

# Deutschland auf der Überholspur?

Deutsche Weine schwingen sich im Fachhandel zu Glanzleistungen auf. Wir haben uns bei Händlern mit Deutschwein-Engagement umgehört, worin sie wesentliche Gründe für den positiven Trend sehen, welche Produkte den stärksten Schub bringen und wo noch Verbesserungsbedarf besteht.



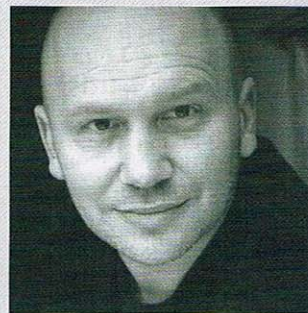
»Grauburgunder hat ordentlich zugelegt«

Peter Winkler, Weinhandlung Kretschmann, Hof



»Unsere Kunden spüren: Hier bewegt sich etwas«

Andrea Bade, Elcampo – Edle Weine, Bad Wünnenberg



»Erst spät aus dem Dornröschenschlaf erwacht«

Guido Walter, Weinhandlung Walter und Sohn, München



»Im Weißweibereich das Nonplusultra«

Jan Stork, Wein Stork, Lüdinghausen

Vor allem im Weißweibereich haben wir in letzter Zeit einen sehr positiven Trend hin zu deutschen Gewächsen erlebt. Allein schon durch die Nähe zum Anbaugebiet spielt Franken natürlich eine entscheidende Rolle und macht insgesamt rund 70 Prozent unseres Deutschwein-Angebots aus. Die dafür typischen Rebsorten Silvaner und Müller-Thurgau kommen beim Kunden gut an, Riesling zeigt sich hingegen etwas schwächer, was aber vor allem mit dem viel diskutierten Thema Säure zu tun hat. Eine steigende Tendenz bemerke ich aktuell beim Thema Grauburgunder (meist aus Baden), der italienischem Pinot Grigio ein Stück weit den Rang abgelaufen hat. Immer mehr Winzer bieten für den Fachhandel glücklicherweise auch vernünftige Konditionen an. Im Rotweibereich könnte man meiner Meinung nach die Bemühungen und das Image allerdings noch etwas verbessern, da sich Spätburgunder beispielsweise leider noch recht schwertut.

Unsere Kunden haben Lust auf deutschen Wein. Erzählen wir über junge deutsche Winzer, die nach guter Ausbildung und Stationen im Ausland in die elterlichen Betriebe einsteigen, ist der Wein quasi schon verkauft. Man ist offen für Neues und spürt: Hier bewegt sich etwas. Das Niveau ist insgesamt viel höher geworden. Gab es früher einige wenige Aushängeschilder und dann erst mal lange nichts, steht die deutsche Weinszene nun auf einer breiten Basis und hat Gemeinschaftssinn entwickelt. Wir haben circa 50 deutsche Positionen, davon zehn, für die wir uns je nach Saison auf Weinproben und Veranstaltungen besonders einsetzen. Jetzt im Sommer natürlich viel Weißwein, fruchtiger Rotling mit einem Hauch Restsüße ist auf der Terrasse ebenfalls sehr willkommen. Beim Rotwein ist der Spätburgunder weit vorn, im Kommen sind auch Cuvées. Das Schöne an deutschen Weinen ist die Vielfalt und dass wir damit wirklich jeden Geschmack bedienen können.

München bzw. Oberbayern nimmt eine Sonderrolle in Bezug auf deutschen Wein aufgrund seiner Nähe zu Italien und Österreich ein. Wir sind erst Mitte 2000 aus dem Dornröschenschlaf erwacht und haben neben den Österreichern und Italienern endlich den deutschen Weißwein nachhaltig für uns entdeckt. Als Faktoren könnte man folgende Punkte sehen: Generationswechsel in Weingütern und somit frischer junger Wind, positiv wirkende Vereinigungen wie »Message in the bottle« und andere. Im Verkauf ist an erster Stelle wohl Fritz Müller Perlwein zu nennen, gefolgt von den rheinhessischen Weingütern Stefan Winter und Jürgen Hofmann. Danach folgen Weingüter aus der Pfalz und der Nahe. Mein Sortiment umfasst etwa 150 deutsche Weine, was einem Anteil von 50 Prozent am Gesamtportfolio entspricht. Jetzt gilt es für deutsche Weine, das neu gewonnene Terrain zu festigen und durch Beständigkeit am Markt weiter auszubauen.

Deutschland ist und bleibt unser wichtigster Marktanteil, den wir mehr und mehr wie auch wertmäßig rund 50 Prozent bezieht. Die ersten drei Plätze liegen dabei die Regionen Pfalz, Rheinhessen und Mosel. Hier haben wir in den letzten Jahren gemeinsam mit unseren Winzern eigene Produkte und Weintypen entwickelt, die sich besonders großer Beliebtheit erfreuen. Dabei spielen die Weißweine eine wesentlich wichtigere Rolle als die roten. Deutsche Weine sind gerade im Weißweibereich für uns und unsere Kunden das Nonplusultra. Die Klarheit, Leichtigkeit und Gefälligkeit der Weißweine weisen nur wenige andere Länder auf. Zudem spielt sicherlich das sehr gute Preis-Genuss-Verhältnis im Bereich zwischen 5 und Euro eine bedeutende Rolle. Als dritten Aspekt glaube ich, dass die Beliebtheit deutscher Weine auf ein gesteigertes Interesse der Kunden an ihren heimischen Produkten zurückzuführen ist.