



## Der Wein-Rebell

*Angesichts von Absatzproblemen rufen Winzer in der Westschweiz nach Subventionen – ein Weinbauer am Zürichsee geht neue Wege*



*Drei Weiss- und drei Rotweine produziert und vermarktet Diederik Michel. Eine grössere Auswahl, sagt er, verwirre die Kunden bloss.*

SIMON FARNBERG / NZZ



OLGA SCHEER

Diederik Michel steht am Hang seines Weinbergs und blickt auf die kahlen Weinstöcke in Küsnacht, die vor den Swimmingpools der benachbarten Villen liegen. «Sehen Sie», sagt er, «mit grossen Maschinen lässt sich hier am Hang nicht arbeiten.» Einmal am Tag geht Michel mit seinen zwei Kindern hier herauf, um den Schafen, die im Winter da weiden, «Grüezi» zu sagen. Der 46-Jährige ist derzeit mit dem Rebschnitt beschäftigt. An der Goldküste, wo sich das Weingut Diederik befindet, reihte sich früher ein Weingut an das andere. Ende des 19. Jahrhunderts waren noch mehr als 1900 ha am Zürichsee mit Reben bepflanzt. Heute sind es noch 135 ha. Stattdessen leben hier die besser situierten Einwohner Zürichs.

## Gehör beim Bundesrat

Dass Weinbau so reibungslos funktioniert wie hier, ist längst nicht mehr naturgegeben. In der Westschweiz kam es unlängst zu Protesten. Die grösste Sorge der Weinbauern ist eine übermächtige Konkurrenz aus dem Ausland. Bundesrat Guy Parmelin, der früher selbst als Winzer im Waadtland tätig war und unter anderem für die Landwirtschaft zuständig ist, hat Verständnis für die Produzenten und sicherte ihnen weitere Subventionen zur Verkaufsförderung zu. Diese betragen im Jahr 2019 bereits 3,2 Mio. Fr.; das entspricht laut Berechnung der Denkfabrik Avenir Suisse einer Steigerung von 13%, seitdem Parmelin Bundesrat ist. Und für das angebrochene Jahr ist eine weitere Werbekampagne geplant, je zur Hälfte vom Bund und von den Grossverteilern finanziert. Dennoch gab es im Dezember erneut eine Demonstration der Weinbauern in Bern. Sie fordern eine Überprüfung der Einfuhrzölle.

Zwar war 2018 ein Rekordjahr bezüglich Weinlese, die Schweizer trinken aber immer weniger Wein – und nicht selten solchen ausländischer Provenienz. Das hat damit zu tun, dass ausländische

Hersteller ihre Produkte in der Schweiz

oft billiger anbieten als einheimische. Und das wiederum ist auf die geringeren Lohnkosten und die grössere Vertriebskraft zurückzuführen. Zudem können Weine aus dem Ausland bis zu einer Menge von 170 Mio. l nahezu zollfrei importiert werden. Die Weinbauern wollen dieses Kontingent nun jedoch auf 100 Mio. l begrenzen.

Die Rebberge von Michels Nachbarn säumen Plakate von Swiss Wine Promotion. Der Verband arbeitet auch an der neuen Werbekampagne zur Sichtbarkeit von Schweizer Weinen bei den Grossverteilern und in Restaurants. Vor allem in der Deutschschweiz erhofft sich der Verband davon 2020 eine Wirkung.

In Zeiten der Globalisierung wird weltweit fast jede zweite Flasche Wein ausserhalb des Produktionslandes getrunken. In der Schweiz hat das nicht zuletzt mit der Währungskonstellation zu tun: Wegen des starken Frankens werden hiesige Produkte im Ausland kaum nachgefragt. Und auf dem Heimmarkt beträgt ihr Anteil lediglich 35%. Viele Schweizer Produzenten möchten deshalb, dass man hierzulande verstärkt auf einheimische Weine setzt, und in der Politik gibt es entsprechende Vorstösse. SVP-Nationalrat Jean-Luc Addor zum Beispiel forderte jüngst, Schweizer Restaurants gesetzlich vorzuschreiben, dass mindestens die Hälfte der Weine auf der Karte aus der Schweiz stammen sollte. «Das ist ja wohl ein Witz», sagt Diederik Michel. Es schränke die wirtschaftliche Freiheit der Gastronomen ein. Er setzt lieber auf seine eigene Kraft. Doch wie schafft er es, profitabel zu arbeiten?

