



Schweizer Wein der Zukunft

Bericht zur Online-Umfrage, Konsument/innen

Studie im Rahmen des Projekts «Integration pilztole-
ranter Rebsorten in das Schweizer Weinsortiment»



agridea

ENTWICKLUNG DER LANDWIRTSCHAFT UND DES LÄNDLICHEN RAUMS
DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE ET DE L'ESPACE RURAL
SVILUPPO DELL'AGRICOLTURA E DELLE AREE RURALI
DEVELOPING AGRICULTURE AND RURAL AREAS

Impressum

Herausgeberin AGRIDEA
Avenue des Jordils 1
CH-1006 Lausanne
T +41 (0)21 619 44 00
contact@agridea.ch / www.agridea.ch

Datei Dokument1
Datum 1 April 2021
Autorin Sophie Réviron, Franziska Hoffet, AGRIDEA
Redaktion Sophie Réviron, Franziska Hoffet, AGRIDEA
Layout AGRIDEA
Druck AGRIDEA
© AGRIDEA, avril 21
ISO 9001 - eduQua

Ohne ausdrückliche Genehmigung des Herausgebers ist es verboten, diese Broschüre oder Teile daraus zu fotokopieren oder auf andere Art zu vervielfältigen.
Sämtliche Angaben in dieser Publikation erfolgen ohne Gewähr.
Massgebend ist einzig die entsprechende Gesetzgebung.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	4
2	Methode.....	5
3	Eigenschaften der Stichprobe.....	6
4	Ergebnisse der Gesamtstichprobe.....	12
5	Ergebnisse für die Clusters Tradition und Bio.....	17
5.1	Cluster-Auswahl.....	17
5.2	Die Eigenschaften des Clusters «Tradition»	17
	Profil	17
	Die wichtigsten Ergebnisse.....	19
5.3	Ergebnisse des Clusters «Bio»	21
	Profil	21
6	Diskussion	26
7	Anhang: Fragebogen.....	27

Studie im Rahmen des Projekts «Integration pilztoleranter Rebsorten in das Schweizer Weinsortiment»

1 Einleitung

Diese Konsumentenumfrage wurde im Rahmen des Projekts «Integration pilztoleranter Rebsorten in das Schweizer Weinsortiment» durchgeführt. Das vom Bundesamt für Landwirtschaft finanzierte Projekt wird von einem Konsortium bestehend aus der AGRIDEA, der Hochschule Changins¹, dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL, dem Weinbauzentrum und Agroscope geleitet².

Das Modul 1 dieses Projekts ist einer **Konsumentenbefragung über die Entscheidungsfindung zwischen Umweltbelangen und der Wahl der Rebsorten** gewidmet.

In diesem Rahmen wurde in Zusammenarbeit mit der Hochschule Changins eine erste, semi-quantitative Umfrage an der Weinmesse Arvinis durchgeführt, die vom 14. Bis 17 November 2019 in Genf – Palexpo stattfand. Diese explorative Umfrage hat vielversprechende Ergebnisse gebracht, welche im Bericht eingesehen werden können. Sie erlaubte es, folgende Arbeitshypothesen zu identifizieren:

- Eine grösser als erwartete Offenheit gegenüber neuen Rebsorten.
- Eine relativ grosse Bekanntheit, die sich jedoch nicht in Einkäufen niederschlägt.
- Die Entwicklung umweltschonender Anbaumethoden wird von den Konsument/innen für den gesamten Weinbau erwartet und nicht nur in der Bio-Produktion.
- Mangelnde Kenntnisse oder Interesse der Konsument/innen, was Techniken der Vinifikation angeht.
- Die Unterscheidung von zwei Clusters: Tradition und Bio.

Davon abgesehen war die Stichprobe verzerrt im Hinblick auf das Altersprofil der sachkundigen Konsument/innen und auf die geographische Herkunft (Kantone Genf und Waadt überrepräsentiert).

Aus diesem Grund hat die AGRIDEA im April 2020 über die Newsletter, E-Mail und soziale Netzwerke der Projekt-Partner eine Online-Umfrage lanciert, da dies gute Medien sind für eine Arbeit zum Wein der Zukunft. Diese wurde in vier Sprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch, Englisch) angeboten, um die ganze Schweiz zu erreichen. Ziel war es, die Methode zu verifizieren und die Ergebnisse mit denen von Arvinis zu vergleichen.

Dieser Bericht präsentiert die Resultate der Online-Umfrage, die die Ergebnisse von Arvinis bestätigen. Der Vergleich zu Arvinis wird wo nötig gegebenenfalls erwähnt.

¹ Haute Ecole Spécialisée de viticulture et d'œnologie de Changins

² <https://www.agridea.ch/themes/marches-filieres-agricoles-et-alimentaires/marches-agricoles-et-alimentaires/vins-du-futur/>

und <https://www.agridea.ch/de/themen/maerkte-agrar-und-lebensmittelsektor/agrar-und-lebensmittelmaerkte/wein-der-zukunft/>

2 Methode

Die Umfrage wurde mit der Umfrage-Software *SurveyMonkey* durchgeführt. Die Stichprobe wurde frei und ohne Quoten gebildet ausgehend von einer Einladung über die Newsletter der AGRIDEA und Changins sowie über die Kanäle in den sozialen Medien der Projektpartner. Mittels einer Disqualifizierungsfrage am Anfang wurden lediglich diejenigen Personen zur Teilnahme an der Umfrage zugelassen, die bereits Schweizer Wein gekauft haben.

Übersicht der Befragung an Arvinis und Online-Umfrage

	Umfrage-Typ	Bemerkung	Anzahl auswertbarer Beantwortungen
Befragung Arvinis	Semi-quantitativer Fragebogen mit persönlichen Interviews am Stand an Arvinis (ca. 10 Minuten)	Mehrere Likert-Skalen, um einzelne Aussagen zu gewichten	Total: 122 Antworten Davon Cluster Tradition: 26 Cluster Bio:16
Online-Umfrage	Quantitativer Fragebogen (mit einigen offenen Fragen)	Die Mehrheit der Fragen aus der Befragung an Arvinis übernommen, mit einigen Anpassungen	Total: 587 Davon Cluster Tradition: 109 Cluster Bio: 50

Der Fragebogen (im Anhang) ist von quantitativer Art mit Likert-Skalen, so dass die Antworten feiner gemessen und verglichen werden können als eine Ja/Nein-Dichotomie. Die Likert-Skalen erlauben Mehrfachnennungen. Der Fragebogen wurde auf demjenigen von Arvinis aufgebaut, damit die beiden Umfragen verglichen werden können. Einige Fragen wurden jedoch angepasst, insbesondere diejenige über die Kaufkriterien.

Das Projekt konzentriert sich auf die Integration von pilztoleranten Rebsorten (resistente Rebsorten) in das Schweizer Weinsortiment. Um das Thema zu bereichern und die Voreingenommenheit der Befragten so weit als möglich zu begrenzen, wurde jedoch beschlossen, die Umfrage für die Weinmesse Arvinis «Schweizer Wein der Zukunft» zu benennen. Dies ist eine für die breite Öffentlichkeit leicht verständliche Formulierung. Dieser Ansatz wurde für die Online-Umfrage ebenfalls beibehalten.

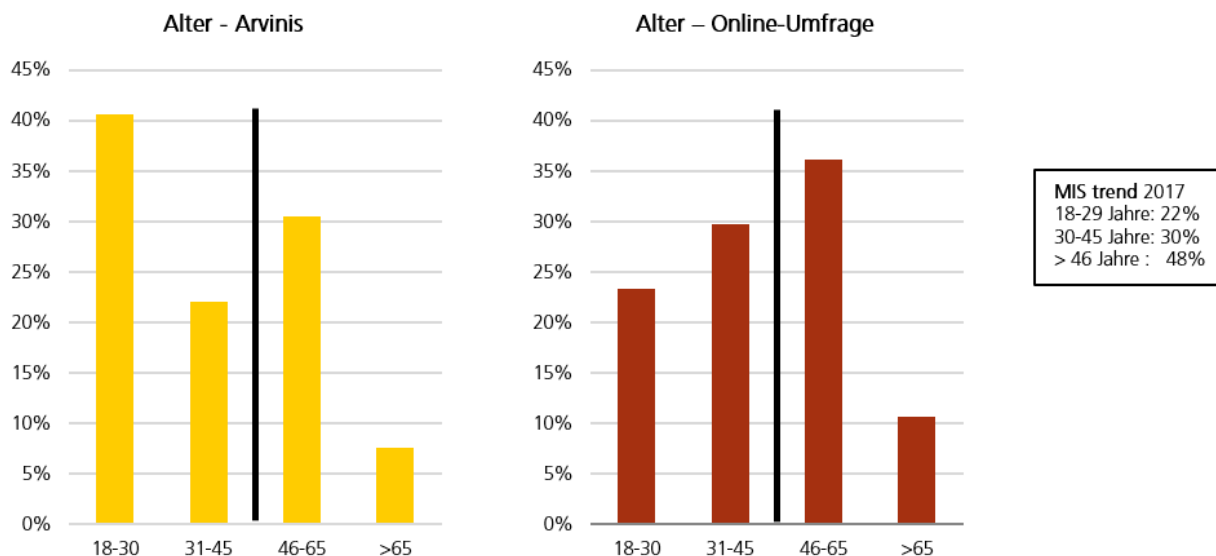
Als Einführung wurde eine Frage zur Verankerung gestellt zum letzten Kauf von Schweizer Wein, um die Anbindung an das tatsächliche Kaufverhalten zu verstärken.

3 Eigenschaften der Stichprobe

Die Stichprobe der Online-Umfrage ist zufriedenstellend obwohl sie ohne Quote durchgeführt wurde und ist vergleichbar mit der Umfrage, die 2017 von MIS-Trend³ durchgeführt wurde.

Alter

Für die Online-Umfrage ist die Alterspyramide ähnlich wie bei der Umfrage von MIS-Trend mit 53 % unter 46 Jahren. Für Arvinis war das Profil deutlich jünger als das von MIS-Trend mit fast 61% unter 46 Jahren und 40 % unter 30 Jahren.



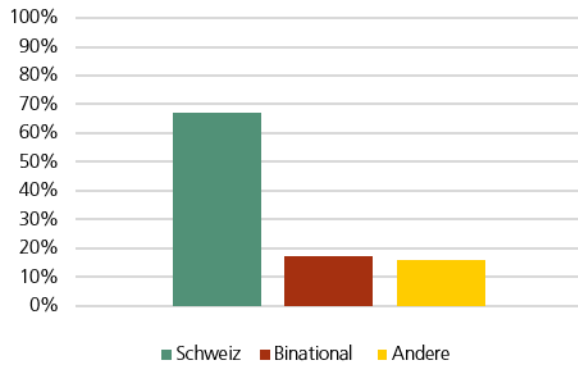
Nationalität und kantonale Herkunft

Die Stichprobe ist auch für die Nationalität und kantonale Herkunft zufriedenstellend. Sie schliesst 88 % Schweiz, 4 % doppelte Staatsangehörigkeit und 8 % Ausland ein.

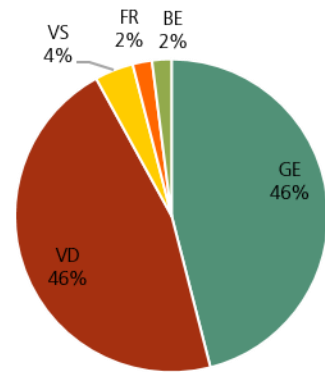
Für die Umfrage an Arvinis setzte sich die kantonale Herkunft zu etwa gleichen Teilen aus Genf und Waadt zusammen. In der Online-Umfrage ist diese besser ausgeglichen mit einer höheren Anzahl Antworten aus der Deutschschweiz.

