

Wein-Keller Premiere



Wenn es einen spanischen Wein gibt, der sich hierzulande bei Privatkunden und in der Gastronomie fest etabliert hat, dann ist es der Conde de Valdemar aus dem Rioja. Er ist auch nach 20 Jahren ein Renner. Jetzt hat die Bodegas Valdemar ein neues, preisgünstiges Gewächs aus der Sorte Tempranillo kreiert. Den Valdemar 2007 zeigt der Importeur Casa

del Vino erstmals am morgigen Festival Español im Zürcher Kaufleuten. Wir konnten den Wein, der während sechs Monaten in kleinen Eichenfässern ausgebaut worden ist, bereits verkosten: fruchtbetont, mit dezentem Holzeinsatz, weiche Tannine, modern vinifiziert. Kurz, ein unkompliziertes Trinkvergnügen für den Alltag. (kep.)

Valdemar 2007, Bodegas Valdemar, 13 Fr. Bei Casa del Vino, Zürich, www.casadelvino.ch. Weitere Tipps unter www.nzz.ch/wein-keller.

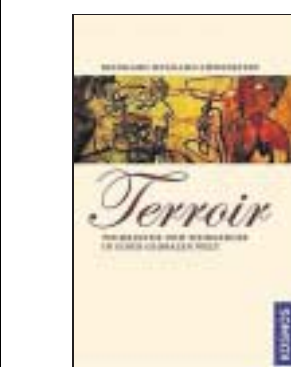
Supplément Von Maman



Die französische Marke Bonne Maman wurde mit Konfitüren bekannt. Neu verkauft die Firma Leckereien aus Milchprodukten. Crème Caramel, Schokomousse, Rahm-/Fruchtdesserts und Joghurt gehören dazu. Sie stecken in unüblich kleinen Verpackungen, mit dem Vorteil, dass man sich kaum überessen kann, und dem Nachteil, dass die Produkte im Vergleich recht teuer sind. Ein Pluspunkt: Auf hinzugefügte Aromen wird verzichtet, die Häppchen schmecken natürlich. In der Crème Caramel stecken leider zu wenig Eier, und die Pêches Chantilly sind etwas zu süss geraten. Sonst sind die Desserts aus der Fabrik aber sehr gelungen. (roz.)

Beispiel: Pêches Chantilly, 2x85 g, Fr. 3.60.

