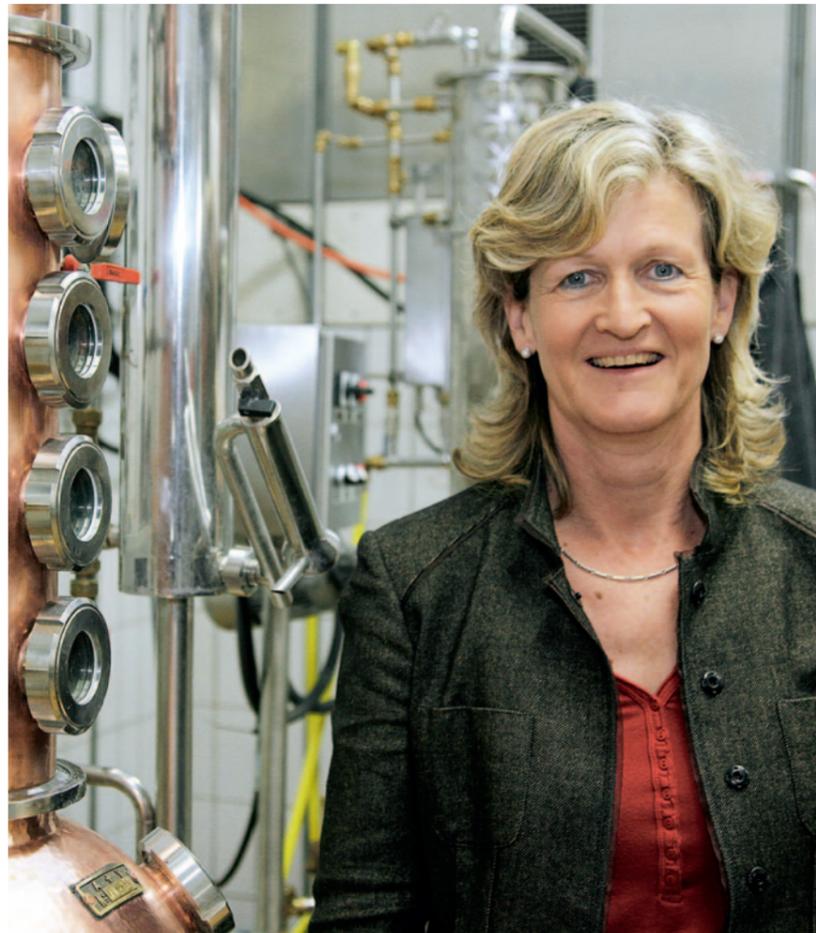


# SCHWEIZER SPIRITUOSEN

## Schweizer Spirituosen auf dem Vormarsch?

Wenn auch die Statistiken ein anderes Bild abgeben – nur noch 13 % der verkauften Spirituosen stammen aus der Schweiz – so zeigen doch gewisse Anstrengungen von verschiedenen Seiten auf eine positive Entwicklung welche auch Hoffnung für die Zukunft der einheimischen Brennerszene zulässt.

BAR-NEWS sprach mit Sonia Petignat-Keller von Agroscope, welche die Gruppe «DARF» koordiniert und auch die Anstrengungen der Schweizer Brenner aktiv mit Forschung und Beratung unterstützt.



BAR-NEWS: Sie haben im letzten Jahr unter der Bezeichnung DARF eine Arbeitsgruppe gegründet. Was will diese Arbeitsgruppe?

Sonia Petignat-Keller: DARF steht für eine Plattform die zum Ziel hat die Konkurrenzfähigkeit der Schweizer Destillate zu fördern indem sie

- Premiumprodukte im Hochpreissegment unterstützt
- Unverwechselbare degustative Qualität fördert

– Spirituosen in kleinen Mengen als Genussmittel sieht und entsprechend fördert

Man will unterstützend dahin wirken, dass der verlorene Marktanteil wieder zurückerobert werden kann.

