

WEINWIRTSCHAFT

2
09

Griechenland

Raus aus der
Tälsöhle

Spanien

Die stärksten
Marken

Südtirol

Gebündelte
Kräfte

Spüren Sie
das Feuer
Chiles



Porträt: Brogsitter

Übersee: Nische für Top-Weine



Das bodenständige Image von Südtirol täuscht: Als Weinregion ist Südtirol international konkurrenzfähig

Kleines Land ganz groß

Mit nur 0,2 Prozent der europäischen Rebfläche ist Südtirol ein Zwerg. Und doch haben es die Weinbauern und Genossen an der hohen Etsch geschafft, sich international als Weinregion einen hervorragenden Ruf zu erarbeiten.

Ein Blick hinter die Kulissen in Norditaliens dynamischstem Anbaugebiet.

Es hat sich viel bewegt in Südtirol. Nicht nur in den vergangenen zehn Jahren, in denen sich die Vernatsch-Rebfläche um gut 1.100 Hektar verringerte und weiße Sorten immer mehr an Bedeutung gewinnen konnten, sondern auch alleine schon im vergangenen Jahr 2008. Da nämlich schafften die Entscheidungsträger aus den drei großen Südtiroler Weinproduzentenverbänden der Kellereigenossen-

schaften, der Freien Weinbauern und der Weingüter das bis dato Udenkbare: die Gründung eines gemeinsamen Konsortiums Südtiroler Wein. Durch diesen Zusammenschluss wird der gemeinsame Auftritt der Region nach außen weiter gestärkt und Synergieeffekte in diversen Bereichen, vom Marketing bis zur Verwaltung, genutzt. Mit diesem Schritt hat das gerade mal über 5.300 Hektar Rebfläche verfügende Wein-

anbaugebiet jedenfalls einen gewaltigen Sprung in die richtige Richtung unternommen, denn bei dieser geringen Größe hilft nur das Ziehen an einem gemeinsamen Strang, wenn man auf der internationalen Weinbühne dauerhaft und auch nicht nur mit ein paar wenigen Zugpferden erfolgreich sein möchte. Die Südtiroler Weinbranche erwirtschaftet zwar nur 0,6 Prozent des Südtiroler Brut-

toinlandprodukts, allerdings entfallen 12 Prozent der Wertschöpfung der gesamten Südtiroler Landwirtschaft auf den Weinbau, der sich damit neben dem Apfelanbau als lukrativster Zweig des Agrarsektors erweist.

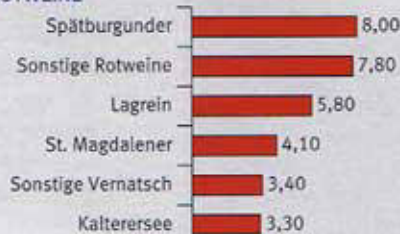
Imageträger Wein

Außerdem ist der Weinbau für das Image Südtirols enorm wichtig. Eine Befragung unter Touristen durch das Wirtschaftsforschungsinstitut der Handelskammer Bozen führte unter anderem zu der Erkenntnis, dass 32 Prozent der Touristen Südtirol automatisch mit Wein in Verbindung bringen. Diese Erkenntnis wird auch von den Zahlen der Gastronomie gestützt, wo über 70 Prozent des ausgeschenkten Volumens und damit 70.000 Hektoliter auf Südtiroler Wein entfallen. Einen Großteil konsumieren Touristen, besonders aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Rund 5 Millionen Ankünfte verzeichnet Südtirol jährlich und insgesamt 26 Millionen Übernachtungen. 40 Prozent der Besucher kommen aus Deutschland und 80 Prozent werden als Stammgäste gewertet. Dass gerade diese Touristen verschiedene Winzer regelmäßig besuchen und dann auch mit voll gepacktem Kofferraum in die Heimat zurückfahren, verwundert wenig. Die Südtiroler Weinwirtschaft ist jedenfalls weitaus enger mit dem regionalen Tourismus verbunden als alle anderen Regionen Italiens, was aber zweifellos auch auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass es keine Kommunikationsprobleme mit der überwiegend zweisprachigen Bevölkerung gibt. Unter den selbstvermarktenden Winzern dürfte es sogar keinen Einzigen geben, der nicht fließend deutsch spricht.