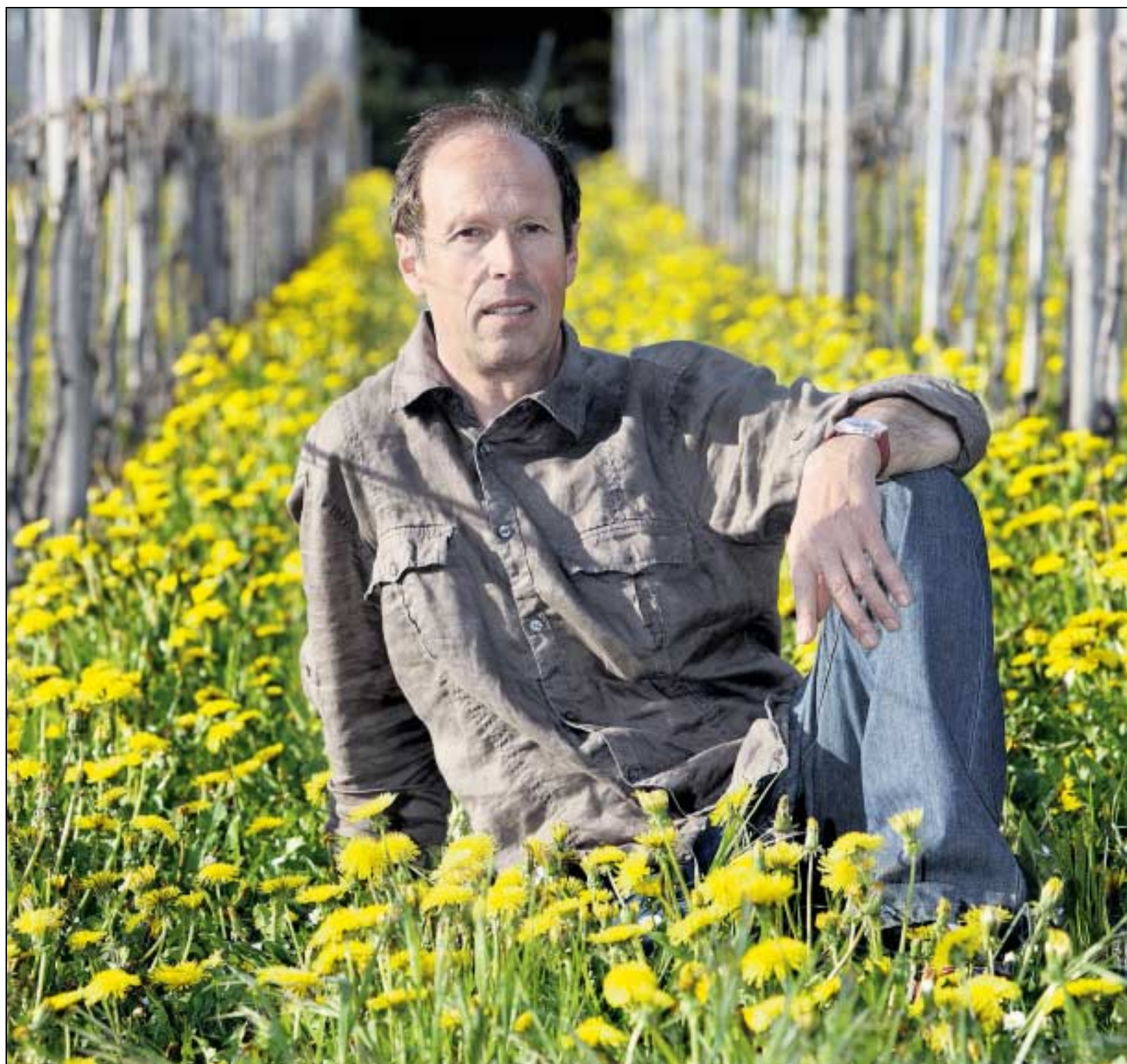
Auslese Terroir



Ein lesenswertes Buch hat einer der besten deutschen Winzer, Reinhard Heymann-Löwenstein aus der Mosel, geschrieben: «Terroir». Die Weinwelt teilt sich je länger, je mehr in Massenprodukte sowie in handwerklich sorgfältig erzeugte Provenienzen auf. Der Autor plädiert für den ehrlichen Wein, für Weine, die nicht nur haltbar sind, sondern auch über das Potenzial verfügen, sich über Jahre zu entwickeln und zu verändern. Der streitbare Winzer tritt zudem für eine neue Weinkultur und gegen seelenlose Fast-Food-Produkte ein, die mehr nach Coca-Cola als nach Wein schmecken. (kep.)

Reinhard Heymann-Löwenstein: Terroir. Kosmos-Verlag, Fr. 36.90.

Genuss



Der Bündner Georg Fromm hat sich mit Pinot-noir-Weinen einen Namen geschaffen. Aber auch sein Merlot weiss zu überzeugen. (Ralph Feiner)

Schlecht verkauft

Engagierte Weinbauern beweisen: Schweizer Weine sind viel besser als das Marketing der Verbände

Schweizer Weine sind ein Nischenprodukt. Jährlich werden in den 6 Anbauregionen – Wallis, Waadt, Deutschschweiz, Genf, Tessin, Drei-Seen-Region – auf 15 000 Hektaren rund 1 Million Hektoliter produziert. Tendenziell verlieren die einheimischen Produkte Marktanteile an die ausländischen Provenienzen, deren Anteil am gesamten Konsum von 2,8 Millionen Hektolitern gut 60 Prozent beträgt. Der Export von Schweizer Weinen ist unbedeutend.

Die Öffentlichkeit hat mehrheitlich ein diffuses Bild vom önologischen Schaffen. Die Weine seien zu teuer, ist zu hören. Oder die Qualität entspreche nicht den Erwartungen. Das Weinland Schweiz wird falsch eingeschätzt, weil die Verbände ein schlechtes oder gar kein Marketing betreiben. Es fehlt ein branchenübergreifendes Gesamtkonzept aller Beteiligten.* Jede Region mit ihrer Organisation kocht ein eigenes



Daniel Huber aus dem Tessin. (Rémy Steinegger)

Süppchen, weil der «Kantönligest» einen gemeinsamen Auftritt verhindert.

Dazu kommt, dass die 2006 gegründete, offizielle Marketing-Organisation für den Schweizer Wein, die Swiss Wine Promotion, weder richtig Fuss gefasst hat noch mit besonders originellen Kampagnen aufwartet. Sie wird zusätzlich durch private Initiativen konkurrenziert. So organisieren etwa die Vinea in Siders, eine Vereinigung für Weinpromotion, sowie die Fachzeitschrift «Vinum» jährlich den Grand Prix du Vin Suisse. Angesichts der bescheidenen Grös-

se des Anbaubereiches müssten prinzipiell alle Beteiligten am gleichen Strick ziehen.

