

# World Wine News

## background

### KLEINER BRUDER MIT PFIFF

#### UNBEKANNTER ARMAGNAC

*von Eckhard Supp*

Ein Produkt mit hohem Prestige bei Insidern, beim breiten Publikum aber kaum bekannt: Armagnac, der Weinbrand aus dem südfranzösischen Departement Gers, der meist in kleineren, handwerklich arbeitenden Produktionsbetrieben hergestellt und durch lange Lagerungszeiten veredelt wird, zählt geschmacklich zu den feinsten Destillaten der Welt. Er hätte ohne Zweifel das Zeug zum absoluten Spitzen- oder Luxusprodukt, wäre da nicht die Tatsache, daß die Protagonisten des kleinen AOC-Gebiets fast ständig nach den Erfolgen des großen, industrieller organisierten Bruders Cognac schielen und versuchen, mit diesem über den Preis in Konkurrenz zu treten.

Die Gascogne zählt zu Frankreichs reizvollsten, gleichzeitig aber auch am wenigsten bekannten Landschaften. Zwischen die Pyrenäen, die Garonne und das Departement Landes eingeklemmt, rühmt sich die Gegend zwar großer kulinarischer Traditionen und besitzt auch einige der renommiertesten Restaurants Frankreichs, bekommt aber trotz seines unbestreitbaren touristischen Potentials von den großen Besucherströmen des Landes allenfalls in der Hochsaison ein paar müde Rinnsale ab. Im Herzen dieser Hügellandschaft liegt das Produktionsgebiet des Arma-

gnac, das sich über gleich drei Departements erstreckt – Gers, Lot-et-Garonne und Landes – und mit Madiran, Côtes de Saint-Mont sowie Pacherenc du Vic-Bilh im Unterschied zum Produktionsgebiet des Cognac auch ausgezeichnete Weine hervorbringt.

## Zehn Sorten und drei Zonen

Von der gleichen Beschaulichkeit geprägt, wie die Tourismusbranche des Gebiets, wirkt die Produktion des Armagnac, der als ältestes französisches Destillat gerühmt wird, im Umfeld der hochindustrialisierten Konkurrenz wie eine eher archaische Erscheinung. Immerhin 5.000 Winzer, von denen der überwiegende Teil im Nebenerwerb tätig ist, liefern das Rohmaterial für nur knapp 10 Millionen Flaschen und eine Million Liter, die als Faßware gehandelt werden. Im Unterschied zum Cognac-Gebiet, wo der Ugni blanc (der italienische Trebbiano) die Weinberge dominiert, gehen in die Produktion des Armagnac zehn Traubensorten ein. Unter ihnen neben dem erwähnten Ugni blanc, hier St. Émilion genannt, zwei Sorten, die ihm qualitativ deutlich überlegen sind – vor allem die Folle blanche und der Colombard – sowie eine Hybridzüchtung, der Baco 22 A, deren durch eine in französischen AOC-Gebieten einmalige Ausnahmeregelung erlaubter Anbau allerdings bis zum Jahr 2010 limitiert ist. Während der Folle blanche gemeinhin der qualitative Vorsprung des Armagnac gegenüber dem Cognac angerechnet wird, klaffen die Meinungen über den Einsatz des Baco weit auseinander: Kritikern, die den Fuchsgeschmack der Sorte eindeutig als fehlerhaft identifizieren, stehen Liebhaber gegenüber, die dem Baco die besonders charaktervolle Ausprägung so manches Armagnac zuschreiben.

Ähnlich wie im Cognac-Gebiet unterscheidet man auch in der Gascogne drei Teilgebiete: das des Bas-Armagnac, das Tenarèze-Gebiet und schließlich den Haut-Armagnac. Anders als in der Charente aber, sind diese Zonen nicht allgemein anerkannt hierarchisch klassifiziert. Zwar wird von Kennern der Bas-Armagnac mit seinen kargen Sandböden als Gebiet mit dem höchsten Qualitätspotential eingestuft, während die kalk- und tonhaltigen Böden des Tenarèze fettere, grobere Grundweine liefern, aber auch hier findet man unter Winzern, Brennern und Konsumenten durchaus kontrastierende Ansichten.

## Unterschiedliche Brenntechniken

Die Verschiedenartigkeit des Ausgangsmaterials wird durch die unterschiedlichen Brenntechniken, die im Gebiet verbreitet sind, noch verstärkt. Anders als beim Cognac kommen beim Destillieren der Armagnac-Grundweine nämlich unterschiedliche Verfahren zur Anwendung.

