



Petra Zelger Planer
(Prackfolerhof) und Christoph
Mock (Wassererhof) bei der
Verkostung im Keller – zwei der
sechs Völser Winzer:innen.

—INTERVIEW

Sechs Köpfe, eine Botschaft

Völs am Schlern. Vor über zehn Jahren haben sich die Völser Winzer:innen zusammengetan, um ihrer Weinregion ein Gesicht zu geben – sechs Weingüter, eine Tradition. Petra Zelger Planer (Prackfolerhof) und Christoph Mock (Wassererhof) erzählen, was ihr Netzwerk trägt und was Wein mit Kulturarbeit zu tun hat.

alma
Von unseren Höfen.
Für unsere Teller.

In Völs wird seit Jahrhunderten Wein angebaut. Heute gibt es rund 55 Hektar Rebfläche. Von den 38 Weinbaubetrieben füllen sechs ihre Weine selbst ab, anstatt ihre Trauben an Kellereien zu liefern. Diese sechs – Bessererhof, Fronthof, Grottnerhof, Gump Hof, Prackfolerhof, Wassererhof – treten als „Völser Winzer“ auf. Woher kam der Wunsch, sich zusammenzutun?

Petra: Wein fand in Völs lange wenig Beachtung – dabei hat die kleine Berggemeinde einiges zu bieten. 2013 kam die Idee auf, das zu ändern, dem Wein mehr Gewicht und mehr Sichtbarkeit zu geben. Als Winzer:innen haben wir schnell gemerkt: Bevor wir nach

außen gehen, müssen wir uns erst einmal untereinander vernetzen. So ist unser Verbund in ganz kleinen Schritten entstanden, mit Betriebsführungen, gemeinsamen Auftritten und Veranstaltungen.

Christoph: Viele Gäste, die zu uns nach Völs und ins Schlerngebiet kommen, bringen klare Erwartungen mit. Sie suchen lokale Produkte, wollen wissen, woher etwas kommt. Gemeinsam mit unserem Engagement hat das die Entwicklung vorangetrieben.

Petra: Heute steht in keinem Restaurant der Umgebung nicht mindestens ein Völser Wein auf der Karte. Das war vor 15 Jahren noch nicht so.

—Unsere Zusammenarbeit lebt von Kontinuität. Darauf lässt sich aufbauen.

Ihr Völser Winzer seid sechs eigenständige Betriebe, sechs unterschiedliche Persönlichkeiten. Was hält eine solche Gruppe über Jahre zusammen?

Petra: Wirtschaftlich macht jeder Betrieb sein eigenes Ding, und jeder von uns hat eine etwas andere Vorstellung davon, was ein guter



Hinter jedem Wein steckt viel Handarbeit. Dieses Wissen wollen die Völser Winzer:innen an Besucher:innen, aber auch an Partner in der Gastronomie weitergeben.



Wein ist. Aber genau das ist unser Potenzial: Sechs Betriebe mit sechs Geschichten kümmern sich in einem kollegialen Zusammenschluss darum, dass das Thema Wein mehr bespielt wird. Vor allem mit Veranstaltungen. Und jeder Betrieb bringt seine eigene Perspektive ein. Das ist schon sehr spannend.

—Um nach außen geschlossen auftreten zu können, muss man intern gut miteinander zurechtkommen.

Christoph: Bei uns ist das wie in jeder guten Beziehung: Man muss daran arbeiten. Wir haben zum Beispiel gemerkt, dass das Interesse an bestimmten Veranstaltungsformaten im Laufe der Zeit nachlässt. Also haben wir neue Begegnungsmöglichkeiten geschaffen, etwa eine Veranstaltungsreihe mit Wein und heimischer Küche direkt auf den Höfen. Wir holen die Leute zu uns, zeigen ihnen, was wir machen, reden mit ihnen. Unsere Zusammenarbeit lebt von Kontinuität. Darauf lässt sich aufbauen.

Petra: Für mich spielt das Kollegiale eine sehr wichtige Rolle. Wenn untereinander nicht der Konkurrenzgedanke dominiert, sondern ein freundschaftliches Miteinander, ist auch die Lust da, gemeinsam etwas zu machen.

Um nach außen geschlossen auftreten zu können, muss man intern gut miteinander zurechtkommen. Am Ende sind wir Botschafter:innen für das, was hier entsteht: guter Wein. Und wir laden Gäste und Einheimische dazu ein, ihn dort zu erleben, wo er entsteht.

Botschafter:innen brauchen ein Publikum. Und Weinkultur braucht Menschen, die verstehen, was hinter einem Glas steckt. Wie erreicht ihr die?

