

Weinfelder Erfolgsrezept

Mit 7400 verkauften Rucksäcken in diesem Jahr verzeichnet der Weinfelder Weinweg einen Rekord.

Janine Bollhalder

Über 7400 verkaufte Rucksäcke: Der Weinweg Weinfelden verkaufte bis Oktober dieses Jahres so viele Rucksäcke wie noch nie. «Mit dem Namen Weinfelden ist man für einen Weinweg natürlich in der Poleposition», sagt Valentin Hasler, Stadtrat und Verantwortlicher des Ressorts Kultur, Sport, Tourismus.

Den Weinweg, so, wie man ihn heute kennt, gibt es seit bald zehn Jahren. Zuvor gab es seit 1983 den sogenannten Rebwanderweg, initiiert durch den Weinbauverein am Ottenberg. Der heutige Weinweg wurde in den Jahren von 2013 bis 2016 konzipiert. Besucherinnen und Besucher kaufen sich einen Rucksack, der unter anderem mit einem Weinglas und Snacks gefüllt ist, und begeben sich auf die neun Kilometer lange Strecke mit 25 Infotafeln, 12 Winzerporträts, zwei Weintresoren und einem zusätzlich buchbaren Weinschacht.

Erwartungen übertroffen

Die Anzahl verkaufter Rucksäcke konnte seit der Entstehung des Weinwegs jährlich gesteigert werden, über alle Jahre hinweg sind es inzwischen rund 45'000 verkaufte Rucksäcke. «Wer hätte vor zehn Jahren gedacht, dass jedes Jahr tausende Weinliebhaberinnen und Weinliebhaber via Weinfelden ihren Weg auf den Ottenberg finden?»

Stadtrat Valentin Hasler freut sich über den Erfolg, der sogar seine Erwartungen übertroffen hat: «Ich wäre mit rund 5000 verkauften Rucksäcken pro Jahr absolut zufrieden.»

Ein Weinweg-Rucksack kostet 25 Franken, wer in einer Gruppe mit über acht Personen



Blick durch die Reben auf die Stadt Weinfelden.

Bild: Ralph Ribi (01.11.2023)



Valentin Hasler, Stadtrat von Weinfelden und Verantwortlicher des Ressorts Kultur, Sport, Tourismus.

Bild: Mario Testa (11.10.2023)

unterwegs ist, bezahlt 21 Franken. «Die Einnahmen aus dem Verkauf decken die direkten Kosten des Rucksacks», sagt Hasler. Einen Gewinn gebe es nicht.

Alles Weitere rund um den Weinweg – Unterhalt, Erweite-

rung und Logistik – wird durch Sponsoren und die Stadt Weinfelden ermöglicht, erklärt Hasler. «Viel Arbeit leistet dabei das Büro für Kultur und Tourismus.»

Ein nachhaltiges Angebot

Wer den Weinweg geht, lernt die Weinfelder Winzer kennen. «Sie stehen voll hinter dem Konzept des Weinwegs, schätzen die zusätzliche Sichtbarkeit und sind stolz, Mitgestalter dieser Erfolgsgeschichte zu sein», sagt Hasler. «Unser Wein verbindet Menschen, Kultur und Natur auf ganz besondere Weise.» Er spricht auch den Aspekt der Nachhaltigkeit an: Der Wein hat, wenn er in Weinfelden gekeltert und konsumiert wird, für ein Lebensmittel einen der kürzesten Transportwege über-

haupt. «Das macht den Weinweg auch in Sachen Nachhaltigkeit einzigartig.»

Im Juli haben die beiden Influencer Fabian Egger alias DerPraktikant und Daniel Hutterli alias DaniHutti den Weinweg ihren zusammen über 460'000 Followern auf Social Media präsentiert. Der Beitrag habe dem Weinweg sicher noch mehr Präsenz verschafft, sagte Hasler damals auf Nachfrage. Weitere klassische Werbung sei allerdings nicht geplant, fügt er nun an. «Der Weinweg läuft inzwischen fast von selbst.»

Das auch dank jährlichen Events. So soll auch im kommenden Jahr eine besondere Erlebnistour stattfinden, verrät Stadtrat Hasler. Genaue Details will er zu diesem Zeitpunkt allerdings noch nicht verraten.