



**CHANDRA KURT** zählt zu den bekanntesten Schweizer Weinautorinnen und ist Trägerin der «Goldenen Rebschere». Sie hat über ein Dutzend Weinbücher verfasst, darunter das Prosawerk «Wine Tales – Geschichten zwischen Tagliatelle und Soutane», das den Preis für das «Beste Weinbuch Italiens» gewonnen hat. Chandra Kurt ist Co-Autorin von Hugh Johnsons «Der kleine Johnson» und Stuart Pigotts «Wein spricht Deutsch» sowie Kolumnistin für «Swiss International Magazine Universe», «Le Menu», «al dente» und «Falstaff». Sie bereist die Weinregionen der Welt, wo sie neben ihrer schreibenden Tätigkeit als Wine Consultant arbeitet.

[www.chandrakurt.com](http://www.chandrakurt.com)

**Erfolg «Weinseller 10/11»** Zuerst ein grosses Dankeschön an die «Weinseller»-Leserinnen und -Leser! Die letzte Ausgabe musste drei Mal nachgedruckt werden und war total ausverkauft.

**«Weinseller»-Statistik 2011/2012** Jeder Anbieter stellt die Weine eigenständig zusammen, die ich verkostete. Die einzige Vorgabe ist, dass die meisten Weine plus/minus Fr. 15.- kosten sollten. Bei den beiden Harddiscountern Aldi und Lidl kostet die Mehrheit der Weine weniger als Fr. 10.-.

**Verkostete Weine** 544 (davon 329 Rotweine, 141 Weissweine, 26 Roséweine, 39 Schaumweine und 9 Süssweine)

**Wichtigste Länder** Italien (152), Schweiz (113), Frankreich (89) und Spanien (85)

**Alte versus Neue Welt** 468 Weine aus der Alten Welt (Europa); 76 Weine aus der Neuen Welt (Amerika, Australien, Neuseeland, Südafrika)

**Total Länder** 16

**Regionen der Schweiz** Wallis (44), Waadt (44), Deutschschweiz (15), Tessin (10)

**Preisspanne** von Fr. 2.95 bis 66.90

**Gewichtung** 175 Weine zwischen Fr. 5.- und 10.-;  
146 Weine zwischen Fr. 10.- und 15.-; 119 Weine zwischen Fr. 15.- und 20.-

**«Weinseller»-Weinkurse mit Volg** 2011 fanden zum ersten Mal «Weinseller»-Weinkurse in Zusammenarbeit mit Volg statt. Alle Kurse waren ausgebucht, so dass auch 2012 wieder Kurse stattfinden werden. Weitere Informationen bei: [chandra@chandrakurt.com](mailto:chandra@chandrakurt.com)

**Schweizer Wein-Statistik** Im vergangenen Jahr haben die Schweizerinnen und Schweizer insgesamt 2,803 Mio. hl Wein

getrunken (1,7% mehr als im Vorjahr), pro Kopf sind das 37,9 Liter. Der Weissweinkonsum betrug 874 514 hl (+4,4%) und jener von Rotwein 1,928 Mio. hl (+0,5%). Der Gesamtkonsum von Schweizer Wein stieg auf 1,063 Mio. hl (+32 475 hl). Auch der Konsum von ausländischen Weinen hat zugenommen und zwar um 14 089 hl auf 1,740 Mio. hl. Die zwei wichtigsten Importländer bleiben Italien und Frankreich mit je 34%, gefolgt von Spanien (14%).

Eingekauft wurden die Weine wie bis anhin primär bei Grossverteilern, Discountern und Direktvermarktern. Dominiert wird der Schweizer Weinmarkt dabei von Coop und Denner, die rund zwei Drittel aller in der Schweiz verkauften Weine absetzen. Zählt man die restlichen Grossverteiler dazu, so zeigt sich, dass rund 70% des in der Schweiz abgesetzten Weins über diese Kanäle verkauft werden.

