

## WINTERSINGEN BL: Werbung für den Schweizer Wein

# Baselbieter Weine im Aufwind

Um die Werbekampagne «Swiss Wine Promotion» zu finanzieren, erhöht der Weinproduzentenverband die Mitgliederbeiträge.

UELI FREI

«Braucht es Werbung für den Schweizer Wein?», fragte sich Raymond Sommer, Vorstandsmitglied des Branchenverbandes Schweizer Wein, anlässlich der Generalversammlung des Weinproduzentenverbandes Baselland (WPV) vom Samstag. Er nannte gute Gründe, diese Frage positiv zu beantworten.

Einerseits gehe der Weinkonsum pro Kopf stetig zurück. Ausserdem werde immer mehr ausländischer Wein getrunken. Der Marktanteil des Schweizer Weins sank in zehn Jahren von 42 auf noch 38 Prozent. Im März und im September ist deshalb je eine schweizweite Plakatkampagne geplant. Gleichzeitig werden Inserate in den Tageszeitungen geschaltet.

### Finanzielle Auswirkung

Die neue Werbekampagne soll vermehrt ein jüngeres Publikum ansprechen. «Modern, edel, hochkarätig und etwas sexy», dürfe die Tonalität ausfallen. «Wein lebt von Emotionen», gab Sommer zu bedenken. Die nationale Kampagne kostet rund 2,5 Millionen Franken. Davon finanziert der Bund die Hälfte. Die Kampagne müsse daher auch den Vorgaben des BLW entsprechen.

Die finanziellen Auswirkungen auf den Produzenten sind bescheiden. Pro Flasche Wein belaufen sich die Werbekosten auf gut einen Rappen. Der



Die Baselbieter Winzer hatten den Falschen Mehltau im Griff, lobte Rebbaukommissär Andreas Buser. (Bild: uf)

WPV-Vorstand zeigte sich überzeugt, dass die geplante Kampagne zugunsten des Schweizer Weins von Erfolg gekrönt sein werde. Um die «Swiss Wine Promotion» zu finanzieren, wurden die Mitgliederbeiträge moderat erhöht.

### Mit Qualität zufrieden

Die Baselbieter Weine sind allerdings schon ohne Werbekampagne im Aufwind. 24 Weine wurden 2010 mit Gold- oder Silbermedaillen ausgezeichnet. Der dritte Platz des Syydebändel Pinot noir Sélection am Grand Prix du Vin suisse galt als Highlight. Als «eine gute Sache» bezeichnete Verbandspräsident Paul Leisi auch den Auftritt des WPV an der Weinmesse in Basel. Nicht ganz einfach zu kommunizieren sind die neuerlichen Änderungen bei den Ur-

sprungsbezeichnungen auf Druck des Bundes. «Neu heisst es AOC Basel-Landschaft», erklärte Rebbaukommissär Andreas Buser.

Mit der Qualität des Rebjahres 2010 zeigte er sich zufrieden. Trotz nicht optimaler Witterung hatte das Traubengut erstaunlich hohe Öchslegrade. «Die jungen Weine entwickeln sich ganz gut», so Buser. Der Ertrag gegenüber dem Vorjahr fiel allerdings um 16 Prozent tiefer aus.

Im Gegensatz zu den renommierten Rebbaugebieten hätten die Baselbieter Winzer den Falschen Mehltau gut im Griff gehabt, lobte der Rebbaukommissär. Der Druck durch «einiges Getier» habe dagegen zugenommen. Vögel, Dachse, Rehe und Wespen taten sich am reifenden Traubengut gütlich.