

Die diesjährige ProWein war mal wieder viel zu schnell vorbei. Ich habe diesmal deutlich weniger verkostet als in den Jahren bisher und zeitbedingt auch nicht alle meine üblichen Anlaufstellen besuchen können. Dennoch: Die Messe war erfolgreich – und zwar nicht nur aus Sicht des Veranstalters (laut [offizieller Pressemitteilung](#)), sondern auch für mich persönlich und für [Wein-Plus](#).

Das europäische Weinnetzwerk war in diesem Jahr mit einem Gemeinschaftsstand vertreten, zusammen mit drei Kooperationspartnern und drei italienischen Winzern. Mit 60 Quadratmetern war der Stand deutlich größer als in den vergangenen Jahren und lag zudem in Halle 3 statt 4. Auf der Messe stellte Wein-Plus erstmals den Relaunch seiner Internetplattform der Öffentlichkeit vor und zeigte seine Kompetenz für Online-Weinmarketing ebenso in Beratungsgesprächen wie in Vorträgen. Die Besucherfrequenz am Stand war durchgängig sehr gut, ebenso das Interesse der Besucher an den Angeboten, so dass das Konzept „Wein-Plus & Friends“ voll und ganz aufging.

Französische Supermarkt-Weine

Ich habe auf dieser ProWein zahlreiche Gespräche mit französischen Verbänden, Handels- und Marketingorganisationen geführt – von der [Sopexa](#) über [InterRhône](#) und [Sud de France](#) bis zu [Anivin](#). Dabei hat mich der schlüssige Ansatz von Anivin, der Association Nationale Interprofessionnelle des Vins de France, besonders beeindruckt. Anivin existiert seit 2009 und ist – wie der Name bereits vermuten lässt – für die Kategorie „Vin de France“ verantwortlich, die im Zuge der EU-Weinmarktreform die frühere Kategorie Tafelwein (Vin de table) ersetzt. Ich unterhielt mich mit Valérie Pajotin, der Generaldirektorin, die mir das Vermarktungskonzept erklärte. Die französischen Weine ohne geschützte Herkunftsbezeichnung (so der offizielle Terminus) werden über die Rebsorten vermarktet. Auf dem Etikett muss die Bezeichnung „Vin de France“ angegeben werden, die Rebsorte(n) und der Jahrgang dürfen zusätzlich erscheinen. Dabei geht es in erster Linie um internationale Rebsorten, die gleichwohl in Frankreich heimisch sind oder sogar dort ihren Ursprung haben, beispielsweise Sauvignon Blanc, Chardonnay, Merlot oder Cabernet Sauvignon. Für diese Trauben und ihre (reinsortigen) Weine wurden gezeichnete (menschliche) Figuren geschaffen, die die charakteristischen Sortentypen repräsentieren sollen. Es gibt jedoch sogar eine gewisse Regionalisierung, denn auch weniger weit verbreitete Rebsorten wie Colombard oder Gros Manseng kommen zumindest als Verschnittspartner vor und werden auch auf der Flasche angegeben. Allerdings sind bestimmte Rebsorten (etwa Gewürztraminer) nicht auf dem Etikett zugelassen, wenngleich sie für die Weine verwendet werden dürfen.

Die Fokussierung auf die Rebsorten bei den Vins de France zeigt sich sogar in der Website-Adresse für die Kampagne: vindefrance-cepages.org (cépage = Rebsorte). Hier geht es indessen eben nicht um Spitzenprodukte, sondern um Weine für den Lebensmitteleinzelhandel (LEH), die in großen Mengen und konstanter Qualität sowie ohne wesentlichen Erklärungsbedarf vertrieben und folglich genau so produziert werden können. Die Weine sollen leicht verständlich sein und werden dafür über die typischen Aromen ihrer Rebsorten kommuniziert. Sie haben tendenziell einen höheren Restzuckergehalt, der sie für unerfahrene Weintrinker leichter zugänglich macht, weil der Zucker den Wein „aufleckert“ und gewissermaßen als Schmiermittel (bisweilen auch als Deckmittel für mangelnde Substanz und

mindere Qualität) wirkt. Es geht um unkompliziertes Trinkvergnügen und Wiedererkennungswert.

