

«OBWOHL TRENDSETTER
IN DER BRANCHE,
PLANT UND DENKT
NAUER IN GROSSEN
ZEITRÄUMEN.»

WIE ES ZUM «PORTWEIN» UND RIPASSO AUS DEM AARGAU KAM

ALS EX-BANKER IST ES SICH PATRIK NAUER GEWOHNT, ZAHLEN NÜCHTERN ZU ANALYSIEREN. DOCH WENN ES UM WEIN GEHT, SPRUDELT SEINE LEIDENSCHAFT ÜBER. IN ÜBER 20 JAHREN HAT ER AUS DEM TRADITIONSHAUS NAUER WEINE EINE ERSTKLASSIGE ADRESSE FÜR SPITZENWEINE GEMACHT – UND SCHON MANCHEN TREND IN DER SCHWEIZER WEINSZENE GESETZT. WIR HABEN DEN «ALCHIMISTEN» DES REBSTOCKS IN SEINEM «WEINSCHLOSS» IN BREMGARTEN AUFGESUCHT.

Die Fassade fällt auf. Überwachsen von Reblaub, erinnert sie an ein spätmittelalterliches Rathaus. Damit würde der Hauptsitz der Nauer Weine bestens in die pittoreske Bremgarter Altstadt passen – stattdessen ist er am Rand der Aargauer Gemeinde angesiedelt.

Doch das ist nicht das Einzige, was am renommierten Weinhaus überrascht. Wenn Hausherr Patrik Nauer einen durch die Gänge führt, werden die Dimensionen erkennbar: Da erstreckt sich Weinkompetenz von der Produktion bis zum Handel über vier Stockwerke hinweg. Das Kellergeschoss dringt über eine Länge von rund 200 Metern in den Boden ein. Hier finden sich Abfüllerei, Trotte, Holzfass- und Barriquekeller – sowie ein Fasstank aus Granit. «Das ist eine Neuheit, die ich in Österreich entdeckt habe», erklärt Nauer. «Stein ist anders als Stahl ein Naturmaterial, das

schon die alten Römer nutzten. Wir möchten ausprobieren, wie der Wein darin reift.»

SCHAUMWEIN AUS SCHWEIZER HOCHSTAMMÄPFELN

Die Neugier und die Experimentierfreude sind es, die Patrik Nauer auszeichnen. Zwar ist er mit der Weinkultur aufgewachsen. Aber als junger Wirtschaftswissenschaftler liebäugelte er zuerst mit einer Karriere im Banking. Bis er nach verschiedenen Funktionen bei der Credit Suisse spürte, dass sein Unternehmerherz im komplexen Grossunternehmen verkümmerte. So machte er eine 180-Grad-Wende und stieg 1998 mit frischen Ideen ins Familienunternehmen ein. Bis heute sind ihm diese nicht ausgegangen, wie ein Blick in die Vinothek zeigt.

Saisongetreu hat Nauer im Ladenzentrum eine Pomex-Aktion aufgebaut. Pomex – so heisst sein

spritziger Apfelschaumwein, mit wenig Alkohol und dem Saft aus frisch gepressten Schweizer Hochstammäpfeln. Das Spezialgetränk entstand sozusagen aus der Not.