³ https://www.mistrend.ch/articles/Viticulture-rapport_2017_D.pdf

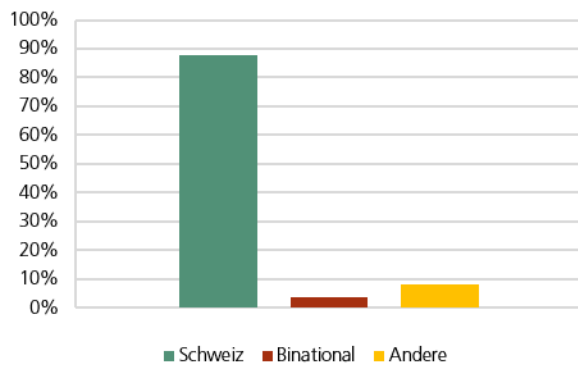
Nationalität – Arvinis



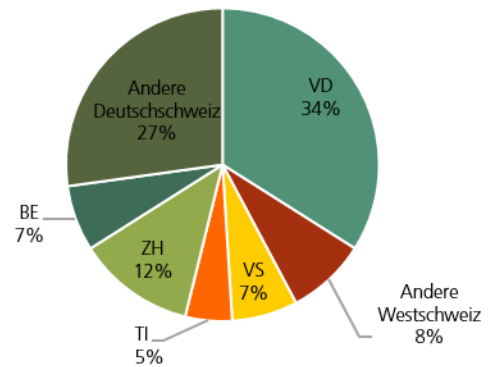
Kantonale Herkunft – Arvinis



Nationalität – Online-Umfrage



Kantonale Herkunft – Online-Umfrage

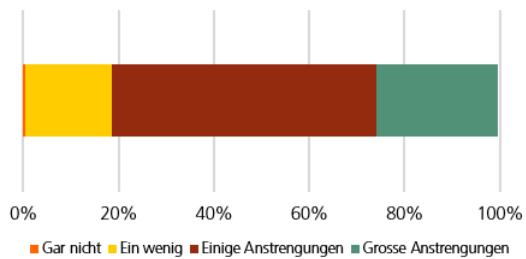


Persönliches Engagement zugunsten der Umwelt

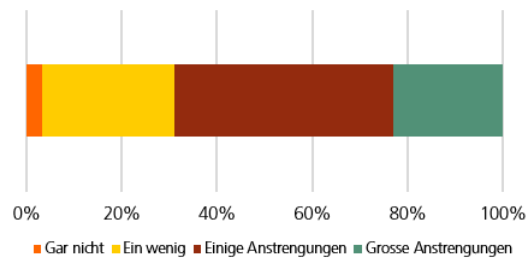
Das persönliche Engagement zugunsten der Umwelt wird als gross eingestuft, notabene in der Deutschschweiz. Die Definitionen für «einige Anstrengungen» und «grosse Anstrengungen» sind subjektiv und liegen im Ermessen der Befragten. Dieses Ergebnis zeigt jedoch, dass die Konsumentinnen und Konsumenten ihre individuellen Kauf- und Konsumgewohnheiten hinterfragen.

Persönliches Engagement zugunsten der Umwelt

Deutschschweiz



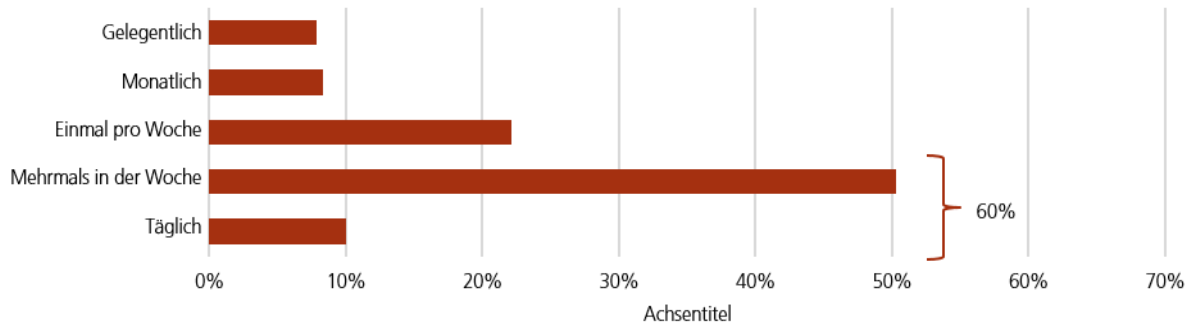
Westschweiz



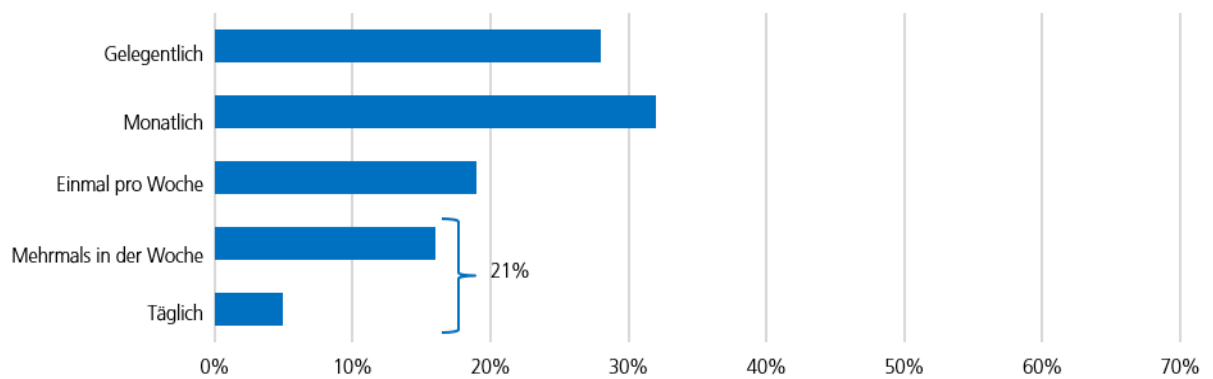
Häufigkeit des Konsums und Anzahl der Flaschen

Der Konsum ist hoch (60 % konsumieren mehrmals in der Woche Wein und 80% konsumieren mindestens einmal pro Woche Wein) verglichen mit MIS-Trend (21 % bzw. 41 %). Dieses Resultat ist identisch mit demjenigen von Arvinis. Die Stichprobe schliesst also gute Käufer/innen von Schweizer Wein ein, was der Kernzielgruppe der Studie entspricht.

Häufigkeit des Weinkonsums

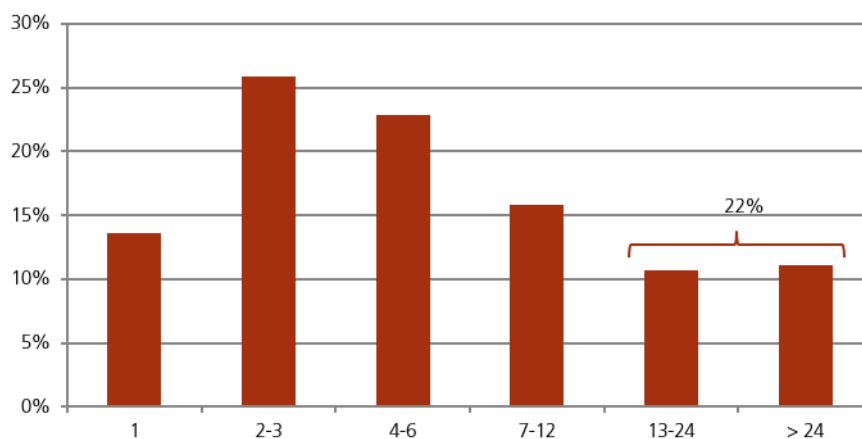


Häufigkeit des Weinkonsums - MIS Trend



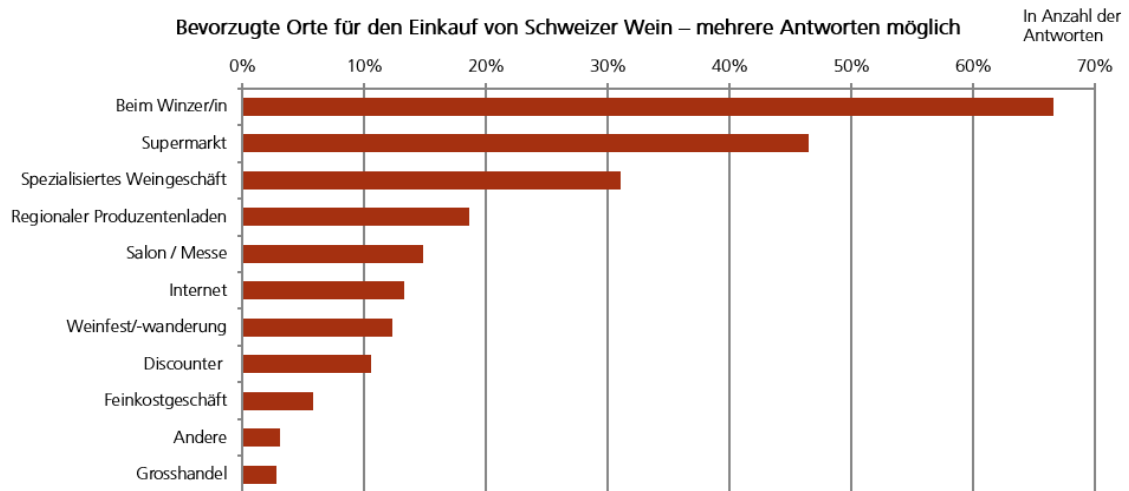
Rund 60 % der Befragten haben beim letzten Einkauf von Schweizer Wein mehr als 4 Flaschen gekauft, und 22 % der Befragten kauften mehr als 12 Flaschen.

Letzter Weineinkauf – Anzahl Flaschen



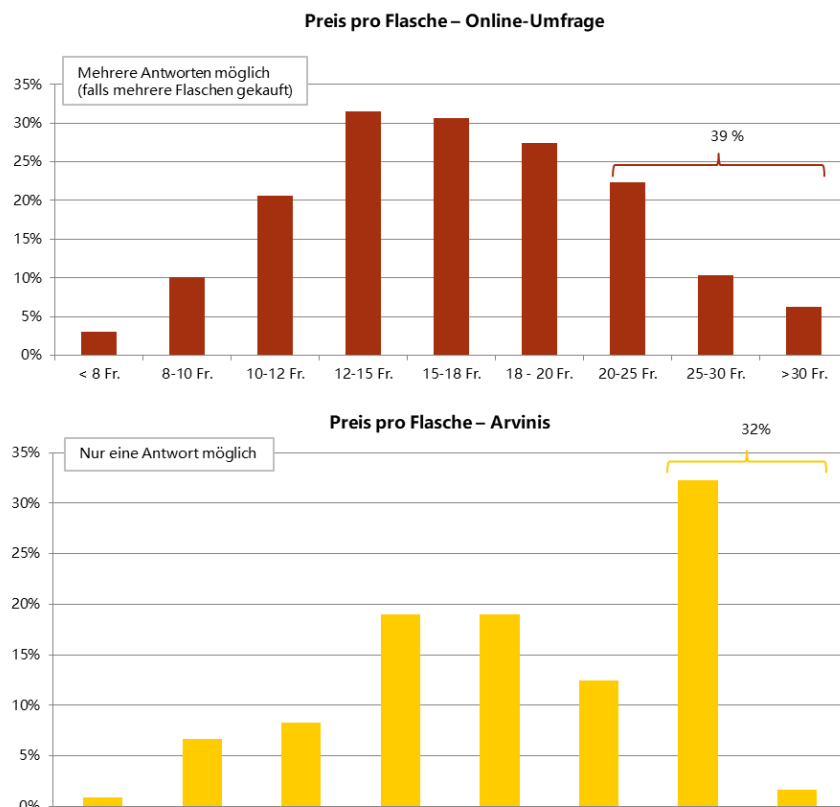
Bevorzugte Orte für den Einkauf von Schweizer Wein

Diese Frage wurde für die Online-Umfrage abgeändert, um Mehrfachantworten zuzulassen. Der Einkauf beim Winzer / bei der Winzerin oder in einem regionalen Produzentenladen sind an der Spitze (84 % der Nennungen), aber die Vielfalt der Einkaufsorte ist offensichtlich. Die Supermärkte erhalten 48 % der Antworten gefolgt von den spezialisierten Weingeschäften (30 % der Antworten).



