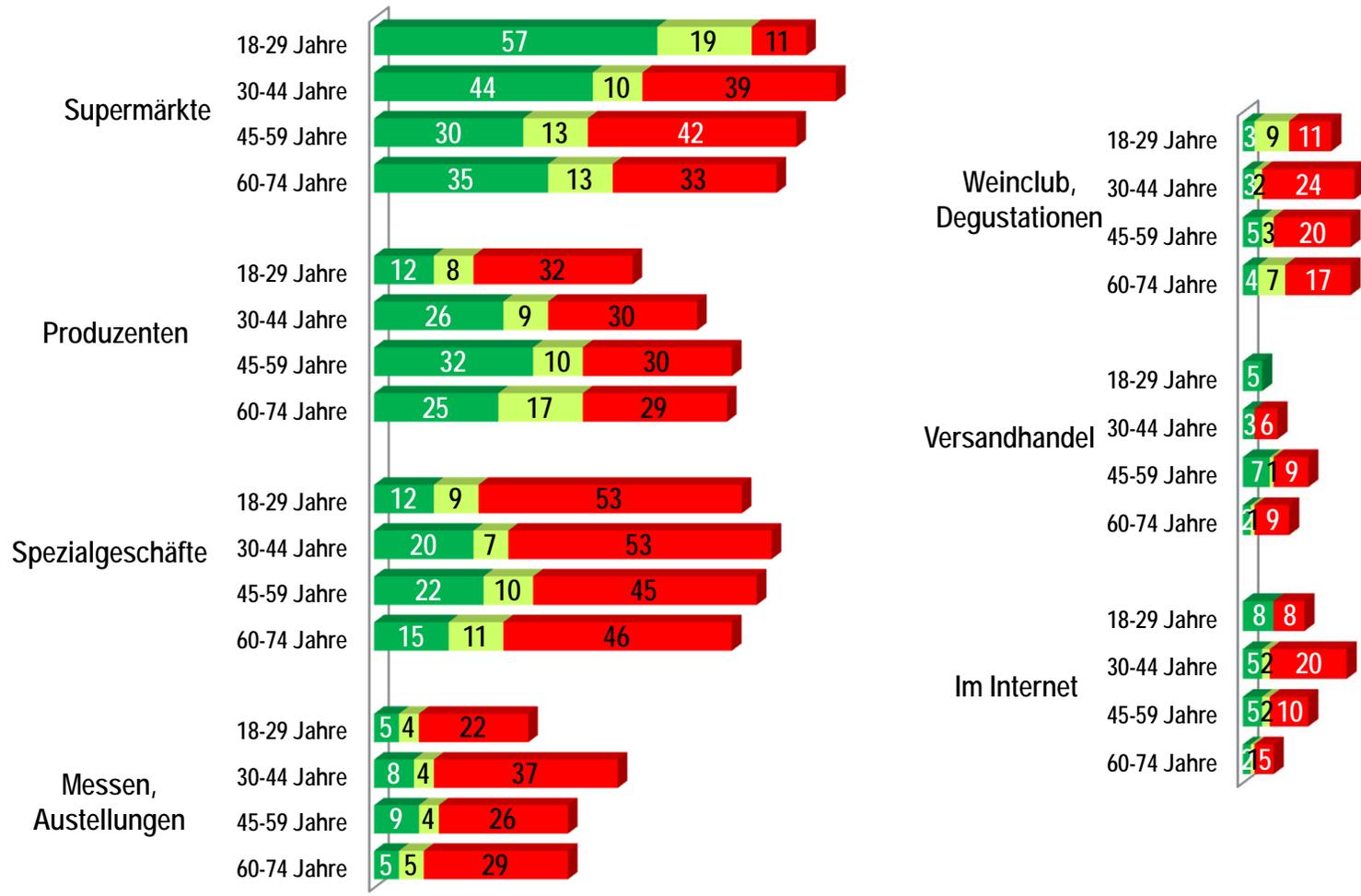
(Basis: 470 regelmässige Konsument und Käufer in 2017, 612 in 2013, 604 in 2008 und 631 in 2004)



# Die Kauforte nach Altersgruppen

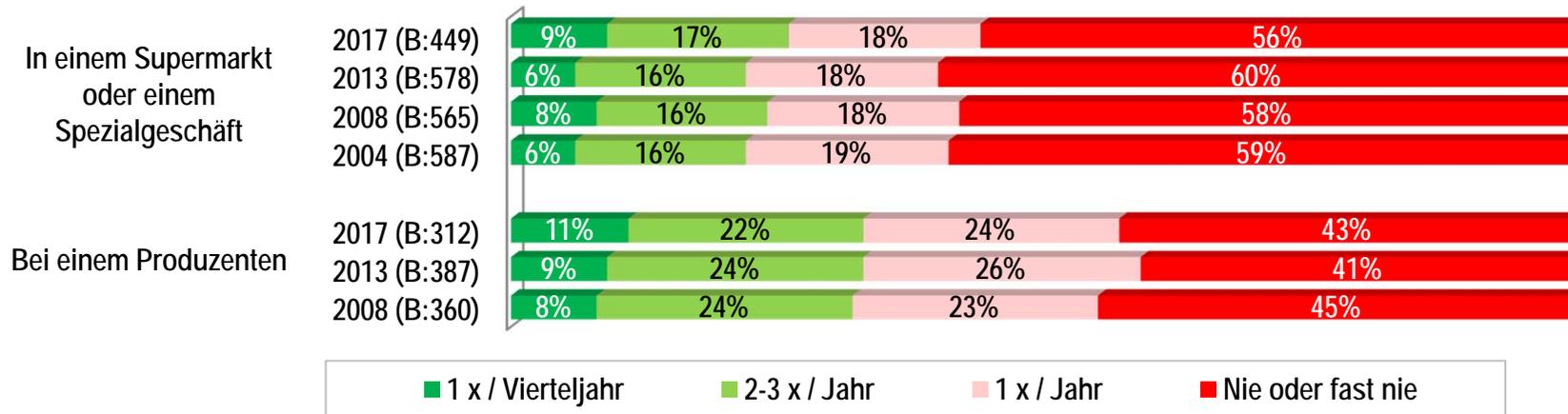
(Basis: 470 regelmässige Konsument und Käufer)

In %



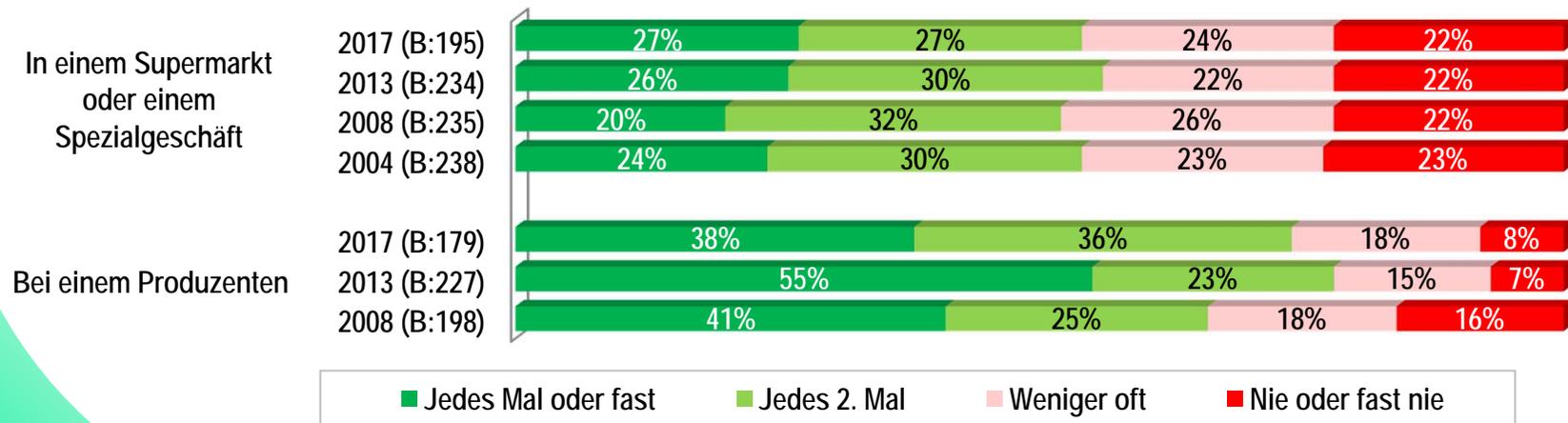
# Während den letzten 12 Monaten, Teilnahme an einer Degustation... 104

(Basis: regelmässige Konsumenten und Käufer)



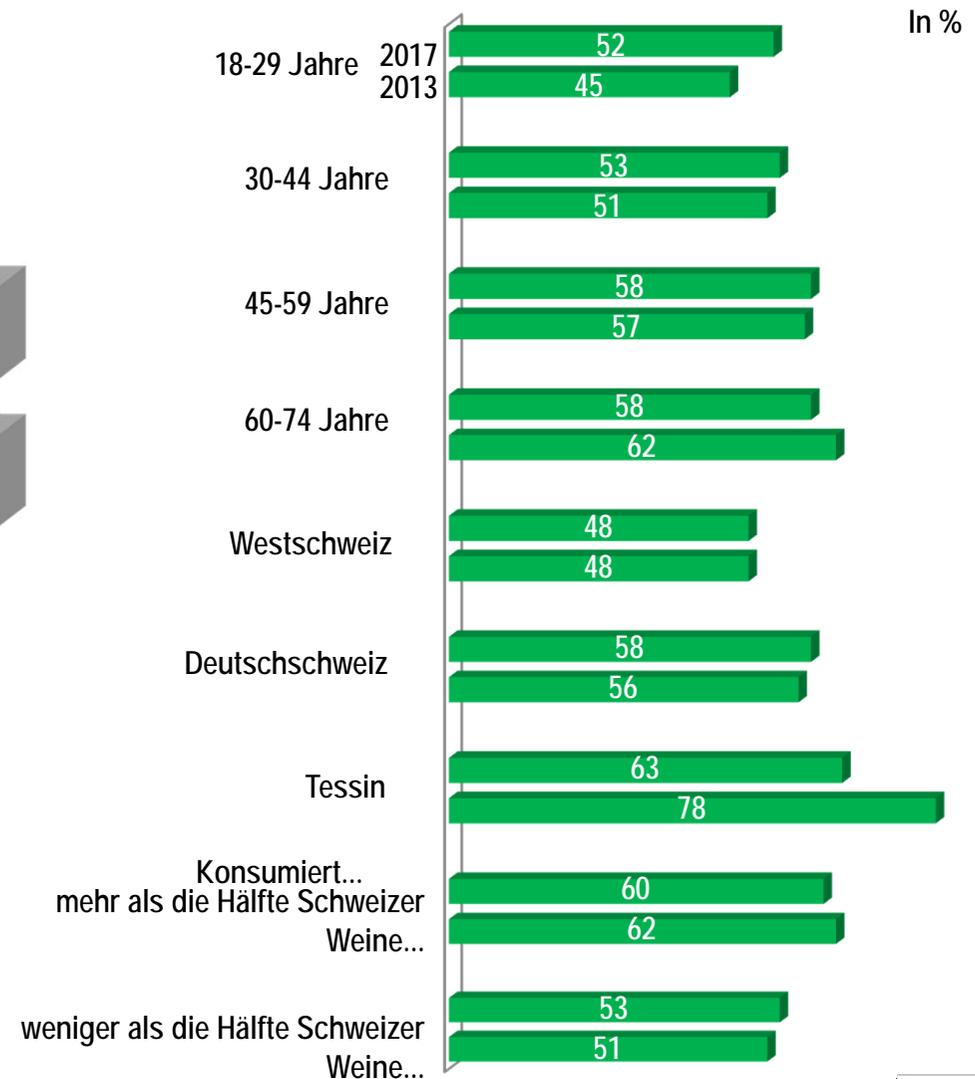
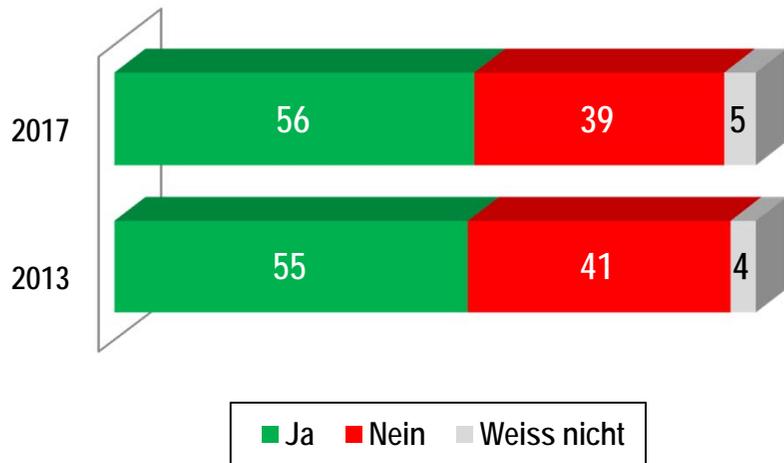
## Kauf des degustierten Weins?

(Basis: regelmässige Konsumenten die an einer Degustation teilgenommen haben)



# Ist die Rücksichtnahme auf die Umwelt bei der Weinherstellung für Sie ein wichtiges Kriterium, wenn Sie Wein kaufen?

(Basis: 470 Käufer in 2017 und 612 in 2013)



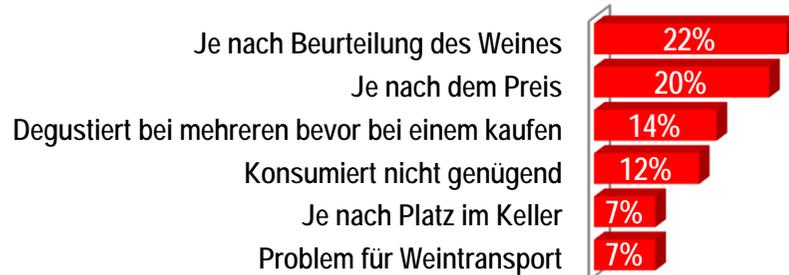
## Degustation bei Produzenten und an Tagen des offenen Weinkellers 106

- Fragt man die Konsumenten, die an einer oder mehreren Degustationen bei einem Produzenten teilgenommen haben, warum sie danach keinen Wein gekauft haben, begründet dies jeder Fünfte damit, dass dies von der Beurteilung des Weines und von den Preisen abhängt (Seite 107). Weitere 14% nennen die Tatsache, dass sie vor dem Kauf bei mehreren Produzenten degustieren, und 12%, dass sie zu wenig trinken, um jedes Mal zu kaufen.
- Unter den Anhängern von Degustationen bei Produzenten erklärt die Hälfte, sie würde immer zu denselben gehen, während die andere Hälfte lieber etwas Neues entdeckt. Letzteres ist bei den Jüngeren und im Tessiner deutlich verbreiteter.
- Sieben von zehn wählen die Produzenten auf Empfehlung von Freunden aus. Und ein knappes Drittel nimmt an Degustationen bei Produzenten teil, um neue Weine oder Jahrgänge zu entdecken und wegen der Geselligkeit, sowie dem Zusammensein, der Stimmung. Ein Viertel schliesslich tut dies wegen der Nähe, dem Kontakt zum Produzenten oder um besseren Beratung und Information über die Weine zu erhalten.
- Was die Tage der offenen Weinkeller betrifft, hat ein gutes Drittel schon mindestens einmal an solchen teilgenommen: fast zwei Drittel der Westschweizer, die Hälfte der Tessiner und ein Drittel der Deutschschweizer, die man dementsprechend etwas vermehrt zu solchen Veranstaltungen locken sollte (Seite 108).
- Ein Drittel derjenigen, die noch nie an Tagen der offenen Weinkeller teilgenommen haben, geben an, dass sie daran ganz einfach nicht interessiert seien. Ein Viertel hingegen erklärt, es gebe dafür keine besonderen Gründe, und 12%, sie seien nicht genügend informiert worden. Dies sind somit Personen die man dafür gewinnen können sollte.

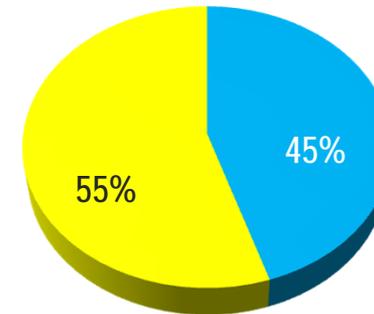
# Degustation bei einem Produzenten

(Basis: 188 regelmässige Konsumenten die in den letzten 12 Monaten an einer Degustation bei einem Produzenten teilgenommen haben)

## Spontan, warum kaufen Sie den degustierten Wein nicht?

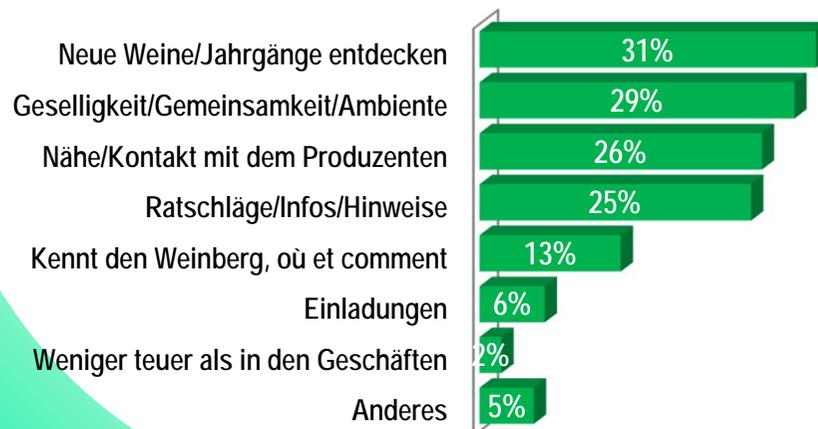


## Immer bei denselben Produzenten oder nicht?

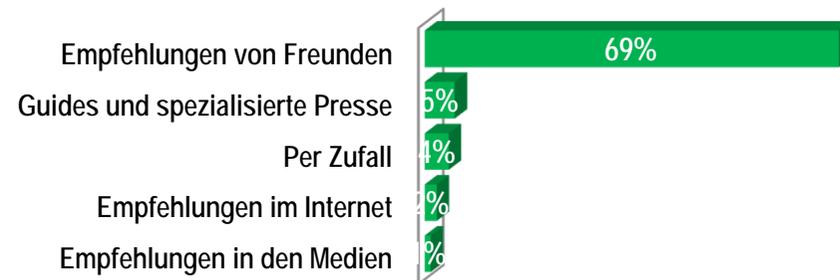


■ Geht immer zum/zu den gleichen  
■ Versucht Neuheiten zu entdecken

## Spontan, warum gehen Sie zu einem Produzenten degustieren ?



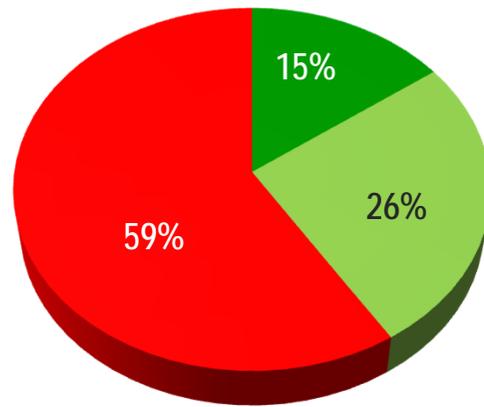
## Spontan, wie haben Sie den Produzenten ausgewählt?



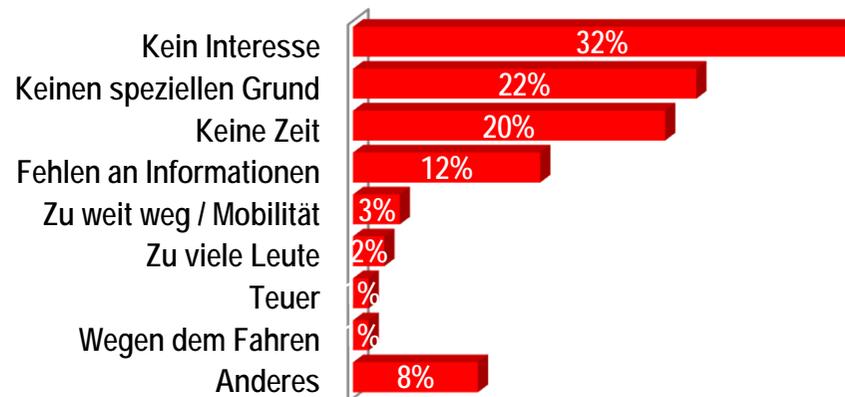
# Während der letzten 3 Jahre, haben Sie an Tagen der offenen Weinkeller teilgenommen?

