



Die Weinregion Piemont erlebt im Handel derzeit ihren zweiten Frühling. Die guten aktuellen Jahrgänge passen da gut ins Bild

## Es ging schon schlechter

Das Piemont erfährt wie viele andere klassische Weinregionen eine Renaissance am Markt. Mit Weinen aus Nebbiolo, Barbera und Dolcetto hat das Piemont bei den Rotweinen von Massen- bis zu internationale Spitzenweine einiges zu bieten und im Weißweinsegment liefern die Moscato-, Arneis- und Cortese-Trauben ebenfalls eigenständige Weine. In der Vermarktung zählen wie immer bekannte Namen.

**D**ie guten Nachrichten zuerst: Die neuen Jahrgänge, die im Mai in Alba auf der neuerdings Nebbiolo Prima genannten, ehemaligen Alba Wine Exhibition präsentiert wurden, sind sehr gut: Der 2006er Barolo glänzt mit großer Frische und Ausgewogenheit zwischen Alkohol, Tannin und Säure. Er scheint komplexer und körperreicher als 2005. Der warme 2007er Jahrgang hat Barbaresco und Roero weiche Gerbstoffe und eine tolle Substanz beschert, bei manchen Weinen leider ein wenig auf Kosten von Frische und Säure. Dafür sind diese Weine schon jetzt ein

Trinkvergnügen: einladend und verführerisch, wenn auch nicht ewig haltbar. Die Organisation der Verkostung von 324 Weinen innerhalb von vier Tagen war eine Meisterleistung der Produzentenvereinigung Alba. Auf ähnlich hohem professionellen Niveau spielt sich in Italien höchstens noch die Präsentation des Chianti Classico ab. Das Piemont ist die einzige italienische Weinregion, die es mit den großen Herkünften Frankreichs aufnehmen kann und auch international auf dieser Ebene wahrgenommen wird. Zu Zeiten der napoleonischen Besetzung blühte in diesem Land-

strich schon die Weinkultur, und die Region war dichter mit Reben bepflanzt als Apulien oder Sizilien. Das Piemont hat sich seinen Ruf nicht mit Massenproduktion verdorben. Dazu scheint der Nebbiolo auch deutlich fälschungssicherer zu sein. Ungehörige Preiserhöhungen haben die Leidenschaft der Piemont-Fans abgekühlt. Anfang der 2000er Jahre lagen sie bei rund einem Drittel innerhalb von zwei Jahren. Nun befindet sich das Anbaugebiet in einer ähnlich kritischen Lage wie die Toskana. Sittenwidrige Preisangebote kursieren. Glücklicherweise spüren fast alle Händler im Jahr



Auf der Nebbiolo Prima in Alba werden die neuen Jahrgänge von Barolo, Barbaresco und Roero vorgestellt. In diesem Jahr waren 324 Weine zu verkosten

2010 einen deutlichen Aufwärtstrend, was auch die Exportzahlen des italienischen Außenhandelsinstituts bestätigen. Parker-Punkte sind für die Nobelpiemonteser immer noch das beste Verkaufsargument, obwohl sie Spekulanten generieren und nicht für einen stabilen Absatz sorgen: Wenn die gehypten Weine im Folgejahr unter die 90-Punkte-Schwelle fallen, ist wieder Klinkenputzen angesagt. Francesco Sorrentino aus Delmenhorst berichtet gar von einem unbekanntem Barolo-Produzenten, der ihm hoch benotete Barolos für 6,50 Euro ab Kellerei angeboten hatte. »Offensichtlich nutzen die Parker-Punkte auch nur Weingüter, die über eine Vertriebsstruktur verfügen«, sagt der Seniorchef von GES. »Die Szene ist derzeit unangenehm. Früher waren Preisunterschiede einfach zu erklären und logisch zu begreifen. Es gab zwei Anbieter, Abfüller und Weingüter, die natürlich für unterschiedliche Qualitätsstandards stehen. Wenn die Winzer diese Struktur selbst zerstören, ist das schlimm.« Sorrentino hatte mit der diesjährigen ProWein