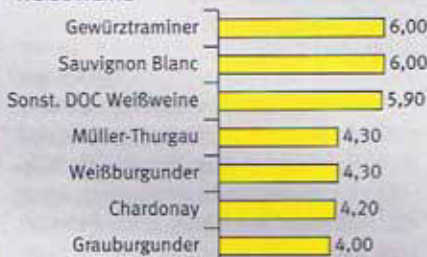
Erst in den vergangenen drei Jahren hat sich aber eine Entwicklung eingestellt, die ebenfalls mit der Zweisprachigkeit zu tun hat: stetig steigende Touristen- und Besucherzahlen aus Italien. Immer mehr Italiener entdecken Alto Adige für sich als Urlaubsziel und auch als Quelle für Weißweine. Hans Terzer, Kellermeister der Genossenschaftskellerei St. Michael Eppan, die in Italien Kultstatus genießt und deren Spitzenwein Sauvignon Blanc St. Valentin auf den Weinkarten aller Spitzenrestaurants Italiens vertreten ist, sieht eine klare Veränderung auch bei den Ab-Hof-Verkäufen an Endverbraucher: »Vor zehn Jahren waren es nur Deutsche, die zu uns auf den Hof kamen, heute sind es zu einer Hälfte deutschsprachige Touristen, also auch Schweizer

Weinpreise nach Sorten, netto ab Keller (0,75l)

ROTWEINE



WEISSWEINE



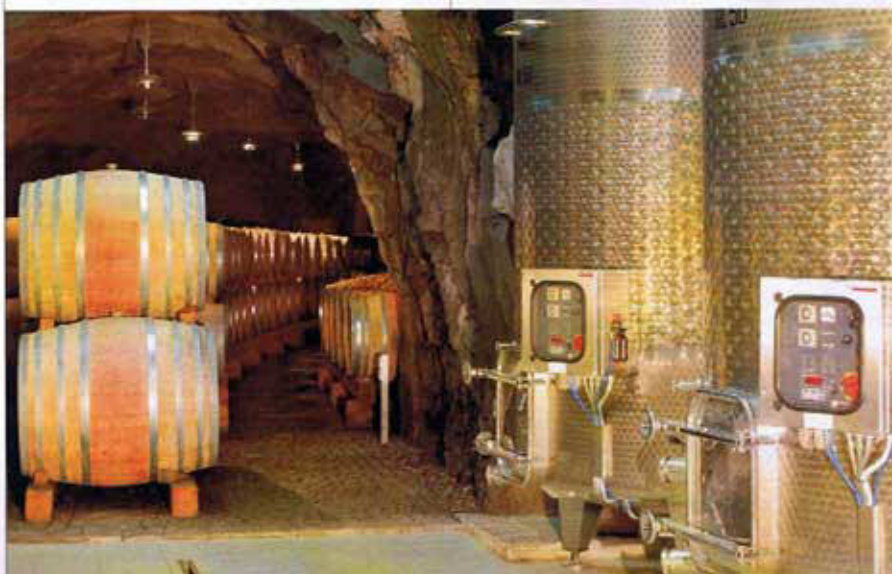
Quelle: WIFO - Wirtschaftsforschungsinstitut der Handelskammer Bozen, 2007

und Österreicher, zur anderen Hälfte Italiener. Insgesamt«, so Terzer, »stagniert der Ab-Hof-Verkauf. Das hat aber auch etwas mit den strukturellen Änderungen zu tun. Gab es vor zehn Jahren nur etwa 20 Weingüter, die von Touristen zum Weineinkauf besucht wurden, so sind es heute vielleicht hundert.« Südtiroler Wein wird wie schon