108

(Basis: 576 regelmässige Konsumenten)



## Spontan, Gründe für Nichteilnahme an Tagen der offenen Weinkeller



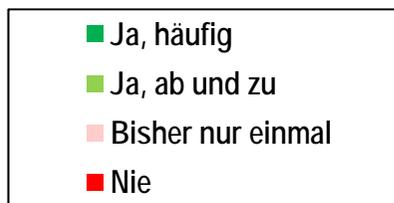
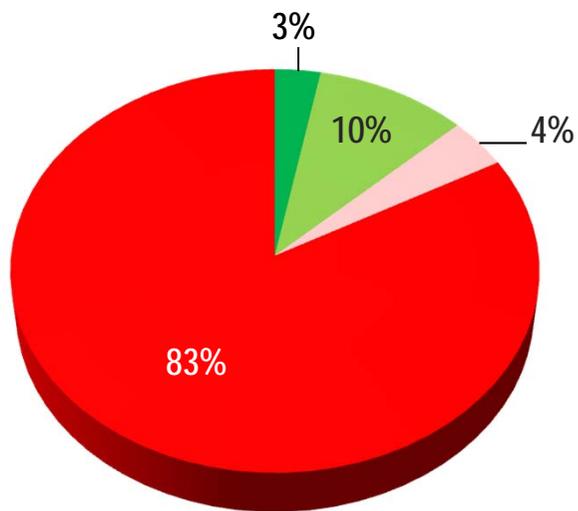
# 6. Kauf im Internet

---

- Wie bereits gesehen, kauft nur eine Minderheit von ca. 10% Wein im Internet und nur sehr wenige davon tun es häufig (Seite 111). Etwas verbreiteter ist diese Praxis bei den unter 60-Jährigen sowie bei den West- und Deutschschweizern, während die Tessiner kaum davon Gebrauch machen.
- 22% derjenigen, die Wein im Internet kaufen, tun dies, um von einer Promotion zu profitieren oder nicht deshalb irgendwo hin gehen zu müssen. 18% tun es, weil es schneller geht, und 16%, um ausländischen Wein zu kaufen. Schliesslich nennt als Grund noch etwa jeder Zehnte, um neue Produkte zu entdecken, die grössere Auswahl, den Kauf eines speziellen Weins oder alter Jahrgänge (Seite 112).
- Andererseits erklären 27% (hoher ungestützter Anteil) der Konsumenten, die keinen Wein im Internet kaufen, als klaren Hauptgrund, sie möchten den Wein vor dem Kauf degustieren (Seite 113). Ausserdem erwähnen gut 10%, sie hätten kein Vertrauen, es sei kompliziert oder das Angebot sei zu gross und es sei schwer, sich zurecht zu finden.
- Rund zwei Drittel der Konsumenten, die manchmal Wein im Internet kaufen, tun es, um vor allem ausländischen Wein zu kaufen, während nur 14% von ihnen Schweizer Weine bevorzugen (Seite 114). Während andererseits ein Drittel vor allem Wein zum täglichen Gebrauch kauft, wählt ein Drittel hauptsächlich Wein, um ihn zu lagern. Die Hälfte kauft eher junge Weine, während ein Fünftel ältere Jahrgänge vorzieht.
- Schliesslich erklären 70% der regelmässigen Konsumenten spontan, sie würden im Internet nie Informationen zum Thema Wein suchen, während es die restlichen 30% hauptsächlich tun, um sich über einen Weinproduzenten oder eine Traubensorten zu informieren (Seite 115).

# Kommt es vor, dass Sie Wein im Internet kaufen ?

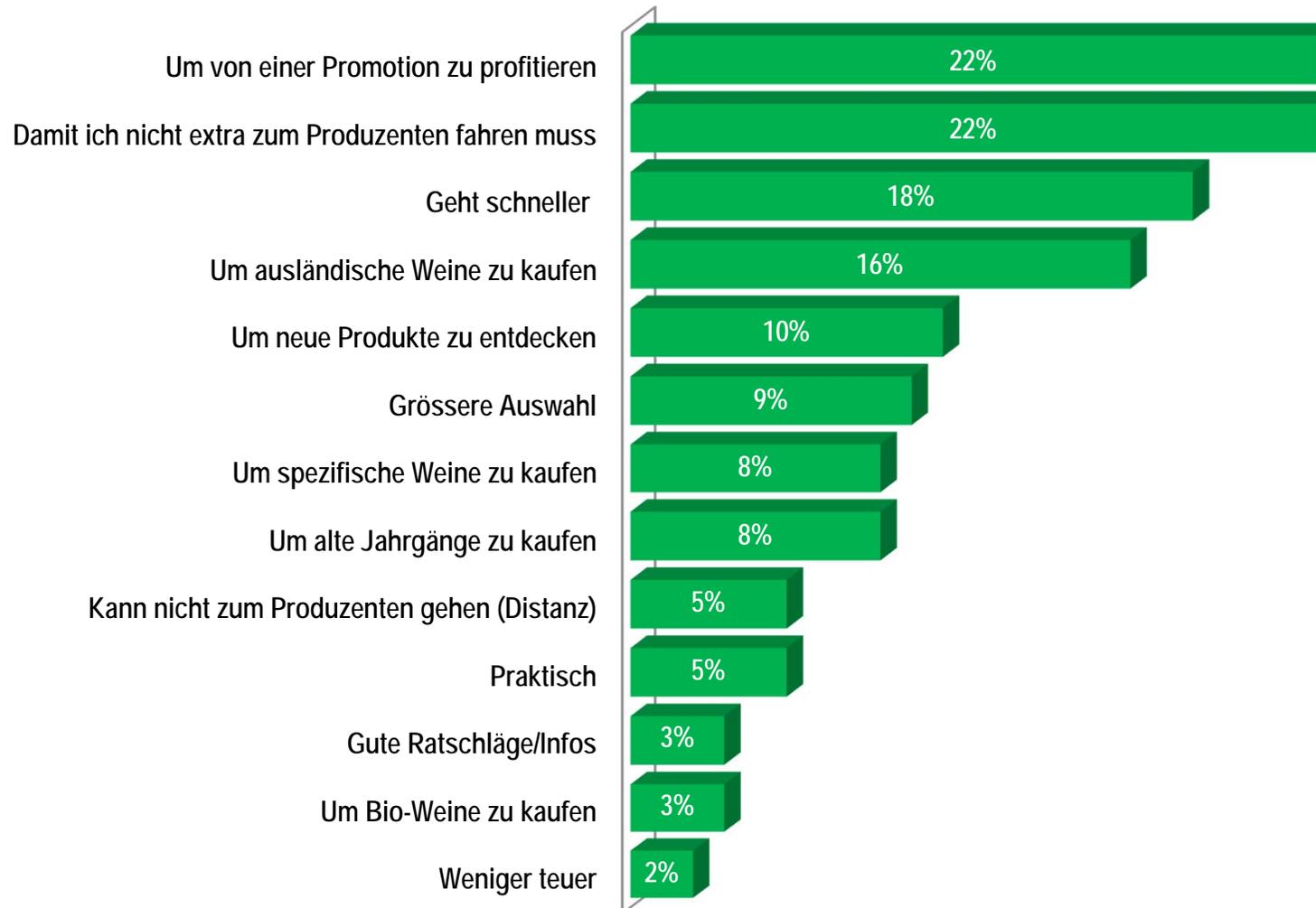
(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten)



# Spontan, Gründe für den Weineinkauf im Internet?

(Basis: 158 regelmässige Konsumenten die im Internet Wein einkaufen)

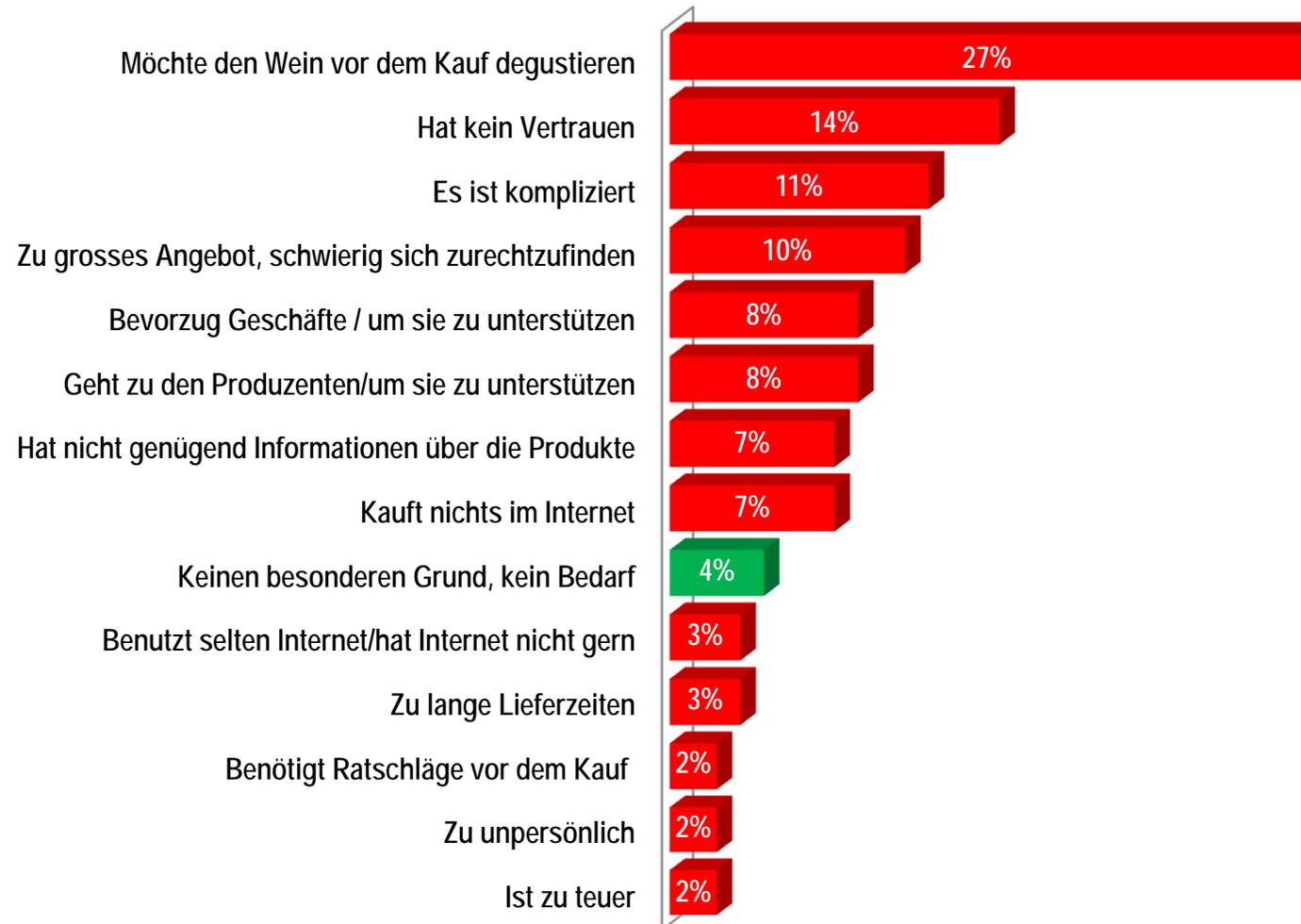
112



# Spontan, Gründe warum keine Weine im Internet gekauft werden?

113

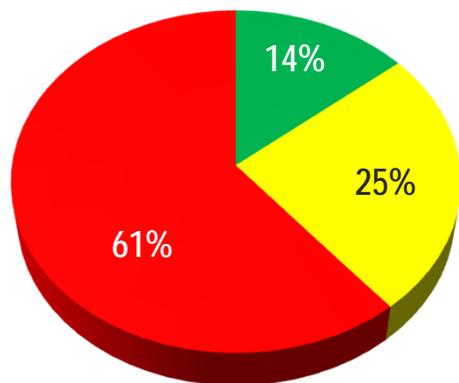
(Basis: 1'044 regelmässige Konsumenten die nicht im Internet Wein kaufen)



# Kaufgewohnheiten im Internet

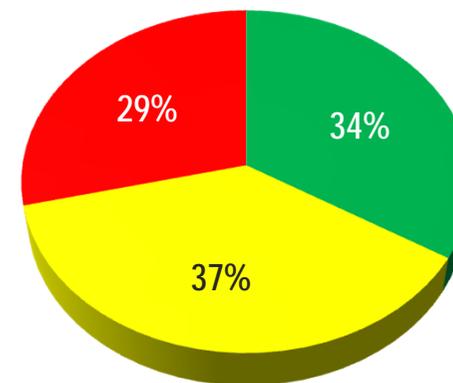
(Basis: 158 regelmässige Konsumenten, die ab und zu oder häufig Wein im Internet kaufen)

## Schweizer oder ausländische Weine?



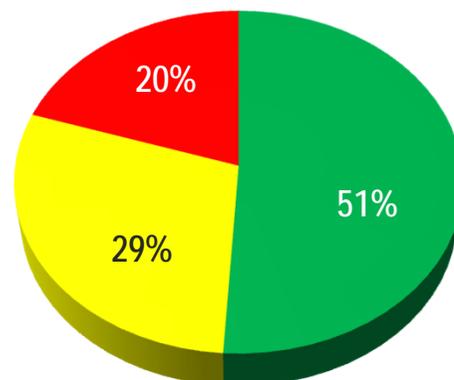
- Hauptsächlich Schweizer
- Etwa gleichviel
- Hauptsächlich ausländischer

## Weine zum sofort trinken oder zum Lagern?



- Hauptsächlich um sofort zu trinken
- Beides etwa gleich
- Hauptsächlich zum Lagern

## Junge Weine oder ältere Jahrgänge?

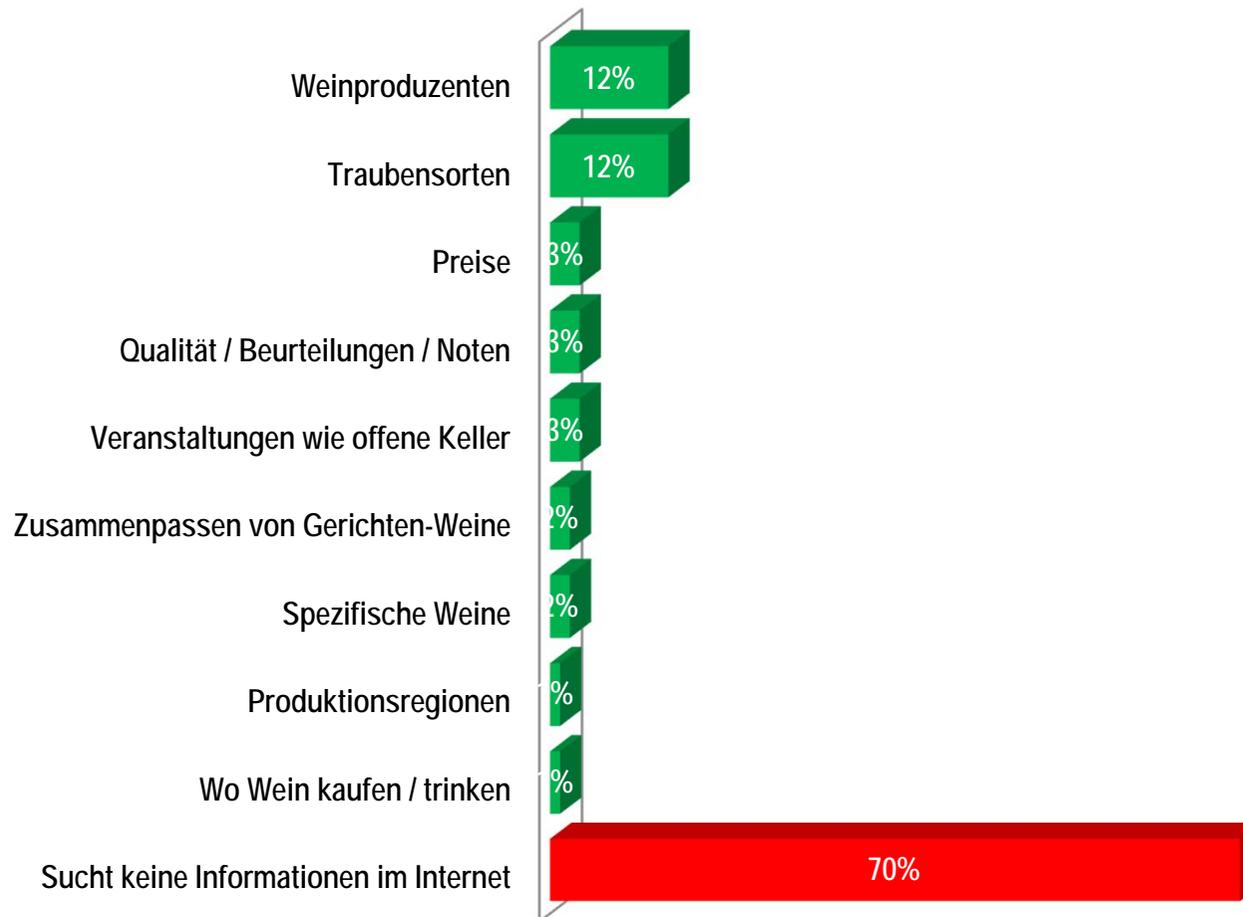


- Eher junge Weine
- Beides etwa gleich
- Ältere Jahrgänge

# Welche Informationen suchen Sie im Internet zum Thema Wein?

115

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten)

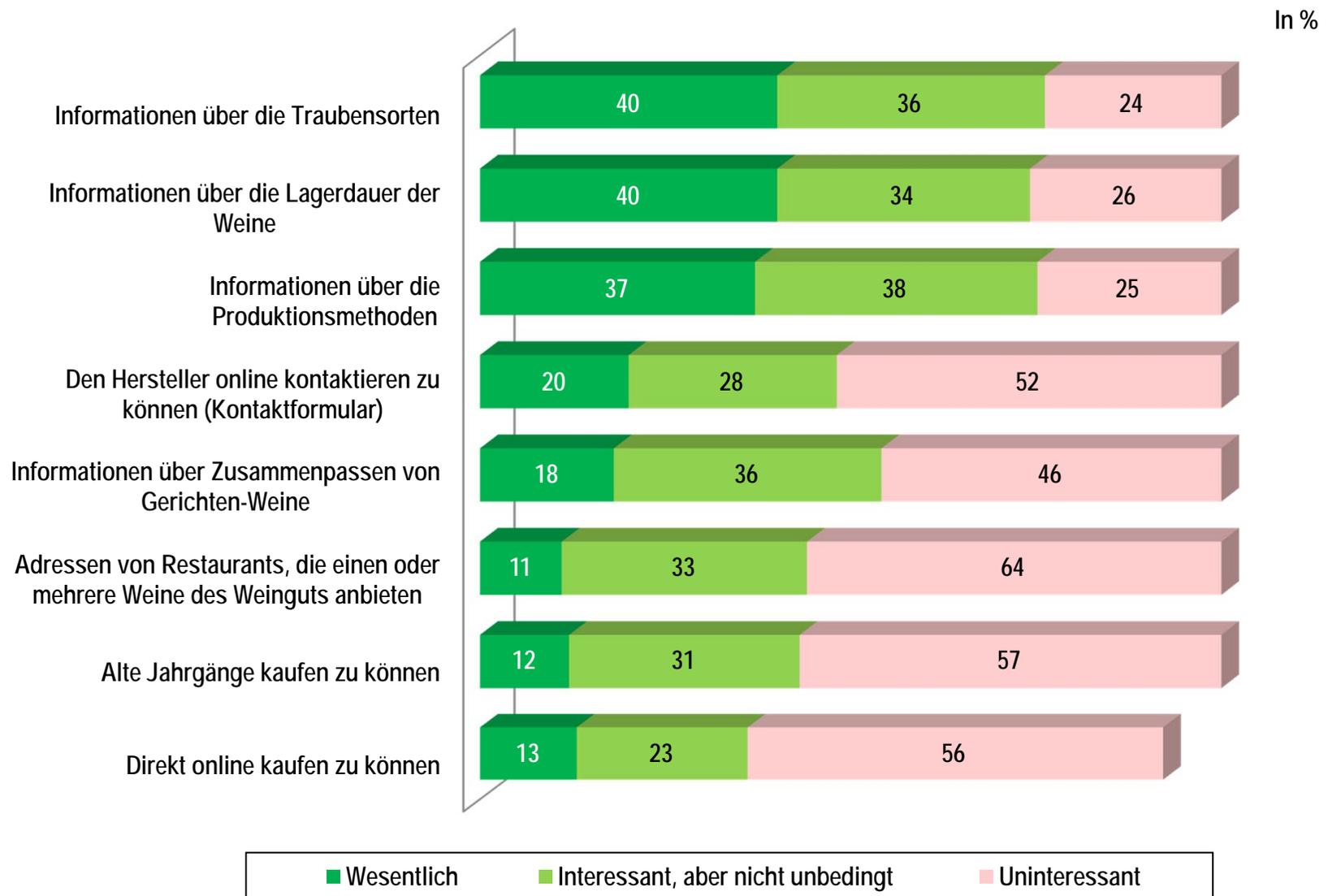


- Drei Elemente werden von 40% der Konsumenten (und noch vermehrt in der Deutschschweiz) bei der Internetseite eines Weinproduzenten als notwendig betrachtet: Informationen über die Traubensorten, die Lagerdauer der Weine und die Produktionsmethoden (wobei alle drei Elemente in der Deutschschweiz noch häufiger genannt werden) (Seite 117). Berücksichtigt man auch das Drittel der Befragten, die diese Informationen als interessant, aber nicht wesentlich erachtet, kann davon ausgegangen werden, dass sie auf einer guten Internetseite vorhanden sein sollten.
- Bereits ziemlich zurück liegen folgende Elemente, die aber immer noch von der Hälfte der Konsumenten als wesentlich oder zumindest interessant betrachtet werden: die Möglichkeit, den Hersteller online kontaktieren zu können, und Informationen welche Weine zu welchem Gericht passen.
- Adressen von Restaurants, die einen oder mehrere Weine des Weinguts anbieten, und die Möglichkeit, alte Weine oder direkt online kaufen zu können, werden hingegen nicht als besonders wichtig eingestuft.
- Nur jeder zwanzigste Konsument hat schon einmal die Internetseite von Swiss Wine besucht. Hinzu kommen 14%, die sie zwar kennen, aber noch nicht besucht haben (Seite 118). Wer diese Seite bereits besucht hat, hat es getan, um sich über Schweizer Wein allgemein zu informieren, oder ist per Zufall darauf gestossen, weil eine Google-Suche dazu geführt hat.

