



Foto: weinbautafotos.ch

WINE IN MODERATION – EINE NEUE GEBRAUCHSANLEITUNG FÜR DEN WEINGENUSS

Nach dem Tabak rückt nun auch der Alkoholkonsum in den Fokus der internationalen Gesundheitspolitik. Ohne Differenzierung werden prohibitionistische Massnahmen vorgeschlagen, die übers Ziel hinausschiessen. Mit der Aktion «Wine in Moderation» soll Gegensteuer gegeben werden, erklärt Olivier Savoy, Geschäftsführer der Vereinigung Schweizer Weinhandel.

Mit einiger Besorgnis ist festzustellen, dass die aktuellen Alkoholpolitiken von Weltgesundheitsorganisation (WHO) und EU vor allem darauf abzielen, die Produkte zu bekämpfen, statt sich auf Missbräuche und Abhängigkeiten auszurichten. Ziel ist, den globalen Konsum zu reduzieren, ohne Rücksicht auf Differenzierung zwischen verschiedenen alkoholischen Getränken und kulturellen Unterschieden der Länder. In der Schweiz streben Gesundheits- und Präventionsorganisationen vor allem fiskalische Massnahmen, Werbeverbote und Handelseinschränkungen an.

Man kommt nicht um den Eindruck einer Flucht nach vorn herum, bei der jeder Schritt den nächsten ankündigt. Die strengsten Freiheitseinschränkungen, die vor Kurzem noch gegen den Gemeinwohl stiessen, erscheinen heute einem grossen Teil der Bevölkerung leider natürlich. Und sogar liberal denkende Geister lassen sich von einer hypothetischen Senkung der öffentlichen Gesundheitsausgaben verführen – ohne zu bemerken, dass mit zunehmenden

sanitarischen Verboten eben diese Kosten steigen, der unkontrollierte Konsum einiger Jugendlicher dabei aber keinesfalls gebremst wird.

Eine Herausforderung für die Weinbranche

Diese repressiven und prohibitiven Alkoholpolitiken verletzen nicht nur die individuellen Freiheiten, sie bringen auch zahlreiche Wirtschaftszweige wie den Weinsektor in Bedrängnis, der für traditionelle und qualitativ hochstehende Produkte einsteht. Somit muss die Weinbranche zuerst das Recht auf Bestand und Konsum seiner Produkte verteidigen, bevor sie sie überhaupt bewerben kann. In diesem Umfeld hat die europäische Weinwirtschaft ein koordiniertes Handeln entwickelt – unter Einschluss des Tourismus und der Hotellerie-Gastronomie, um den gesunden Menschenverstand wieder in den öffentlichen Politiken walten zu lassen.



COMMON MESSAGE
WINE IN MODERATION

WINE
A TASTE FOR MODERATION

WINE COMMUNICATION STANDARDS

- Verantwortungsvolle Werbung

«ART DE VIVRE» EDUCATION PROGRAMS

- Wine in Moderation als Teil eines gesunden Lebensstils

WINE INFORMATION COUNCIL

- Gemeinsame wissenschaftliche Informationsplattform

...und dem gemeinsamen Ziel

- nachhaltige Förderung des verantwortungsvollen Umgangs mit Wein und Sekt
- aktiver Beitrag zur Reduktion von Alkoholmissbrauch
- Abwenden von politischen Restriktionen

«Wine in Moderation – Art de Vivre» ist ein Instrument zur Öffentlichkeits- und Aufklärungsarbeit der Weinbranche und soll zur Reduzierung von alkoholbedingten Schäden und zur Förderung eines gesunden Lebensstils beitragen. Das Programm basiert auf wissenschaftlichen Erkenntnissen, Aus- und Weiterbildungen sowie einem «verantwortlichen» Marketing, das eine entsprechende Kommunikation einschliesst und dabei die gesamte Weinwertungskette stärkt.