erwähnt immer auch emotional mit Südtirol im Allgemeinen in Verbindung gebracht. Auf dieser wechselseitigen Beziehung der verschiedenen Branchen und dem Willen, die Region gemeinsam zu stärken, fußt auch die im Jahr 2007 begonnene und bis 2010 andauernde Image-Kampagne der drei großen Südtiroler Landwirtschaftszweige Äpfel, Speck und Wein. Noch interessanter für die Südtiroler wird die Kampagne, da sie größtenteils von der EU und dem italienischen Staat finanziert wird und nur 30 Prozent der Kosten von den Produzenten selbst getragen werden müssen. Für den deutschen Markt sind 40 Prozent des Gesamtbudgets von 4 Millionen Euro bestimmt, die in Werbung in Printmedien und Aktionen am POS gleichermaßen investiert werden. Die restlichen Gelder werden für ähnliche Aktionen in Polen, der Tschechischen Republik und Italien verteilt.

Südtirol als Marke

Südtirol feilt gewaltig an seinem insgesamt ohnehin schon sehr positiven Image. Aber wofür genau steht Südtirol beim Wein? Für die nach wie vor großen Mengen an Kalterersee, St. Magdalener und ganz allgemein Vernatsch? Für die kühlen, kristallklaren Sauvignon Blancs, Weißburgunder und weißen Cuvées, die sicherlich mit zum Besten zählen, was Italien an Weißwein zu bieten hat? Für elegante Spätburgunder, die in Italien in keiner anderen Region besser zu gelingen scheinen? Wie auch Stephan Pellegrini von der Landauer Agentur Pellegrini



Südtirol findet die richtige Balance aus Tradition und Moderne, wie hier die Kellerei Laimburg



Weinbau vor der Alpenkulisse der Dolomiten

Anbaufläche Südtirol 2001-2006

Bezeichnung	2001 ha	2003 ha	2005 ha	2006 ha
Kalterer oder Kalterersee	876,12	769,71	623,41	604,88
Südtirol St. Magdalener	300,31	286,23	263,37	257,67
Südtirol Bozner Leiten	16,08	13,95	9,61	9,51
Südtirol Meraner	190,45	174,60	156,01	149,79
Südtirol Eisacktaler (div. Rebsorten)	237,80	248,20	262,80	269,50
Südtiroler (div. Rebsorten)	3.136,6	3.344,7	3.577,2	3.624,4
Südtirol Terlaner (div. Rebsorten)	158,7	158,7	160,0	153,1
Südtirol Vinschgau (div. Rebsorten)	20,4	24,2	28,3	30,2
Gesamt	4.936,5	5.020,3	5.080,7	5.099,1

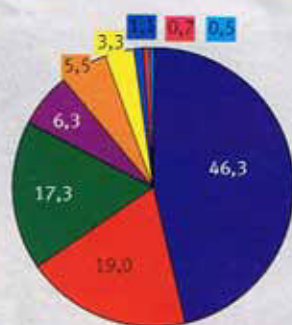
GmbH anmerkt, gibt es in Südtirol »fast alle bekannten Rebsorten, die man auch aus Deutschland kennt, sowie ein paar wirklich interessante autochthone Sorten, die man noch zu wenig in den Vordergrund stellt.« Südtiroler Wein wird zwar im Allgemeinen mittlerweile qualitativ überdurchschnittlich hoch eingeschätzt, aber es gibt keine Leitsorte, keinen speziellen Weintyp, der so sonst nirgends wächst, wie beispielsweise Chianti und Brunello in der Toskana oder Barolo im Piemont. Hinzu kommt, dass Südtirol »ein Markt für interessierte Reisende und Selbstabholer für Weine ist«, wie Stephan Pellegrini ergänzt, was es für den internationalen Fachhandel teilweise recht schwer macht. Nichtsdestotrotz arbeitet die

Pellegrini GmbH seit nunmehr 20 Jahren im Bereich Flaschenweine erfolgreich mit der Kellerei Peter Zemmer aus Kurtinig und setzt in guten Jahren 100.000 und mehr Flaschen von Peter Zemmer ab. Während es niemand mehr verwundert, wenn ein Südtiroler Weißwein hoch bewertet wird oder in Blindverkostungen brilliert, sorgen immer wieder Rotweine für Überraschungen. So setzte sich bei einer Ausschreibung der Lufthansa für »Rotweine Italien im Top-Segment für die Business Class« Peter Zemmer mit seinem Cortina Rosso gegen etliche Rotweinklassiker und Stars aus Süditalien durch, was die 2008er Absatzzahlen für Deutschland nochmals deutlich nach oben schraubte.