Preis pro Flasche

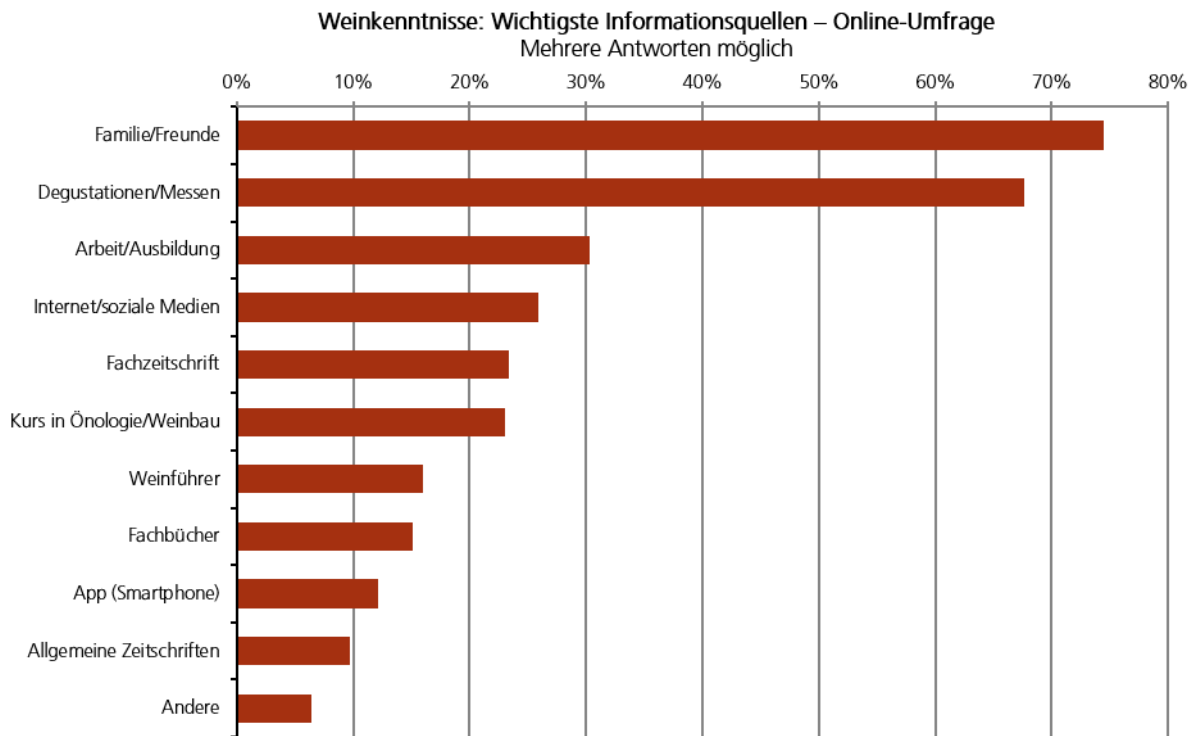
Der Preis pro Flasche für den letzten Weineinkauf ist hoch. Ein Drittel der Befragten gab an, mehr als 20 Fr. pro Flasche bezahlt zu haben. Dieses Ergebnis ist vergleichbar mit dem von Arvinis. Die Prozentangaben beziehen sich für die Online-Umfrage auf die Anzahl gekaufter Flaschen (mehrere Antworten je Umfrageteilnehmende) – daher ergibt das Total mehr als 100 %.



Wichtigste Informationsquellen

Was die Informationsquellen betrifft, so handelt es sich in der Tat um eine gut informierte Stichprobe. Familie, Freundinnen und Kollegen spielen eine beträchtliche Rolle beim Aufbau von Wissen und Wertschätzung der Weine.

Degustationen stehen an zweiter Stelle, was mit dem Ort der Einkäufe beim Winzer oder bei der Winzerin übereinstimmt. Dies unterstreicht auch die Rolle der Verkäuferin oder des Verkäufers als Multiplikatoren. Dies ist umso wichtiger, da die Befragung an Arvinis gezeigt hat, dass es selbst gut informierten Verbrauchenden schwer fällt, einen Wein zu beschreiben und ihre Präferenz über ein «mag ich/mag ich nicht» hinaus zu erklären.



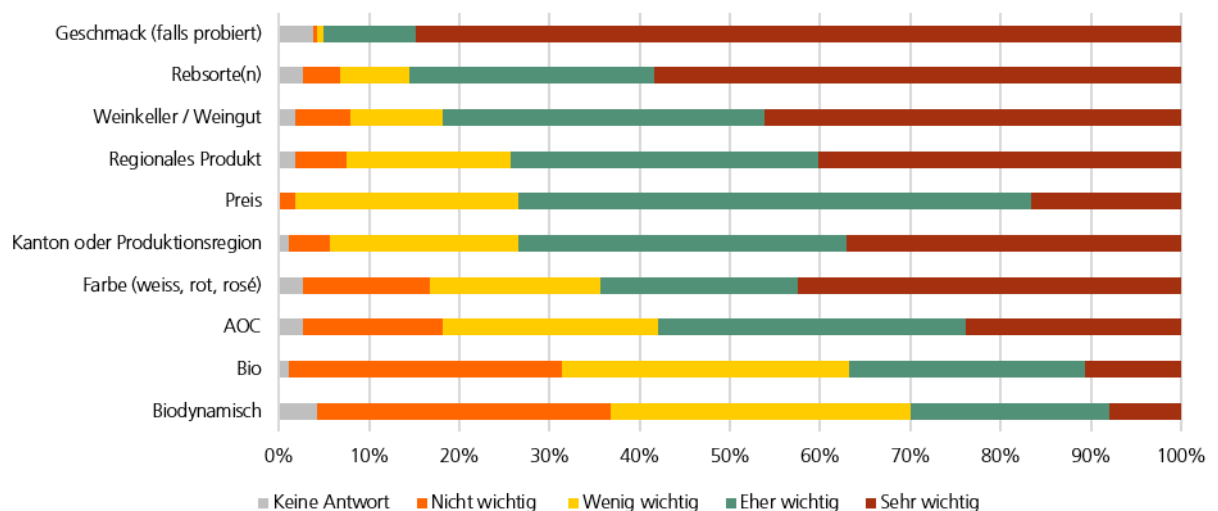
Gewichtung der Kaufkriterien

Diese Frage wurde in der Online-Umfrage als Likert-Skala eingeführt.

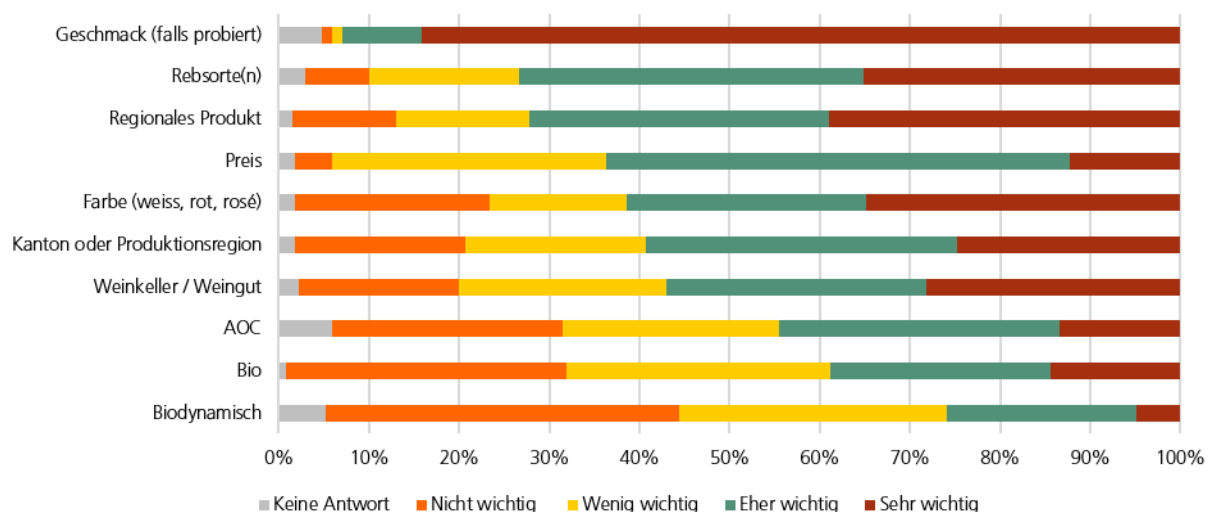
Die folgenden Punkte sind zu beachten:

- Die Weinverkostung hat eine grosse Bedeutung, sei es auf dem Weingut, bei verschiedenen Messen und Veranstaltungen oder in Restaurants. Dies bestätigt, dass Winzer/innen, Kellereien, Fachgeschäfte und Sommeliers eine wichtige Rolle spielen, um die spezifische Welt eines Weins zu vermitteln und die Konsument/innen dazu zu bringen, ihn zu kaufen.
- Die Bedeutung der Rebsorte(n), in allen Sprachregionen und auch des Kellers oder Weinguts in der Westschweiz.
- Das Interesse der Konsument/innen für ein lokales Produkt, besonders spürbar in der Deutschschweiz. Der Kanton oder die Produktionsregion sind in der Westschweiz wichtigere Kriterien als in der Deutschschweiz.
- Das AOC ist weniger wichtig, insbesondere in der Deutschschweiz.
- Biologische und biodynamische Produktion sind für viele Konsument/innen kein wichtiges Kriterium. Die Label sind für eine bestimmte Konsumentengruppe (Cluster) von Interesse, deren Profil und Ergebnisse im Abschnitt 5.3 beschrieben werden.
- Der Preis ist zwar nur für einen kleinen Teil sehr wichtig, aber für einen Grossteil eher wichtig und ist insgesamt dennoch ein wichtiges Kriterium (4. In der Deutschschweiz und 5. in der Westschweiz).

Einkaufskriterien Westschweiz



Einkaufskriterien - Deutschschweiz

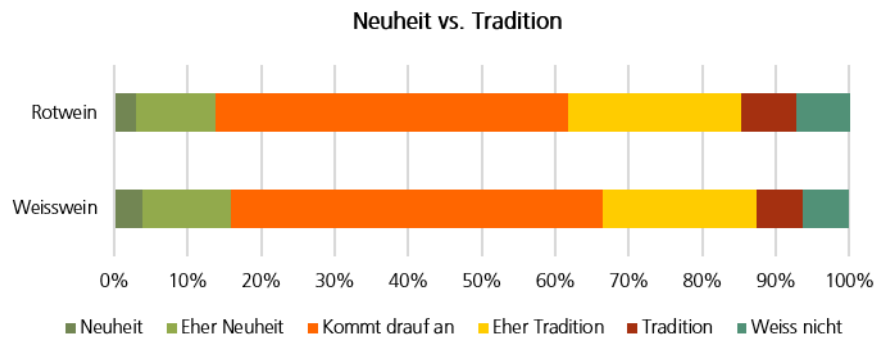


4 Ergebnisse der Gesamtstichprobe

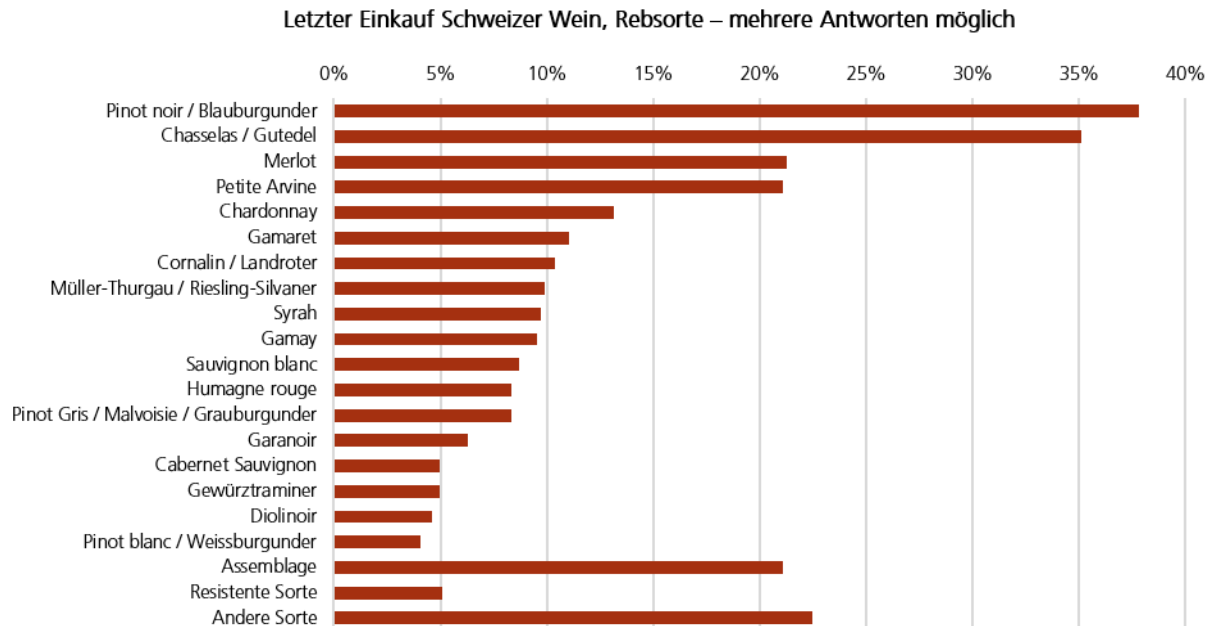
Wie im Abschnitt 2 – Methoden erwähnt, wurden zu Beginn zwei allgemeine Fragen zum Wein der Zukunft gestellt, bevor die resistenten Rebsorten im Detail betrachtet wurden. Das Ziel dabei ist unter anderem, die Offenheit gegenüber neuen Rebsorten zu ermitteln.

Die erste Frage bezieht sich auf die Auswahlkriterien eines Weins und die Entscheidung zwischen Tradition und Neuheit. Die meist genannte Antwort der Befragten war: «Es kommt darauf an», was das Resultat von Arvinis bestätigt. Diese Frage dient als Unterscheidungskriterium für den Cluster «Tradition» - siehe Abschnitt 5.