**Globale Weinstatistik** Im Weinjahr 2010 wurden weltweit rund 260 Mio. hl Wein produziert (10,7 Mio. hl oder 4% weniger als 2009). Bei fast allen europäischen Ländern (ausser Spanien) fiel die Ernte kleiner aus. Auch in der südlichen Hemisphäre sowie in den USA gab es weniger Trauben als 2009. Eine Ausnahme ist Argentinien. Nicht zu vergessen ist China, das sowohl als Konsumations- wie auch als Produktionsland mit einer unglaublichen Geschwindigkeit wächst (siehe Seite 31, Box).

**Zehn Zukunftstrends** Die wichtigsten zehn Themen rund um Wein, die uns meiner Ansicht nach in Zukunft beschäftigen werden:

1. **Asien** Asien hat eine führende Rolle in der Entwicklung des Weinmarkts übernommen und wird noch so manche Veränderung auslösen. Nach Chinas grossem Interesse an Top-Bordeaux-Weinen, das zur Folge hatte, dass die Prei-

- se explodierten, ist es nur eine Frage der Zeit, bis andere bekannte Wein-Regionen die Aufmerksamkeit Chinas auf sich ziehen – voraussichtlich mit derselben Folge.
2. **Public health** Weingenuss und Gesundheitsfragen rücken näher zusammen.
  3. **GMO** Genmanipulierte Reben sind keine Utopie mehr. Immer mehr Länder arbeiten mit ihnen, um «gesünderes» und zielgruppenspezifischeres Traubengut produzieren zu können. Auf dem Markt wird man vermehrt auf perfekte, aber anonyme Weine treffen, die alle denselben Stil haben. Sie sind aromatisch intensiv, zugänglich, perfekt gemacht, aber ohne Seele – mehr Getränk als Wein.
  4. **Marken** Grosse Marken wie Hardys, Antinori, Moët & Chandon, Penfolds etc. werden versuchen, den globalen Markt zu beherrschen.
  5. **Alte Welt – Neue Welt – Neue Neue Welt** Bis jetzt sprach man von Weinen der Alten Welt (Europa) und denen der Neuen Welt (Amerika, Australien, Neuseeland, Südafrika). Neu kommen die Weine der Neuen Neuen Welt dazu: Brasilien, Bulgarien, China, Indien, Japan, einige nordafrikanische Länder, die Ukraine und Ungarn.
  6. **Nachfrage wird spezifischer** Weinliebhaber haben ein grosses Weinwissen und bereits Weine aus allen möglichen Ländern probiert. Sie wollen mehr über den Wein erfahren und sind nicht mehr mit uniformen Informationen zufrieden. Es ist eine Frage der Zeit, bis die Nachfrage nach den Inhaltsstoffen zum Thema – und eventuell sogar auf dem Etikett obligatorisch – wird.
  7. **Industrieweine versus Terroirweine** Der Graben zwischen diesen beiden Weintypen wird noch tiefer. Der Schnäppchen-Führer «Berbene Lowcost» von Gambero Rosso hat in der aktuellen 17. Ausgabe bekannt gegeben, dass keine Industrieweine mehr vorgestellt werden – auch wenn sie per-

fekt und fehlerlos gemacht sind. Im «Weinseller» kommen solche Weine zwar noch vor, aber im Text wird klar darauf hingewiesen, um was für einen Weintyp es sich handelt.

8. **Nachhaltigkeit** Immer mehr Weingüter setzen auf Nachhaltigkeit. Das Resultat sind nicht zwingend Bioweine, aber zumindest nachhaltig produzierte, verpackte und vermarktete Weine.
9. **Weinkommunikation** Fachzeitschriften verlieren an Bedeutung. Die Kommunikation hat sich hauptsächlich auf die sozialen Medien verlagert (Online-Wein-Communities). Es wird immer wichtiger, was einzelne Personen trinken, was sie darüber sagen und was sie empfehlen.
10. **Lokal versus global** In einer globalisierten Welt werden lokale Werte immer wichtiger. Schweizer Wein ist ein Schatz in der globalen Weinwelt.

**Kontakt Chandra Kurt** Bitte schreiben Sie mir Anregungen, Kommentare, Kritiken, Ideen oder Erlebnisse, die Sie beim Kauf oder Genuss von «Weinseller»-Weinen gehabt haben an [chandra@chandrakurt.com](mailto:chandra@chandrakurt.com)

Chandra Kurt, im August 2011