# Wichtige Elemente der Internetseite des Weinproduzenten

117

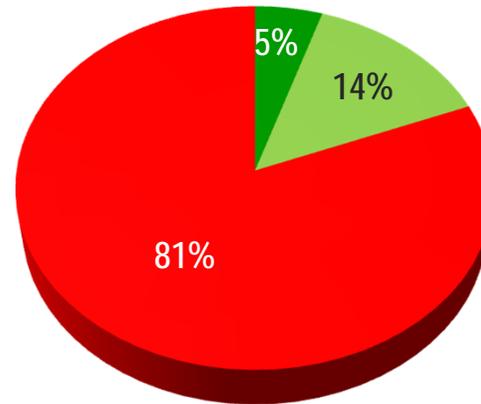
(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten)



# Kennen Sie die Internetseite von Swiss Wine und haben Sie diese bereits besucht?

118

(Basis: 1'202 regelmässige Konsumenten)



■ Kennt und hat besucht ■ Kennt aber hat nicht besucht ■ Kennt nicht

## Die Hauptgründe die Internetseite besucht zu haben, spontan



# 7. Die Preise der Weine

---

- Der Preisvergleich von in- und ausländischen Rotweinen allgemein fällt zuungunsten der Schweizer Weine aus, wobei die italienischen und spanischen Weine besonders gut abschneiden, und zwar dieses Jahr noch etwas deutlicher als 2013 (Seite 121). Bei den Weinen aus Frankreich und Übersee hingegen ist die Lage etwas ausgeglichener. Die Hälfte findet die Schweizer Weine teurer, die andere Hälfte denkt, es verhalte sich umgekehrt oder die Preise seien gleich, wobei die Ergebnisse sehr ähnlich ausfallen wie 2013.
- Dieses Jahr haben wir versucht, diese Frage zu nuancieren, indem die gehobenen Weine von denjenigen des täglichen Konsums unterschieden wurden (Seite 122). Bei den Erstgenannten fällt der Vergleich für die Schweizer Weine günstiger aus: ein wenig gegenüber den französischen Weinen aber deutlich gegenüber den italienischen und spanischen Weinen. Etwas weniger gut fällt das Urteil im Vergleich zu gehobenen Weinen aus Übersee aus.
- Beim Wein des täglichen Konsums sind die Ergebnisse im Vergleich zu den Weinen aus Frankreich und Übersee in etwa gleich wie bei der allgemeinen Einschätzung der Preise. Im Vergleich zu den italienischen und spanischen Weinen hingegen zeigt sich eine leicht positive Tendenz für den Schweizer Wein.
- Beim Rotwein ist der allgemeine Vergleich gleich wie beim Rotwein. Gegenüber den Weinen aus Frankreich und Übersee ist das Urteil ausgeglichen, im Vergleich zu den italienischen und spanischen Weinen dagegen fällt es für den Schweizer Wein negativ aus (Seite 123). Und wenn man den gehobenen Weisswein vom Weisswein des täglichen Konsums unterscheidet, fällt das Urteil leider zuungunsten der Schweizer Weine aus: Etwa jede fünfte Person findet sie viel teurer als diejenigen der anderen drei Regionen (Seite 124).
- Deutlich besser schneiden die Schweizer Weine ab, wenn man von Weisswein des täglichen Konsums spricht. Hier steigt der Anteil der Befragten, welche die Schweizer Weine gleich teuer einschätzen, für alle Weine deutlich. Eine Ausnahme bilden diejenigen aus Übersee, die ähnliche Ergebnisse erzielen wie beim allgemeinen Preisvergleich.
- Trotz dieser für die Schweizer Weine nicht sehr günstigen Vergleiche ist die Hälfte der Konsumenten immerhin der Ansicht, ihr Preis sei angemessen (Seite 125). Das sind 10% weniger als 2013, aber der Anteil ist immer noch interessant, zumal weiterhin nur 9% finden, der Preis sei übertrieben teuer.

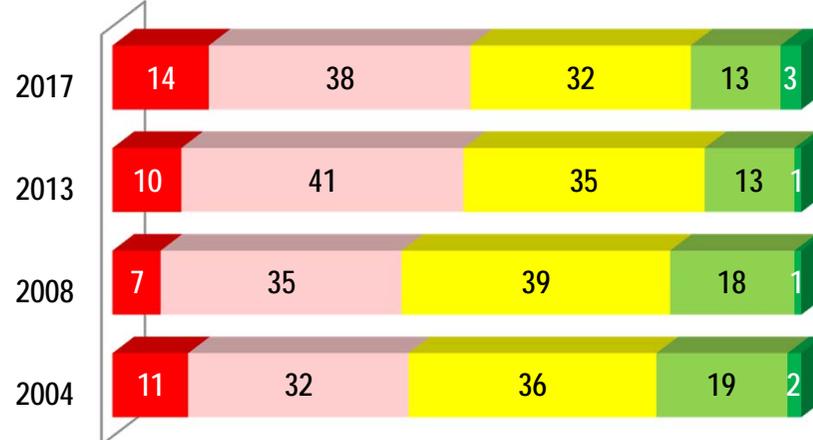
# Preisvergleich eines Schweizer Rotweins

(Basis: 299 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat in 2017, 306 in 2013, 315 in 2008 und 320 in 2004)

gegenüber...

In %

... einem französischen Wein?



... einem italienischen Wein?

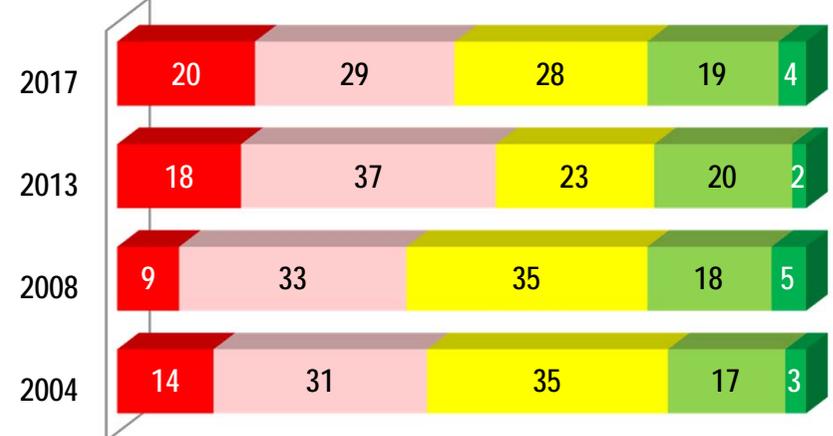


■ Sehr viel teurer ■ Ein bisschen teurer ■ Gleicher Preis ■ Ein bisschen günstiger ■ Viel günstiger

... einem spanischen Wein?



... einem Wein aus Übersee?



# Preisvergleich eines Schweizer Rotweins

(Basis: 299 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)

122

In %

## Gehobener Rotwein: Preis im Vergleich zu...



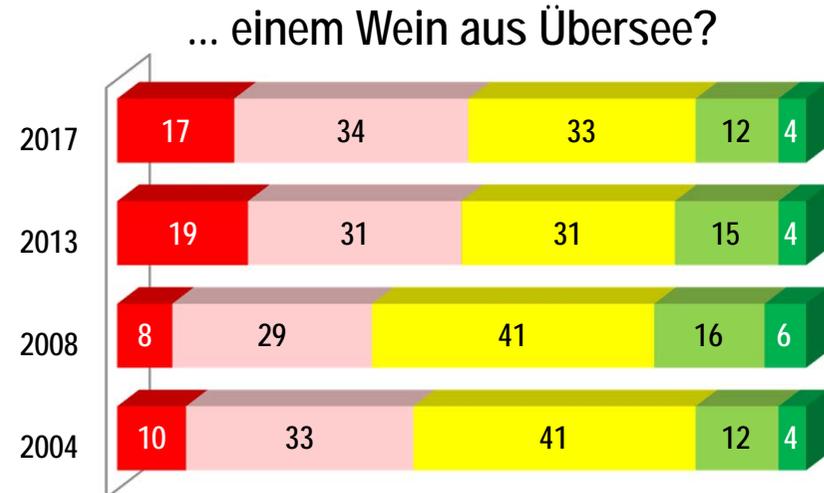
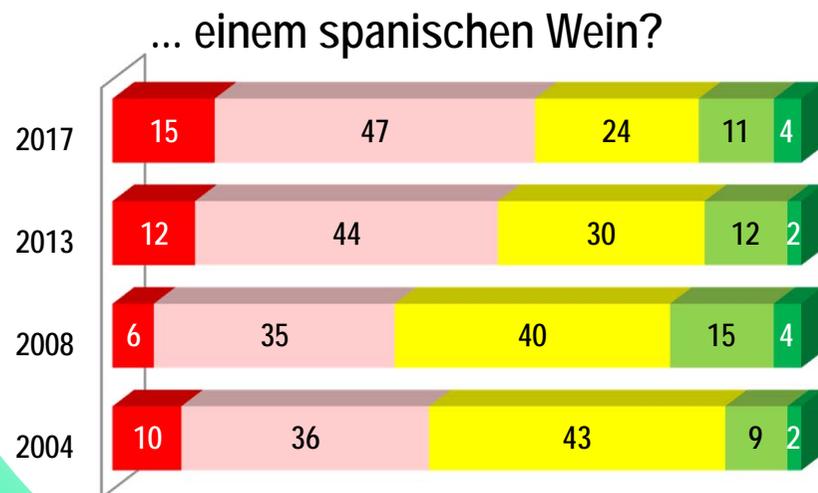
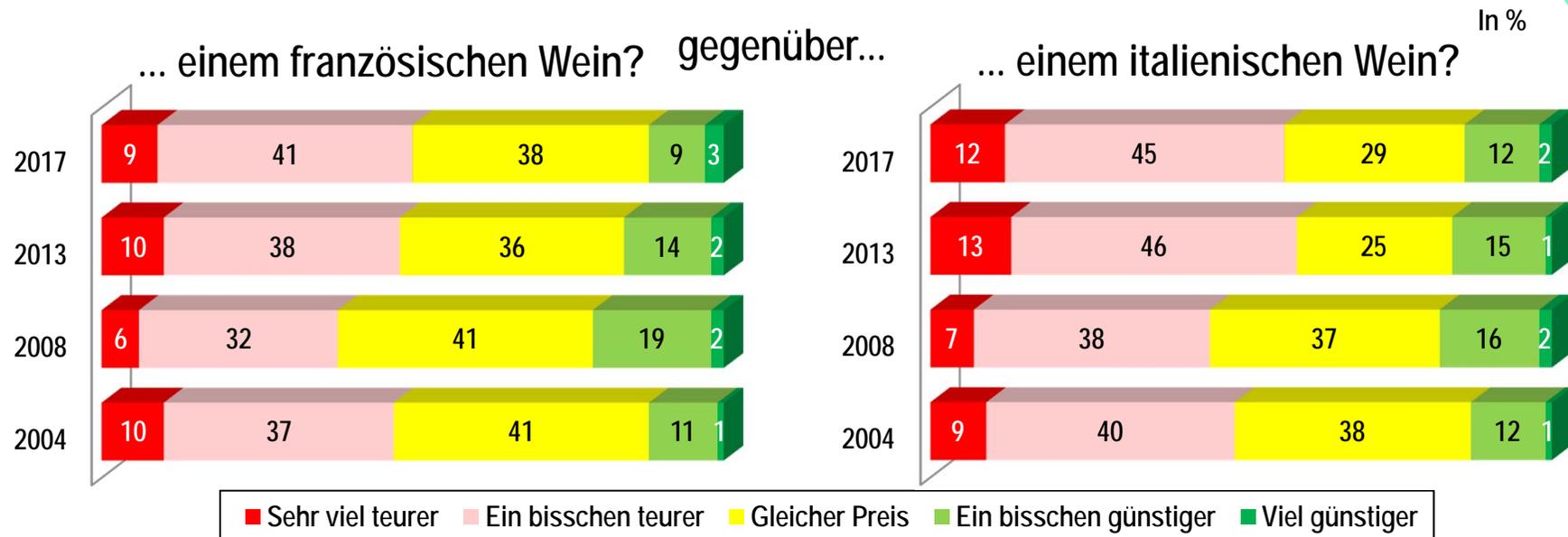
■ Sehr viel teurer ■ Ein bisschen teurer ■ Gleicher Preis ■ Ein bisschen günstiger ■ Viel günstiger

## Rotwein des täglichen Konsums: Preis im Vergleich zu...



# Preisvergleich eines Schweizer Weissweins

(Basis: 277 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat in 2017, 306 in 2013, 315 in 2008 und 320 in 2004)



# Preisvergleich eines Schweizer Weissweins

(Basis: 277 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)

124

In %

## Gehobener Weisswein: Preis im Vergleich zu...



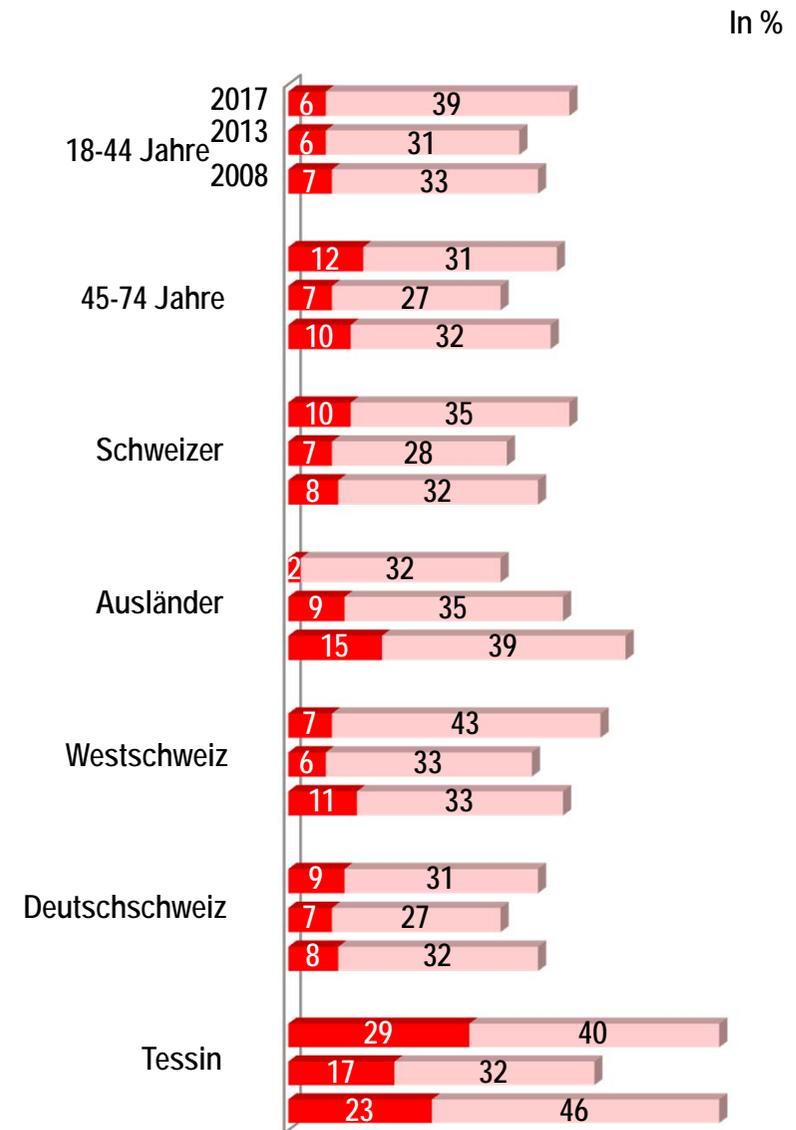
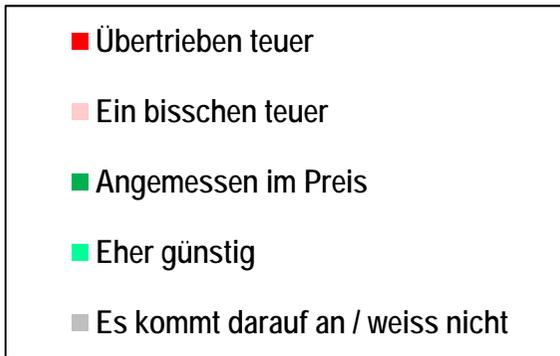
■ Sehr viel teurer ■ Ein bisschen teurer ■ Gleicher Preis ■ Ein bisschen günstiger ■ Viel günstiger

## Weisswein des täglichen Konsums: Preis im Vergleich zu...



# Preise der Schweizer Weine allgemein

(Basis: 576 regelmässige Konsumenten in 2017, 710 in 2013 und 692 in 2008, d.h. eine Hälfte der Stichprobe)



# 8. Image von Schweizer Weinen, --- der Regionen und Verbundenheit

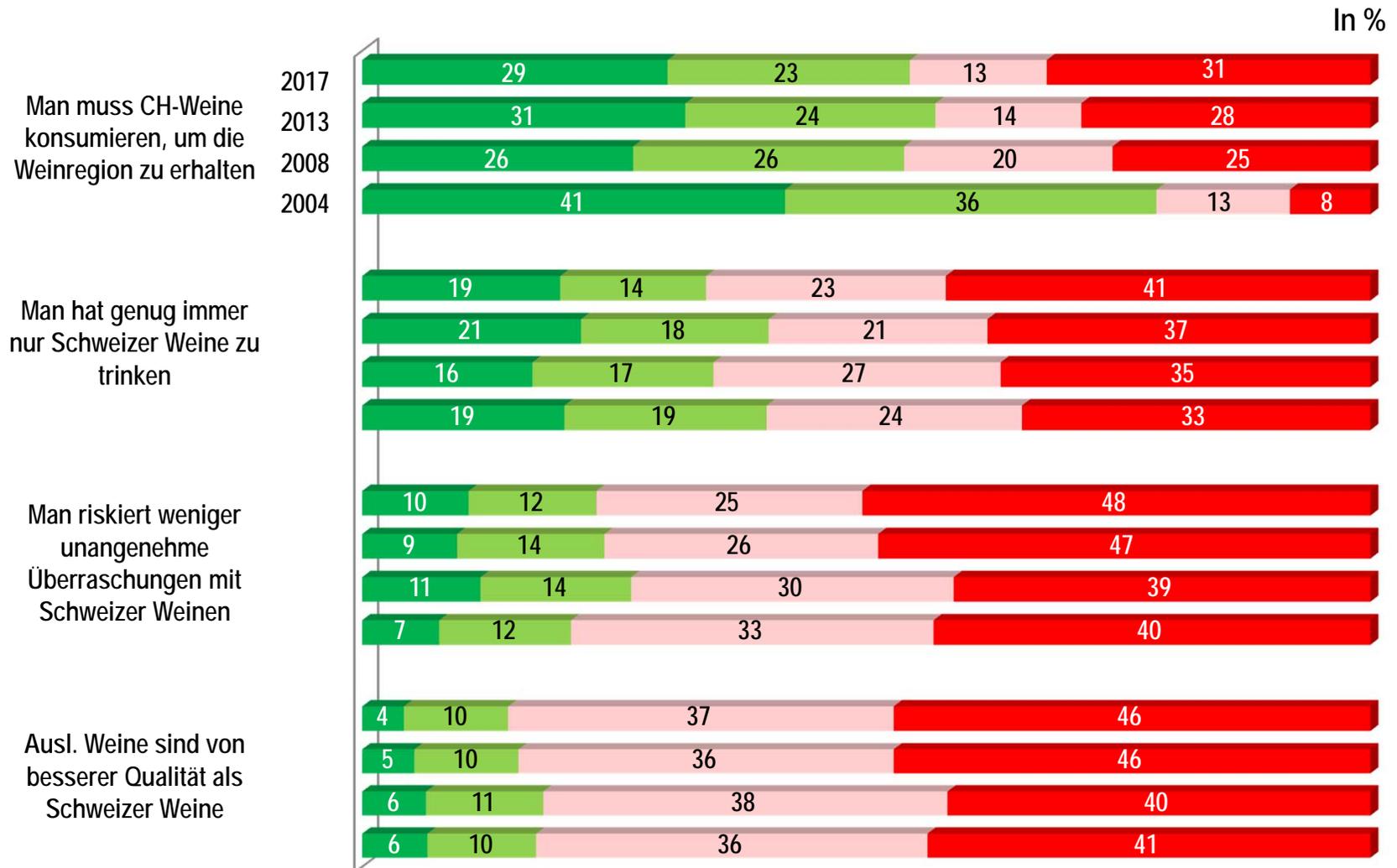
# 8.1. Vergleich Schweizer und ausländische Weine

---

- Nach wie vor ist eine Mehrheit der befragten Konsumenten (52%) der Ansicht, man müsse Schweizer Weine konsumieren, um die Rebberge als Teil der Landschaft zu schützen, und die Positionen in dieser Frage haben sich seit 2008 kaum verändert (Seite 129).
- Hingegen sind immer mehr Befragte gar nicht damit einverstanden, dass sie genug haben, immer nur Schweizer Weine zu trinken, was erfreulich ist. Dennoch ist immer noch ein Drittel eher oder völlig damit einverstanden. Wie schon 2013 sind aber nach wie vor nur 14% der Ansicht, die ausländischen Weine seien besser als die Schweizer Weine.
- Im Übrigen sind die Konsumenten immer weniger damit einverstanden, dass man bei Schweizer Weinen weniger unangenehme Überraschungen riskiert. Somit ist man nicht der Ansicht, die Schweizer Weine seien weniger gut als die ausländischen, aber auch nicht, dass auf diese weniger Verlass sei.
- Bei gleichen Preise kauft ein Drittel der Konsumenten eher Schweizer Wein, während ein knappes Viertel eher einen ausländischen Wein wählt. Die restlichen 42% erklären, es komme drauf an, eine Antwort, die seit 2008 immer häufiger gegeben wird (Seite 130). Ausserdem bleibt die Vorliebe für inländischen Wein bei den über 45-Jährigen grösser, auch wenn sie etwas weniger ausgeprägt ist als 2013. Bei den unter 30-Jährigen sind die Vorlieben sehr ausgeglichen. Je rund ein Viertel ziehen Schweizer Wein bzw. ausländischen Wein vor.
- Wenn man sich entscheidet eine Flasche Wein zu schenken, wählt seit 2008 unverändert fast die Hälfte der regelmässigen Konsumenten einen Schweizer Wein. Ein Viertel wählt eher einen ausländischen Wein. Dieser Anteil ist seit 2008 erfreulicherweise abnehmend (Seite 131). Im Übrigen erklärt ein knappes Drittel, es komme darauf an, für die grosse Mehrheit auf den Geschmack der Person, die den Wein geschenkt bekommt.