Frage: Wenn Sie einen Schweizer Wein kaufen, suchen Sie eher Neuheit oder Tradition?



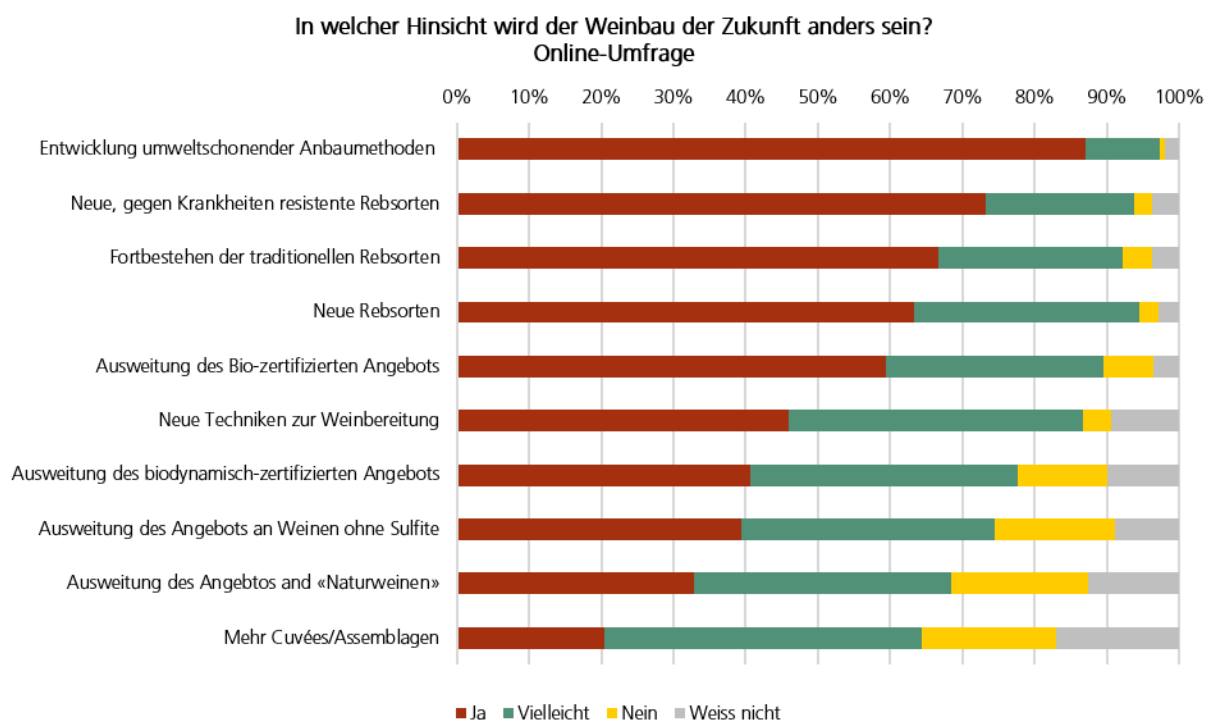
Diese Antworten stimmen mit dem zuletzt getätigten Weineinkauf überein, der die Kombination von traditionellen Rebsorten (vor allem Pinot Noir und Chasselas) und anderen Rebsorten und Assemblagen verdeutlicht. Man sieht auch einen Anteil «resistenter»⁴ Sorten im Sortiment der gekauften Weine.



⁴ Bemerkung: Für die Befragung haben wir den Begriff «resistente» Rebsorte dem Begriff «tolerante» Rebsorte (agronomisch passender) vor, da dieser von den Kellereien verwendet werden und den Konsumierenden geläufig ist.

Die zweite allgemeine Frage betrifft die Wahrnehmung der Entwicklung des Schweizer Weinbaus. Die nachstehende Abbildung zeigt das Total der Antworten der Likert-Skala. Die Resultate bestätigen und validieren die Resultate der Befragung an Arvinis:

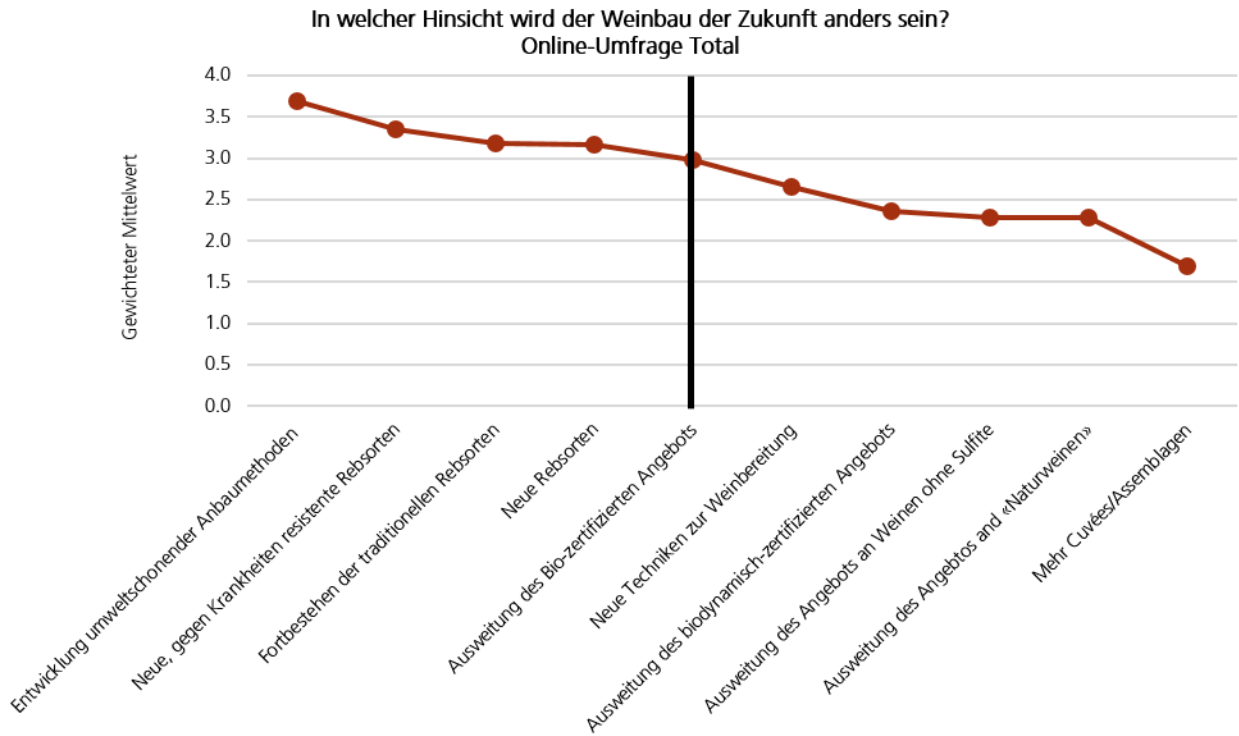
- Die Erwartungshaltung der Konsument/innen an eine Entwicklung umweltschonender Anbaumethoden für den ganzen Weinbau und nicht nur eine Zunahme der biologischen Produktion.
- Entwicklung von neuen Rebsorten und gleichzeitiges Beibehalten von traditionellen Sorten.
- Entwicklung resistenter Rebsorten (zur Wahl des Begriffs siehe Fussnote der vorhergehenden Seite).
- Die Konsument/innen haben wenig Kenntnisse oder Interesse an Techniken zur Weinbereitung wie der erhöhte Anteil der Antworten «nein» und «weiss nicht» zeigt.



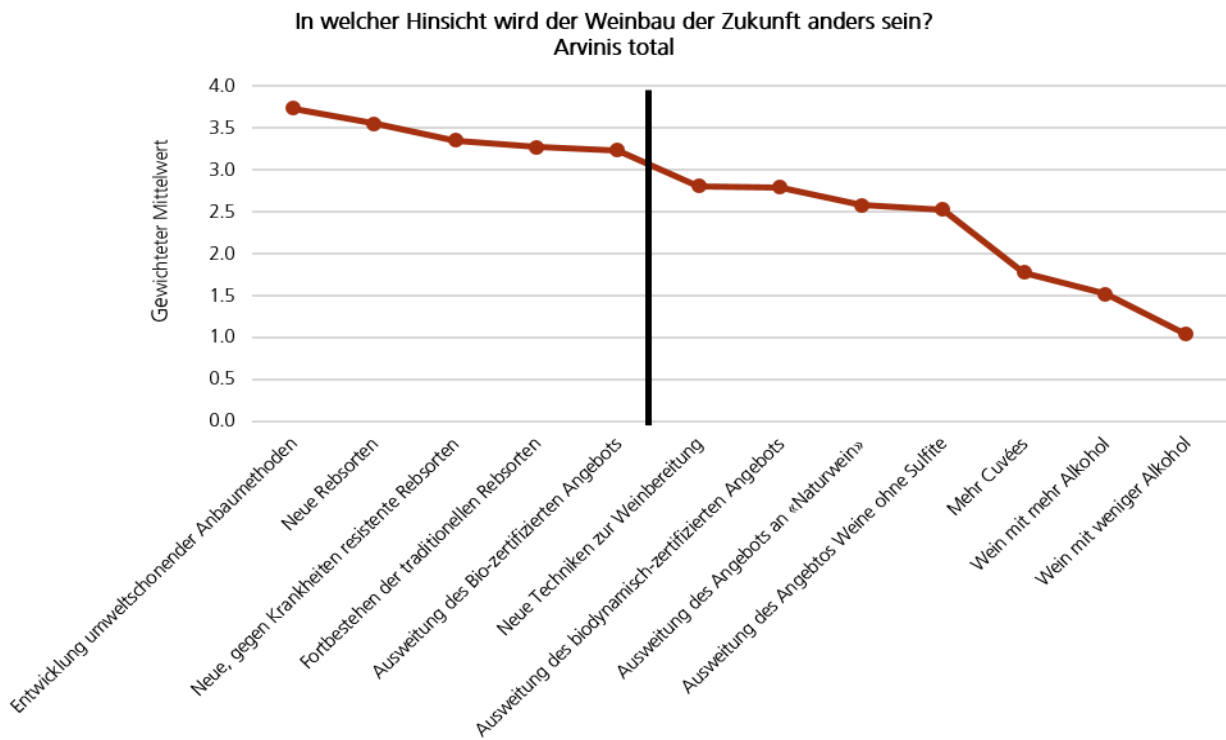
Werden 4 Punkte auf die Antwort «ja», 2 Punkte auf die Antwort «vielleicht» und 0 Punkte auf die anderen Antworten (nein; weiss nicht) angewendet, kann die folgende Abbildung generiert werden. Der Balken zeigt die Aussagen über und unter 3 Punkten.

Diese globalen Resultate zeigen die grosse Offenheit gegenüber neuen Rebsorten und die Überzeugung, dass es sich nicht um eine Entscheidung zwischen traditionellen **oder** neuen Rebsorten handelt, sondern um eine Kombination (traditionelle **und** neue Rebsorten). Resistente Rebsorten werden gut wahrgenommen.

Die Antworten deuten darauf hin, dass die Entwicklung von umweltschonenden Anbaumethoden den gesamten Weinbau betreffen und nicht nur den Bio-Weinbau. Die Kommunikation der Kellereien zu diesem Punkt scheint gut wahrgenommen zu werden.



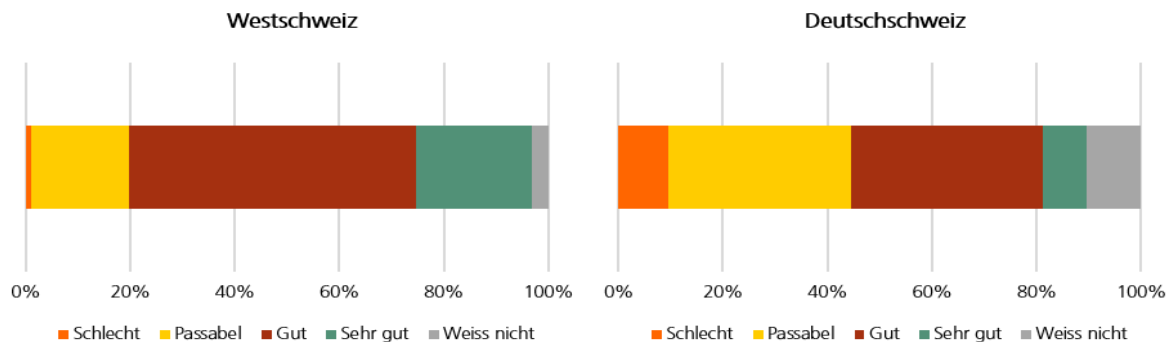
Diese Resultate sind sehr nahe an denjenigen von Arvinis:



Umweltqualität von Schweizer Wein

Diese Resultate sind parallel zum Umweltimage des Weinbaus zu betrachten. Die Umweltqualität des Weinbaus wird zwar in Frage gestellt (vor allem in der Deutschschweiz), wird aber allgemein als gut empfunden.