Welche Kreise gehören denn dieser Plattform an?

Es sind Vertreter von 11 Institutionen u a.: Eidgenössische Alkoholverwaltung (EAV), Agroscope Changins Wädenswil (ACW), Schwei-

zer Schnapsforum, Schweizerischer Brennerverband, Schweizerischer Spirituosenverband, Schweizerischer Obstverband etc.

Mit welchen Problemen aus der Brennerszene werden Sie vor allem kontaktiert?

Dies ist sehr unterschiedlich, auf der einen Seite haben wir einen Projektplan, welcher jährlich besprochen, revidiert und ergänzt wird. Darin enthalten sind Forschungsprojekte, die für die Branche von allgemeinem Interesse sind und zum Teil mehrere Jahre

*«Wir wollen durch aktive Unterstützung dazu beibringen, dass die Qualität der Produkte stimmt.»*

dauern. Dann bin ich zusammen mit der EAV und den Kantonalen Fachstellen für Obstbau für die Modulare Ausbildung der Brenner tätig und im täglichen Geschehen nehmen die direkten Anfragen aus der Branche einen beträchtlichen Teil ein, diese können sehr genereller Natur sein, oder aber technologischen oder analytisch/sensorischen Ursprung haben.

In diesem Zusammenhang stand auch ein Ziel: Die Bündelung der Kräfte zur Eroberung der Marktanteile mit inländischen Qualitätsprodukten. Wie ist dies zu verstehen?

Wir wollen durch aktive Unterstützung dazu beitragen, dass die Qualität der Produkte stimmt und diese auch auf die Bedürfnisse der Konsumenten zugeschnitten ist.

Am 3. Februar in diesem Jahr entstand auch die neue Distisuisse. Welche Aufgaben hat diese Vereinigung?

Wir hatten ja in der Schweiz das Problem, dass verschiedene Organisationen Spirituo-

senverkostungen mit unterschiedlichen Voraussetzungen / Reglementen durchführten. Man hat sich zum Teil eher konkurrenziert als miteinander gearbeitet. Dies hat sich jetzt geändert indem die Branche gemeinsam etwas organisiert. Geplant ist eine nationale Prämierung alle zwei Jahre durchzuführen, welche durch ausgewiesene Fachleute bewertet wird.

Wem nützen solche Verkostungen?

Dies hilft in erster Linie den Brennern, die einen Spiegel vorgesetzt bekommen und damit beurteilen können, wo ihre Produkte im Vergleich zu den Mitbewerbern stehen. Und schlussendlich helfen solche Verkostungen natürlich auch den Konsumenten. Diese haben die Sicherheit, dass sie qualitativ hochstehende Produkte bekommen. Dem Genuss steht nichts im Wege.

Ist es unter Umständen auch geplant eine zentrale Vermarktungsgesellschaft / Marketingorganisation für Schweizer Spirituosen zu schaffen?

Nein davon weiss ich nichts. Aber sicher muss sich die Branche auch in diesem Bereich weiterentwickeln.

Demzufolge auch keine gemeinsamen Exportaktivitäten?

Ja auch hier ist mir keine umfassende Strategie bekannt, welche in diese Richtung arbeiten könnte.

Wo stehen die Schweizer Produkte betreffend der Qualität im internationalen Vergleich?

Unsere einheimischen Produkte stehen qualitativ sehr gut und brauchen den Vergleich mit ausländischen Produkten nicht zu fürchten. Dies zeigen auch Verkostungen im Ausland, wo unsere Produkte oft ausgezeichnet werden.

Sie haben einmal die Aussage gemacht, dass die Konsumentenbedürfnisse in der Vergangenheit zu wenig berücksichtigt wurden. Was steckt hinter dieser Aussage?

