

TRENDS FÜR DIE GASTRONOMIE

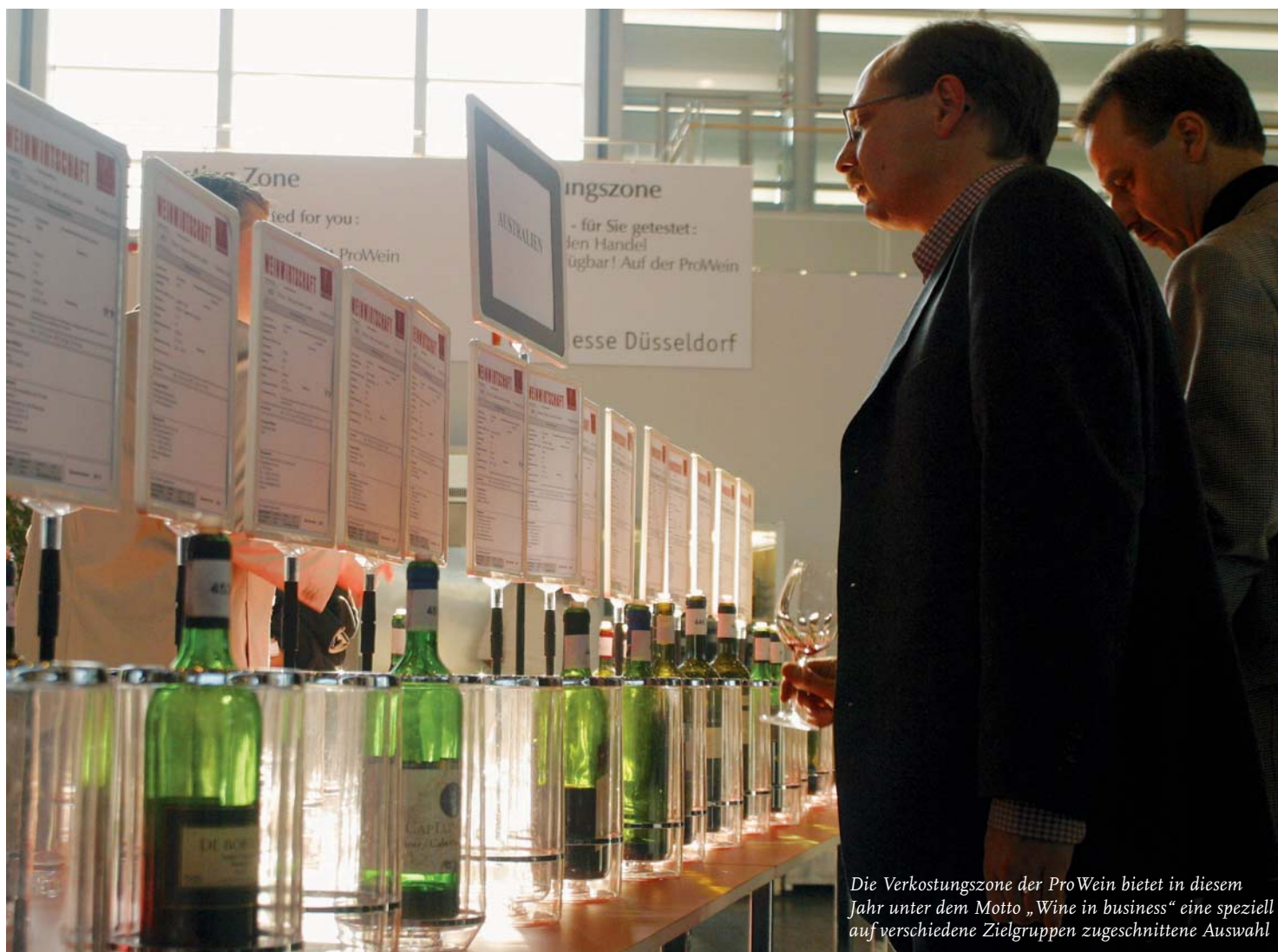
DIE VERKOSTUNGSZONE DES MEININGER VERLAGES BIETET IN JEDEM JAHR DEN BESUCHERN DER PROWEIN EINEN ÜBERBLICK ÜBER WEINE ZU EINEM BESTIMMTEN THEMA. IN DIESEM JAHR SPEZIELL AUF ZIELGRUPPEN ZUGESCHNITTEN: LEBENSMITTELHANDEL, FACHHANDEL UND GASTRONOMIE.