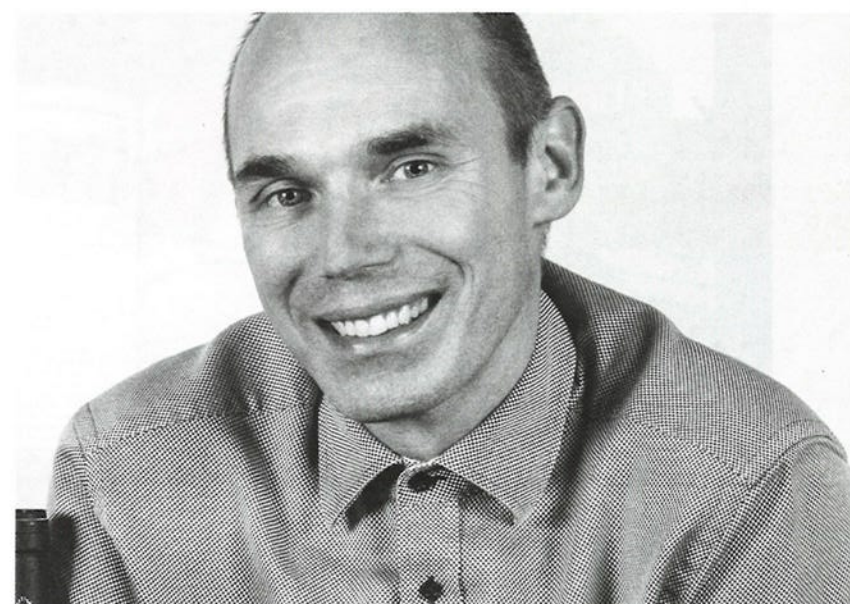
«Am Apfelbaum meiner Schwester hingen einmal so viele Früchte, dass sie mich fragte, ob wir diese nicht verwerten könnten», erinnert sich Nauer: «Wir produzierten kurzerhand Schaumwein aus den Äpfeln und fügten etwas Himbeeren und Zimt hinzu. Im ersten Jahr starteten wir mit 200 Litern.»

Das Apéro-Getränk kam so gut an, dass der Baum der Schwester nicht mehr ausreicht. Mittlerweile lässt sich Nauer von mehreren Apfelbauern beliefern.

KLASSE STATT MASSE

Die Geschichte verrät sein Erfolgsrezept: «Wir kreieren Neuheiten und stellen sie zuerst in

kleinen Mengen her. Dann beobachten wir, wie sie bei der Kundschaft ankommen. Das ist wie ein Markttest», meint Nauer und fügt schmunzelnd an: «Manchmal geht probieren über studieren.» Als kleine Versuchsserie hat auch der erste Schweizer Ripasso (sinngemäss übersetzt: «zweite Gärung») begonnen, vor rund sieben Jahren. Ursprünglich in Italien abgeguckt, verblüfft Nauer inzwischen sogar die Südländer. Als Pionier stellt er nämlich weissen Ripasso her. «Etwas Derartiges existierte vorher nicht. Also konnte man nicht von einem Bedarf sprechen. Dieser kommt erst auf, wenn ein Produkt bei der Degustation positiv auffällt», konstatiert Nauer. Beim Schweizer Ripasso scheint dies definitiv der Fall zu sein. Denn immer mehr Nachahmer drängen in den Markt. Bis sie ihre Nische gefunden haben, ist Nauer aber schon wieder einen Schritt weiter.



WEIN-TRENDSETTER

Patrik Nauer studierte an der Universität in Zürich Volks- und Betriebswirtschaft. Danach führte sein Weg in die Credit Suisse. Nach ein paar Jahren entschloss er sich als 4. Generation bei Nauer Weine AG einzusteigen, wobei er heute Inhaber und Geschäftsführer ist.



TRADITION MIT INNOVATION

Die Weinproduktion ist das Herzstück des Hauses Nauer mit seinen 35 Mitarbeitenden. Doch die Inspirationen holt sich Nauer nicht zuletzt dadurch, dass er auch mit Qualitätsprodukten aus dem In- und Ausland handelt. So fragte er sich eines Tages, wieso das Portweinverfahren aus dem Douro-Tal eigentlich im Aargau nicht funktionieren sollte. Das regte einen Innovationsprozess an. Entstanden ist Edelsüss – ein Likörwein aus verschiedenen Traubensorten, der ein süßes Bouquet in den Gaumen bringt, ohne klebrig zu wirken. «Es ist ein Vorteil, dass wir auf über 125 Jahre Erfahrung in der Weinproduktion zurückschauen können. Aber wir dürfen uns nicht damit zufriedengeben. Mein Ziel ist es, Tradition mit Innovation zu verbinden», stellt Nauer klar. Und man stellt schnell fest: Es ist mehr als ein Lippenbekenntnis.

