



Bleibt immer öfter in den Regalen stehen: Weine aus der Toskana verzeichnen auf vielen Märkten Absatzschwünde

Die Grande Bellezza kämpft

Trotz aller Schönheit und steigender Qualitätsstandards ihrer Weine bläst der Toskana vom Markt kühlere Luft entgegen – und zwar nicht nur aus Deutschland

Das große Event, das allein Einkäufern vorbehalten ist, läutet die Anteprime Toscare ein und fordert schon in seiner Namensgebung »Buy Wine.« Die bedeutendste Jahresveranstaltung für den Handel, die die Region in Kollaboration mit der Spezialeinheit der Florentiner Handelskammer PromoFirenze organisiert, erreichte in diesem Jahr Rekordzahlen. 215 Weingüter, von denen immerhin 80 biologisch oder biodynamisch zertifiziert sind, trafen sich zum Tête-à-Tête mit über 200 Einkäufern aus 44 Ländern in der Fortezza da Basso in Florenz. Die Bilanz sind 6.000 B2B-Zusammenkünfte und 33.400 Verkostungen von 1.170 Weinen aus 50 der insgesamt 58 geschützten Herkün-

ten. Flankiert wurde der zweitägige Marathon von Seminaren und sieben Touren in die DOP-Anbaugebiete. Derart gepampert äußerten sich 94 Prozent der Teilnehmer generell zufrieden mit der Veranstaltung, 93 sind an den neu geknüpften Beziehungen kommerziell interessiert. Fast alle wollen 2020 wieder eingeladen werden.

Auf der Eröffnungskonferenz für Buy Wine und die Anteprime stellten die Veranstalter Auszüge aus einer 18-seitigen Studie über den Sektor vor. »I numeri del Vino« heißt das Elaborat der Behörde ISMEA (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare), gleichzeitig Statistikinstitut für den Agrarmarkt. Der Bericht liefert ein Inventar der toskanischen Weinbranche, es gehen un-

ter anderem Absatzbewegungen und Investitionen aus ihm hervor. Von den über die GMO zu Verfügung stehenden EU-Geldern nahm die Toskana beispielsweise satte 34 Prozent für Promotion in Anspruch, auf nationalem Niveau wurden 26 Prozent dafür ausgegeben. Die Toskaner investierten in den letzten zehn Jahren 66 Mill. Euro für die Absatzförderung in Drittländern. Mit den entsprechenden Folgen für die Verkäufe im kaum bezuschussten, also wenig umworbenen Europa.

Grund zur Sorge. Die Statistiken spiegeln das Szenarium wider, das sich in den letzten Jahren auf die Toskana-Bilanzen der meisten deutschen Italien-spezialisten niedergeschlagen hat. »Ob-

wohl die USA und Deutschland zusammen über 50 Prozent des toskanischen Exportmarktes, sowohl in der Menge als auch im Wert darstellen, ist eine graduelle Verschiebung des Flusses von den traditionellen und konsolidierten Märkten zu den kleineren, weit entfernten, aber in hohem Wachstum begriffenen Märkten festzustellen. Hauptsächlich Deutschland hat als Kunde der toskanischen DOP-Stillweine an Gewicht verloren. Der Mengenanteil lag 2010/2011 im Schnitt bei 24 Prozent, in den vorletzten beiden Jahren ging er auf 19 Prozent zurück. »Auch der Wertverlust ist mit 20 auf 16 Prozent signifikant«, heißt es in dem Rapport. Die Staaten hingegen haben eine leichte Mengenbeuge (-0,5%) mit höheren Ausgaben kompensiert und bescheren den Toskanern 34 Prozent des gesamten DOP-Wein-Exportwertes. Nahezu dramatisch liest sich hingegen der Vergleich zwischen den Verkäufen in den ersten 10 Monaten von 2018 zur Vorjahresperiode. Innerhalb der EU sackte der Absatz um 18,4 Prozent ab, außerhalb der Union ging er um 2,2 Prozent zurück. Während Europa auch 17,6 Prozent an Wert verlor, gewannen die Drittländer 8 Prozent hinzu. In Deutschland lag der Marktverlust für die abgefüllten DOP-Weine sowohl in der Quantität als auch im Wert bei krassen 23 Prozent. Germania steht nicht allein im Feld der hohen zweistelligen Einbußen. Die Niederlande, immerhin an 7. Stelle der Abnehmer im Ausland, verweigerte in diesem Zeitraum sogar 41,5 Prozent der Ware und gab 34,4 Prozent weniger aus. In Belgien, Schweden und Dänemark krachten die Umsätze um über 25 Prozent ein. Unter den Top-Ten-Märkten verzeichnete die Toskana hingegen höhere Einnahmen in der Schweiz (+7,6%), in China (+6,9%) und in Frankreich, das sich mit einem überraschenden Plus von 27,6 Prozent gegenüber einem Mengenverlust von 8 Prozent an Belgien vorbei auf den 9. Platz schiebt.