Anivin versteht seine Aufgabe auch als Beitrag zur „Bildung und Erziehung“ (so Mme Pajotin) der Verbraucher, speziell bezogen auf die jüngere Zielgruppe, die auch mit den erwähnten Rebsorten-Figuren angesprochen werden soll. Auf der Website der Kampagne gibt es daher unter anderem ein Ratespiel zu den aromatischen Ausprägungen der Rebsorten sowie eine Datenbank, die vom Nutzer ausgewählten Gerichten (anhand der Zutaten bzw. Rezepte) passende Weinempfehlungen (anhand der Rebsorten) zuordnet. Mme Pajotin sieht die Vins de France als Einsteiger- und in gewissem Sinne auch als „Aussteiger“-Segment und betrachtet sie somit nicht als Konkurrenz, sondern als Ergänzung zu den Weinen mit geschützter Herkunftsbezeichnung (IGP, AOP/AOC): Die Verbraucher steigen in jüngeren Jahren mit den plakativen Rebsortenweinen ein, gehen dann über zu den anspruchsvollen Qualitätsweinen (mit engerem Herkunftsschutz) und kommen im Alter wieder zu den einfacheren Weinen zurück. Die Vins de France sind weniger differenziert und überfordern die Konsumenten nicht, die noch nicht oder nicht mehr alle Feinheiten wahrnehmen können und eindeutige Sinneseindrücke zu schätzen wissen. Sie sind stärker im Keller gemacht als im Weinberg gewachsen, Terroir spielt hier keine Rolle, und sie werden eher industriell gefertigt als handwerklich hergestellt. Genau mit diesem Segment beschäftige ich mich üblicherweise überhaupt nicht, und gerade deshalb war das Gespräch mit Mme Pajotin so interessant, um einmal aus Marketingsicht einen Blick auf die LEH-Weine zu werfen. Sie haben zweifellos ihre Berechtigung, zumal sie die Absatzstatistiken mit Abstand anführen – doch in jedem Fall sollten sie mindestens sauber gemacht sein.

Vertrautes und Neues aus Österreich

Gespräche führte ich auch mit zahlreichen Autoren und Journalistenkollegen, darunter [Uwe Kauss](#), [Andreas Essl](#), Eva Dülligen und [Dr. Wolfgang Thomann](#). Auch für solche Treffen und den Gedankenaustausch ist die ProWein eine exzellente Gelegenheit, und dieser Blog-Beitrag heißt nicht umsonst „Familientreffen“. Alljährlich kommt die Weinwelt in Düsseldorf zusammen, und man trifft auf der Messe jede Menge Bekannte und Freunde aus der gesamten Weinbranche. Dabei ist es besonders schön zu erleben, dass man mit den Menschen sehr schnell nach dem Kennenlernen per Du ist – Wein verbindet eben! Für mich gehören zu diesen Freunden unter anderem Kommunikations- und Gastronomietrainerin [Christine Schloter](#), Weinberater [Harry H. Hochheimer](#) und Chris Hörle, Bernd Klingenbrunn von [K&M Gutsweine](#) sowie Karlheinz Lehnchen, ehemaliger Sommelier und Maître d'hôtel im [Schlosshotel Hugenpoet](#), der mich vor mehr als 20 Jahren als Ausbilder an den Wein herangeführt hat.