Seine 40 Eigenproduktionen aus 23 Rebsorten, 100 Prozent «made in Aargau», können mit internationalen Spitzenweinen locker mithalten. Auch preislich. Kein Wunder, hat Nauer mit seiner Nase für Neuerungen eine hohe Trefferquo-

te: «Etwa zwei Drittel unserer Testprodukte kommen langfristig ins Sortiment.» Ebenso wichtig

«FAST 70 PROZENT
DES UMSATZES
ERZIELEN WIR IN DER
GASTRONOMIE.»

sei aber, dass man keine Angst vor Misserfolgen habe. Denn auch im Weingeschäft gelte: «Wer wagt, gewinnt.»

Obwohl Trendsetter in der Branche, plant und denkt Nauer in grossen Zeiträumen. Als Finanzspezialist hat er zwar die Rentabilität im Griff, aber sie ist nicht seine Triebfeder: «Wein entsteht seit jeher im Zusammenspiel von Natur und Handwerk. Der Rebbau ist eine äusserst aufwendige und langfristige Form der Landwirtschaft», sinniert Nauer. Zuerst gelte es, eine Rebe zu züchten, zu pflanzen – dann fliesse der

erste Ertrag nach 3 Jahren. Wer sich heute für eine neue Rebsorte entscheide, lege damit den Boden für die nächsten 15 Jahre. Noch extremer ist die Grössenordnung im Weinkeller: Die Eiche muss erst mal 80 werden, bis sich daraus ein Fass schreinern lässt.

NACHHALTIGKEIT LIEGT IN DER NATUR DES WEINBAUS

«Nachhaltigkeit leben wir darum ganz natürlich», betont Nauer. Sie ist für ihn aber keine Frage der «Bioetikette». Überhaupt sei die Bio-Zertifizierung im Weinbau höchst kostspielig. Viele Produzenten bieten zwar Bio-Qualität an, verzichten aber wegen des «Papierkriegs» auf das begehrte Label. Für Nauer reicht der Nachhaltigkeitsgedanke darum weit über den ökologischen Anbau hinaus und umfasst ebenso die Beziehungen zu Lieferanten, Kunden und Personal. «Aus diesem Grund arbeiten wir nur mit Familienunternehmen zusammen, welche die gleichen Werte grosschreiben wie wir.» Egal, wo er nach edlen Tropfen Ausschau hält: Bei

dieser Philosophie macht Nauer keine Abstriche. Allerdings muss er trotz langfristigem Horizont manchmal improvisieren. Zum Beispiel bei Ausbruch der Coronakrise. «Fast 70 Prozent des Umsatzes erzielen wir in der Gastronomie. Und diese blieb während des Lockdowns geschlossen», erzählt Nauer. «Das war eine Premiere in unserer Firmengeschichte.» Statt maximal alle sechs Wochen schrieb er die Kundschaft im Zweiwochenrhythmus per Newsletter an. Mit Erfolg: «Wir erlebten einen Boost an Online-Bestellungen wie nie zuvor.» Über die Sommermonate hin gelang es Nauer Weine, den Umsatz wieder auf dem Vorjahresniveau zu stabilisieren. Den Umsatzverlust des Lockdowns wettzumachen, ist jedoch nicht möglich.

Mit seinen pointierten Gedanken vermittelt Nauer seinen Besuchern das Gefühl, dass die sprichwörtliche Wahrheit wirklich im Wein liegt. Und wer das schmucke Haus mit den Rebläuben verlässt, hat nicht nur die Einkaufstasche voller edler Tropfen, sondern auch den Kopf voller Inspirationen.