die historische Kellerei Fontanafredda unter Vertrag genommen. Unter dem neuen Eigner, dem Marketing-Genie und Eataly-Betreiber Oscar Farinetti, ist die Marke rundum geliftet worden. So wurden pünktlich zu den Messen die neuen Flaschenformen präsentiert, die nun einen Liter beziehungsweise einen halben Liter fassen. Die Flaschen sind hochwertig und wirken auch so, aber der konservative deutsche Markt gewöhnt sich erst langsam an Topqualitäten in Litergebinden. In Italien, wo Fontanafredda tatsächlich jeder Familie ein Begriff ist, wurde soeben eine Mega-Kampagne gestartet, um einen neuen Wein zu lancieren. Auf ganzseitigen Anzeigen in der Tageszeitung La Stampa wird »Già« beworben. Già heißt »schon«. Dieser Wein wird bereits im Dezember, also nur drei Monate nach der Lese in Italien ausgeliefert werden. Probieren konnte ihn also noch niemand, aber es handelt sich um ein Blend aus piemontesischen Sorten. Unkompliziert, sympathisch, frisch und fruchtig soll er sein und eine jüngere Klientel ins Boot holen. Also müsste er auch preislich interessant sein. »Ich sehe das Projekt Già extrem positiv. Wir sind gerade dabei auszuarbeiten, wie wir den Wein in Deutschland plazieren und wissen noch nicht, wieviel er genau kosten wird«, erklärt Sorrentino. »Die Weine des Piemonts sind anspruchsvoller und schwieriger zu verstehen als die gefälligeren Weine der Toskana. Ein leicht zugänglicher Wein ist also eine Bereicherung, der auch den komplizierteren Qualitäten Türen öffnen kann.« Über einen Wein, der von einer Top-Marke getragen wird und doch zu kleinen Kursen ins Glas rinnt, denkt auch Weinagent Santo di Raimondo von V.I.P.-Weine in Köln nach. Er hat das Glück, mit Vietti einen international stark gefragten Partner im Barolo-Bereich zu führen und mit Braida – Giacomo

## Sortenspiegel

### Roero & Langhe

Nebbiolo	35,4%
Dolcetto	31,5%
Barbvera	17,2%
Arneis:	7,6%
Chardonnay	3,1%
Favorita	1,5%
Freisa	0,9%
Merlot:	0,7%
Cab.-Sauv.	0,6%
Pinot	0,6%
Sauvignon	0,4%
Pelaverga	0,1%
Riesling	0,1%

# Piemont aus einer Hand



AGENZIA AGRICOLA  
E. PIRA & FIGLI

ACCORNERO  
VITICOLTORI DAL 1897



Parusso



GIOVANNI ALMONDO

Ca'Viola



CA' DEL BAIO



Matteo Correggia



CONTERNO FANTINO

GAJA



Weine Italiens  
**FISCHER+**  
**TREZZA**  
STUTT GART

Fischer + Trezza Import GmbH

Ulmer Straße 150 · 70188 Stuttgart  
Tel 0711 - 46 06 700 · Fax 0711 - 46 06 900  
www.fischer-trezza.de · info@fischer-trezza.de

Fordern Sie unseren Katalog an!

Bologna den Barbera-Klassiker schlechthin. »Braida könnte wesentlich mehr von seinem Markenstatus profitieren. Wir haben vor ein paar Jahren den Braida Rosso für die Sylter Sansibar entwickelt, der sehr erfolgreich ist. Der Kunde freut sich eben, wenn er einen echten Braida für unter 10 Euro mit nach Hause nehmen kann. Ich wünschte mir, dass wir einen zweiten Einstiegswein mit einem EVP von rund 8 Euro entwickeln. Was soll daran so schlimm sein? Hervorragende deutsche Weingüter wie etwa Heger machen QbAs in Literflaschen, die in Strömen in der Gastronomie laufen, weil die Leute nun einmal renommierten Namen trauen.« V.I.P. allein setzt von Braida jährlich rund 65.000 Flaschen ab, hinzu kommen die Abverkäufe älterer Vertriebspartner wie Garibaldi oder Alpina. 2009 gab es eine Einbuße von 5.000 Flaschen, aber 2010 stimmen die Zahlen wieder. Von der Cru-Schmiede Vietti in Castiglione Falletto konnte Di Raimondo in 2008 etwa 20.000 Flaschen verkaufen, in 2010 liegt er ohne den Festtagsverkauf schon bei über 25.000. Die Lagenweine bekommt er zugeteilt, denn davon gibt es nur jeweils rund 4.000 Flaschen. Vietti verkauft 75 Prozent seiner 180.000 bis 200.000 Flaschen Jahresproduktion im Ausland. Parker benotet die Lagenweine fast jährlich zwischen 94 und 98 Punkten.