Mit Karlheinz Lehnchen verkostete ich gemeinsam die Weine von Birgit [Braunstein](#), Martin [Pasler](#) und Georg [Preisinger](#), allesamt aus dem Burgenland. Braunstein berichtete vom Projekt „[Wildwux](#)“, das sie gemeinsam mit Winzerkollegin Ilse [Maier](#) ins Leben gerufen hat: Vom Ertrag zweier Weine dieses Namens (eines Grünen Veltliners und einer roten Cuvée) werden Landschaftsflächen systematisch renaturiert, um Rückzugsräume für schützenswerte Tier- und Pflanzenarten zu schaffen. Preisinger hat unter dem Motto „Liquide Zeitreisen“ seine Weine in drei Qualitätslinien eingeteilt: Tradition („Kurzstrecke“), Premium („Mittelstrecke“) und Top („Langstrecke“) – bezogen sowohl auf das Alter der Rebstöcke als auch auf das Reifepotenzial

der Weine. Veranschaulicht wird das Motto von einer Spielzeugrakete auch auf den Flaschenetiketten. Diese wurden vom Designer [Nikolaus Eberstaller](#) gestaltet und zeigen die Rakete in unterschiedlichen Phasen ihrer Reise. Eberstaller selbst hat Preisinger zufolge das metallene Spielzeug irgendwann „auf dem Müll“ gefunden und leiht es – natürlich inzwischen aufpoliert – dem Winzer bei Veranstaltungen zur Demonstration aus. Besonders angetan war ich vom 2008er Chardonnay Ungerberg, vom 2004er Zweigelt Reserve und vom 2009er St. Laurent Sixty-Nine aus der Top-Linie – und das, obwohl eigentlich der Blaufränkisch als rote Vorzeige-Rebsorte des Burgenlands gilt.

Bemerkenswerter Weise gefielen mir diesmal auch von einem anderen burgenländischen Winzer die St. Laurent besonders gut: Erwin [Tinhof](#). Wie schon im vergangenen Jahr wurde Erwin auf der ProWein unterstützt von seinem Neffen Lukas Plöckinger, der in diesem Sommer sein Weinbaustudium abschließen wird und schon seit Längerem im Weingut mitarbeitet. Der St. Laurent 2010 (Fassprobe) und der St. Laurent Feuersteig 2009 begeisterten mich ebenso wie der Neuburger 2011 und der Leithaberg weiß 2009 aus zwei Dritteln Neuburger und einem Drittel Weißburgunder. Sehr gelungen ist auch die Beerenauslese 2010 aus je 40 Prozent Neuburger und Weißburgunder sowie 20 Prozent Traminer. Die Weine sind alle noch sehr jung, aber der aktuelle Jahrgang ist wieder ein sehr guter im Hause Tinhof, und die Weine von 2009 beginnen allmählich zu zeigen, was sie können.

Außerordentlich zufrieden mit dem Jahr 2011 zeigte sich auch Roman Josef [Pfaffl](#) vom gleichnamigen Weingut aus dem Weinviertel. Er hat zusammen mit seiner Schwester Heidi im August 2011 den Betrieb offiziell von den Eltern übernommen und dreht inzwischen sogar [Videos](#) über seine Weine. Roman freute sich über einen Witterungsverlauf, der die Trauben früh reifen ließ und für hohe Zuckergradationen ohne Botrytis sorgte, so dass die neuen Weine sich extraktreich und kraftvoll präsentieren. Meine Favoriten waren der Grüne Veltliner Weinviertel DAC Reserve Hundstleiten 2011, der Riesling Terrassen Sonnleiten 2011, der Riesling Am Berg 2010 (jedes Jahr ein Erlebnis!), der Chardonnay Exklusiv 2011 und der Excellent 2009 aus Zweigelt, Cabernet Sauvignon und Merlot.

Momentaufnahmen aus Deutschland

Da deutsche Weine einen großen Teil meiner Verkostungen bei Wein-Plus bestreiten, war ich nur bei wenigen heimischen Erzeugern. Einer davon war die Rheingauer Sektmanufaktur [Schloss Vaux](#). Auch der neue Jahrgang knüpft an die Qualitätstradition des Hauses an, jeder Sekt hat einen eigenständigen Charakter, und dem Team um Nikolaus Graf Plettenberg ist es gelungen, sensorische Beschreibungen der Schaumweine zu formulieren, die ich exakt unterschreiben würde. Highlights waren für mich der 2010er Sauvignon Blanc brut und der 2008er Rudesheimer Berg Schlossberg Riesling brut. Auf den nächsten Deutschen Sekttag am 12. und 13. Mai in Eltville freue ich mich schon!

