

«Wein schafft Nähe und Begegnung»

Die Martel AG St. Gallen wird 150. CEO Jan Martel über Genuss, Gesundheit und Geschäfte.

Interview: Daniel Wirth

Wenn Sie auf fünf Generationen zurückblicken: Was hat sich stärker verändert, die Welt des Weins oder die Menschen, die Wein trinken?

Jan Martel: Alles ist in Veränderung. Die Welt des Weins wurde in dieser langen Zeit sicher viel grösser, vielfältiger, bunter. Das gefällt mir, und die Weine sind heute so gut wie noch nie. Stark verändert hat sich auch der Zugang zum Wein. In Zeiten meiner Ur- und Urgrosseltern war Wein ein Lebensmittel, oft gesünder als das mancherorts verschmutzte Trinkwasser. Heute ist Wein ein Genuss- und Kulturprodukt, das schöne Momente noch schöner macht.

Martel ist ein Familienunternehmen, aber längst kein kleiner St. Galler Betrieb mehr: Rund 50 Mitarbeitende, drei Standorte und etwa 3000 verschiedene Weine im Angebot. Was ist Ihnen am wichtigsten: Umsatz, Unabhängigkeit, Tradition oder die nächste Generation?

Die Unabhängigkeit ist mir besonders wichtig. Dass wir tun und lassen können, was wir für richtig halten. Natürlich soll der Umsatz stimmen, vor allem aber muss das Geschäft rentieren, damit wir die Löhne zahlen und uns entwickeln können. Die Tradition sehe ich als Fundament, als starke Wurzeln, die uns stabil machen. Für die nächste Generation besteht keinerlei Druck, ins Unternehmen einzusteigen. Erwartungen wären auch komplett falsch, aus familiärer wie unternehmerischer Sicht. Was ich mir aber wünsche, ist, dass die Freude am Wein weitergegeben wird, in welcher Form auch immer.

Sie haben einmal gesagt, Martel suche nicht den schnellen Erfolg, sondern nachhaltiges Wachstum. Wie viel Wachstum verträgt ein Familienunternehmen, ohne seinen Charakter zu verlieren?

Grösser werden steht bei uns nicht zuoberst. Ist das Wachstum allerdings organisch und geschieht von innen heraus, macht es Sinn. Mir ist wichtig, dass wir Mitarbeitende und Kundinnen und Kunden Schritt für Schritt mitnehmen. Schauen wir unsere Entwicklung über 150 Jahre an, wachsen wir langsam, aber mit einer gewissen Konstanz. Dass der Gesamtmarkt gerade in den letzten Jahren kleiner geworden ist, unsere Qualitätsnische aber wächst und wir mit ihr, bestärkt uns.

Die Zeiten werden für Wein schwieriger: weniger Alkoholkonsum, veränderte Ernährungsgewohnheiten, Klimawandel und eine jüngere Generation, die teilweise bewusster oder gar keinen Alkohol trinkt. Ist das für Sie vor allem eine Bedrohung oder sehen Sie es als Chance?

Ich verfolge diese Entwicklung, und sie beschäftigt mich.



Jan Martel führt die Martel AG St. Gallen in fünfter Generation. Die Weinhandlung feiert 2026 ihr 150-jähriges Bestehen. Bilder: Niklas Thalmann

Gleichzeitig sehe ich darin echte Möglichkeiten. Die Menschen trinken heute weniger Wein, wählen dafür bewusster aus. Gerade industriell gemachte, austauschbare Weine sind weniger gewünscht, während handwerklich erzeugte Weine ihren Platz behalten. Das passt zu uns und zu dem, wofür Martel seit jeher steht: lieber weniger, dafür besser.

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) behauptet mittlerweile sehr deutlich, es gebe keinen gesundheitlich risikofreien Alkoholkonsum. Für jemanden, der sein Berufsleben dem Wein gewidmet hat, ist das eine unbequeme Botschaft. Wie gehen Sie persönlich damit um?

Wer den Weinkonsum übertreibt, lebt ungesund. Das gilt auch für mich. Auch beim Trinken geht es ums gesunde Mass, wie in anderen Bereichen des Lebens. Ganz konkret halte ich es so: Bei Degustationen spucke ich den Wein konsequent aus. Wein ist für mich Essensbegleiter. Regelmässige Alkohelpausen helfen, ebenso der Fokus auf Genuss statt Menge. Mit

Verstand und Interesse am Produkt Wein zu trinken, bedeutet für mich auch Respekt gegenüber dem Naturprodukt Wein, das mit viel Liebe, Können und Mühe entsteht.

In der Politik wird über strengere Regeln für Alkohol diskutiert, etwa bei Werbung, Verkauf oder Verfügbarkeit. Was wäre aus Ihrer Sicht eine sinnvolle Regulierung, und wo beginnt für Sie Bevormundung?

Auf unserer Website empfehlen wir moderaten Weingenuss und zeigen unsere Haltung klar. Wir publizieren auch aktuelle Berichte zum Thema. Verbote sind für mich nicht der richtige Weg. Überzeugen hilft mehr. Selbstverständlich unterstütze ich den Schutz der Jugend und einen geregelten Verkauf. Den verantwortungsvollen Weinkonsum von Erwachsenen zu kriminalisieren, lehne ich aber ab. Ein gutes Glas in guter Gesellschaft war wohl noch nie das Problem.