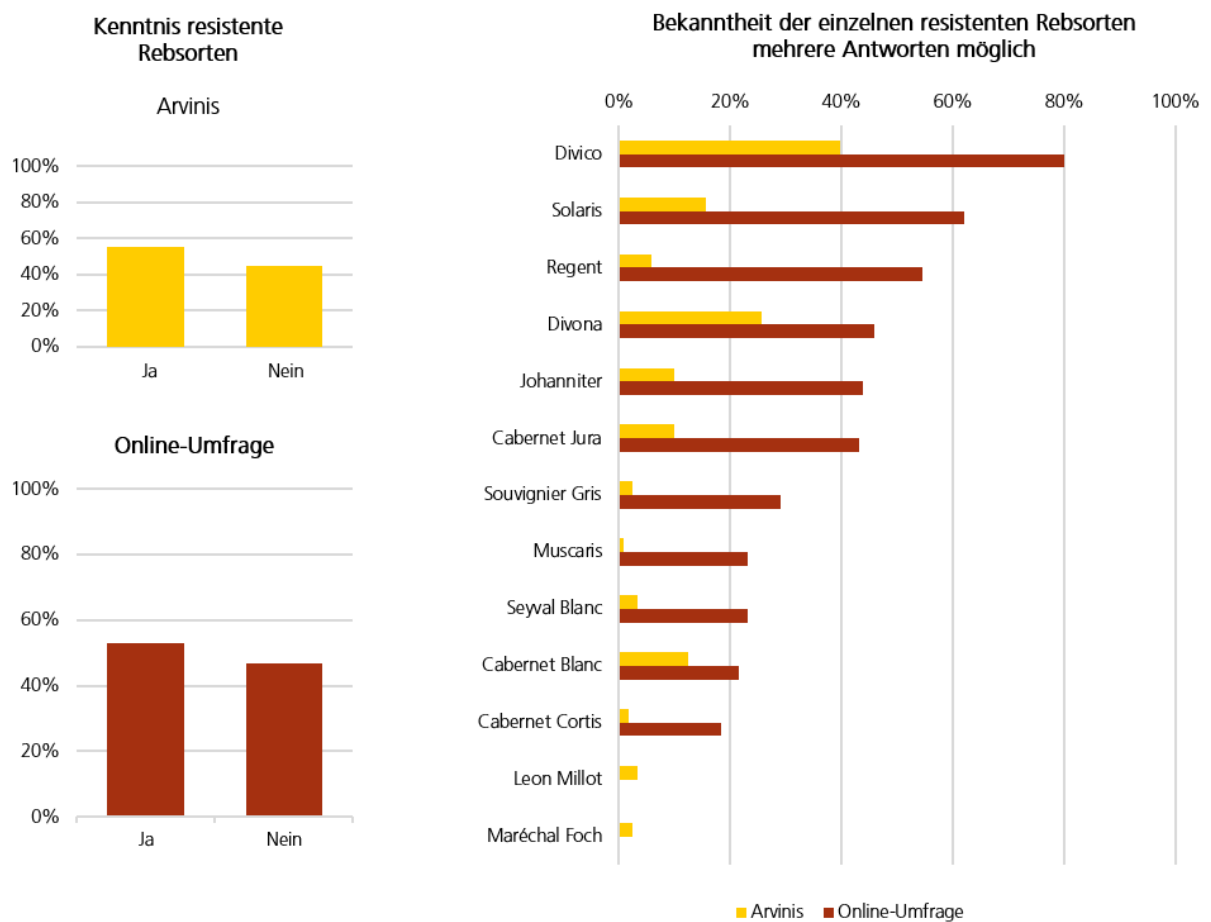
Umweltverträglichkeit von Schweizer Wein



Kenntnis, Bekanntheit, Wertschätzung und Kauf von resistenten Rebsorten

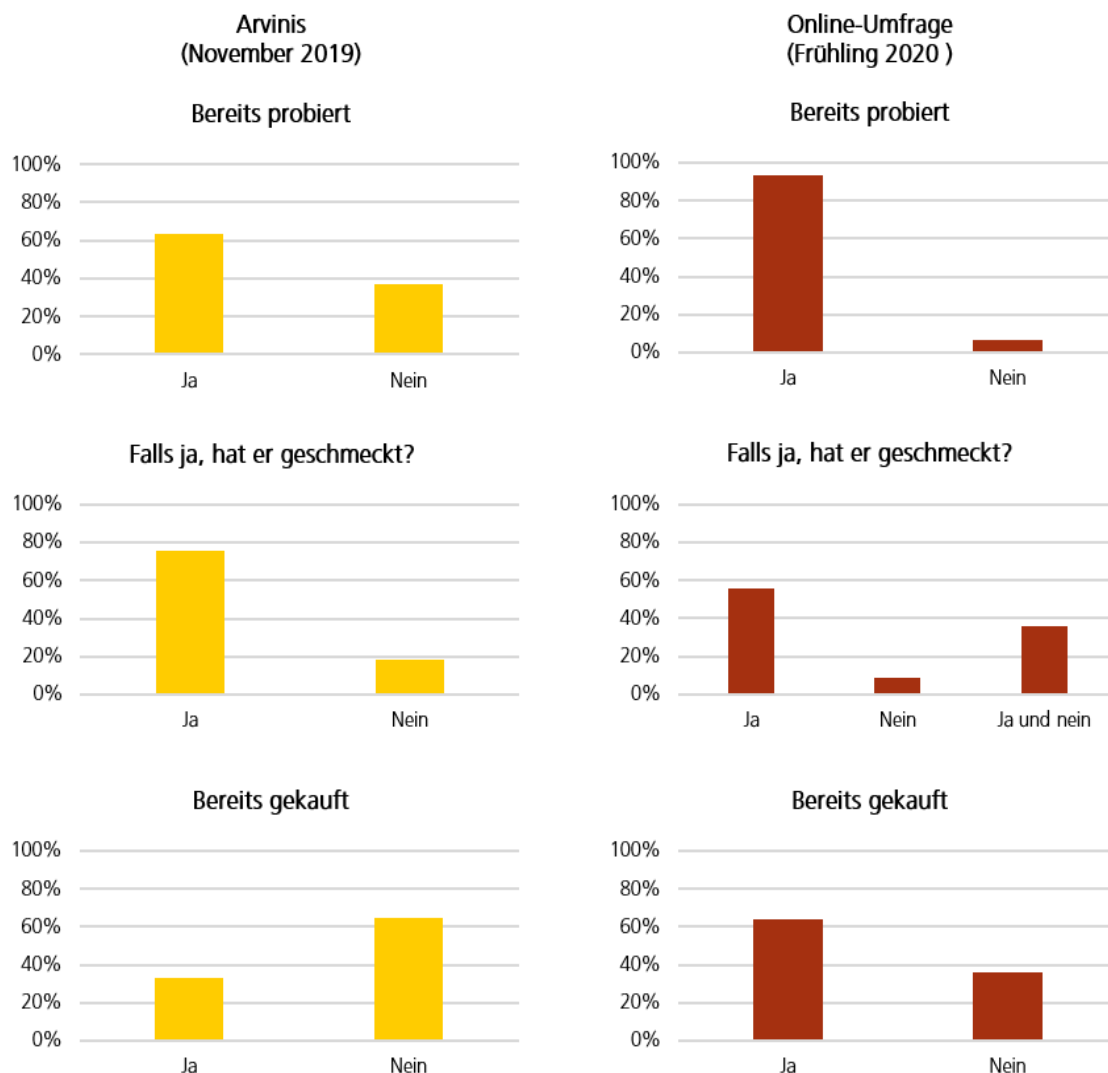
In Bezug auf resistente Rebsorten werden in den folgenden Abbildungen vier klassische Fragen nacheinander aufgeführt: Kennen Sie resistente Rebsorten? Haben Sie schon einmal einen Wein aus diesen Sorten probiert? Hat er Ihnen geschmeckt? Haben Sie bereits einen gekauft? Sie vergleichen und erweitern die Resultate der Online-Umfrage mit denen der Befragung an Arvinis.

Ungefähr die Hälfte der Teilnehmenden der Online-Umfrage kennen resistente Rebsorten, was vergleichbar mit den Resultaten von Arvinis ist. Die Bekanntheit verschiedener resistenter Rebsorten ist in der Online-Umfrage grösser, aber dies ist vermutlich auf den Fragentyp zurückzuführen (Auswahlmöglichkeiten in der Online-Umfrage, spontane Antwort an Arvinis).



Die stufenweise gestellten Fragen werden auf der Grundlage einer «Ja»-Antwort aufgebaut (ja, ich kenne resistente Rebsorten):

- Falls ja (kenne resistente Rebsorten), haben Sie bereits probiert?, falls ja, hat er geschmeckt? 50 % der Teilnehmenden kennen resistente Rebsorten, von diesen 50 % geben 90 % an, bereits einen Wein probiert zu haben (für die Online-Umfrage). Es handelt sich nicht um absolute Zahlen der Gesamtstichprobe.
- Falls ja (kenne resistente Rebsorten), haben Sie bereits gekauft? 50 % der Teilnehmenden kennen resistente Rebsorten, von diesen 50 % geben 62 % an, bereits einen Wein gekauft zu haben.



Zum jetzigen Zeitpunkt lässt es sich nicht feststellen, ob der fehlende Kauf an der mangelnden Verfügbarkeit resistenter Sorten liegt oder daran, dass sie geschmacklich nicht überzeugen können. Einige resistente Sorten sind speziell im Geschmack und eignen sich besser als eine neue Art von Weinen und nicht als Ersatz für bekannte Weine. Diese Frage ist Gegenstand des Projekts «Integration pilztoleranter Rebsorten in das Schweizer Weinsortiment». Während der Online-Umfrage konnten einige Kommentare zur Degustation mittels einer offenen Frage gesammelt werden (siehe Abbildung unten). Es handelt sich um eine «Word Cloud»; die Grösse der Wörter steht proportional zur Anzahl Nennungen.



5 Ergebnisse für die Clusters Tradition und Bio

Aus den Gesamtdaten konnten zwei Cluster unterschieden werden. Dabei wurden einige Schlüsselfragen als Unterscheidungskriterien herangezogen.

5.1 Cluster-Auswahl

Anhand der Frage zu Neuheit und Tradition (Antworten: «Tradition» und «eher Tradition») konnte ein Cluster «Tradition» (109 Antworten, 18 % der Stichprobe) unterschieden werden.

Der Cluster «Bio» (50 Antworten, 8,5 % der Stichprobe) wurde anhand der Frage zu den Einkaufskriterien unterschieden (Antworten: «eher wichtig» und «sehr wichtig» für die Kriterien Bio und Biodynamisch).

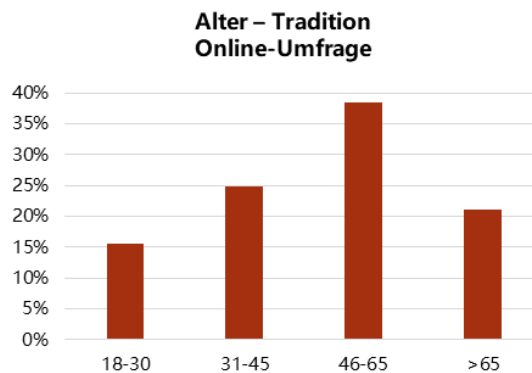
Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse der Cluster «Tradition» und «Bio» aufgeführt.

5.2 Die Eigenschaften des Clusters «Tradition»

Profil

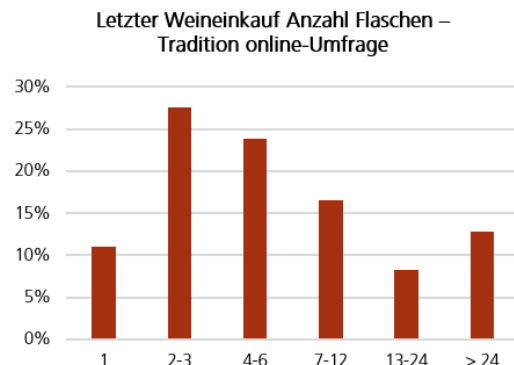
Alter

Entgegen der gängigen Meinung ist das Altersprofil sehr divers und auf alle Altersgruppen verteilt, jedoch insgesamt etwas älter als die Gesamtstichprobe (55 % über 46 Jahre im Vergleich zu 46 % in der Gesamtstichprobe).