Als traditionelle Form des Brennens gilt die Anfang des vergangenen Jahrhunderts hier entwickelte kontinuierliche Destillation. Bei ihr wird der Alkohol in einem einzigen Durchlauf über fünf Teller auf 60 Vol. % konzentriert (modernere Versionen dieser Anlagen brennen über bis zu 15 Teller auf 70 Vol. %), was ein weniger präzises Abtrennen des Feindestillats erlaubt. Rauher und wilder in seinem Ausgangsgeschmack – Kümmel-, Wacholder- oder Pflaumenaromen dominieren – braucht das Destillat eine sehr lange Reifezeit im Holzfaß – “Armagnac braucht neues Holz, und ohne neues Holz gibt es keinen Armagnac”, sagen Fachleute -, um seinen aromatischen Reichtum zu verfeinern und zu harmonisieren.

Von den wenigen großen Cognac-Häusern, die in den siebziger Jahren im Armagnac-Gebiet investierten, wurde daneben die Cognac-typische Form des Brennens in zwei Brennblasen eingeführt. Bei dieser “double chauffe” wird in einer ersten Stufe nur auf 30 Vol. % gebrannt, im zweiten Alambic wird dann auf 60 bis 80 Vol. % konzentriert. Da hierbei ein präzises Trennen des Feindestillats möglich ist, liefert diese Methode Produkte, die chemisch sauberer, feinfruchtiger, schneller reif und schon kurz nach dem Brennen viel weicher und zugänglicher sind als der rauhe Alkohol des Armagnac-Verfahrens.

## Faßreife

Nach der entsprechenden, zehn-, zwanzig oder auch dreißigjährigen Reifezeit – paradoxerweise erlaubt das französische Gesetz die Vermarktung des Armagnacs schon nach zwei Jahren, die des Cognac dagegen erst nach dreijähriger Reife – erhalten die guten Armagnac-Brenner ein Produkt, dessen Aromatiefe und Geschmacksreichtum von kaum einem Cognac je erreicht wird. Neben den Tanninen und den Vanillearomen, die die neuen Fässer – meist von der Tochter des Cognac-Hauses Rémy, Séguin-Moreau, geliefert - dem jungen Destillat hinzufügen, spielt vor allem der Oxidationsprozeß eine wichtige Rolle bei der

Aromabildung. Um ihn zu fördern, werden die Fässer in den Anfangsjahren sogar oft direkt unter dem Dach der Brennereien in der prallen Sommerhitze gelagert. Einmal gefüllt, findet beim Armagnac, wie bei fast allen anderen Destillaten, keine geschmackliche Evolution des Produkts mehr statt.

Generell wird Armagnac als Sorten- und Jahrgangsverschnitt gehandelt. Nur in wenigen Häusern, wie zum Beispiel bei Martine Laffitte in Labastide, kommen auch sortenreine Brände aus Folle blanche – die Sorte wurde von den Laffittes vor vielen Jahren wieder verstärkt ins Gespräch gebracht -, Ugni oder Colombard auf die Flasche. Hier füllt man auch fast das gesamte Produkt als Jahrgangsbrand, was in den größeren Häusern eher selten geworden ist.

Während der gesamten Produktions- und Reifephase steht der Brand unter der Qualitätskontrolle der Armagnac-Interprofession. Sie hat interne Regeln aufgestellt, die noch strenger als die gesetzlichen Vorschriften sind, und insbesondere eine chemische Analyse der Grundweine vor dem Brennen, eine Überprüfung des Alters der gefüllten Partien, eine besondere Zertifizierung vor dem Export und eine strenge Reglementierung der Jahrgangsqualitäten vorsehen.

## Prestigeprobleme

Trotz seiner unbestreitbaren Qualität, trotz seiner handwerklichen Produktionsweise und der geringen Produktionsmengen, die ihn zum seltenen Luxus- und Trendprodukt prädestinieren würden, leidet der Armagnac an offensichtlichen Plazierungs- und Prestigeproblemen. Zum größten Teil sind diese Probleme hausgemacht und gehen auf die ersten Nachkriegsjahrzehnte zurück. Der dramatische Aufschwung in jener Zeit, in dem der Armagnac die Märkte der ganzen Welt eroberte – noch heute wird er in 132 Länder exportierte – und als bester französischer Weinbrand galt, folgte eine Periode rapiden Verfalls.

Fast schon klassisch in der Wein- und Spirituosenbranche, hatten die Produzenten auf die steigende Nachfrage durch ein unverhältnismäßiges Aufblähen ihrer Produktion geantwortet. Der Verfall der Qualitäten und dann auch der Preise ließ nicht auf sich warten und das Image war rasch und dauerhaft runiert – aus dem einstigen Prestigeprodukt wurde

im Bewußtsein der Verbraucher der “kleine” oder schlechtere “Cognac”.

Will man Alain Brumont, einem bekannten Winzer im benachbarten Madiran-Gebiet und anerkanntem Armagnac-Experten, glauben, so fehlt dem Armagnac vor allem eine Klassifizierung wie im Bordelais sowie eine noch rigidere Produktionsphilosophie, die zum Beispiel das Verdünnen der jungen Armagnacs mit Wasser verbieten würde. Für Brumont ist nur der lange gereifte Schnaps, dessen Alkoholgehalt sich durch die natürliche Verdunstung auf die marktüblichen 42 oder 43 Vol. % eingeppegelt hat, des Namens Armagnac wirklich würdig.