**Im Norden freundlich, im Süden bewölkt**

»2010 ist für das Piemont zwar ein deutlich besseres Jahr als 2009, der Absatz kommt aber noch nicht an 2007 und 2008 heran. Wir sind jedoch optimistisch, weil die Saison der großen Roten nach der fünften Jahreszeit, dem Oktoberfest, beginnt«, berichtet Willi Breuer von Vinissimo in München, der das Barbaresco-Spitzenweingut Marchesi di Gresy und die Barolos von Elio Cogna vertreibt. »In der zweiten Septemberhälfte hat die Anfrage schon deutlich zugenommen.« Bei den Weißweinen hält sich Gavi »auf abgeflachtem, aber befriedigendem Niveau, aber er ist nun mal kein Lugana«. Er bestätigt wie Francesco Sorrentino, dass der Süden Deutschlands eher der Toskana zugetan ist als dem Piemont, im Norden ist es umgekehrt. Bei Weinland Ariane Abayan in Hamburg spürt man die Vorlieben deutlich. Im düsteren 2009 konnte der Absatz piemontesischer Weine um 6 Prozent auf 341.000



**Anton Rössner, Weinland Ariane Abayan:**  
»Weine, die den Fachhandel über 30 Euro im Einkauf kosten, haben es momentan schwer«



**Heiko Schimeczek, Segnitz:**  
»Unsere Distribution ist 70 Prozent Gastronomie und 30 Prozent Fachhandel. Beide Segmente entwickeln sich nur für Gaja und Pico Maccario positiv«



**Gerd Rindchen, Rindchen's Weinkontor:** »Barolo steht total unter Druck. Ich rechne damit, dass zur Weihnachtszeit im Discount Partien mit einem Flaschenpreis von 6,99 Euro auftauchen«



**Willi Breuer, Vinissimo:**  
»2010 ist für das Piemont zwar ein besseres Jahr als 2009, der Absatz kommt aber noch nicht an 2008 und 2007 heran«

Flaschen gesteigert werden. Dank der Bereicherung des Portfolios um die Kellerei Enrico Serafino (Campari) im letzten Jahr hofft Geschäftsführer Anton A. Rössner nach dem Halbjahresergebnis von 208.302 Flaschen auf eine Bilanz von 400.000 Flaschen in 2010. »Wenn man sich die »wichtigen« Produzenten Enrico Serafino und Bersano anschaut, dann liegt Gavi absatzmäßig vorn«, so Rössner. »Allerdings wächst Arneis proportional schneller als Gavi. Barbera liegt bei fast allen Weingütern auf dem zweiten Platz. Weine, die den Fachhandel über 30 Euro im Einkauf kosten, haben es momentan schwer.« Im November und Dezember wird Weinland Abayan die Aktion »Rotwein Spezial« mit hochwertigen piemontesischen Rotweinen in Kombination mit Magnumqualitäten starten, dann wird sich wohl auch im oberen Bereich wieder etwas bewegen. Eggers & Franke in Bremen listet seit dem 1. April 2009 die gradlinigen Weine von Luigi Dezzani im nordöstlichen Monferrato. Produktmanager Hendrik Kopp kann zwar noch keine konkreten Vergleichszahlen präsentieren, aber das Geschäft ist gut angelaufen. »Wir können mit Gavi, Barbera, Barbaresco und Barolo eine sehr positive Entwicklung feststellen und befinden uns mit allen Qualitäten auf Wachstumskurs. Bisher vermarkten wir die Weine aus dem Hause Dezzani hauptsächlich im Bereich des selbstständigen LEHs und der On-Top Sortimente, sehen hier im Streckengeschäft des LEHs und im C+C Sektor aber