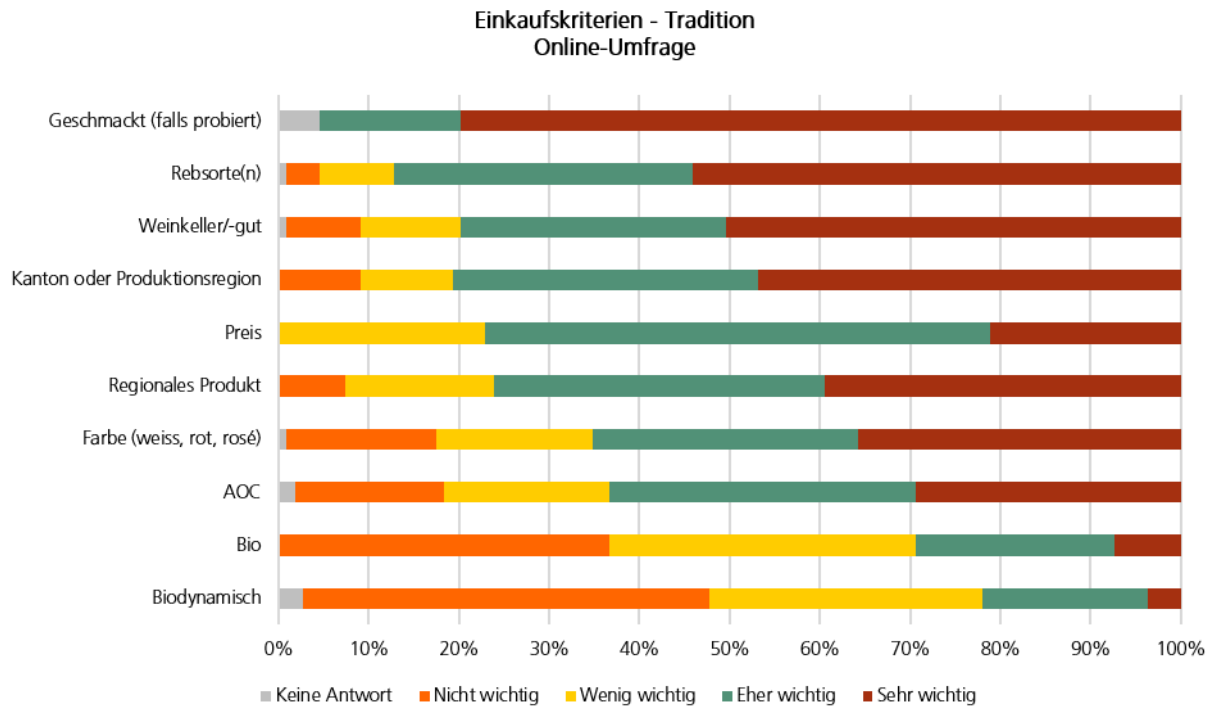
Häufigkeit des Konsums und Anzahl der Flaschen

Der Konsum ist hoch, vergleichbar mit der Gesamtstichprobe. Auch die Anzahl der gekauften Flaschen beim letzten Weineinkauf ist mit der Gesamtstichprobe vergleichbar (36 % der Befragten haben mehr als 6 Flaschen gekauft).



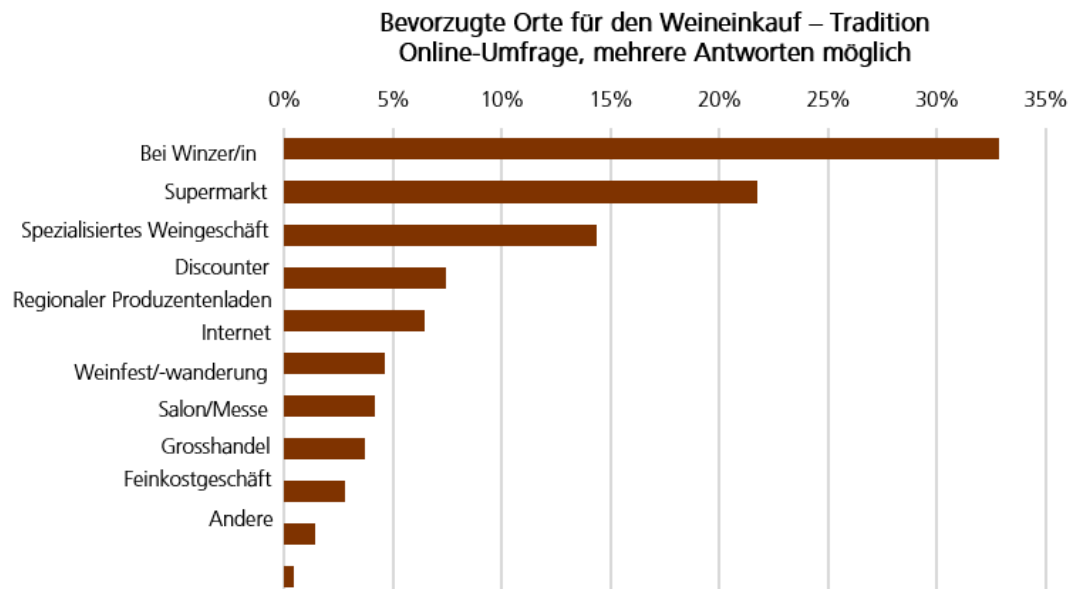
Einkaufskriterien für Schweizer Wein, Cluster Tradition

Die wichtigsten Kriterien sind die Rebsorten, der Weinkeller und die Produktionsregion. AOC ist für 64 % der Befragten eher wichtig bis sehr wichtig. Das Kriterium Degustation ist essentiell.



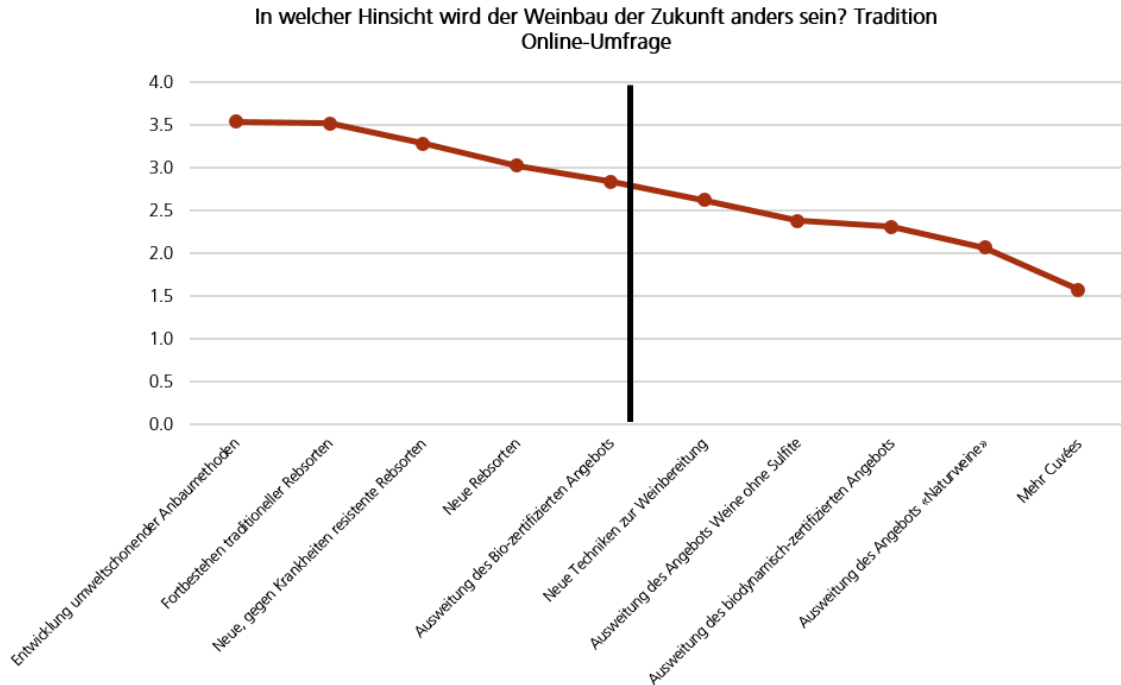
Bevorzugte Orte für den Kauf von Schweizer Wein, Cluster Tradition

Die Weine wurden grösstenteils beim Winzer oder in Supermärkten gekauft. Das Risiko, etwas zu kaufen, das einem nicht schmeckt, ist bei bekannten Weinen gering. Das erleichtert den Selbstbedienungskauf.

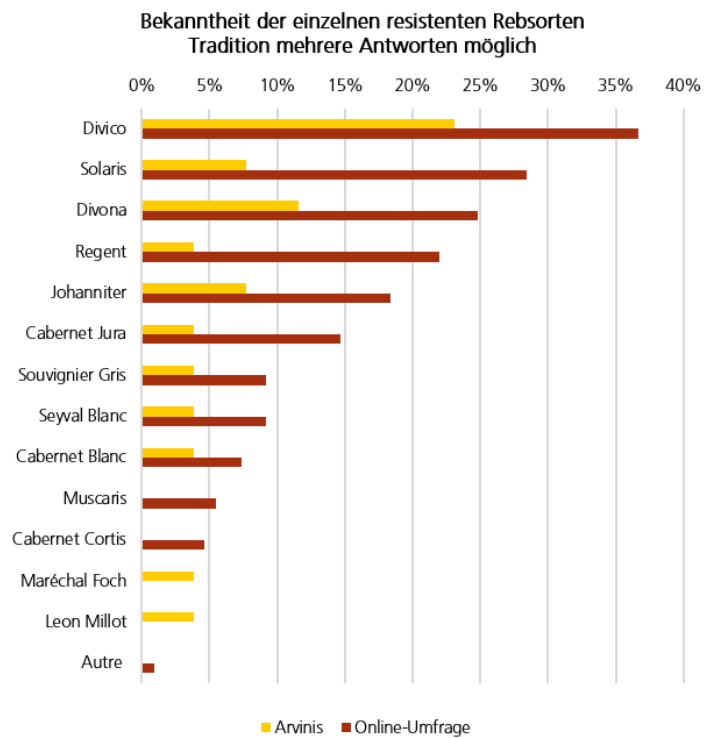
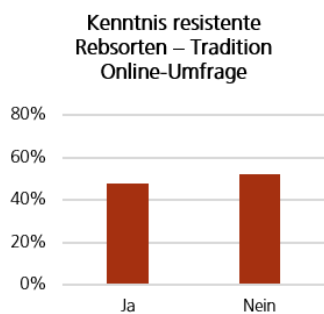
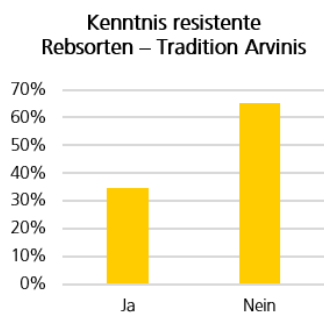


Die wichtigsten Ergebnisse

Bei diesem Cluster steht die Erhaltung der traditionellen Rebsorten zusammen mit der Entwicklung umweltschonender Anbaumethoden an erster Stelle, was kohärent für den Cluster Tradition ist. Aber dies steht nicht im Widerspruch zur Entwicklung von umweltschonenden Anbaumethoden und resistenten Rebsorten sowie zur Ausweitung des Angebots von Bio-zertifiziertem Wein.



Die Kenntnisse über resistente Rebsorten sind vergleichbar mit der Gesamtstichprobe.



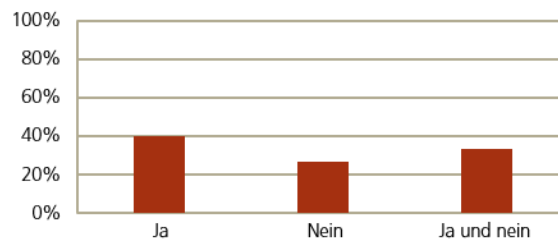
Die Mehrheit der Befragten für den Cluster Tradition, die resistente Rebsorten kennen, hat bereits einen Wein von diesen Sorten probiert; die Resultate der Degustation sind durchgezogen. Eine Mehrheit der Befragten, die resistente Rebsorten kennen, hat zu diesem Zeitpunkt noch keinen Wein von diesen Sorten gekauft.

Online (März-April 2020)

Bereits probiert?



Falls ja, hat er geschmeckt?



Bereits gekauft?