In den eidgenössischen Räten wird diskutiert, ob der Anteil importierter Weine stärker

begrenzt werden soll. Kämpfen Sie dagegen an?

Die Idee einer Importkontingentregelung wird schnell schal. Künftig sollen nur noch Betriebe Importkontingente erhalten, die selbst Schweizer Trauben einkaufen und verarbeiten. Die Falschen würden profitieren, was mich zugeben aufregt. Wer wie wir seit 150 Jahren Weine aus aller Welt vermittelt, ginge leer aus oder geriete in Abhängigkeit weniger grosser Schweizer Abfüller. Das schmälerte die Vielfalt und bedeutete für die Konsumentinnen und Konsumenten am Ende höhere Preise ohne Mehrwert. Für den unabhängigen Weinhandel wäre der Schaden gross, für viele kleinere Händler sogar existenzbedrohend. Dabei braucht es diesen Schutz gar nicht.

Weshalb braucht es diese Kontingentierung nicht?

Wer Qualität bietet, findet seinen Markt, ganz ohne Kontingente. Schweizer Weine gewinnen ohnehin an Boden, und das freut uns aufrichtig. Wir führen sie selbst mit Überzeugung. Meine Haltung ist entsprechend klar. Ich setze mich gegen die

vorgeschlagene Regelung ein. Dabei bin ich dankbar für alle Politikerinnen, Politiker und Verbände, die die Sache sachlich und konstruktiv angehen.

Die Martel AG war in den 1990er-Jahren Pionierin beim Onlinehandel und betreibt heute gleichzeitig physische «Weinbegegnungsorte». Was kann ein Weinladen, was Amazon & Co. niemals können?

Wein verbindet. Er schafft Nähe und Begegnung, und er ist ein Kitt in der Gesellschaft. Der direkte Austausch über einen Wein lässt sich nicht durch eine Online-Beschreibung ersetzen, und ein Chatbot wird die persönliche Beratung nie übertreffen. Am Ende zählt der Mensch am Tisch, nicht der Algorithmus. Zudem sind zwischenmenschliche Beziehungen und Geselligkeit erwiesenermassen gesund.

Angenommen, Sie sitzen zum 175-Jahr-Jubiläum wieder hier. Was müsste die Weinhandlung Martel bis dahin bewahrt haben, damit Sie sagen können: Wir haben

2026 die richtige Richtung eingeschlagen.

Ich verrate eines unserer Jubiläumsprojekte: Wir packen eine Zeitkapsel mit Dingen und Medien, die zeigen, was uns 2026 bewegt und ausmacht. In einigen Monaten lassen wir sie an einem prominenten Weinort für 25 Jahre verschwinden. 2051 holen wir sie wieder hervor. Und darin steckt auch die Antwort auf diese Frage.

Weinhandlung Martel

Die Meilensteine

1876 Margarethe und Ferdinand C.E. Martel-Falck übernehmen in St. Gallen die Vertretung der Weingrosshandlung Falck aus Mainz.

1889 Paul Ferdinand Martel übernimmt in zweiter Generation. Er ist gerade einmal 17 Jahre alt. Er knüpft Kontakte nach Arosa und Davos.

1918 Martel erzielt erstmals einen Jahresumsatz von einer Million Franken. In der Krise der 1930er-Jahre bricht der Umsatz stark ab.

1940 Erich Martel übernimmt das Geschäft in dritter Generation.

1951 Eröffnung des Ladens an der Poststrasse 11 in St. Gallen; das ist noch heute die Geschäftsadresse der Weinhandlung Martel AG.

1963 Erich Martel reist nach Kalifornien und importiert als europäischer Pionier Weine aus Übersee nach St. Gallen.

1979 Ludwig und Wolfram Martel übernehmen die Co-Leitung in vierter Generation.

1980 Eröffnung des Hochregallagers im Lerchental.

1989 Die erste Tour des Vins von Martel findet statt. Die Degustation hat sich zu einem festen Bestandteil der Weinszene entwickelt.

1995 Die Martel AG geht als eines der ersten Unternehmen der Schweiz und als erste Weinhandlung mit einem Internet-Shop online.

2005 Jan Martel übernimmt die Geschäftsleitung in fünfter Generation.

2016 Die Martel AG eröffnet einen Laden am Bellevue in Zürich.

2020 Das Martel-Team wächst auf 50 Mitarbeitende.

2026 Martel wird 150 Jahre alt. Vom 16. bis 19. September finden aus Anlass dieses Jubiläums in St. Gallen im Neudorf und in Zürich am Bellevue Jubiläumsdegustationen statt.



Mit diesem Inserat warb die damals auf Moselweine spezialisierte Firma Martel-Falck anno 1894 im «St. Galler Tagblatt» – natürlich auf der Frontseite.



Die älteste Flasche im Martel-Archiv: Ein Rüdesheimer von 1727. Der Pommery und der Mouton-Rotschild stammen aus der Zeit des Ersten Weltkriegs, der Lynch Bages aus Pauillac hat Jahrgang 1949.