



Schaffhauser Landzeitung  
8226 Schleithelm  
052/ 687 43 43  
www.shlandzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 2'279  
Erscheinungsweise: 3x wöchentlich

Themen-Nr.: 540.3  
Abo-Nr.: 1088177  
Seite: 1  
Fläche: 15'191 mm<sup>2</sup>

## Viel Wissenswertes über Wein

**Schaffhausen** Am Samstagmorgen lud der Branchenverband Schaffhauser Wein zu einer Weiterbildung im Hofackerzentrum Buchthalen. Neuigkeiten aus erster Hand wurden versprochen. Der Saal war voll. Weininteressierte kamen aus unterschiedlichen Blickwinkeln auf ihre Kosten. Wein ist ja nicht gleich Wein. Vor allem, wenn er gehegt und gepflegt, gekeltert, vermarktet und genossen werden soll. Die Veranstaltung war eine Demonstration mit Informations- und Lerneffekt. Auch für die zahlreichen Kenner des Weins.

Markus Leumann, Rebbaukommissär, informierte über den Status Quo des Rebbaus, vor allem über die Produktionskosten. Ein Thema, das den anwesenden Weinbauern gut bekannt sein dürfte. Mechanisierung ist das Zauberwort. Aber nur, wenn diese sinnvoll und in Kooperation der Geräte mit andern Weinbauern eingesetzt wird.

Daniel Ciapponi, Gastronom Schlössli Wörth, sprach über Spitzenweine in der Gastronomie. Erst hatte er 12 Schaffhauser Weine auf seiner Weinkarte. Mittlerweile sind es 76. Lustig wurde es, als er über das Thema «No fun, no business» sprach. Begeisterung gehört beim Geschäft dazu. Es ist für ihn eine Tatsache, dass das Mittelmass in der Gastronomie wie auch im Weinbau keine Zukunft hat. Mit Mittelmass meint er auch die Beratungskompetenz. Für ihn besteht diese

aus 25 Prozent Fachwissen und 75 Prozent Persönlichkeit des Beraters. Beides sei unabdingbar. Wenn ein Weinbauer lieber mit seinen Reben spricht als mit den Kunden, ist das gut. Dann bräuchte er aber einen Mittler, der verkaufen hilft.

Claude Gerwig, Leitung Berufliche Weiterbildung Strickhof, machte sich für die Weiterbildung von Winzern und Weintechnologen stark. Dies war natürlich eine Webeveranstaltung für sein Unternehmen. Aber unstrittig ist ein klares Angebot für Menschen, die sich akademisch weiterbilden wollen.

Hans-Peter Bareth, Geschäftsführer Weinkellerei Rahm, informierte über die Herausforderung einer Grosskellerei. Damit schloss er die Innovationskraft seiner Firma, aber auch die Innovationskraft von Klettgauer Weinbauern mit ein. Für seine Firma belegte er das mit eindrucklichen Zahlen.

Schlussendlich informierte Beat Hedinger, Geschäftsführer Schaffhauser Wein, über das Aktuelle aus dem Schaffhauser Blauburgunderland. Und da sind wir bei Werbung. «Nie stehen bleiben», sagte er. Die Weiterentwicklung der Popularität des Schaffhauser Weins kostet Geld. Klassische Werbung mit Coop, Volg und Rimuss und andere Webeaktivitäten kosten wohl einen Zustupf. Aber es lohne sich, denn diese Kanäle vertreiben Klettgauer Weine. (wt)