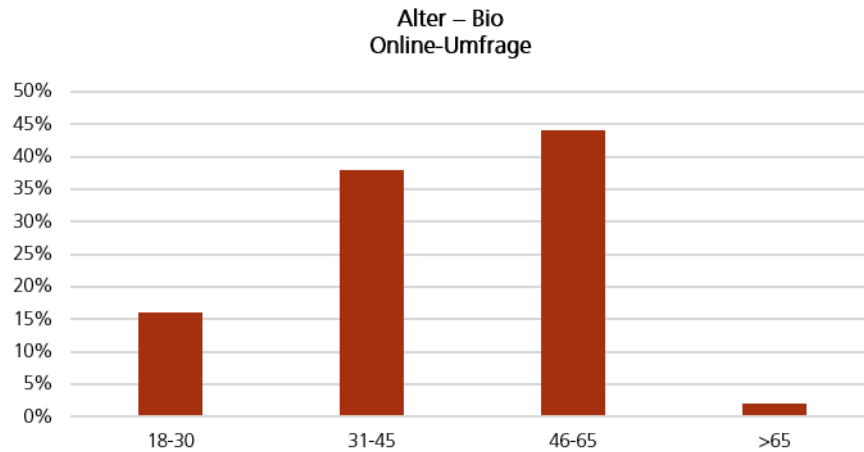


5.3 Ergebnisse des Clusters «Bio»

Profil

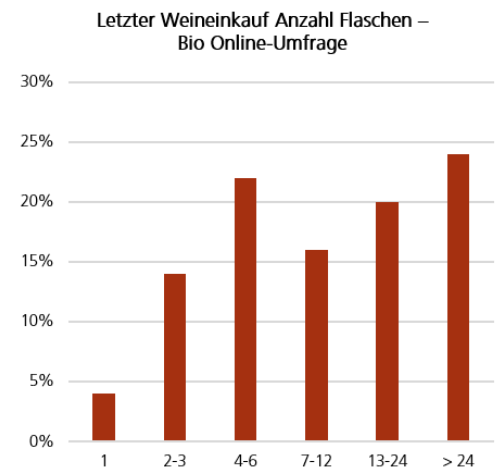
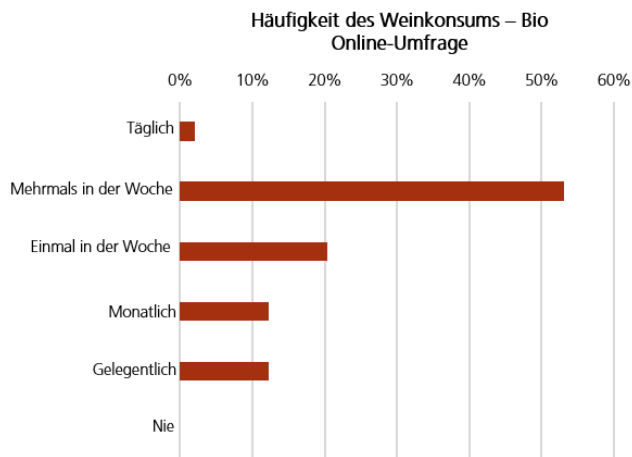
Alter

Das Altersprofil ist divers und über alle Altersgruppen verteilt und ähnlich wie dasjenige der Gesamtstichprobe (46 % über 46-jährig).



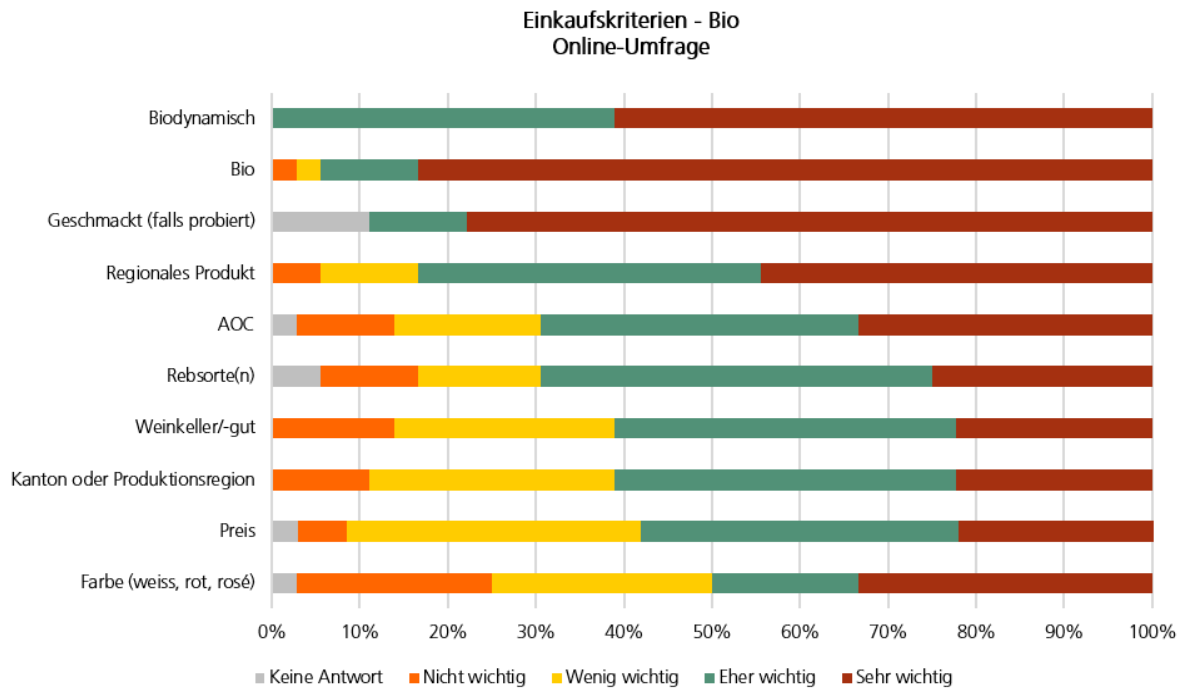
Häufigkeit des Konsums und Anzahl der Flaschen

Der Konsum ist hoch, vergleichbar mit der Gesamtstichprobe. Die Anzahl der gekauften Flaschen beim letzten Weineinkauf sind über der Gesamtstichprobe (60 % der Befragten haben mehr als 6 Flaschen gekauft im Vergleich zu 37 % für die Gesamtstichprobe).



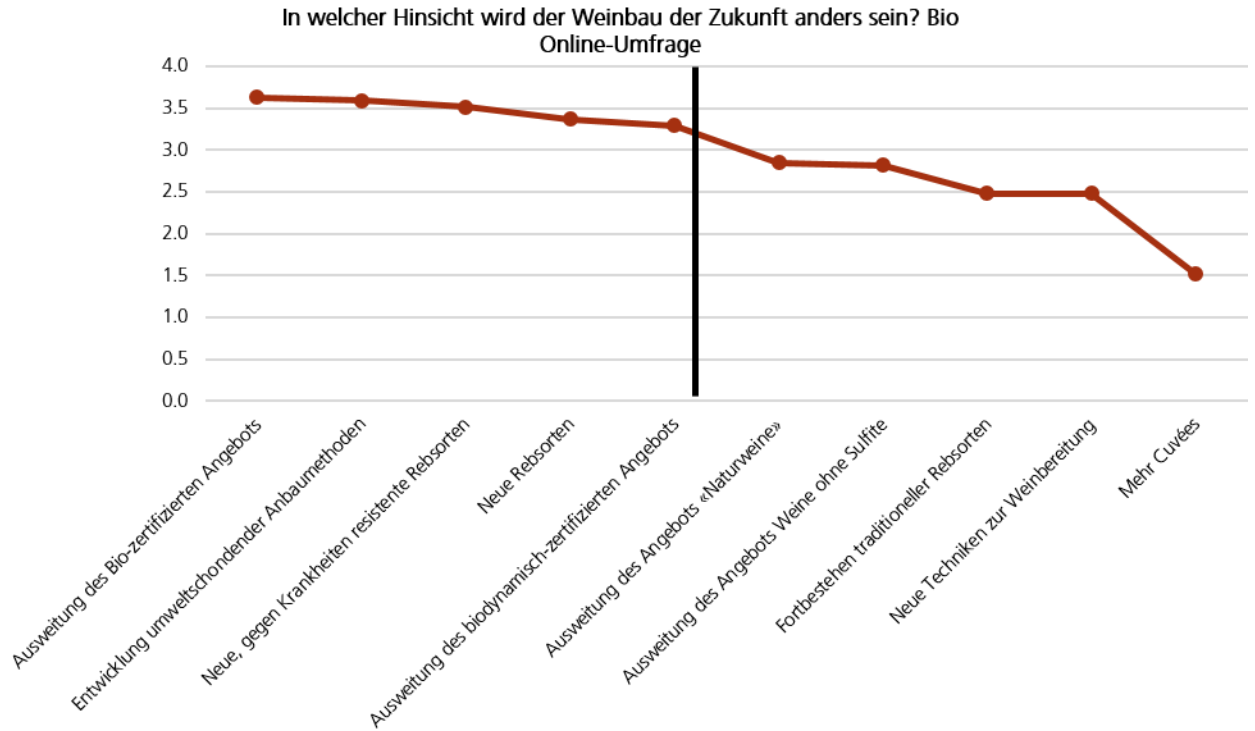
Einkaufskriterien für Schweizer Wein für den Cluster Bio

Die Label Bio oder Biodynamisch wurden für die Abgrenzung dieses Clusters verwendet und sind dementsprechend zuoberst. Einige Käufer/innen, die der Biodynamik den Vorzug geben, stehen dem Bio manchmal sehr kritisch gegenüber. Das erklärt die Anteile «nicht wichtig» und «wenig wichtig» in orange bzw. gelb für Bio. Es ist zu beachten, dass das AOC ein wichtiges Kriterium ist für diesen Cluster: 67 % der Personen im Cluster gewichteten dieses Kriterium als «eher wichtig» oder «wichtig». Auch das Kriterium «Regionales Produkt» ist für den Cluster Bio wichtig. Der Preis ist hingegen weniger wichtig im Vergleich zur Gesamtstichprobe.

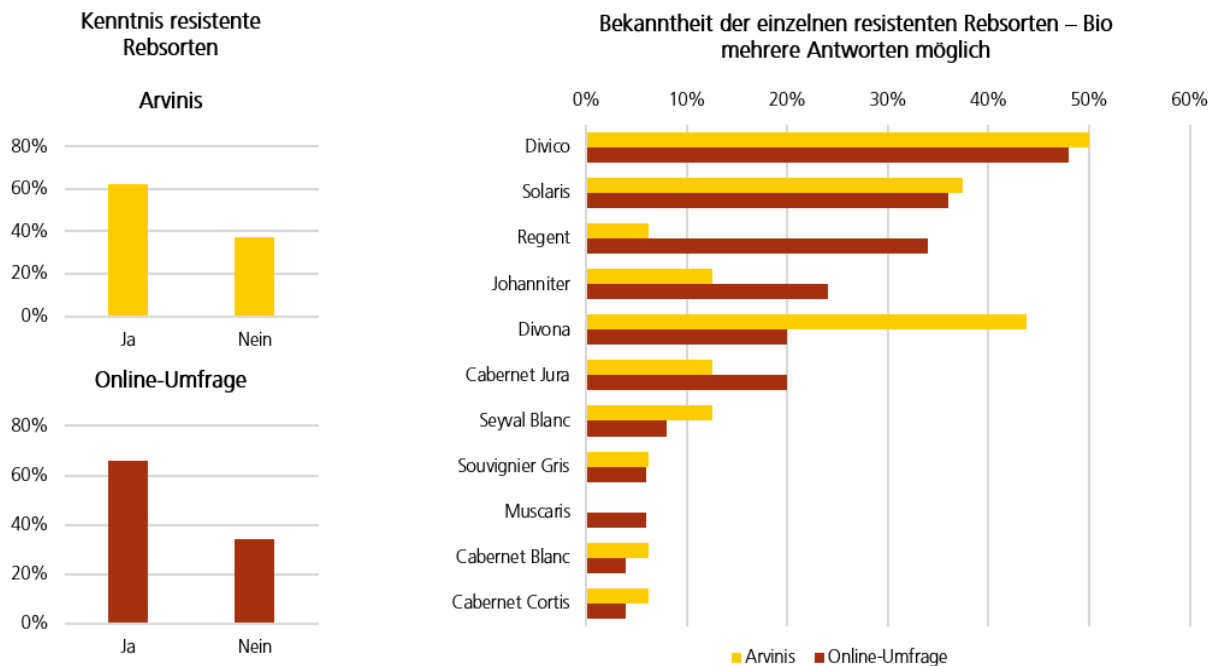


Die wichtigsten Ergebnisse des Clusters Bio

Die Ausweitung des Bio-zertifizierten Angebots kommt zwar zuoberst, die Entwicklung umweltschonender Anbaumethoden für den gesamten Weinbau und die Entwicklung resistenter Rebsorten werden aber ebenfalls hervorgehoben. Das Fortbestehen traditioneller Rebsorten ist weniger wichtig.