Christoph: Etwas vom Schwierigsten ist es, die Einheimischen mitzunehmen. Man kennt sich zwar, aber trotzdem ist der Schritt, zu einer Weinveranstaltung zu kommen, für viele noch zu groß. Wein wird auch oft als etwas Elitäres wahrgenommen. Viele sagen sich: Ich verstehe da eh nichts.

Petra: Dabei fehlt oft nur ein Berührungspunkt: ein Gespräch, eine Verkostung, ein Moment, in dem jemand erklärt, was sie oder er sich bei dem Wein gedacht hat.

In der Gastronomie ist Wein ein hart umkämpftes Feld – die Weinkarten sind lang, die Angebote zahlreich. Wie schafft ihr Sichtbarkeit?

Petra: Mittlerweile sind wir in Restaurants und Hotels recht gut vertreten, sind aber auch auf das Wohlwollen der Gastronomie angewiesen. In einem kleinstrukturierten Ort ist dieses Entgegenkommen umso wichtiger und entsprechend auch das Netzwerk. Deshalb

setzen wir so stark auf Betriebsführungen. Wein ist nicht gleich Wein: Zwischen Wachstum, Ausbau und Reife im Keller vergehen zwei, manchmal drei Jahre. Es ist unheimlich wichtig, dass jemand das Handwerk kennt und die Geschichte dahinter vermitteln kann. Wenn eine Sommelière oder ein Sommelier von dir überzeugt ist, das dem Gast weitergibt und deinen Wein empfiehlt, generiert das mehr Umsatz für dich als jede Weinkarte.

Christoph: Und genau da hilft die lokale Verankerung. Ein Wein aus der Region bietet dem Service Raum, Geschichten zu erzählen – von einem Ort und den Menschen dahinter. Der Großteil der Leute, die direkt bei uns ab Hof kaufen, kommen, weil sie den Wein vorher irgendwo in einem Gastbetrieb kennengelernt haben.

Weinkultur entsteht nicht durch einen Jahrgang, sie braucht Geduld, Wiederholung, Vertrauen. Wovon wünscht ihr euch mehr?

Christoph: Wir verlangen nichts, es braucht einfach Zeit. Kultur muss wachsen, das dauert. Ich sehe Gastwirt:innen, die sich heute ganz anders verhalten als noch vor fünf Jahren, die Interesse entwickelt haben und es weitergeben. Das ist eine spürbare Veränderung.

Petra: Damit unsere Arbeit fruchtet, müssen wir immer wieder präsent sein, erzählen, uns zeigen. Die Gastronomie ist unser verlängerter Arm. Der Gast trinkt unseren Wein im Restaurant, ist zufrieden, das Lokal bekommt eine gute Rückmeldung für die Empfehlung. Der Gast kommt irgendwann zu uns auf den Hof, geht mit einem Lächeln und erzählt davon. Davon profitiert auch die Gastronomie, die den Betrieb ja empfohlen hat. Und so schließt sich der Kreis.

Was dir die Völser Winzer mitgeben können

In unsicheren Zeiten gewinnen vertraute Gesichter an Bedeutung. Kleine Produzent:innen mit klarer Handschrift haben einen echten Vorteil gegenüber anonymen Großbetrieben.

Nicht nur auf Bewertungen setzen. Weinführer und Verkostungen spielen eine Rolle, doch entscheidend ist die eigene Haltung. Noch wichtiger als Punkte oder Noten ist das bleibende Erlebnis, das mit dem Wein vermittelt werden kann.

Wer heute sichtbar sein will, muss aktiv werden. Sichtbarkeit entsteht dort, wo Produzent:innen mit den Menschen in einen persönlichen Kontakt kommen, von ihrer Arbeit erzählen und Einblicke geben.



Hinter jedem dieser Porträts steht das Netzwerk **alma**. Was in der Dolomitenregion Seiser Alm auf den Teller kommt, entsteht nicht zufällig – es ist das Ergebnis enger Abstimmung zwischen Landwirt:innen und Gastronom:innen. Sie besprechen Mengen, passen Wege an und entscheiden gemeinsam, was wachsen kann und wie es seinen Weg vom Hof auf den Teller findet. So entsteht ein lokaler Wirtschaftskreislauf, in dem Angebot und Nachfrage zusammenfinden – getragen von Vertrauen und Verlässlichkeit.

alma ist kein Label und keine Kampagne, sondern ein Netzwerk, das diese Zusammenarbeit sichtbar macht: konkret und nah am Alltag der Menschen, die hier arbeiten und wirtschaften.

—seiseralm.it/alma