Überraschungen. Das Weinportal Winenews veröffentlichte Anfang September die Ergebnisse des Statistikinstituts ISTAT, das die Verkaufszahlen der toskanischen DOPs von Januar bis Juli



Vor der Anteprime gings zur Sache: Über 200 Einkäufer aus 44 Ländern konnten in zwei Tagen mit 215 Weingütern Verkaufsverhandlungen führen.

2019 beleuchtet. Grundlage der Analyse sind die von den Produzenten angeforderten Staatssiegel, die auf dem Flaschenhals kleben müssen, bevor die Ware in den Handel geht. Demnach gaben die Verkäufe insgesamt um 3,7 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode nach. Chianti Classico bleibt stabil und Chianti kommt mit einem Minus von 3 Prozent davon. Die Maremma Toscana (-5%) und der Morellino di Scansano (-6%) geben etwas weniger nach als der Nobile di Montepulciano (-7%), während der Rosso di Montepulciano nur ein Prozent einbüßt.

Der Brunello bekommt die schwache Auflage und den schlechten Ruf des 2019 emittierten Jahrgangs 2014 mit einem Rückgang von 27 Prozent zu spüren. Er reißt den 2017er Rosso di Montalcino mit in die Tiefe, der 15 Prozent verliert wie auch Val d'Arno di Sopra. Schockzahlen für Montecucco (-37%) und Orcia (-54%). Die bedeutendste weiße DOP der Region, Vernaccia di San Gimignano, verzeichnet immerhin ein einprozentiges Plus. Mit Riesenschritten kommt ausgerechnet die auf internationale Rebsorten ausgerichtete DOC Bolgheri voran. Sie legt 16 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode zu. Auch in Deutschland gewinnt die junge DOC, die Ende August ihren 25. Geburtstag feierte, langsam, aber zunehmend Liebhaber.

Lichtblicke und Optimismus. Die deutschen Vertriebsfirmen arrangieren sich mit der Zurückhaltung des Handels für die toskanischen Weine. Entweder sie halten stur durch und haben eine gehobene Kundenstruktur, die mit den Klassikern groß geworden ist. Oder aber sie kommen dem Mainstream mit reststüßeren Toskanern entgegen und Weinen, die mit der Technik des Governo all'Uso Toscano hergestellt sind, also mit dem Zusatz von angetrockneten Trauben. Das Borgholzhausener Weinkontor Freund berücksichtigt beide Varianten. »Unsere Verluste halten sich in Grenzen, da wir keine großen Erzeuger im Preisanstieg des Chianti DOCG haben«, sagt Geschäftsführer Dirk Röhrig, »wo wir verloren haben, kompensieren wir das Geschäft wie viele andere auch mit Produkten, die einfacher gemacht sind oder in die Appassimento-Richtung gehen.« Ganz vorne mit dabei seien Poggio delle Faine Rosso (8 g RZ), Governo (13 g RZ) oder der Rosso Toscano Castello Toscano IGT (8 g RZ). »Es gibt also Appassimento-Alternativen aus der Toskana, die es mit der Reststüße nicht ganz übertreiben und dem aktuellen Geschmacksprofil vieler Konsumenten entsprechen.«