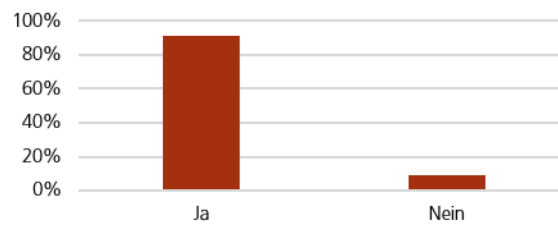


Die Kenntnis der resistenten Rebsorten ist höher als bei der Gesamtstichprobe (60 % gegenüber 50 in der Gesamtstichprobe).

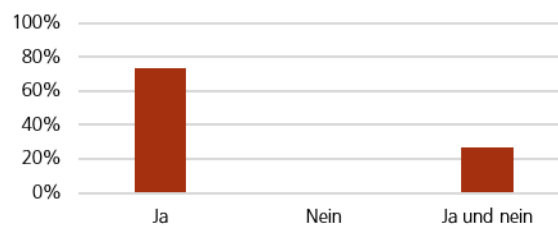


Der Anteil der Personen, die diese Rebsorten bereits degustiert haben, ist ähnlich wie bei der Gesamtstichprobe (90 % des Ja-Anteils). Zu erwähnen ist, dass in diesem Cluster die Mehrheit angibt, den Wein zu mögen und niemand angibt, den Wein nicht zu mögen.

Bereits probiert?



Falls ja, hat er geschmeckt?



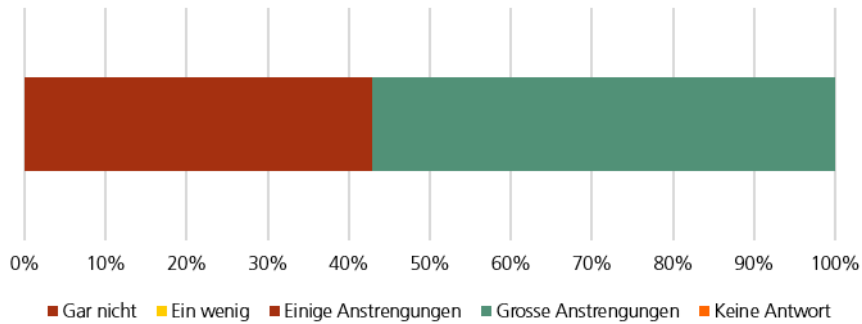
Bereits gekauft?



Persönliches Engagement für die Umwelt

Es überrascht nicht, dass die Befragten im Bio-Cluster ein deutlich höheres persönliches Engagement für die Umwelt angeben als die Gesamtstichprobe. 42 % geben an, einige Anstrengungen zu unternehmen und 58 % grosse Anstrengungen.

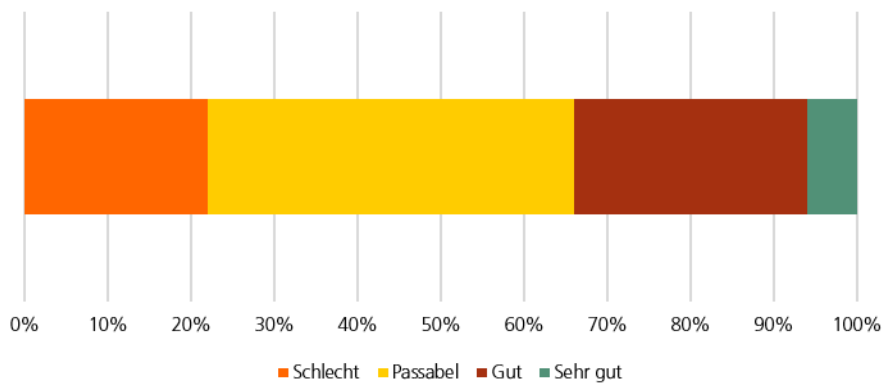
Persönliches Engagement zugunsten der Umwelt Bio – Online-Umfrage



Wahrnehmung der Umweltverträglichkeit des Schweizer Weinbaus

Wie zu erwarten wird die Umweltverträglichkeit des Weinbaus im Cluster Bio als weniger gut wahrgenommen als die Gesamtstichprobe. Für den Cluster Bio nehmen 68 % die Umweltverträglichkeit schlecht oder passabel wahr.

Umweltverträglichkeit des Schweizer Weinbaus – Bio Online-Umfrage



6 Diskussion

Diese Online-Umfrage hat die auf der Grundlage der Befragung an Arvinis formulierten Arbeitshypothesen bestätigt:

- Die Offenheit für neue Rebsorten
- Die Bekanntheit resistenter Rebsorten ist bereits hoch, aber es ist schwierig, sie in effektive Käufe umzuwandeln.
- Die von den Konsumentinnen und Konsumenten erwartete Entwicklung von umweltschonenden Anbaumethoden bezieht sich auf den gesamten Weinbau und nicht nur auf Bio-zertifizierte Weine.
- Fehlende Kenntnisse oder mangelndes Interesse an Weinherstellungstechniken

Dieses Ergebnis ist aus methodologischer Sicht sehr erfreulich, weil es die Stichhaltigkeit der Ergebnisse stärkt und somit ein glaubwürdiger Aktionsplan aufgestellt werden kann.

Was das Profil betrifft, so bestätigt diese Umfrage die Vielfalt der Altersprofile und das Interesse aller Altersgruppen (auch der jungen Konsument/innen) an Schweizer Weinen. Unter den Personen, die Schweizer Wein kaufen, konsumiert ein Grossteil mindestens einmal pro Woche Wein (80% der befragten Personen). Hierbei handelt es sich um einen Kernmarkt, dem im Rahmen der Förderung Aufmerksamkeit geschenkt werden sollte. Umso mehr, als dass diese Konsumierenden auch als Multiplikatoren für gelegentliche Verbrauchende eine Rolle spielen können.

Bei den Ergebnissen fällt die Offenheit für neue Rebsorten und das Bewusstsein für die Bemühungen der Winzer/innen und Kellereien zugunsten der Umwelt auf. Die Kommunikationsbemühungen zu diesen Themen sollten fortgesetzt und verstärkt werden, um das Image der Umweltqualität des Schweizer Weinbaus weiter zu verbessern. Die zusätzliche Frage zum persönlichen Engagement für die Umwelt zeigen, dass die Konsumentinnen und Konsumenten ihre Praktiken in Frage stellen und deshalb auf die ihnen zur Verfügung stehenden Informationen achten.

Die Ergebnisse zu den Einkaufskriterien in der Westschweiz und in der Deutschschweiz können die Debatte über die Frage der Entwicklung der AOCs bereichern. Die beobachtete Offenheit der Käuferinnen und Käufer für neue Sorten (insbesondere tolerante Sorten) bietet einen interessanten Diskussionspunkt.

Was resistente Rebsorten betrifft, ist das Bewusstsein im Vergleich zur aktuellen Rebflächen viel höher als erwartet; die Kommunikationsbemühungen tragen offensichtlich Früchte. Die Neugierde für diese Sorten ist gross und die Vielfalt der Rebsorten und Weinbereitungsmethoden steht der Entdeckung nicht im Weg. Diese Vielfalt erschwert jedoch die Strategie der Entwicklung und Förderung toleranter Rebsorten. Die während der Umfrage gesammelten Kommentare, kombiniert mit der im Rahmen des Projekts durchgeführten Literaturstudie werden bei der Durchführung der kommenden Umfrage bei Kellereien und Selbsteinkellern sehr nützlich sein.

Diese Ergebnisse werden den Fachleuten aus der Branche schnellstmöglich präsentiert, damit sie noch vor Abschluss des Projekts davon profitieren können.

7 Anhang: Fragebogen Online-Umfrage

I. Haben Sie bereits Schweizer Wein gekauft?

Ja/nein -> falls nein nicht unser Zielpublikum, von der Umfrage ausgeschlossen

II. Wie war Ihr letzter Kauf von Schweizer Wein:

2. Wann haben sie das letzte Mal Schweizer Wein gekauft?

a) Gestern/diese Woche	d) Vor längerer Zeit
b) Vergangene Woche	e) Weiss nicht
c) Vor einem Monat	
3. Wie viele Flaschen haben Sie gekauft?

a) 1	d) 7-12
b) 2-3	e) 13-24
c) 4-6	f) >24
4. Was war die Herkunft (Kanton) des Weins/der Weine? Mehrere Antworten möglich (Liste Kantone)
5. Welche Rebsorte(n) haben Sie gekauft? Mehrere Antworten möglich (Liste gängigste Rebsorten)
6. Was war der Preis pro Flasche? Mehrere Antworten möglich

a) < 8 Fr.	f) 18 - 20 Fr.
b) 8-10 Fr.	g) 20-25 Fr.
c) 10-12 Fr.	h) 25-30 Fr.
d) 12-15 Fr.	i) >30 Fr.
e) 15-18 Fr.	
7. Für welchen Anlass haben Sie diesen Wein gekauft?

a) Alltagswein	e) Fest
b) Als Ergänzung zu einem bestimmten Menu	f) Geschenk
c) Apéro	g) Zum Entdecken
d) Essen mit Freunden	h) Als Reserve
	i) Andere:

III. Kaufverhalten

8. Wo kaufen Sie bevorzugt Wein (für Schweizer Wein)? Mehrere Antworten möglich

a) Beim Winzer/bei der Winzerin	g) Discounter (Denner, Aldi, Lidl...)
b) Regionaler Produzentenladen	h) Grosshandel (Aligro...)
c) Weinfest, Weinwanderung	i) Internet
d) Supermarkt (Coop, Manor, Globus)	j) Salon / Weinmesse
e) Spezialisiertes Weingeschäft	k) Andere (bitte angeben)
f) Feinkostgeschäft	
9. Wie wichtig sind die folgenden Kriterien beim Kauf von Schweizer Wein für Sie persönlich?

	Nicht wichtig	Wenig wichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Weiss nicht
Farbe: weiss / rot / rosé					
Preis					
Kanton oder Produktionsregion					
Regionales Produkt					
Bio					
Biodynamisch					
AOC					
Weinkeller / Weingut					
Rebsorte(n)					
Geschmack (falls probiert)					
Andere					

10. Wenn Sie einen Schweizer Wein kaufen, wählen Sie eher Neuheit oder Tradition?

	Neuheit	Eher Neuheit	Kommt drauf an	Eher Tradition	Tradition	Weiss nicht
Weisswein						
Rotwein						

IV. Die Reben und der Wein der Zukunft

11. Wird für Sie der Wein der Zukunft anders sein? Bitte bewerten Sie folgende Aussagen zu den Schweizer Weinen der Zukunft.

Der Weinsektor der Schweiz wird zukünftig folgendermassen aussehen:	nein	Vielleicht	Ja	Weiss nicht
Fortbestehen traditioneller Rebsorten				
Neue Rebsorten				
Entwicklung von umweltschonenden Anbaumethoden für den Weinbau				
Neue Techniken zur Weinbereitung (Vinifikation)				
Neue, gegen Krankheiten resistente Rebsorten (weniger Behandlungen)				
Ausweitung des Angebots an Bio-zertifizierten Weinen				
Ausweitung des Angebots an biodynamisch-zertifizierten Weinen				
Ausweitung des Angebots an «Naturweinen»				
Grösseres Angebot an Weinen ohne Sulfite				
Mehr Cuvées/Assemblagen				
Andere:				

12. Kennen Sie pilzwiderstandsfähige Rebsorten? Ja/nein
13. Falls ja -> Welche Rebsorten kennen Sie? Mehrere Antworten möglich (Liste mit gängigsten resistenten Sorten)
14. Haben Sie schon einmal einen probiert? Ja – nein
15. Falls ja-> Hat er Ihnen geschmeckt? Ja: was hat Ihnen gefallen?
Nein: was hat Ihnen nicht gefallen?
16. Haben sie schon einen gekauft? Ja – nein, falls ja: wieso? falls nein, wieso?
17. Wie beurteilen Sie die Umweltverträglichkeit Schweizer Weine? Schlecht, passabel, gut, sehr gut, weiss nicht
18. Wie häufig trinken Sie Wein?
a) Täglich
b) Mehrmals in der Woche
c) Einmal pro Woche
d) Monatlich
e) Gelegentlich
f) Nie
19. Weinkenntnisse: Welche sind Ihre wichtigsten Informationsquellen? Mehrere Antworten möglich
a) Familie/Freunde
b) Weinführer
c) Kurs in Önologie/Wein(bau)kurs
d) Fachzeitschrift
e) Allgemeine Zeitschriften
f) Degustationen/Messen
g) Internet/Soziale Medien
h) App
i) Ausbildung/Arbeit
j) Fachbücher
k) Andere
20. Unternehmen Sie persönliche Anstrengungen zugunsten der Umwelt (Mobilität, Wohnen, Ernährung...)?

Gar nicht	Ein wenig	Einige Anstrengungen	Grosse Anstrengungen	Keine Antwort

21. Persönliche Angaben (Alter, Geschlecht, Beruf, Nationalität, Wohnort)