## Neue Marke, neuer Name

Nachdem Michel 2014 das Weingut in Küsnacht übernommen hatte, erstellte er mit seiner Frau einen Business-Plan. Das Geld für die Investitionen erhielt er von seiner Familie, da ihm keine Bank einen günstigen Kredit geben wollte. Von Vorteil war dabei, dass er von seinem Vorgänger keine Kundenkartei

übernehmen musste. Das erlaubte es,

eine neue Marke zu entwickeln, und das Weingut erhielt einen anderen Namen. Anders als bei alteingesessenen Produzenten trägt es seinen Vornamen und heisst «Weingut Diederik». Obwohl Michel immer noch die gleichen Trauben kultiviert wie sein Vorgänger, kommt sein Wein anders daher. Er wolle Weine herstellen, bei denen man nicht viel erklären müsse, die einen «guten Zug haben», sagt er.

Was er produziert, sind zum Grossteil Apéro-Weine. Sein Räuschling und sein Pinot noir passen zum Essen. Die Etiketten sind schlicht und modern, hierfür arbeitet Michel mit einer Marketingagentur zusammen. Sie sind alle einfarbig, wobei das Etikett des Räuschlings in einem hellen Grün erscheint. In Dunkelgrün stehen auf dem Aufdruck lediglich die Initialen des Weinguts, «Räuschling», «Küsnacht» und der Jahrgang. Zum Design gehört auch die eingeschränkte Auswahl der Weine. Im Angebot führt Michel drei Weiss- und drei Rotweine. «Zwischen diesen kann sich jeder entscheiden», sagt er. Eine grössere Auswahl verwirre die Kunden bloss. Die Weine kosten zwischen 16 und 27 Fr. pro Flasche. «Unter den bestehenden Bedingungen können nur relativ teure Weine hergestellt werden», sagt er. Und die Kunden sind offenbar bereit, dafür zu bezahlen. Die meisten Flaschen verkauft Michel an eine private Klientel. Rund ein Drittel setzt er in der Gastronomie ab, in Lokalen an der Goldküste, aber auch in Zürich. Bloss 5% gehen in den Handel.

## 30 000 Flaschen in einem Jahr

Anders als viele Winzer stammt Michel nicht aus einer Familie mit Weinbautradition. Vielleicht musste er sich gerade deshalb genau überlegen, wie er die Produktion unter eigener Marke angehen will. Seine Eltern stammen aus den Niederlanden, er selber wurde auf der linken Seite des Zürichsees geboren. Nach dem Studium machte Michel zunächst ein Praktikum in Australien, später arbeitete er auf verschiedenen Wein-



gütern in Südfrankreich und am Zürichsee. Er kennt also die Produktionsbedingungen ausländischer Güter.

Dann kam das Angebot, das Gut in Küssnacht zu übernehmen. Zunächst lehnte er ab. Der Betrieb war damals in die Bereiche Traubenherstellung einerseits und Weinproduktion mit Handel andererseits aufgeteilt. Von der reinen Traubenproduktion – von hier kam das Angebot zunächst – kann heute am Zürichsee kaum noch jemand leben. Als sich herausstellte, dass er auch die Weinproduktion mit dem Handel übernehmen konnte, schlug er ein. «Darin sah ich einen Schatz», sagt der Winzer.

Im Jahr 2018 hat Michel rund 30 000 Flaschen Wein hergestellt, eine für seine Verhältnisse grosse Menge. Paradoxe Weise war das Jahr deshalb so ertragreich, weil im Jahr zuvor rund 70% der Ernte aufgrund von Frost verloren gegangen waren. Rebstöcke speichern überschüssige Energie, was im darauffolgenden Jahr zum Tragen kommt. «Auch 2019 hatten wir eine gute Ernte», sagt Michel, wenngleich sie hinter jener von 2018 zurückblieb. Seit 2014 hat Michel die 3,8 ha Rebfläche in Küssnacht in Pacht. Verglichen mit den Anbauflächen von Westschweizer Winzern handelt es sich somit um ein kleines Gut, an der Goldküste ist es hingegen die übliche Grösse.

## Degustationen und WG-Partys

Zum Konzept gehören auch Degustationen im Hofladen. «Der Kontakt mit den Kunden ist mein Alleinstellungsmerkmal», sagt Michel. Die Konkurrenz sieht er, wenn überhaupt, im Ausland. Die protektionistischen Forderungen der Westschweizer Kollegen findet er insofern überzogen, als Schweizer Weinbauern die Nachfrage hierzulande gar nicht befriedigen könnten.