Das Weinkontor Freund sei aber seit vielen Jahren mehr im hochwertigen und traditionellen Bereich unterwegs. »Erzeuger wie Selvapiana haben wir seit 30 Jahren im Programm und sie haben ihre festen Liebhaber gefunden. Vignole ist ein kleiner, guter, bodenständiger Betrieb. Auch im Bereich Classico oder Classico Riserva ist kaum ein Negativ-Trend auszumachen. Im Premium-Segment wie Bolgheri mit Sapaio sowie bei Brunello mit Col d'Orcia oder Collosorbo sprechen wir von Produkten, die stark über internationale Bewertungen laufen. Die Kundengruppe dieser Weine steigt nicht auf einen reststüßen Appassimento um.« Röhrig glaubt, dass der Boom der reststüßen Weine in absehbarer Zeit nachläßt, aber nicht unbedingt, weil sich der Geschmack verändert. »Es geht um das Thema Zucker. Genau wie die zunehmende Sensibilisierung beim Plastikmüll, wird auch Zucker zunehmend kritisch betrachtet. Es gibt Verbraucher, die auch so ganz lang-

sam auf den Trichter kommen, dass weniger Restsüße besser zum Essen passt, man mehr davon trinken kann und unbeschadeter durch den Abend kommt«, beobachtet Röhrig.

Andreas Saffer in München beklagt zwar ebenfalls keine dramatischen Einbrüche, vermisst jedoch sowohl im LEH als auch Fachhandel die Euphorie. Beim Chianti DOCG hat er sich vom Einstiegsbereich verabschiedet und setzt allein auf Riserva- und Superiore-Qualitäten, die zwischen 6,99 und 7,49 Euro

im Regal stehen. Zusätzlich hat das Weingut Bindi Serargi für ihn einen Chianti Classico entwickelt, der im LEH für rund 10 Euro angeboten wird und »ganz gut läuft«. Der Nobile di Montepulciano habe nicht mehr den Zug von früher, der Brunello dümpele, aber der Morellino 414 habe sich aufgrund der Qualität in Gastronomie und Fachhandel durchgesetzt. »Bei den toskanischen Weinen geht die Schere weit auseinander. Günstige Weine sind eben auch sehr durchschnittlich in der Qualität. Aber mittel-

fristig wird sich der Boom der Restsüße abschwächen und dann sehe ich für die Toskana wieder gutes Potenzial«, so Saffer.

Der allgemeine Brunello-Hänger aufgrund des oft zu Unrecht verschrieenen Jahrgangs 2014 wird bei den Italienspezialisten allgemein mit Gelassenheit betrachtet. »Der 2014er ist perfekt für die Gastronomie, weil er schon zugänglich und trinkreif ist«, informiert Verkaufsleiter Ingo Keul von Fischer & Trezza. »Der 2013er gibt sich oft noch sehr ver-

Die Toskana und ihre wichtigsten DOPs

Die Rebfläche der Toskana erstreckt sich über 59.887 Hektar. Davon sind 91,8 Prozent für die DOC-Weinherstellung zertifizierbar. Auf Italiens gesamter Rebfläche liegt der potenzielle DOC-Anteil bei 62 Prozent. Die Toskana wartet mit 52 DOPs (g.U.) und 6 IGP (g.g.A.) auf. Von den 52 DOPs zählen elf zu den DOCGs, der höchsten Klassifikationsstufe. Trotz der hohen Anzahl an geschützten Herkünften konzentriert sich DOP-Anbau auf das Chianti (48%) und das Chianti Classico (19%), mit großem Abstand folgen Brunello di Montalcino (5%) und Morellino di Scansano (4%). Laut dem Bericht, den die Agrarbehörde ISMEA (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) anlässlich der Anteprime Toscane und Buy Wine 2019

vorgelegt hat, liegt die Durchschnittsproduktion der letzten fünf Jahre in der Toskana bei 2,6 Mill. Hektoliter. 2018 stellte die Region 2,335 Mill. Hektoliter Wein her. Davon fielen insgesamt 87,8 Prozent auf Rot- und Roséweine, 12,2 Prozent auf Weißweine. Bei den DOC- und DOCG-Weinen kommen die Roten sogar auf 93,3 Prozent der Herstellung. Die höchste Präsenz an Weißweinen ist mit 24,5 Prozent im IGT-Bereich zu finden.