# Image der Schweizer und ausländischen Weine

(Basis: 576 in 2017, 710 in 2013, 692 in 2008 und 731 in 2004, d.h. Hälfte der Stichprobe der regelmässigen Konsumenten)

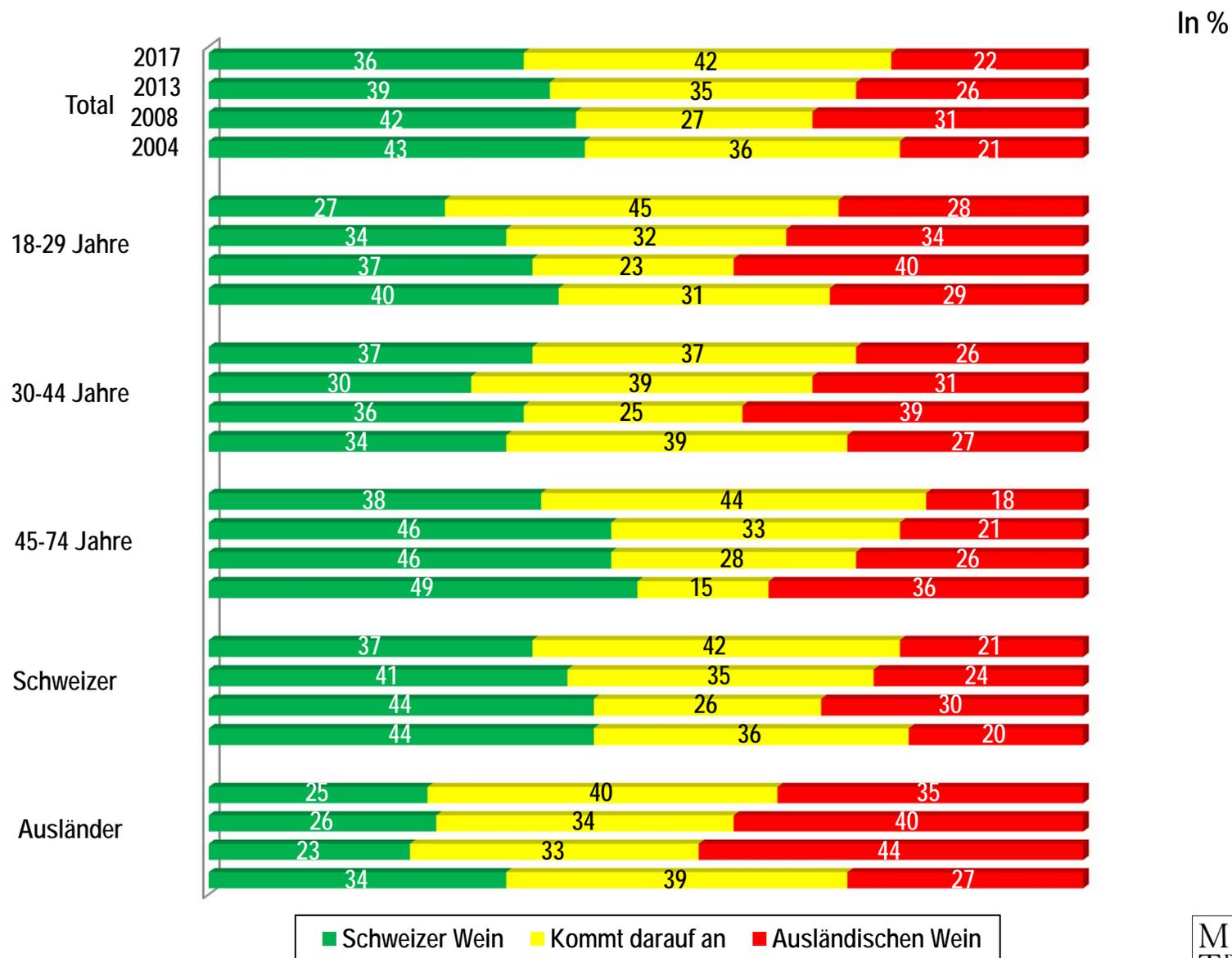


■ Ganz und gar einverstanden 
 ■ Eher einverstanden 
 ■ Nicht wirklich einverstanden 
 ■ Gar nicht einverstanden

# Bei gleichem Preis, Kauf von welchem Wein?

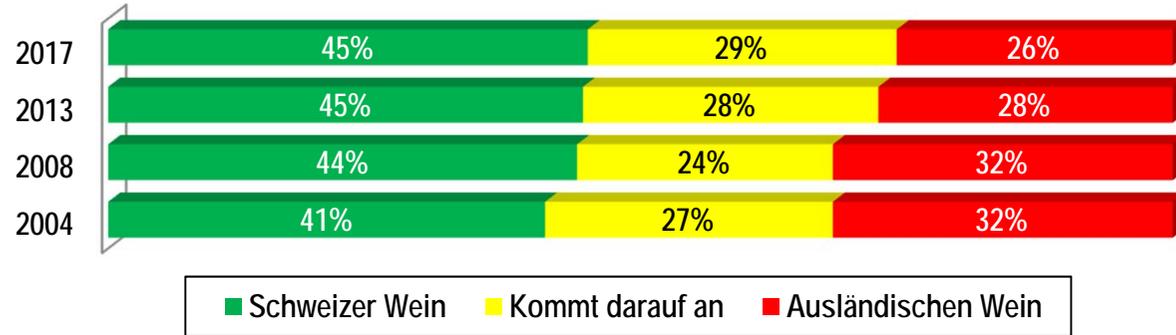
130

(Basis: 470 regelmässige Konsumenten und Käufer in 2017, 612 in 2013, 604 in 2008 und 631 in 2004)

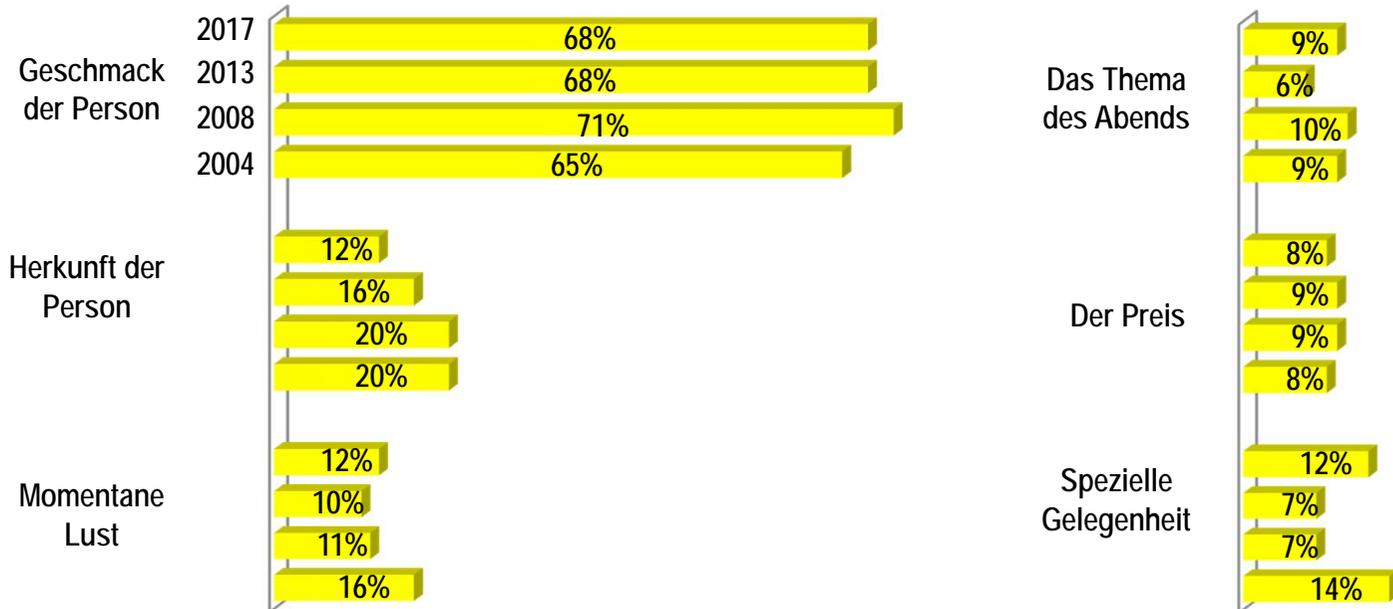


# Welchen Wein schenken Sie?

(Basis: 576 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)



## Auf was kommt es an?



## 8.2. Allgemeines Image des Schweizer Weins und nach Region

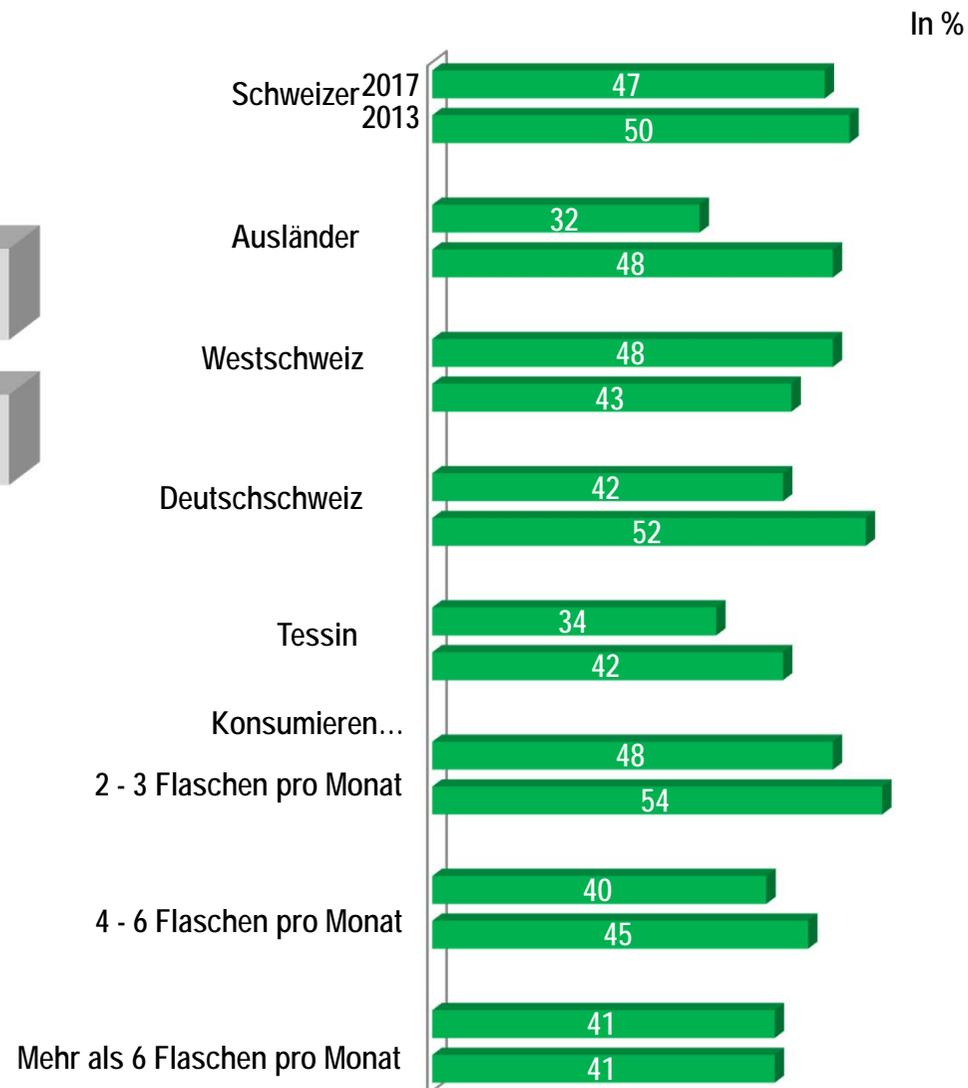
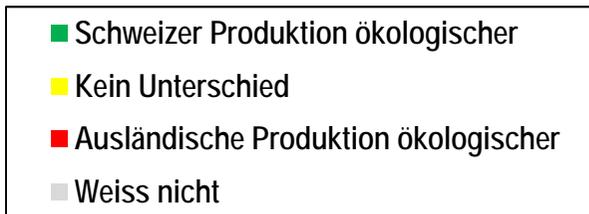
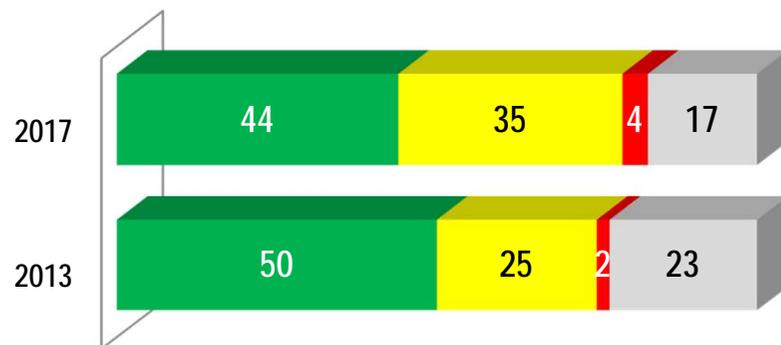
---

- Knapp die Hälfte ist weiterhin der Meinung, die Schweizer Produktion sei ökologischer, aber ein Drittel denkt, es bestünden keine Unterschiede. Im Jahr 2013 vertrat noch ein Viertel diese Ansicht (Seite 134). Die positive Haltung gegenüber der Schweizer Produktion wird von den Ausländern und Tessinern deutlich weniger geteilt.
- Fast sämtliche regelmässigen Konsumenten finden weiterhin, dass die Vielfalt der Schweizer Weine gross ist, und neun von zehn, dass die Rebberge nützlich für den Erhalt der Landschaft sind, die Weine authentisch und gut präsentiert, mit schönen Etiketten aufweisen. Diese Ergebnisse sind ähnlich wie 2013 (Seite 135 bis 138).
- Es folgen drei Viertel, die finden, dass die Schweizer Weine zu allen Gerichten passen, dass gewisse Schweizer Weine renommiert sind, dass man den Produzenten vertrauen kann und dass sie dem Vergleich mit ausländischen Weinen standhalten. In Bezug auf diese letzte Meinung ist das Ergebnis exakt dasselbe wie 2013. Bei der erstgenannten Meinung ist hingegen ein Rückgang um 7%, bei der zweitgenannten um 8% und bei der drittgenannten um ganze 12% zu verzeichnen. Eine Erklärung dafür sind zweifellos einige Affären, über die in den letzten Jahren in den Medien ausführlich berichtet wurde.
- Die Mehrheit ist in Bezug auf die ökologische Produktion, ihre Originalität und die Tatsache, dass es nichts Besseres gibt für den Apéro, weiterhin positiv eingestellt, wobei diesen Aussagen nur ein Viertel klar zustimmt. Diese Ergebnisse sind sehr ähnlich wie 2013.
- Eine Mehrheit ist auch der Ansicht, dass es Schweizer Weine für jedes Portemonnaie gibt, aber diese Mehrheit ist gegenüber 2013 deutlich weniger klar, da um 8% gesunken. Andererseits denkt fast ein Drittel das Gegenteil, gegenüber einem Viertel vor 4 Jahren.
- Schliesslich verbessert sich das Urteil über die Werbung für den Schweizer Wein geringfügig, aber nach wie vor sind recht wenige davon überzeugt und vor allem vertreten in dieser Beziehung vier von zehn eine negative Meinung.

# Produzieren die Schweizer Weinbauern ökologischer oder weniger ökologisch als im Ausland?

134

(Basis: 470 Käufer in 2017 und 612 in 2013)

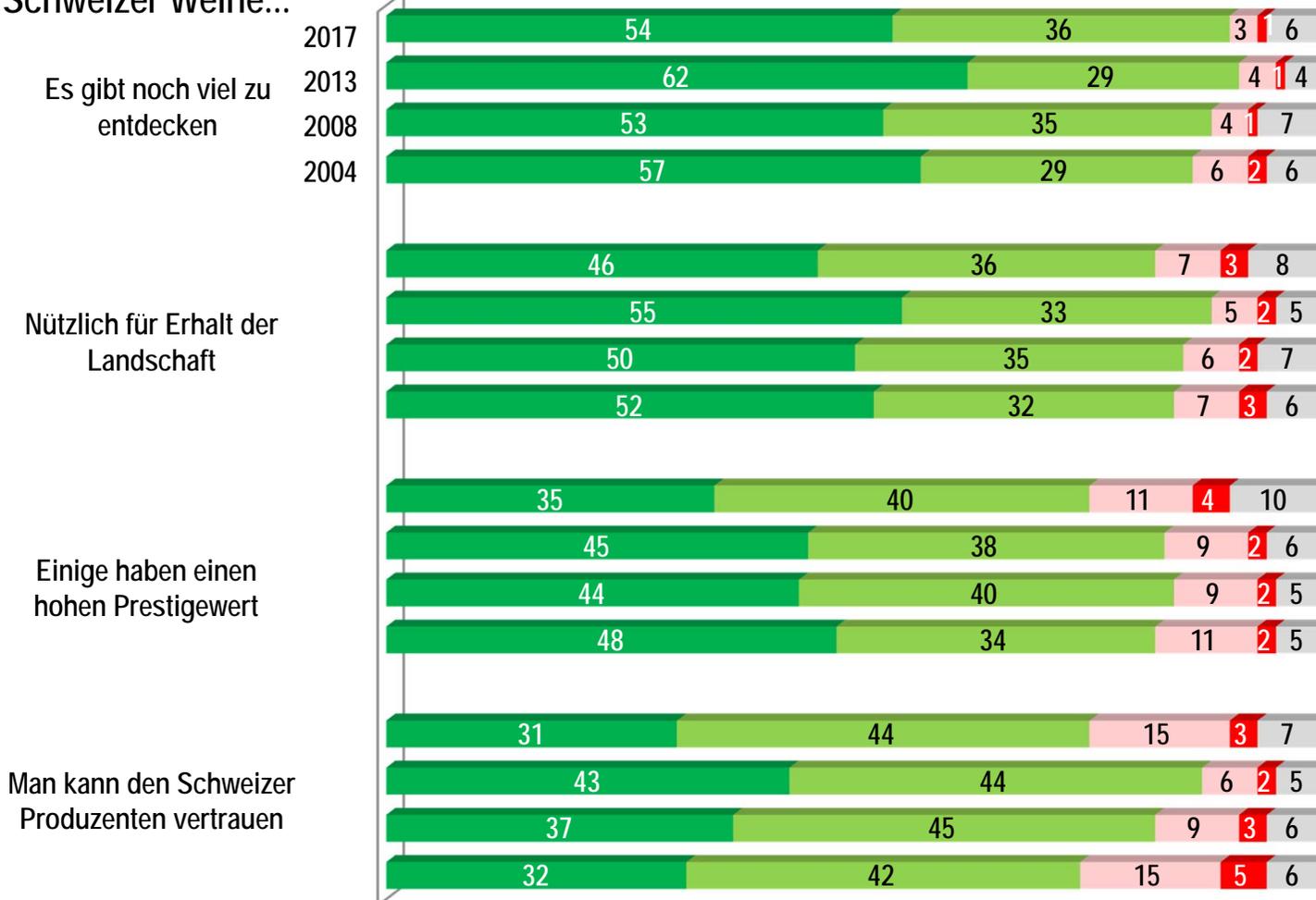


# Image der Schweizer Weine

(Basis: 576 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)

## Die Schweizer Weine...

In %



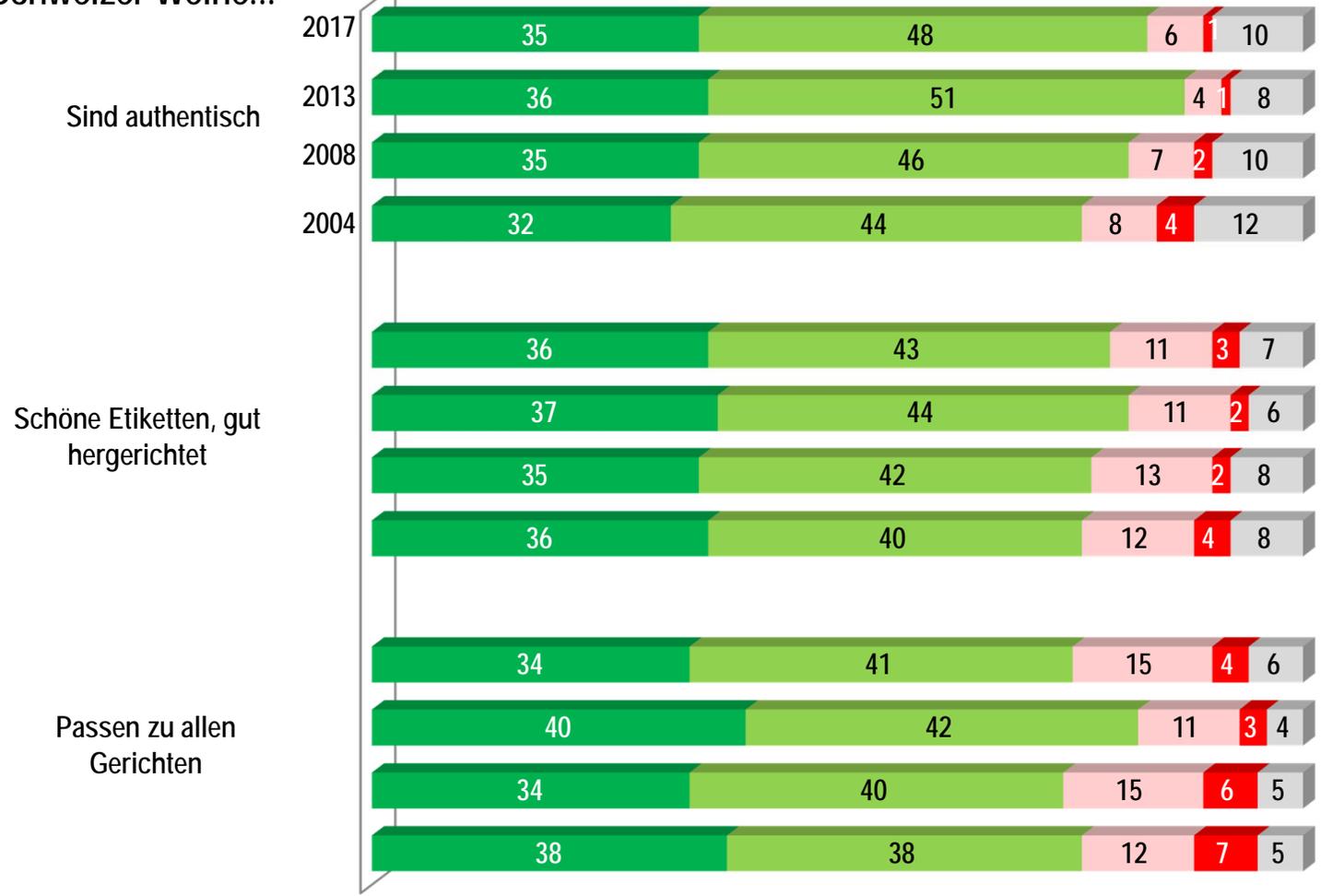
■ Vollkommen einverstanden ■ Ziemlich einverstanden ■ Nicht wirklich einverstanden ■ Gar nicht einverstanden ■ Weiss nicht

# Image der Schweizer Weine (Fortsetzung)

(Basis: 576 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)

Die Schweizer Weine...