Um die These der übergrossen ausländischen Konkurrenz zu überprüfen, lohnt es sich, in die Regale der Detailhändler zu schauen. Beim Grossvertei-

ler Coop etwa stammt rund ein Drittel der Weine aus der Schweiz, bei den Weissweinen sind es sogar zwei von drei Flaschen. Beim Verkauf einheimischen Weins verzeichnet Coop – trotz rückgängigem Konsum – ein leichtes Wachstum. Dem Realitätscheck halten die Forderungen der Subventionsbefürworter offenbar nicht stand.

Zugute kommt Michel auch, dass er mit drei Kollegen von der Goldküste eine «Weinbauer-WG» gegründet hat. Begonnen hat das Projekt, als auch beim benachbarten Weingut Schwarzenbach in Meilen ein Generationenwechsel anstand. Gemeinsam mit seiner Partnerin hat Alain Schwarzenbach das Weingut im Jahr 2016 von seinem Vater übernommen. Die Idee des Zusammenschlusses kam ihm bei der Planung eines neuen Kellergewölbes. Schwarzenbach investierte in eine etwas grössere Abfüllmaschine, die er heute mit Michel und zwei weiteren Kollegen gemeinsam benutzt. Dass sich die jungen Winzer zu einer Gemeinschaft zusammengeschlossen haben, bietet für alle Kosten- und Qualitätsvorteile. Nun füllen sie keinen Wein mehr ab, bevor sie nicht alle den Jahrgang probiert haben.

Auch Schwarzenbach hat die Aufmachung seiner Weine modernisiert. Trotzdem kommen sie schwerer daher als jene von Michel. Seine Weine findet man auf den Karten von Schweizer Gourmet-Restaurants. «Diederik ist mit Sicherheit der Modernste von uns», sagt Schwarzenbach. Gemeinsam bieten sie auch Veranstaltungen an. So laden sie Kunden etwa zu WG-Partys ein, so dass diese die Weine von gleich vier Gütern an der Goldküste probieren können.

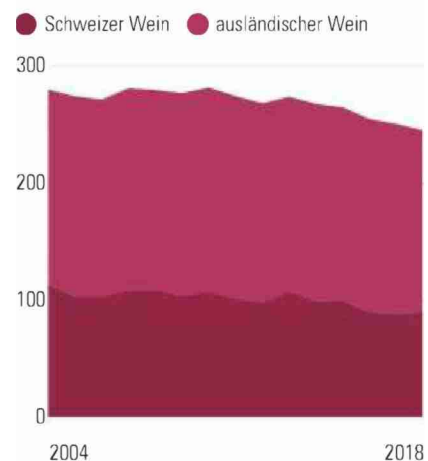
Eine Senkung des Importkontingents für ausländische Weine hält selbst Marco Romano, Präsident des Branchenverbandes Schweizer Reben und Weine, nicht für die Lösung. Die Subventionen hingegen weiss er zu schätzen. «Besonders ist, dass die Grosshändler die Werbekampagne zur Hälfte mittragen», sagt Romano. Leicht in Ver-

gessenheit gerate, dass es sich bei den meisten Weinbauern nicht um Firmenhandle, die einfach ein oder zwei Mitarbeiter fürs Marketing einstellen könnten. Dafür brauche es gemeinsame Projekte – mit Hilfe der Politik.

«Der hier ist etwas sanfter im Abgang», sagt ein interessierter Käufer aus Winterthur auf einer der WG-Partys. Michel holt sich ein frisches Glas und probiert einen Schluck Riesling-Sylvaner seines Kollegen vom Nachbarstand. «Stimmt», sagt er. Früher habe er vor allem ausländische Weine getrunken, erzählt der Kunde weiter. Aber die Qualität des Schweizer Angebots habe sich stark verbessert. Warum solle er für einen Bordeaux 100 Fr. bezahlen, wenn er hier einen Wein gleicher Qualität günstiger erhalte? Den Weinbau Schwarzenbach kenne er schon lange – jetzt habe er Gelegenheit, auch die Produkte anderer Winzer an der Goldküste auszuprobieren.

## Schweizer trinken jedes Jahr etwas weniger Wein

Jährlicher Weinkonsum in der Schweiz, in Millionen Litern



QUELLE: BUNDESAMT FÜR LANDWIRTSCHAFT

NZZ / osr