2018 zählte Ismea 23.166 Betriebe mit Weinanbau, von denen 15.800 auf DOP-Trauben zurückgreifen können. Die 17 Winzergenossenschaften der Toskana vereinen 18 Prozent der regionalen Weinproduktion auf sich. Der Produktionswert der abgefüllten DOP- und

IGP-Weine wird auf 743 plus 183 Mill. Euro geschätzt. Mit 926 Mill. Euro liefert die Toskana 11 Prozent des nationalen Wertes, den Ismea bei 8,3 Mrd. Euro anlegt.

Sangiovese bedeckt 61,2 Prozent der gesamten Rebfläche, auf Platz 2 hält sich Merlot mit übersichtlichen 7,7 Prozent. Cabernet-Sauvignon ist mit 6,5 Prozent die dritte Kraft. Danach erscheint der Trebbiano Toscano (4,7%) als erste weiße Sorte, gefolgt von Vermentino (2,5%). Nach dem Syrah (2,1%) wird der Rebsortenspiegel extrem kleinteilig. Die Toskana ist die sechststärkste Weinregion Italiens. Im Ranking der Exportwerte liegt sie 2018 mit knapp 980 Mill. Euro nach dem Veneto und Piemont auf dem dritten Platz.

Chianti DOCG

Rebfläche: 15.500 ha, davon 2018 in Produktion: 13.679 ha

Produktion 2018: 737.000 hl

Exportanteil 2018: 65% (58 Mill. Fl.); Deutschland ist mit 20% (11,6 Mill. Fl.) bedeutendster Exportmarkt, gefolgt von den USA mit 11% (6,5 Mill. Fl.) und UK mit 8% (4,5 Mill. Fl.)

Geschätzter Geschäftswert: 400 Mill. Euro

Chianti Classico DOCG

Rebfläche: 7.200 ha

Produktion 2018: 280.526 hl, Abfüllung 33,6 Mill. Fl. aufgrund der mit 208.926 hl geringen Ernte von 2017. Abfüllung der letzten 10 Jahre durchschnittlich 35-38 Mill. Fl.

Exportanteil: 77%, davon 34% USA, 11% Kanada, 8% Deutschland, jeweils 5% UK und Skandinavien

Geschätzter Geschäftswert: 400 Mill. Euro

Vino Nobile di Montepulciano DOCG

Rebfläche: 1.250 ha (+ 400 ha Rosso di Montepulciano)

Produktion 2018: 60.478 hl, Abfüllung 6,1 Mill. Fl.

Exportanteil: 78%, davon 44% Deutschland, 22% USA

Geschätzter Geschäftswert: 65 Mill. Euro

Bolgheri DOC

Rebfläche: 1.185 ha inkl. 87 ha Bolgheri Sassicaia (+185 ha IGT Toscana)

Produktion 2017: 53.449 hl inkl. 3.310 hl Bolgheri Sassicaia, Abfüllung ca. 5 Mill. Fl.

Exportanteil: 50%, Hauptexportmärkte USA und Schweiz. Der Exportanteil lag zwischenzeitlich bei 80 Prozent, verringerte sich jedoch durch die kontinuierliche Vergrößerung von Rebfläche und Produktion. Bei der Gründung der DOC im Jahr 1994 hatte sie nur 190 Hektar.

Brunello di Montalcino DOCG

Rebfläche: 2.100 ha, +510 ha Rosso di Montalcino

Produktion 2018: 82.671 hl, Abfüllung 9,3 Mill. Fl.

Brunello; Rosso: 19.362 hl, Abfüllung 5 Mill. Fl.

Exportanteil: 70%, Hauptexportmärkte USA über 30%, Europa gesamt ca. 20% (mit UK, Deutschland und der Schweiz an der Spitze), Asien 15%

Das Konsortium gibt einen Geschäftsumsatz von 160 Mill. Euro an, in den auch die Verkäufe von Moscadello di Montalcino (ca. 40.000 Fl.) und der DOC Sant'Antimo (ca. 400.000 Fl.) einfließen. Die beiden Herkünfte stehen ebenfalls unter dem Schutz des Konsortiums.

Quelle: jeweilige Konsortien, Kontroll- und Zertifizierungsinstitut Valoritalia, ISMEA. Bei den Produktionszahlen beziehen sich die Hektoliter-Angaben auf den Jahrgang, die Abfüllung jedoch auf das Kalenderjahr. Es handelt sich also um vorherige Jahrgänge.