## Das falsche Pferd

Statt die Qualität ihres Produkts zu entwickeln und entsprechend auf den Märkten zu plazieren, versuchen sich viele Armagnac-Häuser noch immer in einer Art von Marktalchimie, die auf lange Sicht nur ins Auge gehen kann. Während Häuser wie Samalens oder Laffitte über schier unermessliche Schätze an alten, teilweise noch aus dem letzten Jahrhundert stammenden Destillaten haben, von denen sie aber kaum mehr als ein Dutzend Flaschen im Jahr absetzen können – bei Preisen bis zu 900 Mark, wohingegen im allgemeinen bei 150 Mark die Schmerzgrenze beim Konsumenten erreicht ist, wie man bei Samalens erklärt -, haben die meisten Brennereien den Weg des geringsten Widerstands eingeschlagen.

Mit ihrer modifizierten Art der kontinuierlichen Destillation schaffen sie es, ähnlich wie beim Cognac jung zu trinkende Produkte herzustellen, die sie dann auch zu Cognac-Preisen in denselben Vertriebs-schienen zu plazieren suchen – ein Vorhaben, das in Angesicht der parzellierten Besitz- und Produktionsverhältnisse des Gebiets schon von vornherein zum Scheitern verurteilt scheint. Gut zwei Drittel aller Brennereien arbeiten inzwischen nach diesem Verfahren, wenn sie nicht ohnehin vor ein oder zwei Jahrzehnten die Cognac-Blasen eingeführt haben.

Schwer haben es dagegen Projekte, wie das der Interprofession, zur Einrichtung einer Super-AOC, für die nur Produkte der besten “terroirs” in Frage kämen, die zudem mindestens zehn Jahre gereift sein müßten. Ob die Produzenten und ob dann der Markt eine solche Unterscheidung

in A- und B-Klassen-Armagnac akzeptieren würden, sei einmal dahingestellt. Sinnvoller, wenn auch steiniger, wäre sicher der Weg einer qualitativen Aufwertung des gesamten Produkts, d.h. des Namens Armagnac schlechthin.

## Zauderer

Einstweilen entspricht die mangelhafte Vermarktung noch der nonchalanten Produktionsphilosophie: Obwohl das Comité Interprofessionnel mit stolzen Exportzahlen protzen kann – mehr als ein Drittel des Produkts geht ins Ausland, Japan, Großbritannien, die Vereinigten Staaten und Deutschland an der Spitze –, können diese Zahlen doch die Strukturschwächen des Absatzes nicht verdecken. Gerade auf dem stagnierenden deutschen Markt betrifft ein Gutteil der gehandelten Mengen Faßware, die nicht als Armagnac, sondern als anonymer Weinbrand an den Verbraucher kommt.

Befragt man die Verantwortlichen des Comité Interprofessionnel, so offenbart sich eine profunde Unkenntnis des deutschen Marktes – immerhin der fünftwichtigste, zählt man Frankreich dazu –, der gleichzeitig als “nicht prioritär” qualifiziert wird. Marketinganstrengungen hierzulande sind deshalb auch bei genauem Hinschauen nicht zu erkennen – eine Haltung, die sich in den Marketingabteilungen der einzelnen Armagnac-Häuser fortsetzt.

Unentschlossenheit, Unkenntnis der Situation und der Märkte bilden ein Gebräu, das wenig verheißungsvoll wirkt. Durchsetzungskraft und neue Dynamik sind bei der derzeit vorherrschenden Haltung der Protagonisten des Armagnac kaum zu erwarten. Für den eingeweihten Amateur dagegen ist diese Situation ideal – er findet, so er denn den Weg ins Gebiet nicht scheut, einige der besten Destillate der Welt, die man sich guten Gewissens noch leisten kann.

## ARMAGNAC IN ZAHLEN

Das AOC-Gebiet des Armagnac umfaßt ca. 15.000 ha Rebfläche. Der Ausstoß der Destillen lag 1996 bei 18.083 hl reinem Alkohol, was etwa neun bis zehn Millionen Flaschen und 10.000 Hektolitern Faßware sowie einem Jahresumsatz von 500 bis 600 Millionen Francs entspricht. Von den 1996 verkauften 19.454 hl – die Produktion wird immer in reinem Alkohol angegeben, wobei das Endprodukt etwa 42 Vol. % Alkohol besitzt – gingen immerhin 7.798 ins Ausland. Unter den 132 Exportmärkten nimmt Japan dabei mit fast einem Sechstel eine klare Ausnahmestellung ein. Auch der britische Markt absorbiert mit etwas über zehn Prozent des Exports noch eine beachtliche Menge, während die USA und Deutschland mit je 600 – 650 hl als dritt- und viertgrößter Auslandsmarkt zusammen nur etwas mehr konsumieren, als Japan alleine.