

«Unseren Wein nicht banalisieren»

Walliser Spitzenweine dürfen nicht zu Tiefstpreisen verkauft werden

Wallis. – Um den Walliser Wein an die internationale Spitze zu bringen, muss innerhalb der breiten Palette der Weinsorten eine Rangordnung erstellt werden. Zudem gilt es, eine gezielte Preispolitik zu verfolgen.

Bei jedem Marketing spielt der Preis eine grosse Rolle. Spitzenweine dienen als image-trächtige Zugpferde und sollen auch Spitzenpreise erzielen. Gewisse Weine eignen sich allein wegen ihrer Besonderheit als solche Zugpferde.

Petite Arvine und Cornalin an der Spitze

Die Palette der im Wallis produzierten Weine sei deshalb pyramidenförmig aufzubauen, wie Professor Bernard Catry betonte. Die Rangordnung kann nach verschiedenen Kategorien erfolgen. An der Spitze stehen Appellationen wie «Grand Crus» oder spezifische Rebsorten. «Die Branche hat zwar noch keine endgültige Wahl für diese Hierarchisierung getroffen, aber es eignen sich wohl die Sorten Petite Arvine und Cornalin, um an die Spitze jener Pyramide zu gelangen», so Catry. Beide Sorten zeichnen sich dadurch aus, dass sie relativ teuer sind und nur in geringen Mengen produziert werden. Und weil sie autochthone Sorten sind, die aus dem Wallis stammen, haben sie aufgrund ihrer Qualität und Originalität für die gesamte Branche einen Image projizierenden Charakter. «Umgekehrt wären am Fusse der Pyramide solche Weine angesiedelt, die in sehr grossen Mengen produziert werden, wie beispielsweise der Dôle», erklärt der Pro-

fessor.

Keine Schleuderpreise für Spitzenweine

In der Mitte der Pyramide würden sich solche Weine befinden, die preislich erschwinglich bleiben, aber nicht als Massenware produziert werden. Hier nannte der Professor die Sorten Pinot noir, Fendant, Johannisberg, Heida, Humagne, Syrah oder Malvoisie. Bei der Preispolitik sollten die Weine an der Spitze etwa 25 Franken, jene im Mittelsegment etwa 15 und jene im untersten Segment 10 Franken kosten. «Sobald diese Pyramide definiert ist, muss sie insofern geschützt werden, als dass ihre Spitze in keiner Weise banalisiert werden darf», betonte Bernard Catry. Zu einer solchen Banalisierung könne es kommen, wenn gewisse Rebsorten von der Pyramidenspitze infolge ihrer zunehmenden Berühmtheit plötzlich von allen angebaut und verkauft werden. Mit der Folge, dass eine Weinschwemme jener Sorten entsteht, wie sie beim Fendant und auch beim Pinot noir vor Jahren zu beobachten war, und die zu einem Preissturz geführt hatte. «Unsere Spitzenweine dürfen nicht zu Schleuderpreisen verkauft werden», forderte auch Staatsrat Jean-Michel Cina.

Produktion überwachen

Zur Verhinderung einer Banalisierung stehen der Branche mehrere Instrumente zur Verfügung. Nebst der Verstärkung der auf die Spezialitäten des Kantons bezogenen Image-Werbung soll auch ein breit angelegtes Monitoring die aktuelle Produktion überwachen.

Durch das Monitoring können neue Sorten in die Hierarchiespitze aufgenommen oder bereits banalisierte Sorten ausgeschieden werden.

Den meisten Produkten, die den Aufstieg in ein oberes Qualitätssegment geschafft haben, ist dies gelungen, weil sie ihre rein funktionalen Charakteristiken durch eine starke emotionale Dimension ergänzt haben. «Diese Vorgehensweise ist beim Wein, einem Produkt des Emotionalen, besonders geeignet», so Bernard Catry. Die Werbebotschaften müssen demzufolge eher emotional als sachlich sein.

Lukrativer Direktverkauf

Im Bereich der Distribution sieht Professor Catry noch Potenzial bei den Grossverteilern, die sich sowohl quantitativ als auch qualitativ entwickeln. Die Walliser Weine könnten deshalb künftig in den Vertriebskanälen der Grossverteiler noch zulegen. Besonders interessant ist für jeden Weinproduzenten der Direktverkauf, der ihnen eine höhere Gewinnmarge generiert. Hier ist auch der Tourismus gefordert. «Die Einführung eines echten Weinbautourismus ist eine Gelegenheit, die es wahrzunehmen ist», betonte Staatsrat Cina. Die Produzenten können sich dabei auf die glaubwürdige kontrollierte Ursprungsbezeichnung AOC Wallis stützen und Qualitätsanstrengungen fortsetzen, die es gestatten, dem Konsumenten authentische und sehr hochwertige Weine anzubieten. «Es kommen aber auch Synergien mit den anderen Branchen der Walliser Wirtschaft in Betracht, wie eine stärkere Beachtung des Gäste-Empfangs», so Staatsrat Jean-Michel Cina. **wek**





Eine mögliche Hierarchisierung der Walliser Weine könnte den Petite Arvine und den Cornalin zusammen mit den Grand Crus anderer Rebsorten an die Spitze stellen.

Foto wb