Hans Terzer,
Kellerei St. Michael
Eppan:
»In Südtirol hat sich die Struktur des Ab-Hof-Verkaufs grundlegend verändert«

Absatzmärkte für Südtiroler Wein



Quelle:
WIFO - Wirtschaftsforschungsinstitut der Handelskammer Bozen, 2007)

Weiß oder Rot?

Beim Italien-Spezialist Vinissimo sind es ebenfalls Rotweine, die den Südtirolabsatz befeuern, wie Willi Breuer erklärt: »Das zweite Jahr der Zusammenarbeit mit Kornell geht gerade zu Ende, und die Weine sind weitgehend ausverkauft. Auch im kommenden Jahr wird die für den deutschen Markt bestimmte Menge weiter erhöht.« Dass es beim Weingut Kornell besonders Rotweine sind, die für Furore sorgen, hat allerdings auch mit der Lage seiner Weinberge zu tun. Denn diese sind, anders als beispielsweise die Lagen im Eisacktal und im Vinschgau, größtenteils für rote Sorten prädestiniert.

Eine ausgewogene Balance zwischen Rotwein- und Weißweinsorten hat die erst 1960 gegrün-



Stephan Pellegrini,
Pellegrini GmbH,
Landau:
»Südtirol hat den Wandel vom Mengenland zu einem Weinanbaugebiet mit höchsten Ansprüchen in allen Bereichen überstanden«

dete und auf inzwischen über 300 Hektar Rebfläche angewachsene Genossenschaftskellerei Schreckbichl/Colterenzo in Giran. Durch rigides Qualitätsmanagement und eine sehr ansprechende Flaschenausstattung mit hohem Wiedererkennungswert hat sich die Genossenschaft zu einem der beständigsten Erzeuger Italiens für Weine in jedem Preissegment über 5 Euro EVP gemauert. »Die Qualität ist durch die Bank überragend und die Weine überzeugen einfach jeden, der sie probiert«, schwärmt René Sorrentino von der Agentur GES Sorrentino, die Schreckbichl seit einem Jahr auf



Santo di Raimondo, VIP-Weine:
»Südtirol ist sexy und besonders Weißwein sehr stark gefragt! Die Nachfrage nach Südtiroler

Weißweinen konnten wir allein mit Franz Haas gar nicht befriedigen, deshalb waren wir sehr glücklich, die Kellerei Hofstätter ins Sortiment aufnehmen zu können«



Willi Breuer, Vinissimo:
»Sehr zufrieden mit der Absatzentwicklung der Südtiroler Weine von Kornell«



René Sorrentino, GES Sorrentino:
»Süddeutschland ist traditionell deutlich stärker als der Norden und Osten, wir sehen es also als unsere Aufgabe, auch dort mit Schreckbühl erfolgreicher zu werden«

dem deutschen Markt betreut. »Durch die gute Zusammenarbeit mit Luis Raifer konnten wir die bestehenden Strukturen nicht nur aufrechterhalten, sondern deutlich erweitern. Für Südtiroler Weine sehe ich auch 2009 gutes Wachstumspotential.« Diesen durchweg optimistischen Grundtenor hört man von Produzentenseite und von den Importeuren gleichermaßen. Man darf nicht vergessen, dass sich Südtirol in der wunderbaren Ausgangsposition mit kleiner Menge und großer Nachfrage befindet.

Manche Erzeuger mit gutgehendem Ausschank haben bereits jetzt ihre gesamte 2008er Ernte abgesetzt beziehungsweise komplett zugeteilt. Wie ein Blick auf die Ab-Hof-Preise zeigt (Tabelle »Weinpreise nach Sorten«), ist das Preisgefüge selbst bei den einfachsten Weinen sehr hoch. Es gibt zwar nicht die Ausreißer in schwindelerregende Preisregionen wie beispielsweise bei Einzellagen-Weinen aus dem Piemont oder der Toskana, aber mit kaum verfügbaren, sündhaft teuren Kleinstfüllungen kann eh kaum ein Erzeuger sein Auskommen sichern. Zu seiner soliden Basis und Mitte darf man Südtirol gratulieren, denn die lässt die Südtiroler Weinberge blühen.