In %



■ Vollkommen einverstanden 
 ■ Ziemlich einverstanden 
 ■ Nicht wirklich einverstanden 
 ■ Gar nicht einverstanden 
 ■ Weiss nicht

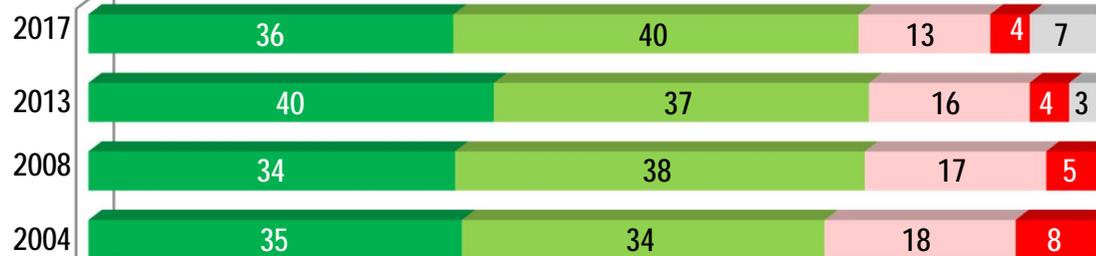
# Image der Schweizer Weine (Fortsetzung)

(Basis: 576 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)

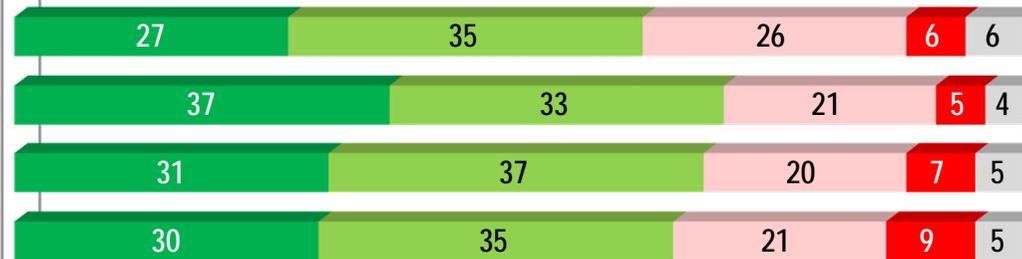
Die Schweizer Weine...

In %

Halten Vergleich mit  
ausl. Weinen stand



Preise für jedes  
Portemonnaie



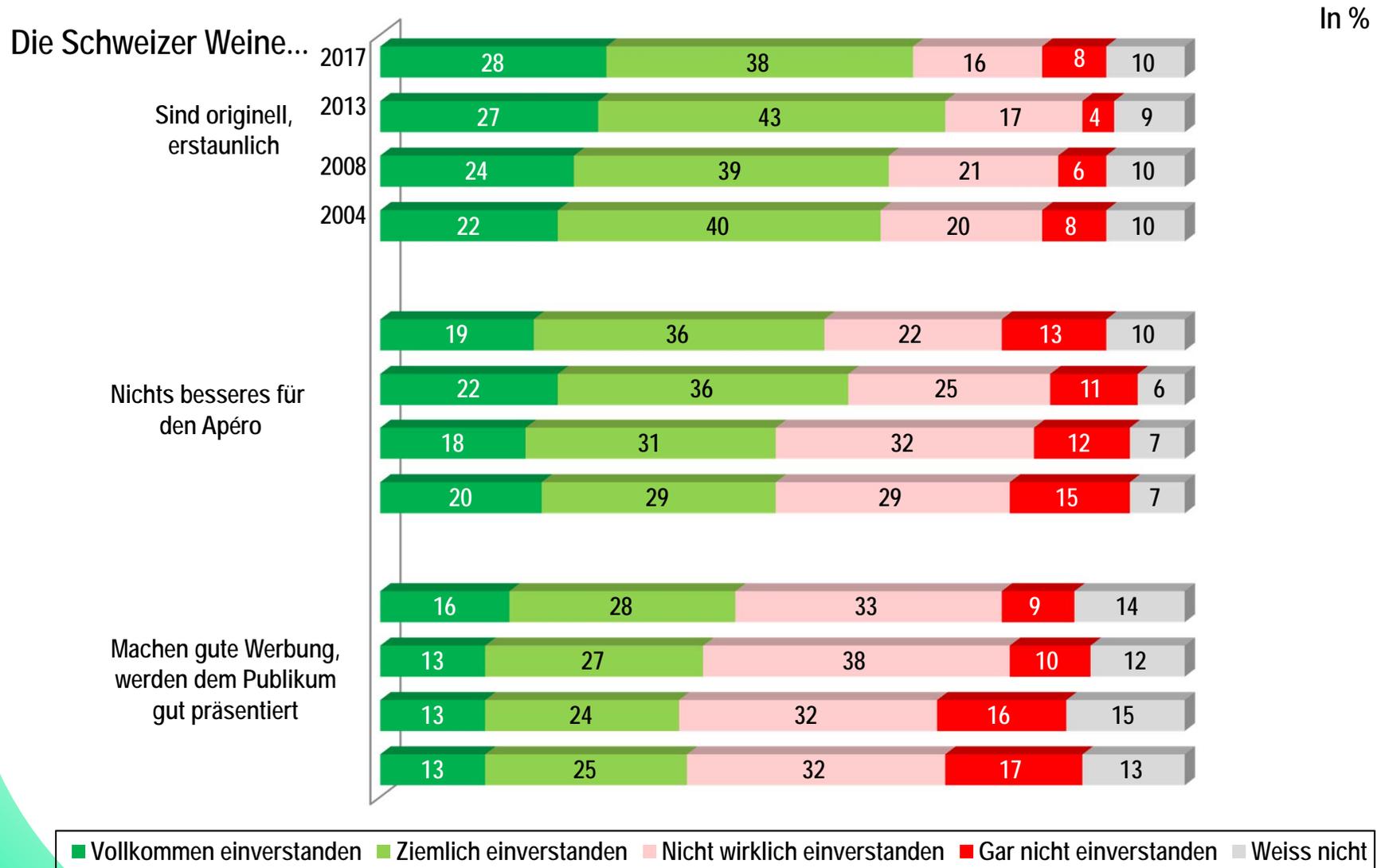
Ökologische, natürliche  
Produktion



■ Vollkommen einverstanden ■ Ziemlich einverstanden ■ Nicht wirklich einverstanden ■ Gar nicht einverstanden ■ Weiss nicht

# Image der Schweizer Weine (Fortsetzung)

(Basis: 576 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)

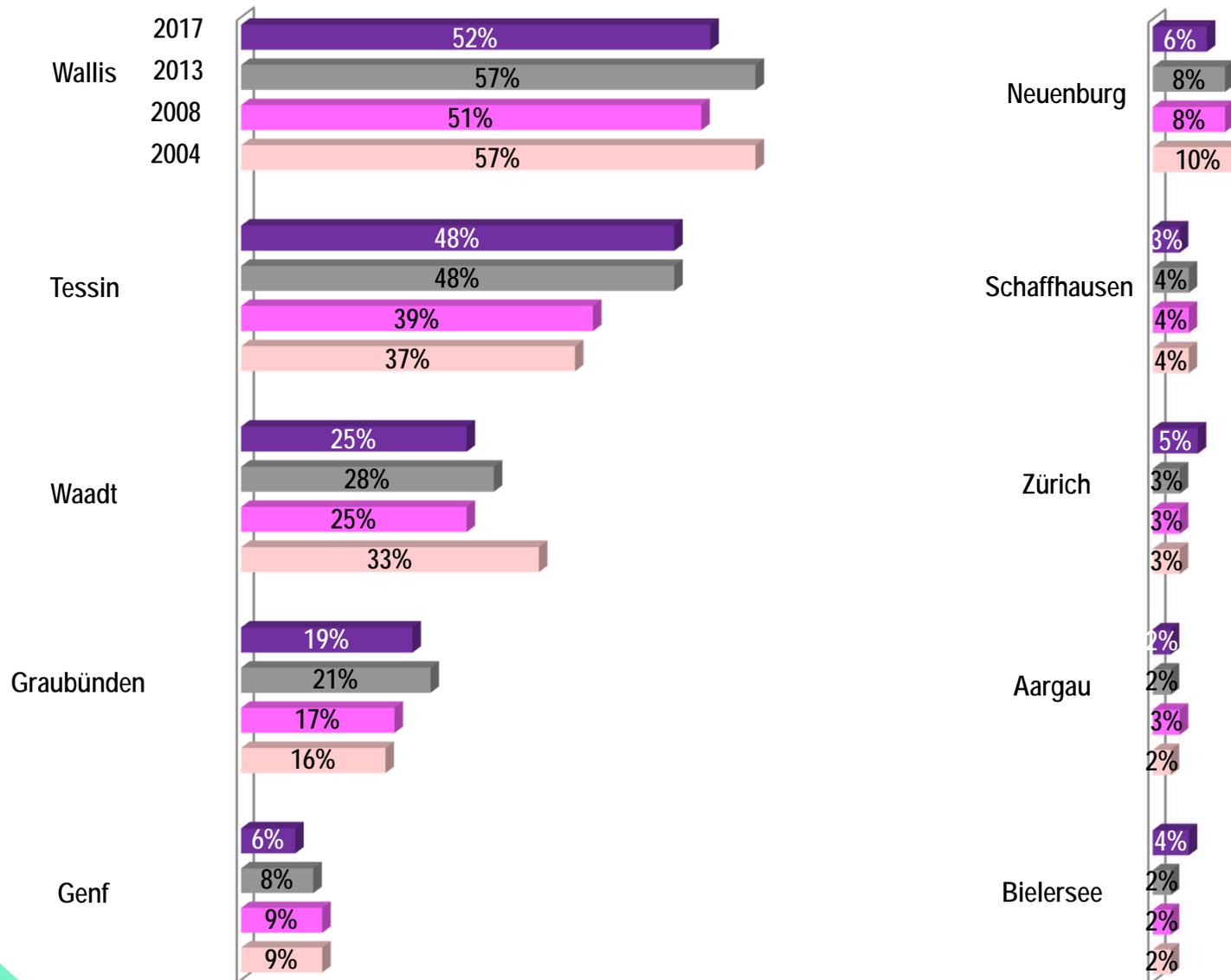


- Das Wallis führt die Rangliste bei den Rotweinen weiterhin an, büsst dieses Jahr allerdings 5% ein. Damit liegt es nur noch 4% vor dem Tessin, was bedeutet, dass diese beiden Kantone praktisch gleichauf liegen (Seite 140).
- Die Waadt hält ihren dritten Rang, bestätigt jedoch die 2013 gewonnenen 3% nicht und verliert sie dieses Jahr. Diese Veränderungen sind nicht signifikant, scheinen aber darauf hinzudeuten, dass es bei den Waadtländer Rotweinen nach Ansicht der Konsumenten leider keine wirkliche Verbesserung gibt.
- Graubünden liegt mit 19% der Nennungen, wie schon in den letzten Jahren, auf dem vierten Rang. Es folgen Genf und Neuenburg, mit 6% der Nennungen jedoch weit abgeschlagen.
- Bei den Weissweinen (Seite 141) muss das Wallis seinen ersten Rang dieses Jahr mit dem Kanton Waadt teilen. Der Grund dafür ist allerdings, dass es 6% der Nennungen einbüsst, und nicht, dass die Waadt zugelegt hätte. Ganz im Gegenteil: Dieser Kanton verliert 2%, zwar kein signifikanter Unterschied, aber leider ganz im beobachteten Trend seit 2004. Der Kanton Waadt ist von 57% im Jahr 2004 auf 48% im Jahr 2017 gefallen.
- Diese beiden Kantone liegen allerdings weit vor dem drittplatzierten Kanton Neuenburg, der gleich gut abschneidet wie vor vier Jahren (14%). Knapp dahinter folgt Genf, das leicht zulegt, während das Tessin und der Bielersee erneut knapp unter 10% liegen.

# Welcher Schweizer Kanton produziert die besten Rotweine?

140

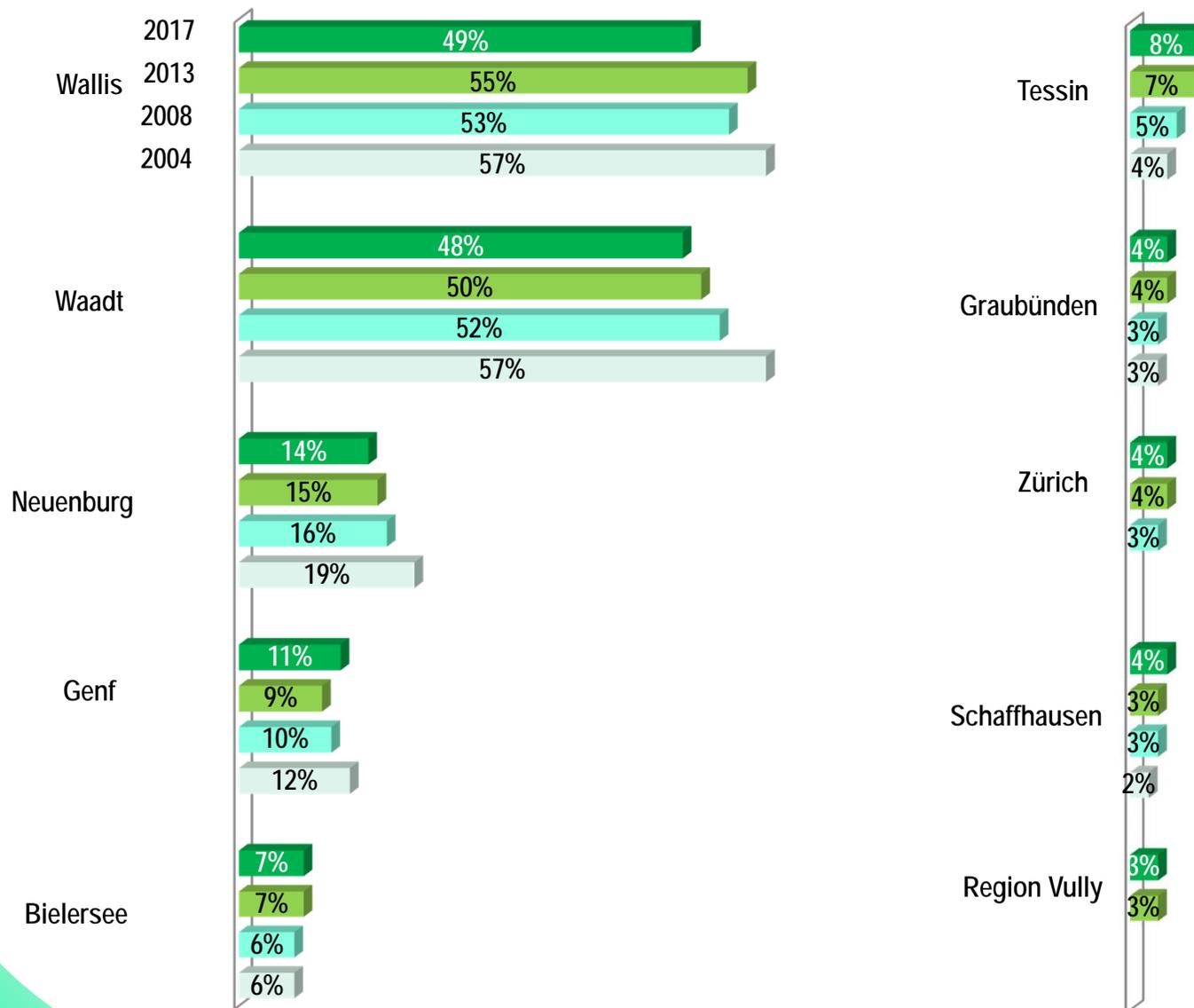
(Basis: 576 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)



# Welcher Schweizer Kanton produziert die besten Weissweine?

141

(Basis: 576 regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat in 2017, 1'456 in 2013, 1'394 in 2008 und 1'470 in 2004)

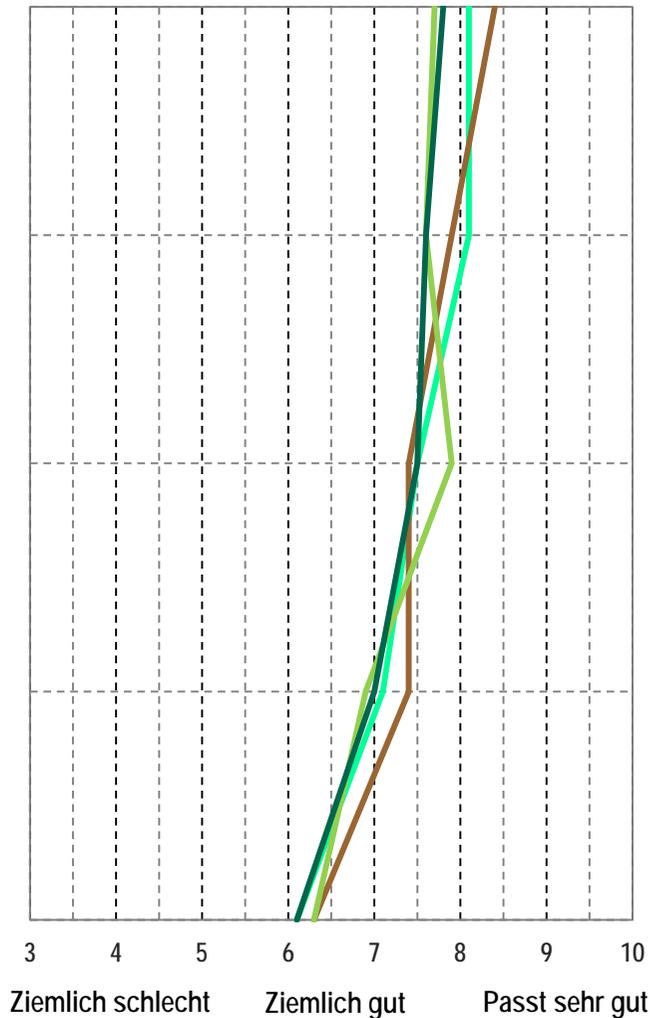


- Wallis (Seiten 143 und 144): Die Walliser Weiss- und Rotweine schlagen sich weiterhin sehr gut. Sie werden insgesamt gleich wie bei den vorangegangenen Umfragen beurteilt. Sie haben vor allem viel Geschmack und Charme und sind sehr verlässlich (Durchschnittsnoten über 8 von 10), bieten aber auch eine gute Auswahl für besondere Anlässe an (7,5). Ausserdem sind sie vielfältig, vor allem die Rotweine (7,5). Wie jedes Jahr sind die Resultate weniger gut, was die Tatsache betrifft in Mode oder modern zu sein. Die durchschnittliche Bewertung hat sich aber dennoch leicht verbessert.
- Nach Ansicht von stattlichen 56% der Befragten stehen die Walliser Weine spontan vor allem für eine gute oder hochstehende Qualität.
- Waadt (Seiten 145 und 146): Die Stärken und Schwächen gleichen sehr den für das Wallis genannten, aber die Waadtländer Weine bleiben weiterhin hinter den Walliser Weinen zurück, zumal sie etwas weniger gut beurteilt werden als 2013. Wie jedes Jahr schlägt sich der Waadtländer Weisswein besser als der Rotwein, der in Bezug auf die Vielfalt des Angebots und seine Qualität für besondere Anlässe ein gewisses Defizit aufweist.
- Die Waadtländer Weine werden hauptsächlich (von 43% der Befragten) mit den Begriffen «gute Qualität» und «hochstehende Qualität» in Verbindung gebracht. Dies sind allerdings 13% weniger als bei den Walliser Weinen. Dieser Unterschied fasst den Abstand zwischen dem Gesamtimage der Waadtländer und der Walliser Weine gut zusammen.
- Genf (Seiten 147 und 148): Die Weissweine werden insgesamt gleich beurteilt wie 2013: eher gut hinsichtlich Geschmack und Charme, aber etwas weniger bei der Verlässlichkeit und der Auswahl für besondere Anlässe. Die Genfer Rotweine schneiden beim Geschmack ebenfalls weiterhin positiv ab, allerdings etwas weniger gut als bei der letzten Untersuchung. Dafür erhalten sie bei der Verlässlichkeit und ihrer Auswahl für besondere Anlässe eine sehr gute und stark verbesserte Note. Dasselbe gilt in Bezug auf die Tatsache, dass sie Modeweine und eher modern sind. Im Übrigen schneiden sie in dieser Hinsicht unter allen Kantonen am besten ab. Schliesslich können 55% die Genfer Weine spontan nicht beurteilen, was zwar viel erscheint, aber immerhin 16% unter dem vor vier Jahren erzielten Ergebnis liegt. Ausserdem werden die Qualität betreffende Nennungen häufiger genannt.