Frescobaldis jüngster Zugang: die Tenuta Perano im Chianti Classico

schlossen. Bei uns funktioniert Brunello gut und wir haben soeben ein weiteres, hochkarätiges Weingut zusätzlich zu Ciacci Piccolomini D'Aragona und Casanova di Neri aufgenommen. Es handelt sich um Giodo von Carlo Ferrini, der nur einen Brunello und einen Rosso IGT Toscana herstellt.«

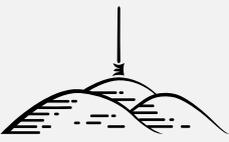
Auch bei Vinissimo in München ist man gut auf den Brunello zu sprechen, überhaupt entwickle sich das Toskana-Geschäft abgesehen von Morellino und Chianti positiv. »Caparzo besitzt in Montalcino Rebhänge in allen Ausrichtungen, die sie in schwachen Jahrgängen sehr gut blenden, das ist inzwischen bekannt. Unser Nobile die Montepulciano von Salcheto hat eine sehr gute Entwicklung genommen, auch weil das Weingut naturnah produziert, was inzwischen auch im höheren Bereich ein zusätzliches Kaufargument bietet«, berichtet Geschäftsführer Willi Breuer.

Superiore.de dürfte der bestsortierte und größte Anbieter toskanischer Weine sein. Seine Edulkunden bedienen sich so stark wie eh und je an Chianti Classico samt Riserva und der Gran Selezione. Nobile bleibt jedoch ein schwieriges Terrain, ebenso wie die Maremma und die Costa Toscana. Großen Zuspruch findet hingegen die DOC Bolgheri, die dank Campo alla Sughera auch bei Fischer & Trezza gut angelaufen ist.

»Die Toskana ist derzeit die interessanteste Weinregion Italiens, auch im Vergleich zum Gesamtbild des Piemonts, ausgenommen natürlich das Anbaugebiet der Langhe«, schlägt Emilio Pedron

eine Bresche für die vom Markt neuerdings leicht gebeutelte Region. Der Geschäftsführer der Bertani Domaines, die im Chianti Classico, in Montepulciano und in Montacino Weingüter besitzen, sieht positive Entwicklungen. »Wir arbeiten seit 2012 in unseren Gütern die jeweilige Identität des Sangiovese heraus und haben auch eine Studie dazu veröffentlicht. Der Nobile verkauft sich in Deutschland sehr gut, den Chianti Classico pushen wir derzeit lieber in Italien, aber er wird auch in Deutschland zurückkommen. In Montalcino hat man sich entschlossen, keine Lagenbestimmungen wie im Piemont auszuarbeiten, weil es Streit unter den Herstellern geben könnte. Die Brunello-Produzenten setzen mit individuellen Stilikonen die Akzente. Brunello funktioniert auf allen Märkten gut, abgesehen vom 2014er Jahrgang, den ja viele Winzer gar nicht abgefüllt haben«, erklärt der einflussreiche Topmanager.

In Deutschland sei der Konsum inzwischen nicht nur von der bekannten Preissensibilität gesteuert. »Der deutsche Markt gehorcht mehr als früher. Er folgt einfach den Tendenzen und Moden. Was einer macht, machen alle nach. In Italien ist das schwer vorstellbar. Die Italiener wollen sich immer vom anderen absetzen und haben einen höheren Drang zum Individualismus«, sagt Pedron. Es wäre schön, wenn die deutschen Konsumwünsche im Weinbereich so vielfältig und bunt wären wie sie es z.B. bei der Auswahl von Autos sind. Davon träumen wir schon lange. VERONIKA CRECELIOUS



KAISERSTUHL

Ihre Winzergenossenschaften



**TRADITION
MACHT
ZUKUNFT**

Unsere Mehrfamilienbetriebe leben von der Weitergabe alten Wissens und ständigem Dazulernen. Das garantiert Erfolg über Generationen hinweg.

*Ihre
Winzergenossenschaften*

Achkarren · Badischer Winzerkeller –
Die Sonnenwinzer · Bickensohl
Bischoffinger & Endinger · Der Bötzingen
Burkheim · Ihringen · Jechtingen-Amoltern
Königschaffhausen-Kiechlinbergen
Oberbergen · Oberrotweil · Sasbach



KAISERSTUEHLER-WEIN.DE