Was für allgemeine Weintrends gilt, gilt auch für die Gastronomie. Die Nachfrage gilt Weinen aus Deutschland, leichten Tropfen mit Alkoholgraden deutlich unter 13%vol., sie gilt mit Einschränkung auch dem Rosé und den Bioweinen. Vor allem aber muss das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmen, überteuerte

Weine haben zurzeit schlechte Karten. Doch woher kommen die Weine für die Gastronomie im Jahr 2010, welche Regionen, welche Rebsorten, welche Weinstile werden die Weinkarten beim Restaurantbesuch in diesem Jahr prägen? Importeure und Händler aus ganz Deutschland geben ihre Einschätzung für das Jahr 2010.

„Es gibt im Markt ganz unterschiedliche Strömungen“, so die Einschätzung von Boris Bongers von Nagel und Hoffbaur. Der Gastronomielieferant ist sich sicher, dass die Nachfrage nach deutschen Weinen weiter steigen wird – „der Zenit ist hier noch lange nicht erreicht“. Vor allem beim Thema leichte Weine kön-

nen die deutschen Weine punkten. „Gerade bei Weinen zwischen neun und elf Volumenprozent liegen deutsche Weine weit vorne“, so der Marketingexperte. Auch Rieslinge mit etwas mehr Restsüße erleben seiner Meinung nach eine Renaissance, Weißweine aus Spanien sind ebenfalls ein Thema. „Sorten wie Verdejo oder Albariño werden von den Gästen verstärkt nachgefragt“, ist er überzeugt. Frankreich habe sich außerdem stabilisiert, weil die Preise sich beruhigt haben, doch neue Regionen mit einem sensationellen Preisleistungs-Verhältnis machen immer mehr Boden gut. „Das tut



Die Verkostungszone der ProWein bietet in diesem Jahr unter dem Motto „Wine in business“ eine speziell auf verschiedene Zielgruppen zugeschnittene Auswahl

AFOTOS: PRIVAT

den Großen arg weh“, sagt Boris Bongers. Statt Champagner kaufe man Crémants von der Loire. „Sommeliers wollen ihre Karte außerdem mit Exoten aufwerten, deshalb werden gute Qualitäten aus Georgien oder auch der Schweiz punktuell verstärkt nachgefragt.“

Schwierig bleibt es nach Boris Bongers weiter für die Übersee-Weine. „Die Kalifornier haben es verstanden, ihr Prinzip der Nachhaltigkeit gut zu vermarkten, deshalb gehen Weine aus Kalifornien wieder besser.“ Auch Australien habe die Talsohle durchschritten und sei wieder auf dem Weg nach oben, für den Rest bleibe es problematisch. Aus Neuseeland erwartet Florian Berger von wine in motion vor allem einen Aufwärtstrend für den Pinot noir. „Der Trend geht zu komplexen Weinen, die ihre Vorbilder aus Frankreich locker schlagen“, so der Neuseeland-Experte. „Neuseeland ist auf dem gleichen Preisniveau wie die Franzosen um Längen besser“, so seine Einschätzung der Lage. Trotz der Orientierung an der Machart der Franzosen bewahren sich die Neuseeländer laut Berger durch ihr eigenes Terroir immer auch einen eigenen Stil. Die modernen Pinot noirs mit ihrer Komplexität, ihrer guten Frucht und Säure und einer auffälligen Aromatik seien gerade für die innovative und moderne Gastronomie eine gute Wahl.

Hermann Anton von der Firma Herzberger sieht die Loire als Region auf der Gewinnerseite in Frankreich. „Sancerre ist zwar ein Dauerbrenner, die preisliche Entwicklung nach unten hat ihn aber weiter attraktiv gemacht“, so Hermann Anton. Auch die kleinen Appellationen der Rhône sieht er verstärkt im Fokus der Gastronomie. „Die Qualität passt

da einfach.“ Schwierig bleibe es für Burgund, weil die guten Tropfen einfach zu teuer seien. Ein Problem, mit dem sich Bordeaux seiner Meinung nach weniger auseinandersetzen muss. „Ein Gastronom, der was auf sich hält, muss einen Bordeaux auf der Karte haben.“ Hermann Anton bestätigt auch den Trend weg vom Champagner hin zum Crémant. „In vielen Bereichen können die Regionen über eine Preisregulierung gewinnen. Das schafft Champagner nicht, denn Crémant bietet einfach stabilere Qualitäten, nicht dieses ewige Jojospiel“, ist Anton überzeugt. „Der Gastronom braucht berechenbare Qualitäten und Preise, damit er langfristig planen kann, das Ungewisse tut solchen Produkten einfach nicht gut.“