# Beurteilung der Walliser Weine

(Basis: regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, von Walliser Weiss- und Rotweinen)

### Weissweine



Viel Geschmack, haben Charme

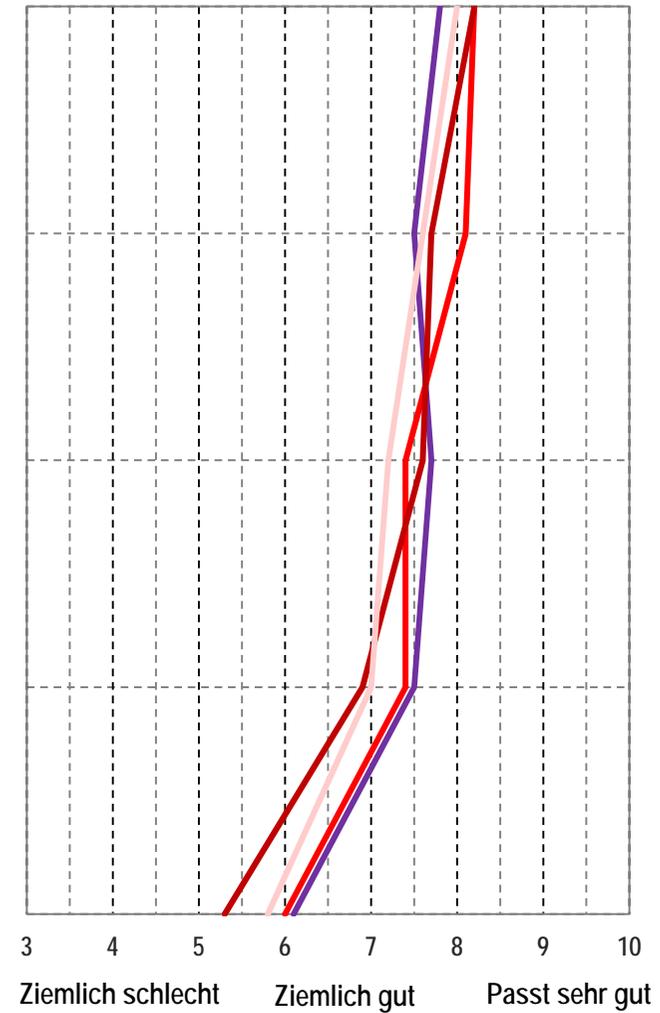
Verlässlich, man ist sich sicher was man kauft

Gute Auswahl für grosse Anlässe

Vielfältig, verschieden die Einen von den Anderen

Modeweine, eher modern

### Rotweine



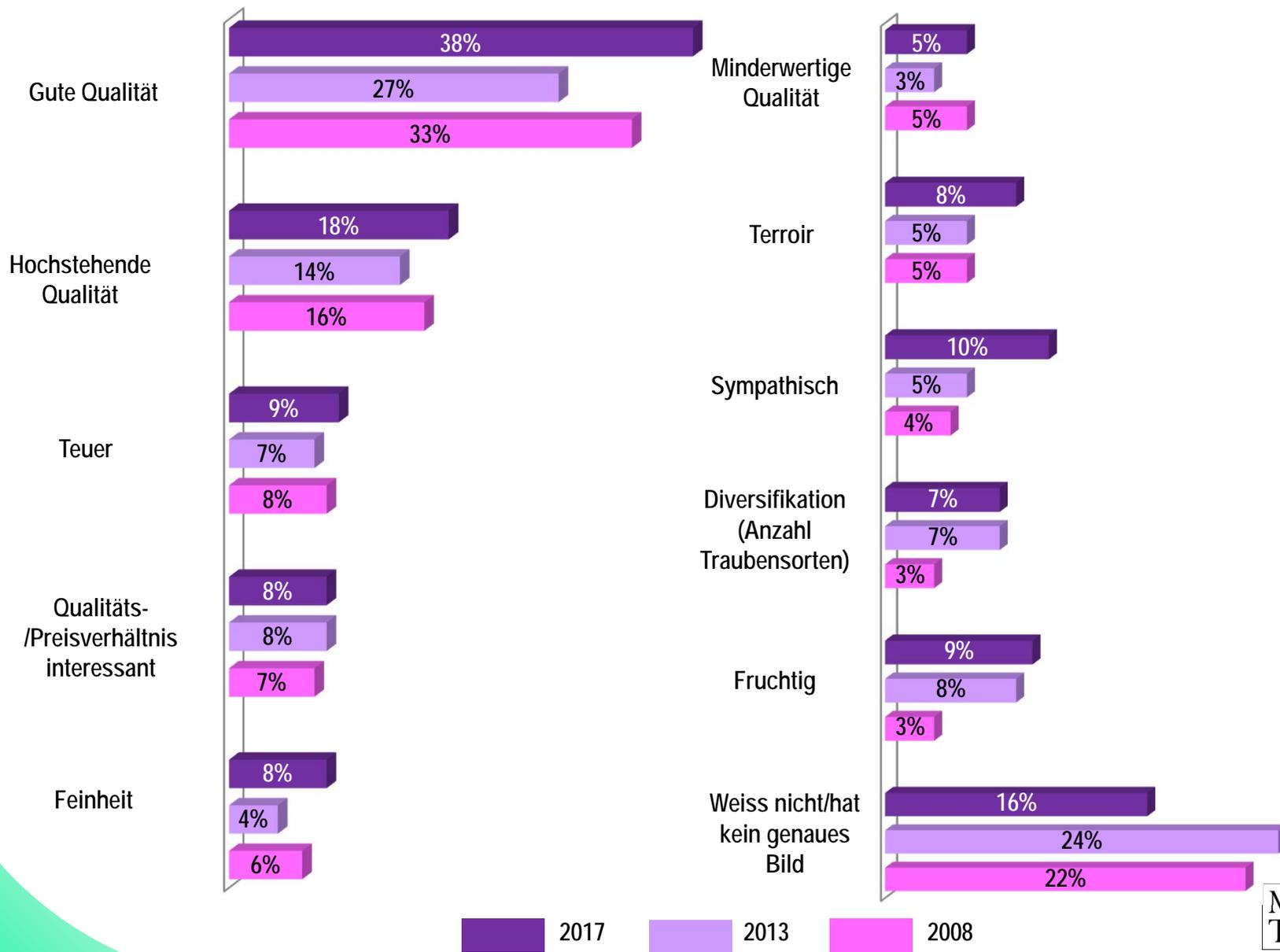
— 2017 (B:160)      — 2013 (B:367)  
— 2008 (B:145)      — 2004 (B:176)

— 2017 (B:124)      — 2013 (B:269)  
— 2008 (B:131)      — 2004 (B:144)



# Die hauptsächlichsten spontanen Erörterungen zu den Walliser Weinen 144

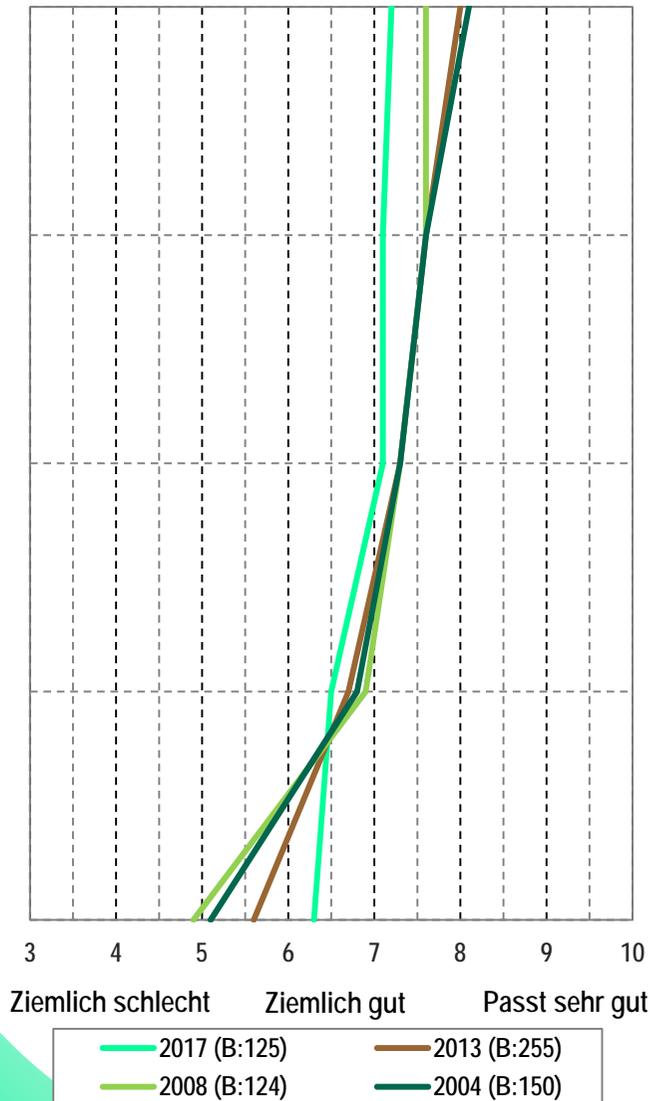
(Basis: 1'171 regelmässige Konsumenten die wissen, dass das Wallis Wein produziert in 2017, 1'441 in 2013 und 1'373 in 2008)



# Beurteilung der Waadtländer Weine

(Basis: regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, von Waadtländer Weiss- und Rotweinen)

## Weissweine



Viel Geschmack, haben  
Charme

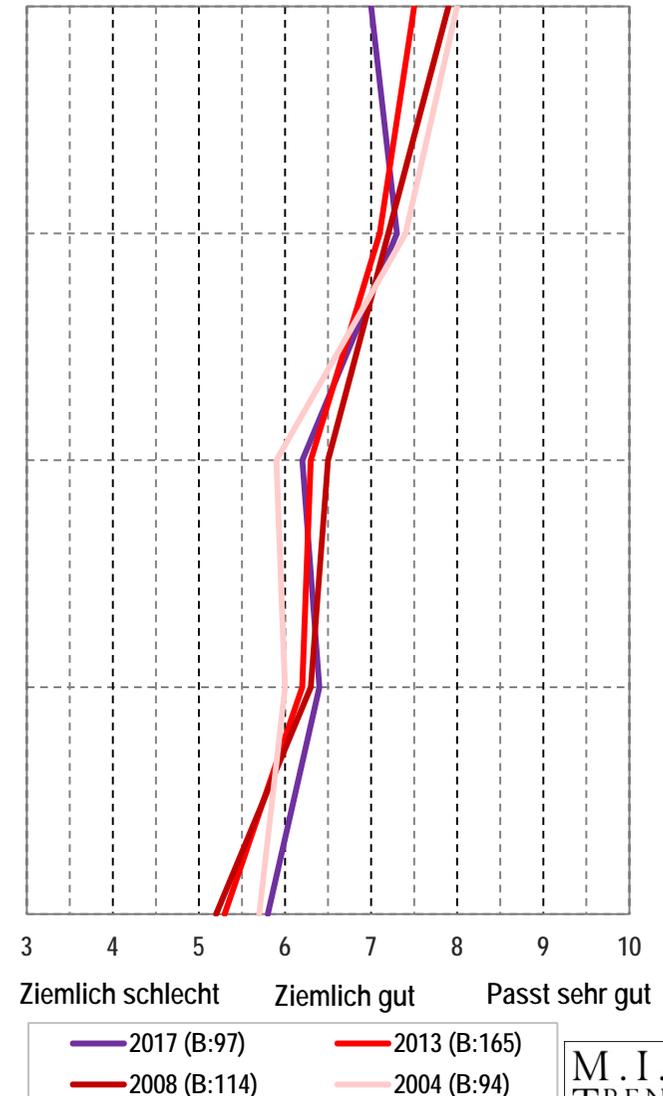
Verlässlich, man ist sich  
sicher was man kauft

Gute Auswahl für  
grosse Anlässe

Vielfältig, verschieden  
die Einen von den  
Anderen

Modeweine, eher  
modern

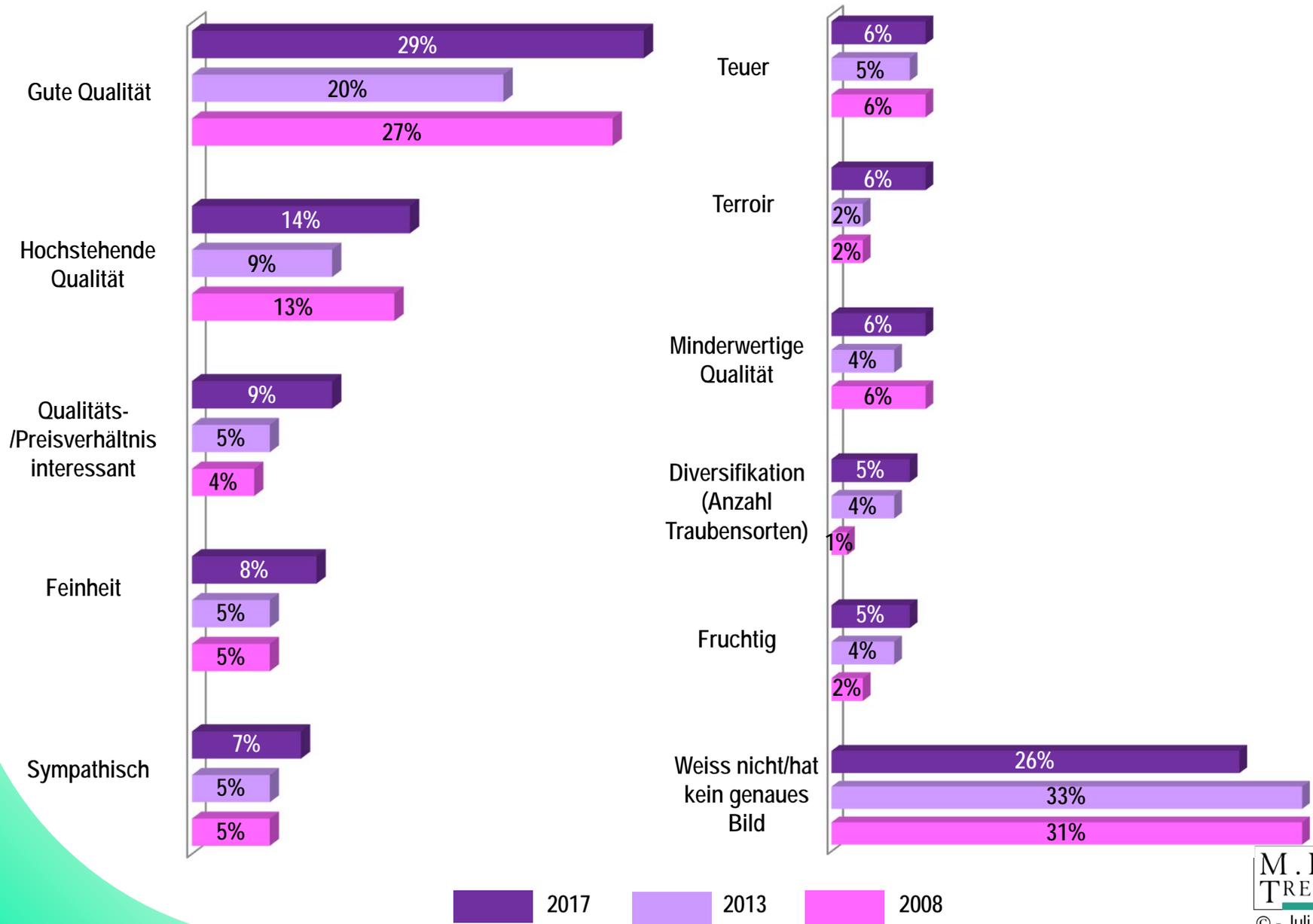
## Rotweine



Ziemlich schlecht      Ziemlich gut      Passt sehr gut

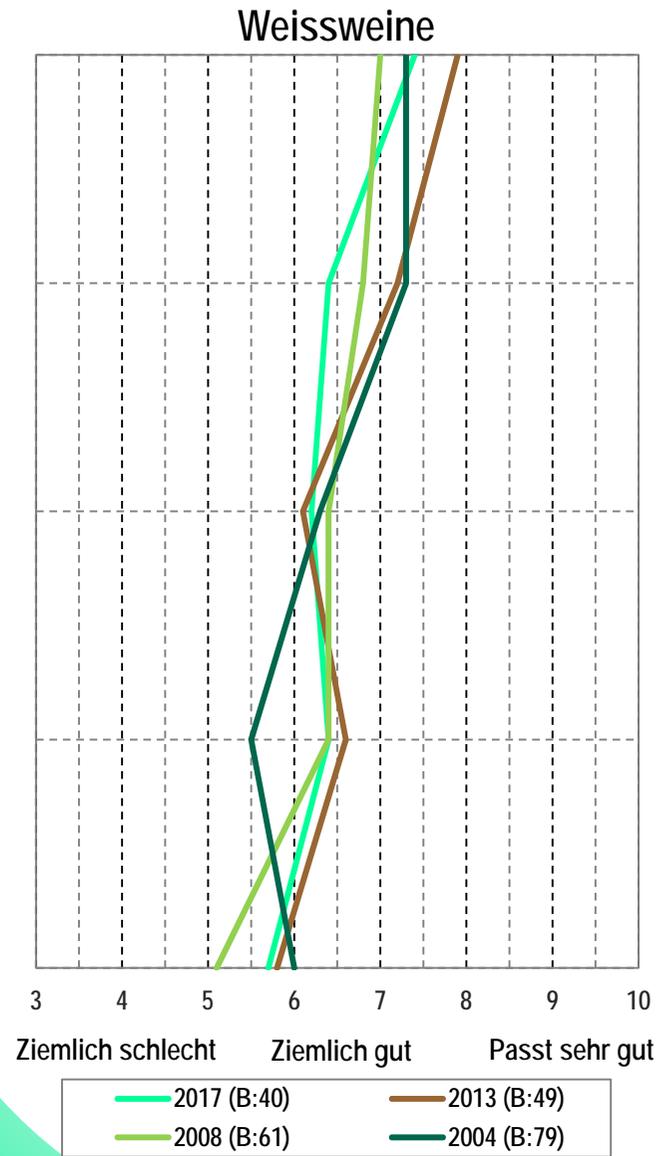
# Die hauptsächlichsten spontanen Erörterungen zu den Waadtländer Weinen

(Base : 1'132 regelmässige Konsumenten die wissen, dass die Waadt Wein produziert in 2017, 1'441 in 2013 und 1'373 in 2008)



# Beurteilung der Genfer Weine

(Basis: regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, von Genfer Weiss- und Rotweinen)