„In gewohnter Stärke zurück“ könnte der diesjährige Leitsatz für [Schloss Proschwitz](#) aus Sachsen lauten – ebenso spontan wie treffend ausgegeben von Christoph Reiner, dem Qualitätsmanager Weinbau des Betriebs. Nach den mitunter sehr geringen Erntemengen 2010 sind mit dem neuen Jahrgang wieder alle Weine verfügbar – auch die legendäre Scheurebe, die mich ebenso überzeugte wie der Müller-Thurgau und der Elbling (alle drei von 2011) sowie der

2009er Frühburgunder und das Große Gewächs vom 2009er Spätburgunder. Die hohen Restzuckerwerte zwischen fünf und acht Gramm pro Liter bei den nominell trockenen Weinen erklärte Kellermeister Martin Schwarz damit, dass den hohen Säurewerten, die sich aus der nördlichen Lage des Anbaugebiets ergäben, etwas entgegengesetzt werden müsse. Auch den Portos, einen roten Süßwein aus Frühburgunder und Dornfelder mit 18 Volumenprozent Alkohol, hat Schloss Proschwitz erfreulicher Weise neu aufgelegt, nachdem er im vergangenen Jahr schnell ausverkauft gewesen war.

Bei den Stefan und Jürgen [Pfirmann](#) aus der Pfalz konnte ich Burgunder und Rieslinge aus unterschiedlich reifem Traubenmaterial und von unterschiedlichen Böden gegeneinander probieren, was sich als ziemlich eindrucksvoll erwies. Gegen Ende der Messe besuchte ich noch Arno [Schembs](#) aus Rheinhessen – dessen Weingut nun Chateau Schembs heißt, seit der umtriebige Winzer einen Teil des Herrnsheimer Schlosses sein Eigen nennt – und Thorsten [Melsheimer](#) von der Mosel, der unter anderem einen Riesling-Sekt aus unfiltrierten Grundweinen im Angebot hat.

Alles Bio oder was?!

Ein wesentliches Trendthema der ProWein 2012 waren Bioweine. Erstmals gab es eine eigene „Biohalle“ (7.1) mit Winzern, Verbänden, Catering und Bühnenprogramm, doch losgelöst davon wiesen beispielsweise auch meine französischen Gesprächspartnerinnen auf die lange Biotradition in Südfrankreich (Côtes du Rhône, Languedoc-Roussillon) hin. Durch die Verabschiedung der [EU-Kellerrichtlinie für Bioweine](#) Anfang Februar 2012 hat das Thema einen ganz aktuellen Impuls bekommen, den der Verband [Ecovin](#) auch gleich für Vorträge und Diskussionen nutzte. Doch leider ist und bleibt Bio auch mit der neuen Richtlinie Makulatur: Zwar legen die neuen Bestimmungen bestimmte Produktionsverfahren und Zusatzstoffe für ökologische Weine fest, doch bei letzteren konzentrieren sich die Regelungen auf Sorbinsäure (verboten) und Sulfite (in geringeren Mengen erlaubt als bei konventionellen Weinen). Die lange [Liste der chemischen Zusätze](#), die gemäß der [Internationalen Organisation für Rebe und Wein \(OIV\)](#) in der Weinbereitung zulässig sind, wurde nicht angetastet. Damit darf die EU-Richtlinie mindestens als industriefreundlich gelten und ermöglicht die Produktion von Weinen mit Biosiegel in großem Stil.