Wine in Moderation

Das Programm «Wine in Moderation» (WIM) leistet einen Beitrag zur langfristigen Sensibilisierung der Weinkonsumenten und -branche für einen verantwortungsvollen Umgang mit Wein. Zentrale Zielsetzung des WIM-Programms ist, eine für alle Akteure der Weinbranche einheitliche Kernbotschaft zu kommunizieren, die grenzüberschreitend alle Weinkonsumenten unabhängig von Alter, Geschlecht, Ort oder Grund des Weingenusses anspricht. Diese Botschaft ist einfach und aussagekräftig zugleich: «Trinken mit Genuss und Verstand».

Die Schlüsselemente dieser einheitlichen Kernbotschaft werden mittels Informationskampagnen, gezielten Kommunikationsunterlagen, Schulungen, wissenschaftlichen Studien usw. vermittelt und bearbeiten Themenbereiche wie gesundheitsfördernden Weingenuss, mit übermässigem Weinkonsum verbundene Risiken, und Weinkultur im Allgemeinen. Dabei werden Gesellschaft, Kultur und Tradition der jeweiligen Region berücksichtigt.

Schliesslich erlaubt «Wine in Moderation» gegenüber der öffentlichen Hand als regelmässiger und zuverlässiger Ansprechpartner aufzutreten und sich verschiedenen Verpflichtungen zu verschreiben wie Kommunikations- und Werbestandards, Präventionskampagnen, massvollen Konsum und Förderung von Wein als «Art de vivre». Und hier liegt der Kern des Programms: Die «Gebrauchsanleitung für den Wein soll von niemand anderem verfasst werden als von der Weinbranche selbst.



OLIVIER SAVOY

Geschäftsführer Vereinigung Schweizer Weinhandel (VSW)
osavoy@ascv-vsw.ch

VERKAUFSFÖRDERUNG STATT PROTEKTIONISMUS

Folgender Abschnitt zeigt auf, warum es gemäss der Vereinigung Schweizer Weinhandel (VSW) falsch wäre, zur Ankurbelung des Schweizer Heimmarkts auf einen verstärkten Protektionismus zu setzen (Aus Centre Patronal: «Schweizer Wein – ohne Wenn und Aber!»).

Neuverhandlungen von Kontingentszuteilungen mit der Welt handelsorganisation oder mit der Europäischen Union können viel Zeit in Anspruch nehmen, und das Ergebnis ist nicht abschätzbar. Auch könnte die Schweiz Vergeltungsmassnahmen ausgesetzt werden, die sich auf die von ihr exportierten Produkte auswirken – zum Beispiel auf den Gruyère AOP, von dem 40 % exportiert werden. Vor allem ist nicht gesagt, dass sich die Konsumentinnen und Konsumenten auf diese Weise unter Zugzwang setzen liessen. Ausländische Weine sind nicht beliebig gegen Schweizer Weine austauschbar, und es gibt weitere alkoholische Produkte, die mit ihnen konkurrieren. Wir können unsere Mitbürger selbstredend nicht zwingen, unseren Wein zu trinken. Auf der anderen Seite müssen wir alles tun, was wir können, damit sie dies wollen. So die Ansicht der Berufsverbände und vieler Winzer, die aus Überzeugung oder schlichtem Realismus heraus nicht verlangen, die Grenzen zu schliessen, sondern sich lieber auf die Vermarktung ihrer Produkte konzentrieren. Verkaufsfördernde Massnahmen ermöglichen es, den Absatz von Schweizer Wein zu steigern. Und zwar zu Preisen, die seiner Qualität entsprechen. In diesem Bereich können neben den Berufsverbänden die Behörden eine wichtige Rolle spielen. Im September haben die Westschweizer Weinkantone (Waadt, Wallis, Genf und Neuenburg) mit Unterstützung der Dachorganisationen offiziell bei Bundesrat Guy Parmelin interveniert und um Nothilfe ersucht. Ihre Bitte wurde erhört. Eine grosse Kampagne zur Förderung von Schweizer Wein wird derzeit im ganzen Land lanciert. Sie wird je zur Hälfte vom Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) und vom Detailhandel finanziert. Diese zweijährige Kampagne wird dazu beitragen, das Image und den Bekanntheitsgrad der Schweizer Weine zu stärken. Die Bemühungen sind vor allem auf junge Konsumentinnen und Konsumenten ausgerichtet, die überzeugt werden sollen, «weniger, aber besser zu trinken».