Es bringt nichts, wenn wir uns auf nur traditionelle Werte besinnen und dabei vergessen, dass sich ja auch die Konsumentenbedürfnisse ändern. Hier sehe ich auch die Aufgabe die Brenner in diese Richtung zu beraten indem wir Konsumententests und sogenannte Focusgruppen durchführen, um

die Bedürfnisse der Konsumenten besser kennen zu lernen.

Wie sieht die Schweizer Brennerszene heute generell aus?

Denken Sie da zum Beispiel nur an die Produktion von Schweizer Whisky. Vor elf Jahren ist das Verbot aufgehoben worden und heute gibt es bereits rund zwanzig Produzenten.

Denken Sie da zum Beispiel nur an die Produktion von Schweizer Whisky. Vor fünf Jahren ist das Verbot aufgehoben worden und heute gibt es bereits über zehn Produzenten. Und wie Sie wissen kann Whisky nicht einfach mal gebrannt werden, sondern ist als Investition in die Zukunft zu sehen. Dazu braucht es neben dem notwendigen Budget auch den Weitblick in die Zukunft. Im Gegensatz zu Obstbränden kann Whisky nicht ein Jahr hergestellt werden und dann wieder nicht, ich denke das ist mit der richtigen Einstellung eher ein Projekt fürs Leben.

Was mich auch besonders freut; es werden immer weniger Produkte auf den Markt gebracht, welche typische Brennfehler aufweisen. Dies bedeutet eine starke Verbesserung und ausgeprägtes Qualitätsdenken von Seiten der Brenner.

*«Ich bin fest davon überzeugt, dass auch in zehn Jahren noch Destillate aus einheimischen Brennereien genossen werden können.»*

Aber natürlich wird es auch in den nächsten Jahren eine weitere Bereinigung geben müssen. Wie in anderen Branchen werden die Guten eine erfolgreiche Zukunft haben und die anderen werden vom Markt verschwinden. Ich bin fest davon überzeugt, dass auch in 10 Jahren noch Destillate aus einheimischen Brennereien genossen werden können.

Wo sehen Sie ein Hauptproblem der Brenner in der Schweiz?

Ein Problem sehe ich in der unterschiedlichen Besteuerungsabgaben von alkoholi-

schen Getränken. Spirituosen werden sehr hoch besteuert. Ein Brenner bezahlt pro Liter reinen Alkohol CHF 29.00. In der Schweiz wird Wein nicht besteuert und Bier lediglich mit CHF 5.40 pro Liter reinen Alkohol.

Des weiteren waren die Produktionsrestriktionen und Kontrollen bislang sehr gross, dies wird sich nun aber in der nahen Zukunft dank der Totalrevision des Alkoholgesetzes zu Gunsten der Hersteller ändern.

Im Vergleich zum umliegenden Ausland muss auch erwähnt werden, dass z.B. die Brennereien in Deutschland und Österreich von einer staatlichen Absatzförderung, Investitionsbeihilfen, steuerlichen Begünstigungen usw. profitieren können und dadurch gegenüber den Schweizer Brennern einen gewichtigen Marktanteil haben.

Was fasziniert Sie an dieser Branche so besonders?

Das sind eigentlich drei Dinge: Was auch immer ich tue, mich interessiert Qualität, das wichtigste im Leben, denn überstehen wird nur was von höchster Qualität ist; im Wissen und im L(i)eben!

Neben der guten Qualität, ist es aber auch die Vielfalt der in der Schweiz gebrannten Produkte und deren grossartige Aromen.. Ich kenne kein anderes Lebensmittel, welches in so kleinen Mengen genossen, so vielfältig und aromenintensiv ist, das macht meine Arbeit jeden Tag von neuem spannend.

Und zu Guter Letzt: genau so vielfältig wie die Produkte sind deren Hersteller – ich bin in der kurzen Zeit, in der ich bei Agroscope für die Extension Destillate verantwortlich bin, auf so viele unterschiedliche Persönlichkeiten getroffen – auch das bereichert meinen Arbeitsalltag.

Herzlichen Dank!