Im Jahr 2008 blühte alles ein bisschen später als sonst, und dann sah es nach ausgiebigen Regenperioden und perfektem Pilzklima lange Zeit so aus, als könnte der Jahrgang zum absoluten Winzertrauma werden. Selbst in kühlen Höhenlagen wurden

Die wichtigsten Weine 1993-2006

Bezeichnung	Produktion	Produktion	Produktion
	Wein hl 1993	Wein hl 2005	Wein hl 2006
Kalterer oder Kalterersee	89.305	44.333	46.396
Südtirol St. Magdalener	17.595	17.509	16.931
Südtirol Meraner	9.270	6.530	6.169
Südtiroler			
Chardonnay	24.472	28.643	31.639
Gewürztraminer	6.696	16.951	20.200
Müller Thurgau	3.298	5.561	6.569
Ruländer	15.972	31.141	36.007
Sauvignon	2.287	8.208	10.287
Weißburgunder	29.010	25.673	26.519
Blauburgunder	13.156	14.217	16.546
Cabernet Sauvignon	0	5.094	6.088
Lagrein	20.691	21.563	25.050
Merlot	2.266	11.340	13.634
Vernatsch	55.069	32.831	30.343

als weitgehend pilzresistent geltende Sorten wie Solaris von Peronospora, Oidium und stellenweise Botrytis befallen, einige Betriebe, die einzelne Weinberge versuchsweise bio-dynamisch bewirtschaften wollten, stellten schlagartig auf konventionellen Anbau um, als Mehltau sich breit machte. Kurzzeitig herrschte akuter Spritzmittelmangel in Südtirol, wie ein Winzer berichtete. Ein schöner Herbst konnte zwar nicht die Menge retten, die aber immerhin auf Durchschnittsniveau liegt, wohl aber die Qualität. »Deutlich säurereicher und niedriger im Alkohol als die Vorjahre, mit viel mineralischer Struktur«, beschreibt Hans Terzer von der Genossenschaftskellerei St. Michael Eppan den Jahrgang. »Besonders bei den Weißweinen gibt es sehr positive Überraschungen.« ■ *Richard Grosche*



KELLEREI ST. MICHAEL EPPAN

Die Vorzeilgenossenschaft aus Südtirol! Die Kellerei unter Leitung von Hans Terzer setzt seit Jahren kompromisslos auf Qualität. Die Rebsortenweine und Lagenweine bestechen durch ihre Reintonigkeit und Eleganz. Die St. Valentin Weine sind Ausdruck besonderer Emotion und Passion, und bilden ein perfektes Zusammenspiel von Weinberg und Keller.

♥ Bewertung Gambero Rosso 2009

AGENTUR · DISTRIBUTION · LOGISTIK

VINUM Weinhandel GmbH
Antonienstraße 1
80802 München
T +39/0471/06 16 20
F +39/0471/97 87 07
info@vinum.it
www.vinum.it

St. Michael Eppan · Anselmi · Terre al Piano · Cavallina · Zeni · San Giuseppe · Forchir · Jermann
Rancho del Gelso · Schiopetto · Aschieri · Moccagatta · Renato Ratti · Paolo Scavino · Villa Sparina
Drei Donà · Cantina di Arezzo · Castello di Lucignano · Castello di Volpaia · Tenuta di Lilliano · Canneto
Poliziano · San Filippo · Siro Pacenti · Alberese · Moncaro · Lungarotti · Poggio Bertasio · Falesco · Masciarelli
Rosa del Golfo · Feudi di San Gregorio · D'Angelo · Morgante · Antichi Vinai · Santadi · Argiolas · Pala

VINUM
DENN WEIN IST UNSERE LEIDENSCHAFT

Fordern Sie unverzüglich eine Preisliste an