Es ist jedoch ein Unterschied, ob jemand Bioweine konsequent und ehrlich aus Überzeugung produziert (und somit weit über die rechtlichen Erfordernisse hinaus geht), oder ob jemand Bioprodukte aus Marketing- und damit aus Umsatzgründen anbietet. Zur ersten Gruppe von Erzeugern zählen zweifellos die vielen Winzer, die biologischen oder ökologischen Weinbau betreiben, ohne das explizit zu kommunizieren. Ihnen geht es um die Gesundheit, und zwar um die Gesundheit der Rebe ebenso wie um die Gesundheit des Menschen. Denn – jetzt bitte vom Zellgift Alkohol einmal abgesehen, dessen Effekt und Risiko setzt sich jeder Weinkonsument aus – die chemischen Zusatzstoffe in Weinberg und Keller wirken sich auf den menschlichen Organismus aus. Bio bedeutet den weitestgehenden Verzicht auf künstliche Zusätze – ob Pflanzenschutzmittel, Dünger, Schönungsmittel, Enzyme, Säuren oder Salze sowie vieles mehr. Die Trauben sollen so naturbelassen und unbelastet wie möglich heranwachsen und zu biologischem (also wörtlich: der Lehre des Lebens entsprechendem) Wein verarbeitet werden. Bio bedeutet somit auch Schadstoffminimierung und Umweltschutz. Gleichwohl ist der Begriff

abzugrenzen von dem der Nachhaltigkeit: Nachhaltigkeit zielt auf den schonenden Umgang mit Ressourcen und auf ein gewisses Gleichgewicht. Sie wird nicht nur von der ökologischen Säule getragen, sondern auch von der ökonomischen und der sozialen. Es geht demnach um mehr als die Natur, wenngleich hier die Schnittmenge zwischen Bio und Nachhaltigkeit liegt.

Noch mal Frankreich

Doch zurück zur ProWein. Meine schönste Begegnung hatte ich am Messesonntag: In einer Vitrine in Halle 5 (Frankreich) erblickte ich Flaschen, deren Etiketten mir irgendwie bekannt vorkamen. Es handelte sich um Calvados von [Michel Huard](#), einem winzigen Familienbetrieb in der Nähe von Flers, den ich 2003 im Normandie-Urlaub kennengelernt hatte. Und während ich noch schaute, stand mit einem Mal Jean-François Guillouet-Huard persönlich neben mir, der sich damals, obwohl wir unangekündigt und noch dazu in der Mittagszeit dort aufgeschlagen waren, Zeit für eine umfangreiche Degustation samt Betriebsführung genommen hatte. Er hat, wie er berichtete, den Betrieb 2004 eigenverantwortlich übernommen und ließ mich nun den Calvados 1992 sowie einen klaren Apfelbrand – ganz neu im Sortiment – und den Pommeau probieren. Über dieses Wiedersehen habe ich mich sehr gefreut, und es war entsprechend herzlich; die Produkte zählen für mich zur absoluten Spitze, und ich weise hier ebenso gern wie nachdrücklich darauf hin, dass Jean-François einen Deutschland-Importeur sucht. Wer hochwertige Destillate vertreibt, kommt an diesem Calvados eigentlich nicht vorbei!

Apropos Frankreich: Thomas Herter von [Château Segonzac](#) will ich nicht vergessen. Er keltert hauptsächlich reinsortige Bordeaux-Weine, bisher aus Cabernet Sauvignon, Petit Verdot, Malbec und Chardonnay. Diese unkonventionellen Gewächse sind ebenfalls eine Entdeckung wert.

Viele andere langjährige ProWein-Kontakte sah ich dieses Jahr leider nur im Vorbeigehen oder gar nicht. Das wird hoffentlich nächstes Jahr wieder anders. Die ProWein 2013 ist vom 24. bis 26. März geplant. Dann haben die Weine wieder drei Wochen mehr Zeit, sich zu finden, denn aufgrund des frühen Messetermins hatten zahlreiche Winzer jetzt vermehrt Fassproben oder gerade erst gefüllte Weine dabei, die sich noch hefig und unruhig präsentierten. Die Messe soll im kommenden Jahr noch größer werden, und auch das Hallenkonzept soll neu strukturiert und stringenter auf einzelne Länder ausgerichtet werden. Man darf gespannt sein.