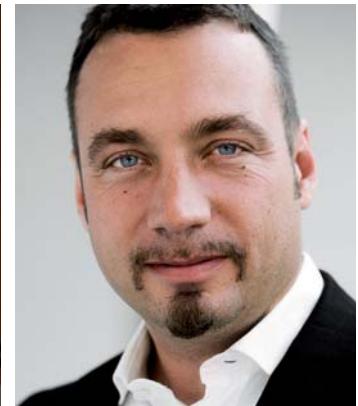
In Italien ist ebenfalls viel Bewegung zu beobachten. „Italien befindet sich im Umbruch“, so René Sorrentino von GES Sorrentino. „Viele alteingesessene Regionen müssen sich Gedanken

René Sorrentino, GES Sorrentino: „Die Klassiker aus Italien werden wieder verstärkt gefragt“



um die Zukunft machen“, so seine Einschätzung. So komme aus Italien eine Mischung aus neuen, interessanten Regionen wie Apulien und Sizilien, auch ein gesteigertes Interesse an Sardinien sei zu beobachten. „Klassiker wie die Toskana und auch Wein aus dem Piemont werden auch wieder verstärkt nachgefragt“, so seine Prognose für Italien. Bedingung dafür: ein vernünftiges Preisgefüge. Das bestätigt auch Ingo Keul vom Italien-Spezialisten Fischer und Trezza. „Das Preisniveau ist

Florian Berger, wine in motion: „Weine aus Neuseeland bieten ein tolles Preis-Leistungs-Verhältnis“



grundsätzlich gesunken“, so seine Erfahrung. Auch er sieht gerade für die gehobene Gastronomie eine Renaissance der Klassiker wie Barolo, Brunello und Chianti. „Ein richtiger Boom entsteht gerade in Bolgheri, aber nicht die großen Namen sondern kleine Weingüter wie Campo alla Sughera“, erklärt Ingo Keul. In Sachen Weißwein bleiben seiner Meinung nach vor allem die Südtiroler ganz vorne. „Die bieten das beständigste Niveau.“ Bei den Roten stehen vor allem Weine aus Kampanien hoch im Kurs. „Hier gehen auch hochpreisige Sachen“, so Keul.

Valentim Duarte von Moreno sieht Spanien in der Gastronomie ebenfalls auf einem guten Weg. „Die Rioja wird sich in einem moderneren Stil präsentieren“, weist er auf einen neuen Trend hin. Fruchtigere und modernere Weine sollen die klassische Stilistik erweitern. „Das sind Weine, die dennoch Tiefe und Gehalt bieten“, so Duarte. Seit einigen Monaten ist er mit solchen Weinen am deutschen Markt aktiv und die positive Rückmeldung gibt ihm Recht.

In einem sind sich die Händler einig: Die ganz teuren Tropfen haben zur Zeit einen schlechten Stand, nicht nur im Handel, auch für die Gastronomie. „Die Weine müssen in einem ver-

DIE ÜBERSEETRENDS DER PROWEIN

ARGENTINIEN

Bemüht sich, mit der roten Malbec und der weißen Torrontés erfolgreich um mehr Profil. Damit einher geht eine steigende Qualität im ganzen Weinbereich.

SÜDAFRIKA

Passend zur WM macht der Jahrgang 2009 viel Trinkfreude: sanfte und elegante Rote, frische, und harmonische Weiße.

AUSTRALIEN

Die Australier kommen langsam zurück mit hohen Qualitäten und einer neuen Betonung auf Regionalität und Terroir.

CHILE

Cabernet-Sauvignon bleibt der Big Player, Syrah, Pinot noir und Sauvignon blanc gewinnen an Bedeutung, vor allem in den höheren und damit kühleren Lagen.

KALIFORNIEN

„Sustainability“ hat die Kalifornier wieder ins Gespräch gebracht, neue Aufmerksamkeit gilt neben Chardonnay, Cabernet Sauvignon und Merlot auch Pinot noir, Syrah und Pinot gris.