**Auf einen Blick**

**Barolo, Barbaresco & Co.**

Unter dem Dach der Vereinigung »Consorzio di Tutela Barolo, Barbaresco, Alba, Langhe und Roero« sind die Winzer, Kellereien und Abfüller der bedeutendsten Herkünfte vereint: Barolo DOCG, Barbaresco DOCG, Roero und Roero Arneis DOCG, Diano DOCG, Dogliano DOCG, Nebbiolo d'Alba DOC, Barbera d'Alba DOC, Dolcetto d'Alba DOC, Dolcetto di Dogliani DOC, Dolcetto Langhe Monregalesi DOC, Verduno Pelaverga DOC, Langhe DOC, Alba DOC.

**Rebfläche**

Piemont insgesamt: 45.292 Hektar  
Langhe und Roero: 10.215 Hektar

Absatz in Flaschen	2005	2006	2007	2008	2009
Roero	696.920	784.090	847.093	695.122	723.777
Barbaresco	3.717.866	4.190.767	4.305.333	4.454.821	4.390.080
Barolo	10.558.400	11.277.673	10.964.000	11.548.485	11.759.783

Quelle: Consorzio di Tutela Barolo, Barbaresco, Alba, Langhe und Roero/Handelskammer Cuneo

noch große Potenziale.« Eggers & Franke will sich für das Piemont ausschließlich auf Dezzani konzentrieren und erwägt für 2011 die Aufnahme weiterer Artikel des Hauses. Bei Vinum in Bozen freut man sich in 2010 ganz besonders über zweistellige Zuwachsraten für das Sortiment von Ascheri aus Brà, denn 2009 war der Absatz stabil geblieben. Natürlich zieht das gute Preis-Leistungs-Verhältnis: Die Fachhandelspreise starten bei rund 5 Euro für Dolcetto, Barolo kann ab 15 Euro eingekauft werden. Die Weine des neuen Konsortiumspräsidenten Piero Ratti fanden in 2009 dank einer tollen Bewertung im Wine Spectator reißenden Absatz. In 2010 hielt der Hype nicht an. Frust auf allen Seiten.

### Piemont vor Toskana

Frank Schindler gesteht dem Piemont eine höhere Attraktivität als der Toskana zu. »Piemont zieht mehr und ist die spannendere Weinregion, seitdem die Zeit der ultratraditionellen Barolos vorbei ist, die so lange im Fass bleiben mussten, bis sie tot waren. Hier kann man noch Weine entdecken und die Bandbreite an eigenen weißen und roten Rebsorten ist unvergleichlich größer«, so der Vinum-Experte. »Hinzu kommt, dass die Langhe auch ein wunderbarer Spielplatz für Sorten wie Syrah und Viognier sind. Die Produzenten arbeiten dynamischer und die Stimmung untereinander scheint mir besser zu sein.« Auch bei Vinum sind die piemontesischen Weißweine die »Umsatzdreher«, aber im Gegensatz zu anderen Großhändlern können die Bozner auch ihre sieben verschiedenen Dolcettos problemlos an den Mann bringen. Für das Weihnachtsgeschäft sieht er Barolo als den Renner. »Barolo vermittelt als Geschenkartikel eine höhere Wertigkeit als die toskanischen Weine.« Auch als Brunello? »Für mich persönlich schon.« Während Vinum noch keine unseriösen Dumping-Angebote untergekommen sind, berichtet Gerd Rindchen aus Hamburg, dass Barolo zu Fassweinspreisen von 3 Euro pro Liter im Umlauf ist. Über die Nachfrage an Gavi und Barbera kann er nicht klagen. Rindchen

**»Gia« heißt »schon« und kommt bereits drei Monate nach der Lese im Dezember in den Verkauf. Der Wein soll frisch und fruchtig sein.**



**Angelo Gaja: »Piemont gewöhnt sich nicht an die Maßnahmen gegen Überproduktion«**

bestätigt, dass die bekannten Lagen-Barolos eine stabile Marktlage haben und sieht das Problem im Einstiegsbereich. »Barolo steht total unter Druck. Ich rechne damit, dass zur Weihnachtszeit im Discount Partien mit einem Flaschenpreis von 6,99 Euro auftauchen.«