Trotz schwierigen äusseren Bedingungen schaffen es Winzer, sich positiv ins Szene zu setzen. Dank ihrem Engagement und Ehrgeiz erzeugen sie Weine, die keinen Vergleich mit der internationalen Konkurrenz zu scheuen brauchen. Dies beweisen 6 ausgewählte Betriebe aus den 6 Anbauregionen. So ist der bescheidene Bündner Georg Fromm aus Malans seit Jahren ein sicherer Wert. Seine Pinot noirs zählen zu den besten des Landes. Weniger bekannt ist, dass aus der Lage Schöpfwiingert ein spannender Merlot kommt (siehe Kasten). Diese Sorte ist sonst im Tessin heimisch. Dort war der gebürtige Zürcher Daniel Huber einer der ersten Winzer, die sich kompromisslos für Qualität eingesetzt haben. Mit Erfolg, denn heute besitzt er einen Zauberberg: Sein «Montagna Magica» zählt zu den grossen Weinen der Schweiz.

Ebenfalls zu den etablierten Produzenten zählt der Waadtländer Luc Massy aus Epesses. Ihm gelingen in den Steillagen des Lavaux charaktervolle Weissweine aus einer Sorte, die unter Kennern einen zweifelhaften Ruf geniesst: Chasselas. Er wird oft unterschätzt. Die besten Beispiele verfügen jedoch über ein erstaunliches Reife- und Alterungs-Potenzial. Ein stiller, experimentierfreudiger und detailversessener Schaffer ist Jean-Pierre Pellegrin aus Genf. Selten hat eine Kollektion so viel Spass bereitet wie seine reintonigen, sorten- und terroir-typischen Weine. Für mehr «Lärm» sorgt Cédric Flaction aus dem Wallis. Der Newcomer aus Siders begann seine önologische Tätigkeit vor sechs Jahren und setzt auf ungewohnte Sorten wie den spanischen Tempranillo oder regionale Spezialitäten wie den Humagne blanc.

Aus der Drei-Seen-Region, welche Neuenburg, Bielersee und Vully umfasst, sorgen Martin Hubacher und seine Frau Michaela Gabriel für Furore – dank tollen Weinen und cleverem Marketing. Sie haben den Familienbetrieb 1996 übernommen. An der Spitze der Hierarchie steht der nur in sehr guten Jahren aus Pinot noir gekelterte Spitzenwein «Bene». Er entsteht in Zusammenarbeit mit dem benachbarten Weingut Hasler. Der Pinot noir Reserve steht dem «Bene» jedoch in fast nichts nach. Peter Keller

* Peter Keller: Neue Wege im Schweizer Weinmarketing. Diplomarbeit an der Weinakademie Österreich, Rust. www.weinakademie.at.

Weinakademiker

Unserem Weinredaktor Peter Keller ist am Donnerstag der Titel «Weinakademiker» verliehen worden. kep. hat in den letzten zwei Jahren an der Weinakademie Österreich in Rust die international renommierte und weltweit etablierte Ausbildung, das Diploma in Wines and Spirits des britischen Wine and Spirit Education Trust (WSET), erfolgreich absolviert, und seine Diplomarbeit zum Thema «Neue Wege im Schweizer Weinmarketing» geschrieben. Wir gratulieren Peter Keller herzlich zu diesem Titel. (fer.)

Sechs grosse Schweizer Weine aus den sechs Anbauregionen

Genf: Sauvignon blanc 2007, Jean-Pierre Pellegrin, sensibler Weisswein mit Frucht, Struktur und Länge, rund 30 Fr., dom.grandcour@bluewin.ch.

Waadt: Dézaley Chemin de fer Grand Cru 2007, Luc Massy, lagerfähiger, mineralischer Chasselas, 23.50 Fr., beim Produzenten, www.massy-vins.ch.

Wallis: Humagne blanc 2007, Cédric Flaction, weisse Spezialität mit sehr schönem Bouquet, mittelschwer, 26 Fr., bei Gerstl Weinselektionen, www.gerstl.ch.

Deutschschweiz: Merlot Schöpfwiingert 2007, Georg

Fromm, ungewöhnlicher, dichter, finessenreicher Lagen-Wein aus der Bündner Herrschaft, 38 Fr., beim Produzenten erhältlich, www.frommwineries.com.

Tessin: Montagna Magica 2005, Daniel Huber, zauberhafter Merlot mit grossartiger Länge und Potenzial, 43 Fr., neuer Jahrgang direkt beim Produzenten, www.hubervini.ch.

Drei-Seen-Region: Pinot noir Reserve 2007, Martin Hubacher, sortentypischer Pinot noir aus Twann, bei dem das Holz perfekt integriert ist, Fr. 28.50, www.johanniterkeller.ch. (kep.)