NEUSEELAND

Neben den frischen Sauvignon blancs gibt es inzwischen auch hochwertige Pinot noirs, Chardonnays und Cabernet Sauvignons aus Neuseeland.

nünftigen Preisbereich liegen“, sagt René Sorrentino mit Blick auf Brunello, Chianti Classico oder Gavi. „Wir reden hier von Preisen zwischen 5 und 13 Euro im Einkauf.“ Das bestätigt auch Hermann Anton von Herzberger: „Das Preis-Leistungs-Verhältnis muss stimmen, die Weine müssen kalkulierbar bleiben“, so seine Einschätzung.

Beim Thema Rosé scheiden sich die Geister. Während die einen den Trend schon wieder am Ende sehen, ist er für andere ungebrochen. „Es ist kurios, aber es gibt einfach zu viele schlechte Rosés und die sind oft auch noch zu teuer“, sieht Boris Bongers von Nagel und Hoffbaur die Gründe für den kurzen Höhenflug des Rosés. Ganz anders sieht das Hermann Anton. „Gerade in der Gastronomie wird Rosé weiter ein Thema bleiben, vor allem bei den Crémants von der Loire und aus dem Elsass, aber auch beispielsweise bei Lagenweinen von der Loire“, lautet seine Einschätzung. Die Spanier haben mit dem Thema bisher wenig Land gut gemacht. „Spanien steht einfach nicht für Rosé und Weißwein, deshalb wird das in Deutschland auch kaum nachgefragt. In Spanien haben diese Weine eine viel stärkere Bedeutung“, erklärt Valentim Duarte.

Neben den auf die einzelnen Zielgruppen zugeschnittenen Weinen wird die Verkostungszone sich in einem weiteren Schwerpunkt dem Thema Bioweine widmen. Betrachtet man die Begeisterung einzelner Sommeliers für das Thema, liegt die Annahme nahe, dass auch in der Gastronomie verstärkt auf den Biotrend gesetzt wird. Die Realität sieht in den Augen der Händler jedoch anders aus. „Wenn ein Wein ein Biosiegel hat, schön, wenn nicht, ist es für die Gastronomen aber auch gut“, hat René Sorrentino beobachtet. Die Nachfrage aus der Gastronomie für Bioweine sei eher bescheiden, viele Weingüter vor Ort hätten sogar den Eindruck, dass ein Biosiegel ihnen zum Nachteil werde und verzichten deshalb auf die Kennzeichnung. Ähnlich formuliert das Boris Bongers von Nagel und Hoffbaur. „Bio ist seit Jahren ein Thema und auch wieder nicht“, so seine Einschätzung. Ein Biowein müsse außergewöhnlich sein und der Gast verzichte sofort, wenn der Preis nicht stimme. „Es ist erstaunlich, dass das Angebot an beispielsweise biodynamisch erzeugten Weinen immer größer wird, die Nachfrage jedoch nicht.“ Valentim Duarte beobachtet, dass in Spanien selbst das Thema Biowein kaum jemanden interessie-

Valentim Duarte, Moreno:
„Die Rioja wird mit modernen Weinen auf den Markt kommen“



Hermann Anton, Herzberger:
„Sancerre ist ein Dauerbrenner in der Gastronomie“



re. „Bioweine werden gekauft, weil sie gut sind, nicht weil sie bio sind“, lautet auch die Einschätzung von Ingo Keul bei Fischer und Trezza.

So scheinen für die Gastronomie in den kommenden Monaten neben den Parametern Preis-Leistungs-Verhältnis, geringe Alkoholwerte und in engen Grenzen auch Bioweine vor allem Weine aus unbekannteren beziehungsweise in jüngster Zeit eher in den Hintergrund geratenen Regionen interessant zu werden. Das Thema Rosé war und bleibt eine individuelle Geschichte mit individuellem Erfolg je nach persönlichem Interesse und Engagement des Sommeliers oder Gastronomen. Hochpreisige Weine werden zwar weiterhin gefragt

werden aber in kleineren Mengen, während Tropfen mit einem auffallenden Preis-Genuss-Verhältnis mehr Interesse erfahren werden. Interessant wird sein, die Entwicklung des Themas Bioweine vor allem in der gehobenen Gastronomie zu beobachten.

Insgesamt rund 1700 Weine wurden zur Vorverkostung angestellt, mehr als 500 alleine für die Gastronomie. Vier Tage lang wurden die Weine für die einzelnen Kategorien von einer professionellen Jury im Meininger Verlag verkostet. Die besten Tropfen der Verkostung stehen im Rahmen der Verkostungszone der ProWein zum Probieren zur Verfügung. Weitere Informationen gibt es bei den Ausstellern an den Ständen. < KRISTINE BÄDER