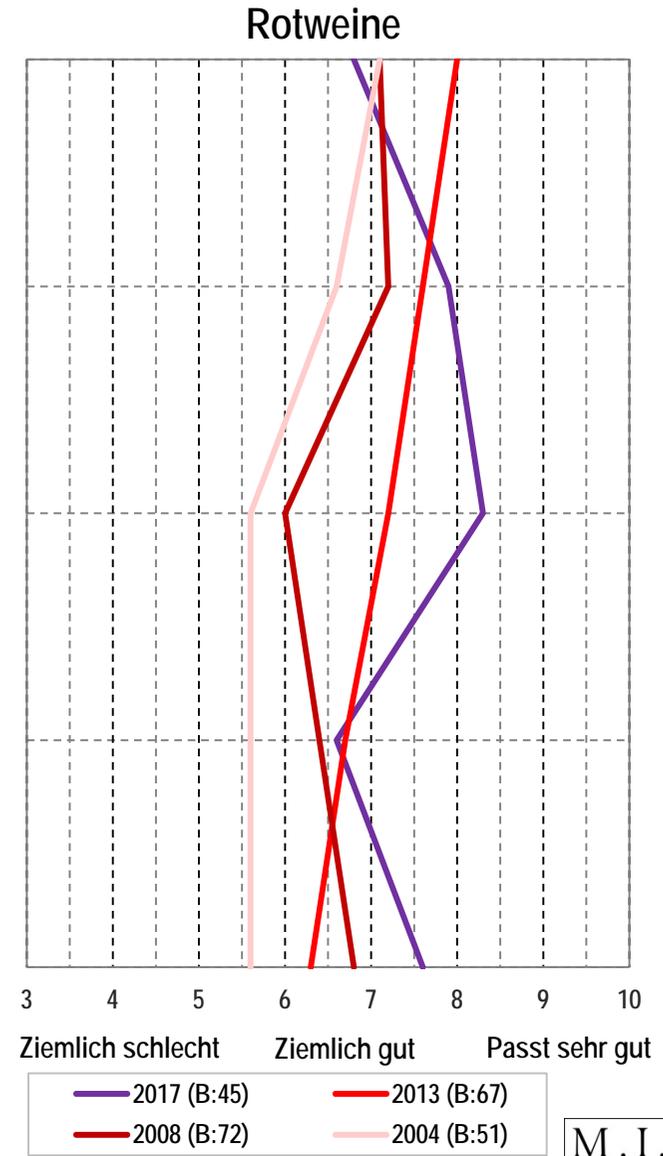
Viel Geschmack, haben Charme

Verlässlich, man ist sich sicher was man kauft

Gute Auswahl für grosse Anlässe

Vielfältig, verschieden die Einen von den Anderen

Modeweine, eher modern

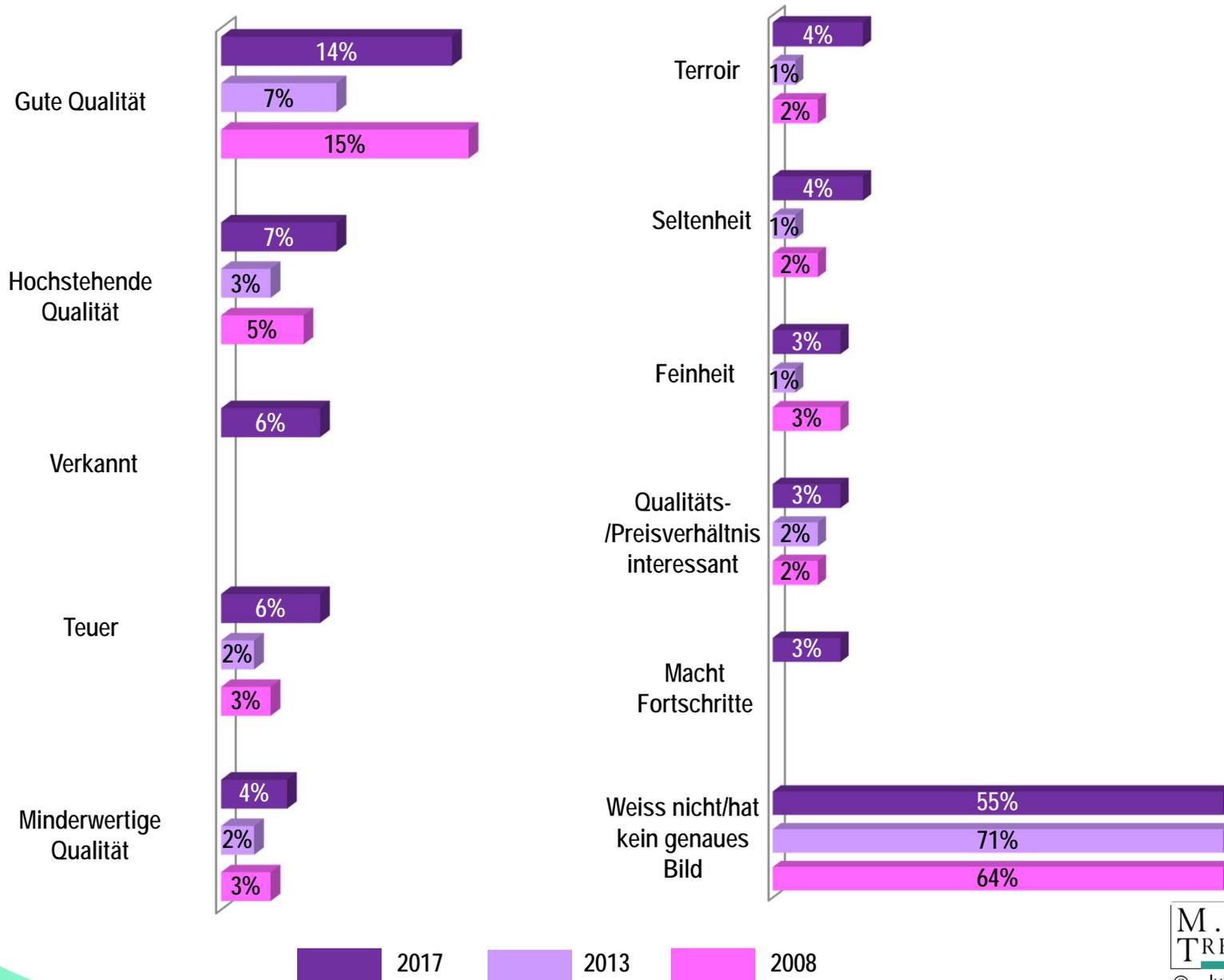


Ziemlich schlecht      Ziemlich gut      Passt sehr gut



# Die hauptsächlichsten spontanen Erörterungen zu den Genfer Weinen 148

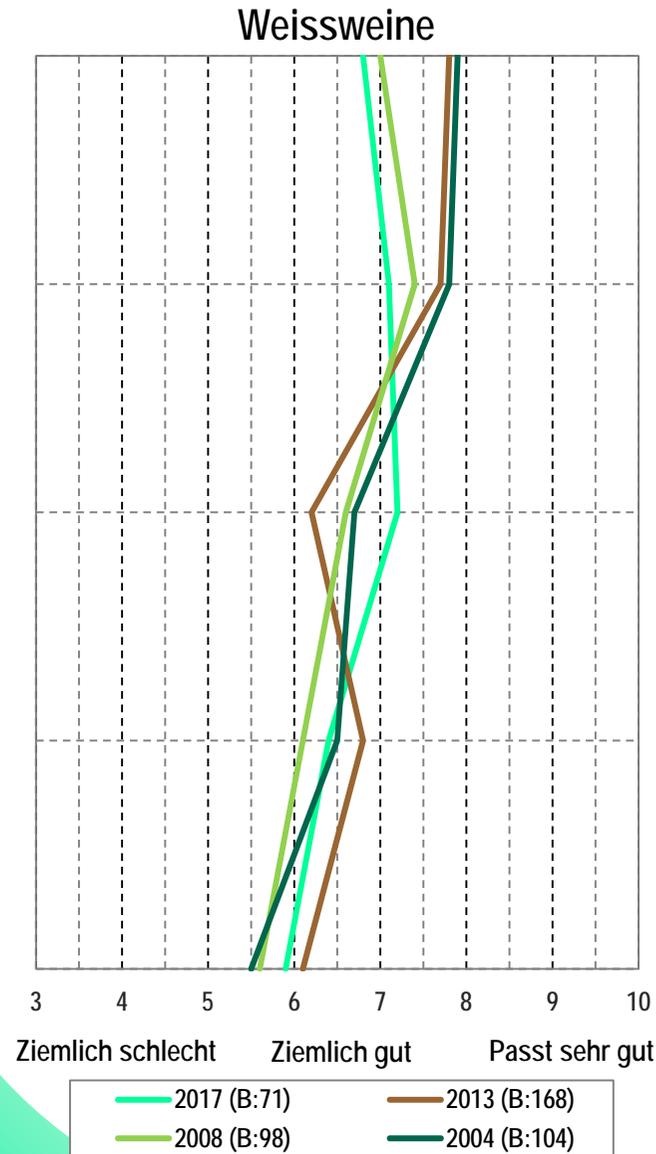
(Basis: 932 regelmässige Konsumente die wissen, dass Genf Wein produziert in 2017, 1'156 in 2013 und 1'095 in 2008)



- **Regionen Neuenburg, Biel und Vully (Seiten 150 und 151):** Nach einigen Verbesserungen im Jahr 2013 liegt das Image dieser Regionen in etwa auf dem Stand von 2008, es gilt jedoch wiederum die Anzahl Antwortende zu beachten. Ihre Auswahl für besondere Anlässe wird allerdings deutlich besser beurteilt, vor allem in Bezug auf den Rotwein. Schliesslich können sie noch immer von 40% spontan nicht beurteilt werden, was immerhin einem beachtlichen Rückgang um 17% entspricht.
- **Tessin (Seiten 152 und 153):** Die Tessiner Rotweine (die Weissen wurden nicht benotet) zeichnen sich weiterhin durch ihren Geschmack und Charme sowie ihre Verlässlichkeit aus, die alle bei etwa 8 von 10 liegen. Andererseits werden sie als viel weniger vielfältig angesehen als bei den Untersuchungen von 2013 und 2008. Spontan werden die Tessiner Rotweine von 33% mit einer guten oder hochstehenden Qualität in Verbindung gebracht.
- **Deutschschweiz (Seiten 154 und 155):** Die Rotweine schlagen sich insgesamt besser als die Weissweine, insbesondere in Bezug auf die Verlässlichkeit, wo die Roten eine ausgezeichnete Note 8 von 10 erzielen (7 für die Weissweine). Das allgemeine Image der Rotweine ist im Übrigen seit 2004 gestiegen, während dasjenige der Weissen etwas stagniert.

# Beurteilung der Weine der Region Neuenburg, Biel und Vully

(Basis: regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, von Weiss- und Rotweinen der Region)



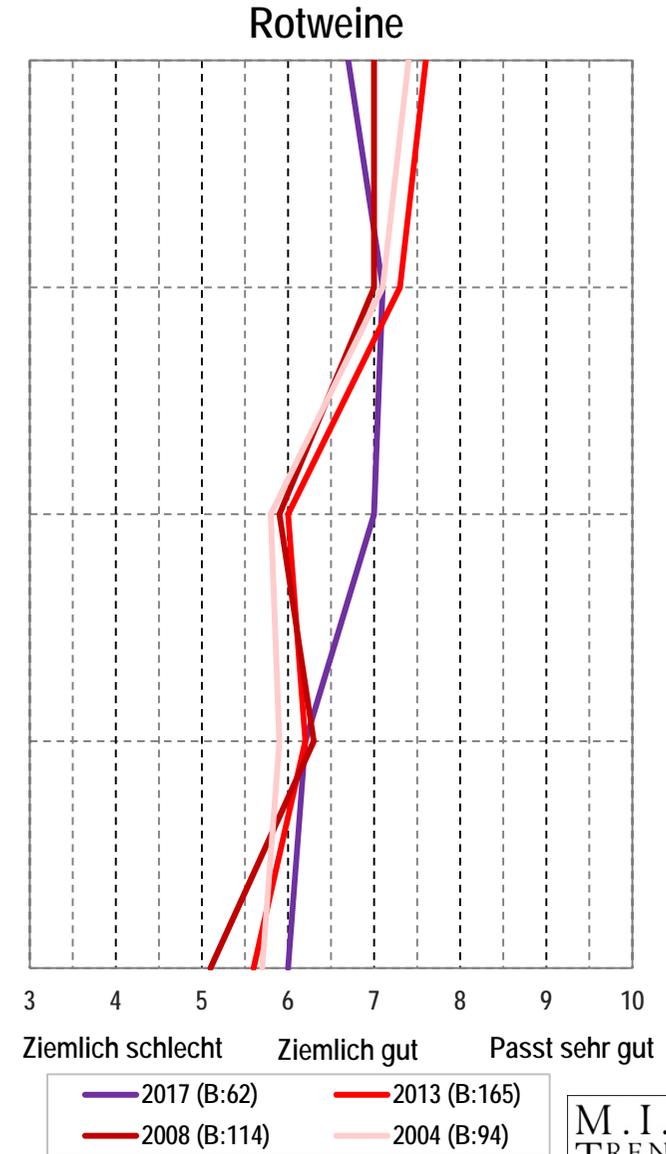
Viel Geschmack, haben  
Charme

Verlässlich, man ist sich  
sicher was man kauft

Gute Auswahl für  
grosse Anlässe

Vielfältig, verschieden  
die Einen von den  
Anderen

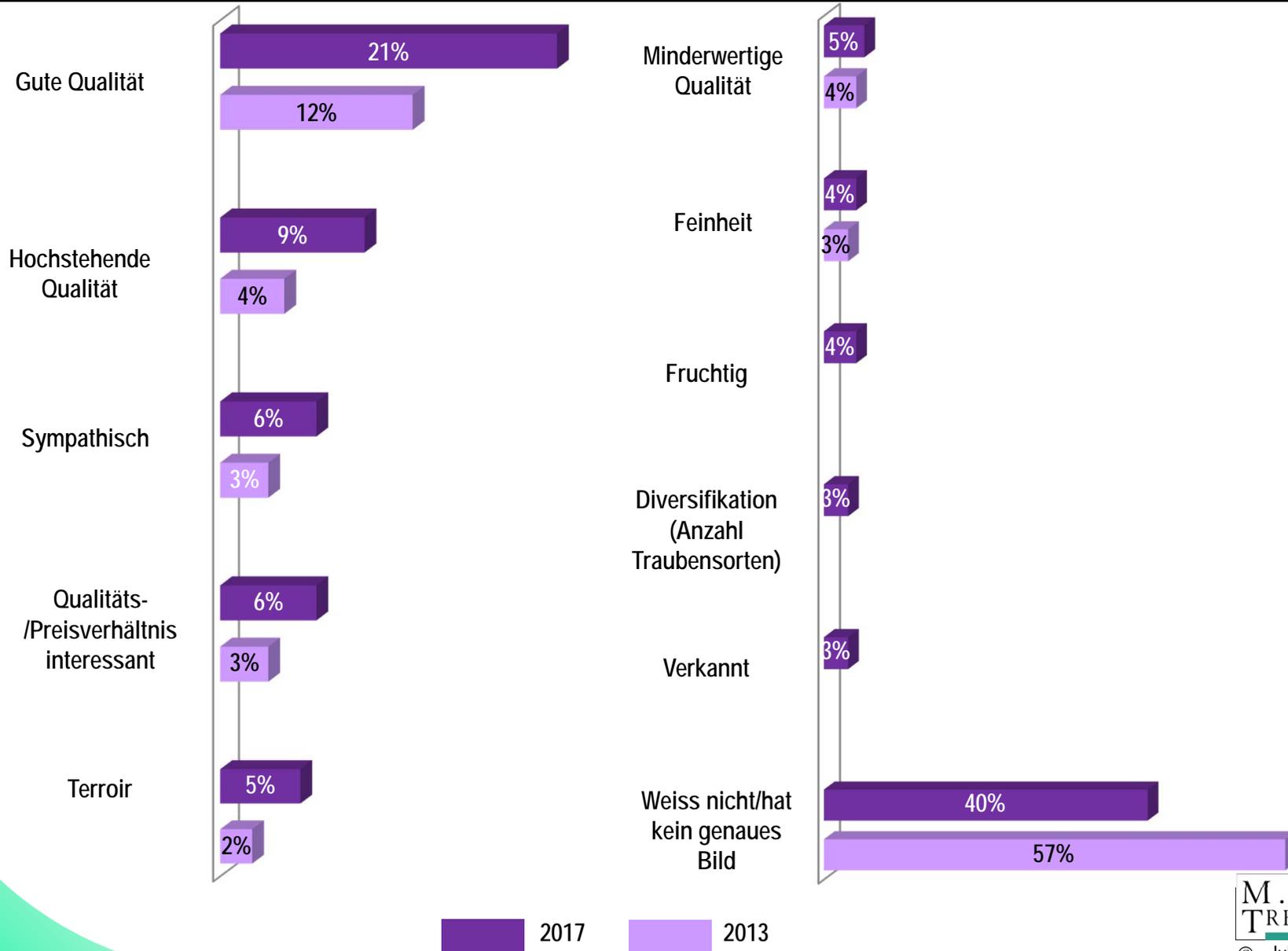
Modeweine, eher  
modern



# Die hauptsächlichsten spontanen Erörterungen zu den Weinen der Region Neuenburg, Biel und Vully

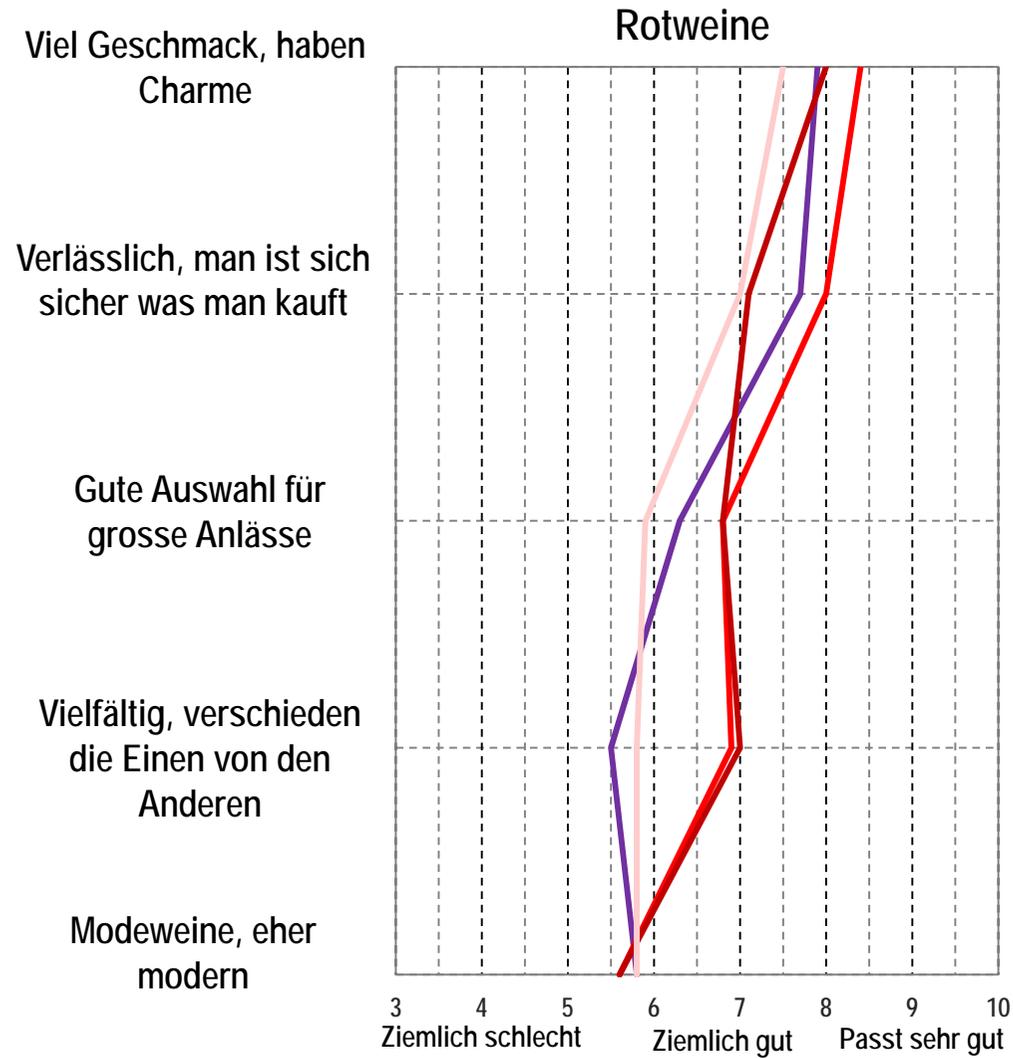
151

(Basis: 1'098 regelmässige Konsumenten die wissen, dass die Region Wein produziert in 2017 und 1'402 in 2013)



# Beurteilung der Tessiner Weine

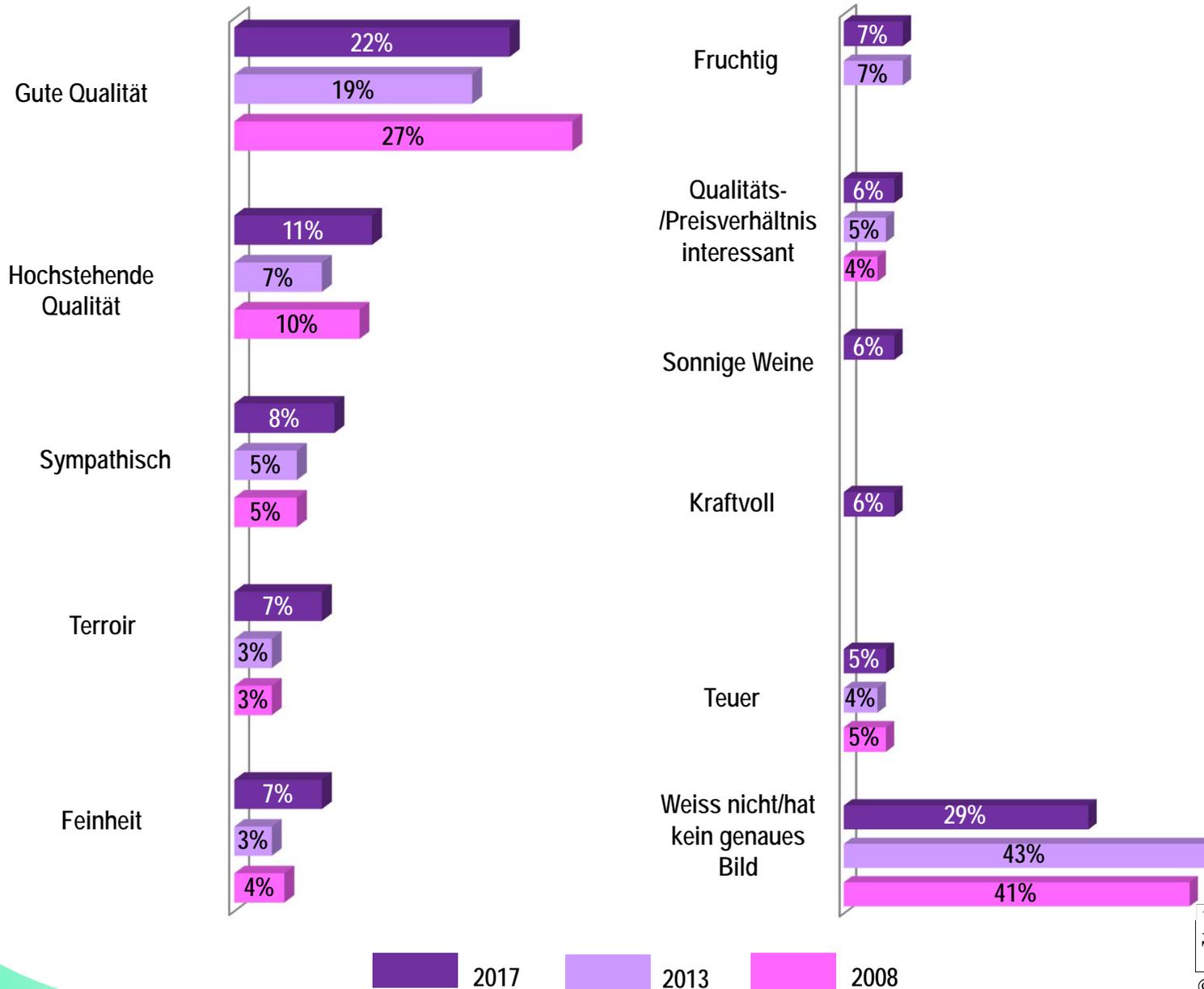
(Basis: regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, von Tessiner Weinen)