Und wie schlägt sich der piemontesische Halbgott Angelo in Barbaresco? »Erstaunlicherweise haben wir die Absätze von Gaja in den ersten neun Monaten im Vergleich zum Vorjahr um 15 Prozent steigern können bei stabilen Preisen«, wundert sich Heiko Schimeczek bei Segnitz. »Von den Zuteilungswinen könnten wir erheblich mehr verkaufen. Alteni, Rossj-Bass und Gaia & Rey sind ohne Offerte an unsere Kunden innerhalb von ein, zwei Monaten ausverkauft.« Die Weißweine aus dem Piemont, abgesehen von den Gaja-Zuteilungswinen, stagnieren. »Unsere Distribution ist 70 Prozent Gastronomie und 30 Prozent Fachhandel«, führt Schimeczek aus. »Beide Segmente entwickeln sich nur für Gaja und Pico Maccario positiv«. Segnitz wird in den kommenden zwölf Monaten für das Piemont keine Sortimentsveränderungen vornehmen.

### Ruf nach Krisendestillation, Gaja antwortet

Im Vorfeld der Ernte war im Piemont der Teufel los. Die vereinigten Vinali Piemontesi zogen vor den Sitz der Provinzregierung in Asti, schenkten »aus Protest« gratis Wein aus und demons-

trierten: Die Existenz von 12.000 Weinbauern sei bedroht wegen der anhaltenden Krise und der niedrigen Preise für Barbera, Dolcetto und Brachetto. Es lohne sich nicht mehr die Trauben zu ernten. Es war aber noch genügend Geld übrig, um diesen Inhalt auf einer ganzen Anzeigenseite in La Stampa zu veröffentlichen. Nun fordern die Genossenschaftskellereien die Krisendestillation zurück. Der Agrar-Assessor hat tatsächlich auch schon beim Landwirtschaftsministerium vorgesprochen und fand dort den kalabrischen Kollegen in gleicher Angelegenheit vor. Angelo Gaja platze derweil der Kragen, und er veröffentlichte eine erhellende Analyse der Situation, ebenfalls in La Stampa. »Es ist inzwischen über ein Jahr seit Einführung der Weinmarktreform vergangen, aber das Piemont schafft es nicht, sich an die neuen Maßnahmen gegen die Überproduktion zu gewöhnen: die Abschaffung der Destillationsbeihilfe, gegen Rodungsprämien oder Subventionen für die Grünlese. Die Kooperativen des Monferrato, aus Asti und Alessandria fordern nun Gelder für eine Krisendestillation von über 200.000 Hektolitern, haben aber die 6,5 Mill. Euro verschmäht, die die Region für die Grünlese bereitgestellt hatte.« Es kommt aber noch schlimmer: Trotz der massiven Lagerbestände haben die Genossenschaften des Monferrato ab der Ernte 2010 die Erlaubnis zur Ertragserhöhung gewollt – und bekommen. »Wo ihnen der Wein schon aus den Ohren herauskommt, können sie in diesem Jahr auf den gleichen Rebflächen noch mehr Wein produzieren«, schreibt Gaja. Seine Ausführungen klären auf und sind überdies unterhaltsam. Interessierten Händlern, die des Italienischen mächtig sind, empfehlen wir die Lektüre des gesamten Artikels unter: [http://www.lastampa.it/\\_web/cmstp/tmplRubriche/giornalisti/grubrica.asp?ID\\_blog=262&ID\\_articolo=102&ID\\_sezione=&sezione=](http://www.lastampa.it/_web/cmstp/tmplRubriche/giornalisti/grubrica.asp?ID_blog=262&ID_articolo=102&ID_sezione=&sezione=). Im Gebiet von Barolo, Barbaresco, Alba, Langhe und Roero herrscht indes ein verantwortungsbewussterer Umgang mit den Ressourcen. Dort hat Konsortiums-Präsident Piero Ratti unlängst einen Pflanzstopp durchgesetzt. Bis zum Frühling wird das Konsortium jede einzelne der 13 Denominationen prüfen, ob ein marktgerechtes Maß an Wein angebaut wird und gegebenenfalls das Verbot von Neuanlagen verlängern. ■

Veronika Crecelius