— 2017 (B:57) — 2013 (B:232) — 2008 (B:204) — 2004 (B:171)

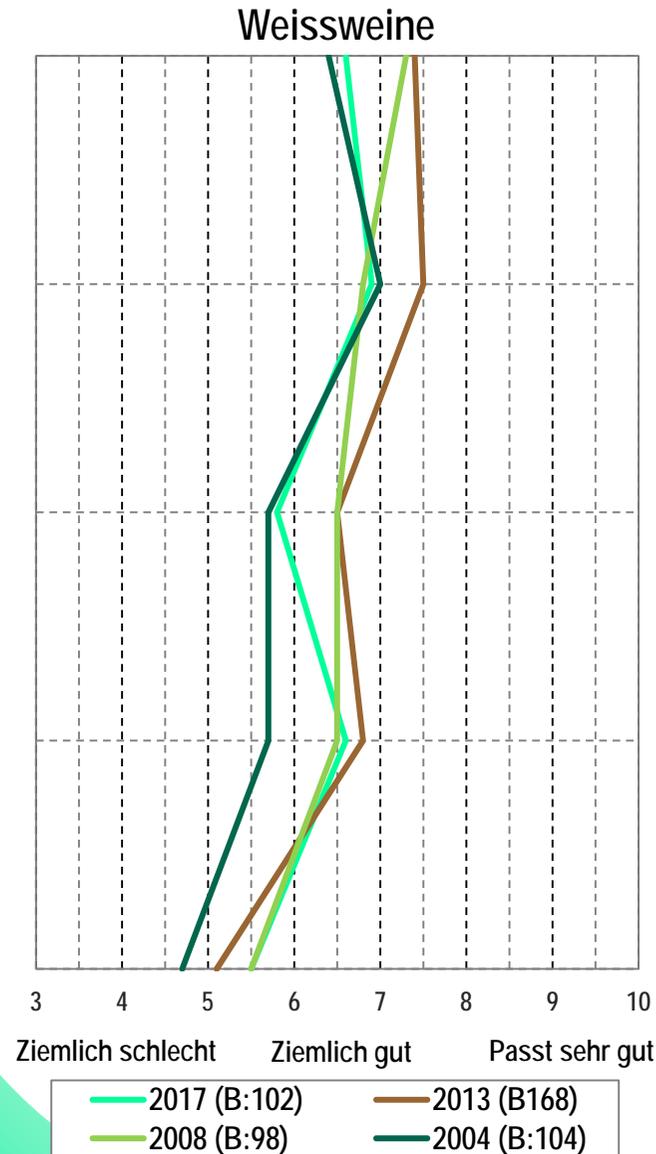
# Die hauptsächlichsten spontanen Erörterungen zu den Tessiner Weine 153

(Basis: 1'142 regelmässige Konsumenten die wissen, dass das Tessin Wein produziert in 2017, 1'404 in 2013 und 1'296 in 2008)



# Beurteilung der Deutschschweizer Weine

(Basis: regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat, von Deutschschweizer Weiss- und Rotweinen)



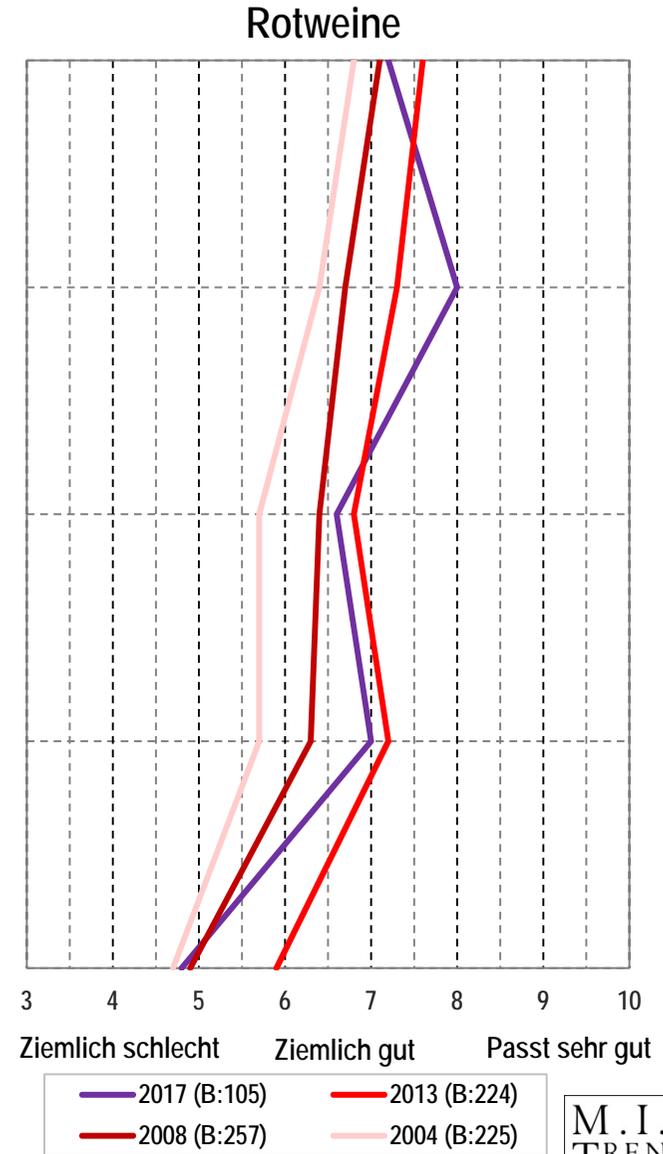
Viel Geschmack, haben  
Charme

Verlässlich, man ist sich  
sicher was man kauft

Gute Auswahl für  
grosse Anlässe

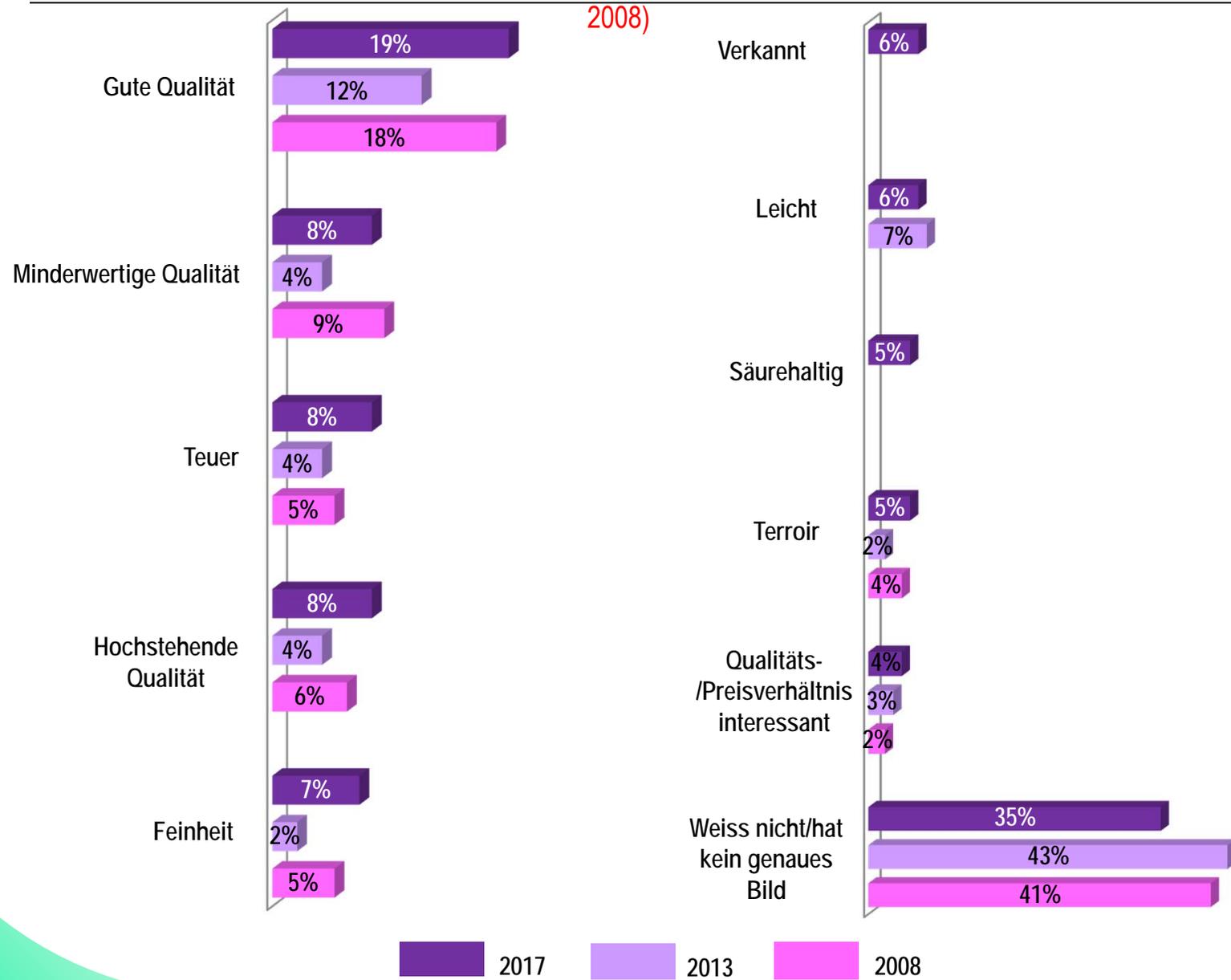
Vielfältig, verschieden  
die Einen von den  
Anderen

Modeweine, eher  
modern



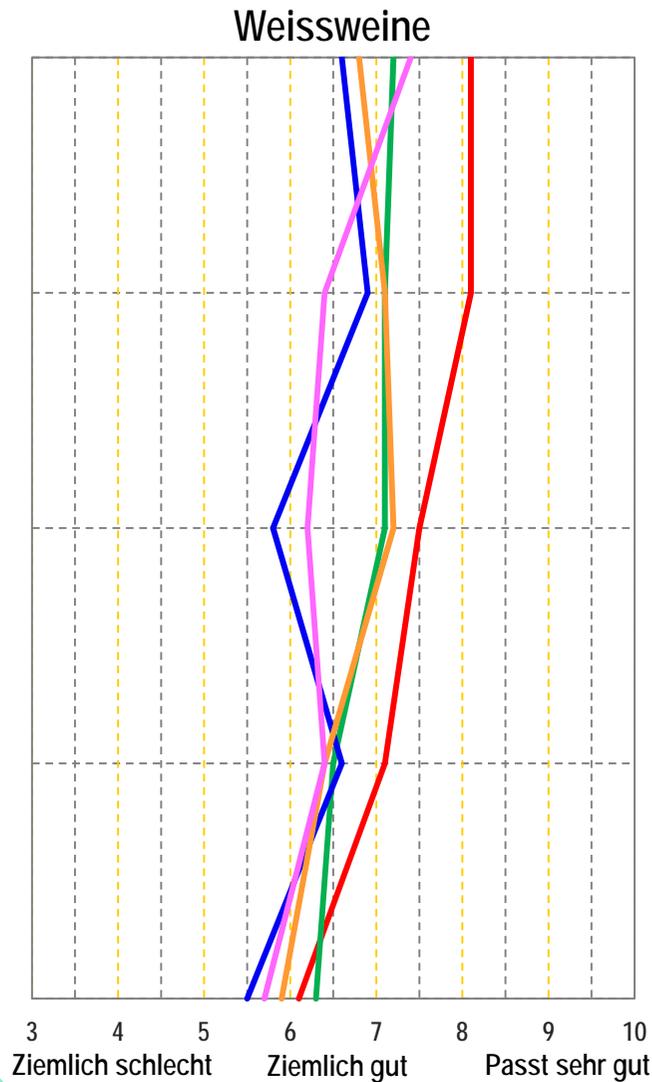
# Die hauptsächlichsten spontanen Erörterungen zu den Deutschschweizer Weinen

(Basis: 1'024 regelmässige Konsumenten die wissen, dass die Deutschschweiz Wein produziert in 2017, 1'314 in 2013 und 1'203 in



# Zusammenfassung der Beurteilungen

(Basis: regelmässige Konsumenten, mindestens mehrmals pro Monat)



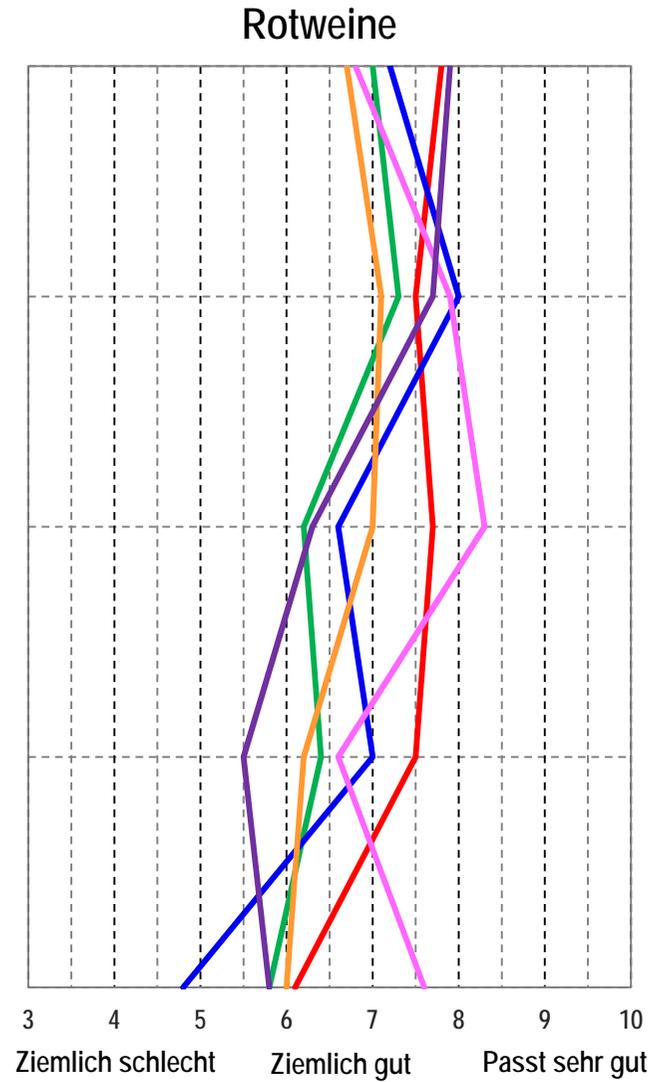
Viel Geschmack, haben Charme

Verlässlich, man ist sich sicher was man kauft

Gute Auswahl für grosse Anlässe

Vielfältig, verschieden die Einen von den Anderen

Modeweine, eher modern



— Wallis — Waadt — Deutschschweiz — Neuenburg, Bielersee, Vully — Genf — Tessin



# 9. Zusammenfassung

---

- Der Wein trinkende Bevölkerungsanteil geht erstmals seit 1999 leicht zurück, vor allem in der Deutschschweiz, aber auch im Tessin, während in der Westschweiz keine Veränderungen zu erkennen sind.
- Bei den 18- bis 29-Jährigen liegt Wein mit Bier gleichauf und nicht weit vor den anderen alkoholischen Getränken. Bei den Älteren bleibt er klar an der Spitze, aber die Distanz zum Bier scheint sich langsam zu verringern.
- Das Alter, in dem mit dem Weinkonsum begonnen wird, sinkt gegenüber 2013 leicht und liegt wie 2008 und 2004 wieder bei 24 Jahren.
- Die Häufigkeit, mit der regelmässig Wein getrunken wird, sinkt insgesamt weiter, was aber vor allem der Deutschschweiz zuzuschreiben ist.
- Der bei den früheren Untersuchungen im Tessin immer noch hohe Anteil täglicher Weintrinker ist dieses Jahr spürbar gesunken. Die wöchentlichen Konsumenten hingegen sind hier nach wie vor zahlreich.
- Die Häufigkeit des wöchentlichen Konsums steigt zwar immer noch mit zunehmendem Alter, aber der Rückgang der Häufigkeit ist bei den über 45-Jährigen am ausgeprägtesten.
- Der im Jahr 2013 festgestellte Rückgang des Weinkonsums wird dieses Jahr bestätigt, wie es auch den amtlichen Zahlen zu entnehmen ist (Bundesamt für Landwirtschaft).
- Die Konsumprofile haben sich hingegen nicht verändert: Die konsumierten Mengen steigen mit dem Alter und die Männer heben sich weiterhin von den Frauen ab.
- Die Westschweizer und Tessiner trinken immer noch mehr als die Deutschschweizer.

- Die ungestützte Bekanntheit der Schweiz als Wein produzierendes Land ist immer noch sehr hoch und liegt gleichauf mit derjenigen von Frankreich und Italien, aber noch vor der Bekanntheit Spaniens.
- Die drei wichtigsten Produzentenkantone Wallis, Waadt und Tessin sind gleich gut bekannt wie 2013, was auch von den übrigen Westschweizer Kantonen gesagt werden kann. Dagegen verlieren fast alle Deutschschweizer Kantone einige Prozente.
- Die Walliser Weine Fendant und Dôle sind nach wie vor sehr gut bekannt, müssen aber einige Federn lassen, was weiter nicht tragisch ist, weil dafür gewisse Spezialitäten zulegen können, namentlich der Petite Arvine, der Heida-Païen und der Cornalin sowie der Humage rouge und blanche.
- Im Kanton Waadt steigt die ungestützte Bekanntheit des Lavaux. Im Weiteren erfreuen sich mehrere Appellations weiterhin einer sehr hohen Bekanntheit, namentlich Aigle, Epesses, Féchy, Mont-sur-Rolle, St-Saphorin und Yvorne.
- Die ungestützte Bekanntheit der Weine aus Genf, Neuenburg und der Deutschschweiz ist sehr gering. Durch Nachfragen legen allerdings die Genfer Satigny, Lully und Dardagny zu. In Neuenburg liegt der Œil de Perdrix weiterhin klar an der Spitze, aber Spezialitäten wie der ungefilterte Weisswein verbessern sich leicht.
- Die Deutschschweizer Weine sind ausserhalb ihrer Region kaum bekannt, während das Image des Tessins stark mit der Traubensorte Merlot verbunden bleibt.

- Die Bekanntheit der Waadtländer und Walliser «Grand Cru»-Weine ist eher gut, während diejenige der Waadtländer «1er Grand Cru» eher gering ist.
- Die Hälfte der Befragten wäre bereit, für einen kontrollierten «Grand Cru» mehr zu bezahlen, aber nur ein Viertel ist davon überzeugt.
- Nur jeder zehnte regelmässige Konsument hat ein Weinlager mit über 100 Flaschen, ein Drittel hat zwischen 20 und 100 Flaschen an Lager.
- Vier von zehn Personen welche Wein lagern tun dies für die Mehrheit ihres Rotweins. Beim Weisswein ist es nur jeder Zehnte, während er von der Hälfte der Befragten schnell getrunken wird.
- Der Weinkonsum ist bei einer Einladung zum Essen weiterhin unerlässlich.
- Man konsumiert allerdings weiterhin vor allem am Wochenende, aber der rückläufige Trend beim Mittagessen am Wochenende hält an.
- Die Verteilung des Konsums auf die eigenen vier Wände und das Restaurant bleibt seit 15 Jahren stabil, aber die Gewohnheiten verändern sich nach und nach mit steigendem Alter.
- Die Verteilung des Konsums auf in- und ausländische Weine bleibt unverändert.

- Die Konsumhäufigkeit ist für fast alle Kantone stabil, wobei das Wallis die Rangliste weiterhin deutlich vor dem Kanton Waadt und dem Tessin anführt. Graubünden, Aargau und St. Gallen gehen leicht zurück.
- Die Grossverteiler können seit 1999 Jahr für Jahr Marktanteile gewinnen.
- Der Weinhandel über Internet ist noch recht schwach, legt aber stetig zu. Dennoch möchte eine grosse Mehrheit den Wein vor dem Kauf degustieren.
- Im Vergleich zu den italienischen und spanischen Weinen werden die Preise der Schweizer Weiss- und Rotweine weiterhin als ungünstig wahrgenommen. Der Vergleich ist allerdings recht ausgewogen, wenn man von gehobenem Rotwein spricht. Für den gehobenen Weisswein lässt sich allerdings nicht dasselbe sagen.
- Dennoch erachtet die Hälfte der Konsumenten den Preis des Schweizer Weins als angemessen.
- Die Degustationen bei Produzenten, die auf Empfehlung von Freunden ausgewählt werden, werden vor allem wegen der Geselligkeit und der Stimmung geschätzt.
- Mehr als ein Drittel der Konsumenten hat bereits an Tagen der offenen Weinkeller teilgenommen (aber weniger in der Deutschschweiz).
- Die Konsumenten bleiben sehr verbunden mit der Landschaft der Schweizer Weinanbaugebieten und immer häufiger sind sie nicht damit einverstanden, dass die Schweizer Weine langweilig sind.
- Allgemein haben für sie weder inländische noch im ausländische Weine einen klaren qualitativen Vorteil.

- Besteht kein Preisunterschied, wird lieber Schweizer Wein gekauft, und immer weniger Konsumenten sprechen sich eindeutig für ausländischen Wein aus. So wählen sie auch immer weniger ausländischen Wein für ein Geschenk.
- Zu den Gründen, Schweizer Wein zu bevorzugen, gehört zweifellos weiterhin der «Weinpatriotismus».
- Die Rangliste der besten Schweizer Rotweine führt immer noch das Wallis an, das von 52% der befragten regelmässigen Konsumenten genannt wird, aber mit 48% zieht das Tessin fast gleich.
- Beim Weisswein liegt das Wallis auch auf gleicher Höhe wie der Kanton Waadt, wobei diese beiden Kantone alle anderen weit zurücklassen. Beim Rotwein erhalten die Waadt und Graubünden dennoch eine ansehnliche Anzahl Stimmen.

M.I.S. Trend SA – Lausanne  
Juli 2017 - MH