



World Wine *News*

background

DAS JAHRZEHNT NACH DER KRISE

RIOJA WIEDER IM AUFWIND

von Eckhard Supp

(Januar 1998)

Ob die Krise des Beginns der neunziger Jahre Realität war oder nur von einer kritischen Presse herbeigeredet wurde, wird vielleicht noch lange umstritten bleiben. Tatsache ist, daß das Rioja-Gebiet, Spaniens Weinbaugebiet Nummer eins, wieder im Aufwind ist. Vom Boom aller spanischer Weine auf den Märkten der Welt getragen, kann auch der Riojaner Weinbau nicht klagen. Die Exportzahlen präsentieren sich gut, die Ertragslage noch besser. Während der Konzentrationsprozeß im Gebiet unaufhaltsam voranschreitet, nehmen gleichzeitig Diversifizierungsbemühungen zu: Giganten mit Millionen-Ausstoß legen sich kleine, exklusive Weingüter zu, deren Produkt sie - für Rioja ungewöhnlich - als echte Domänenweine vermarkten. Gleichzeitig ist ein Stilwandel unübersehbar. Im Rioja-Gebiet tut sich was!

Spaniens Weine sind im Kommen! Lange Zeit allenfalls durch ihre niedrigen Preise attraktiv, während Qualität und Renommee deutlich hinter der allgemeinen Entwicklung in Europas Weinbau hinterherhinkten, haben sich verschiedene spanische Weinbaugebiete in den neunziger Jahren zu echten Trendsettern entwickelt. Mit einem enormen, selbst heute noch über große Strecken ungenutzten Weinbaupotential ist

die iberische Halbinsel dabei, selbst Italien und Frankreich ihre Rolle als Lieblinge des deutschen Weintrinkers streitig zu machen.

Auch eingefleischte und überzeugte Italo-Importeure, denen jede nicht-italienische Flasche im Angebot ein Grauen gewesen wären, listen heute spanische Farben, als sei es das Selbstverständlichste der Welt. Namen wie Gripenburg oder deuna stehen hier nur stellvertretend für viele andere und selbst Jacques' Wein-Depot, wo man sich nach langer Frankreich-Hörigkeit schließlich auch Italien öffnen, sind inzwischen auch spanische Gewächse ein fester Bestandteil des Angebots. Daneben entstanden in den Neunzigern auch eine ganze Reihe reiner Spanien-Spezialisten von denen Arda und Iberica die bekanntesten sind.

Neue Stars bedrängen den Rioja-Adel

Dabei gehörte die Aufmerksamkeit nicht einmal den Rioja-Weinen, obwohl die unbestritten führende Appellation des Landes und Export-Leader war. Während alle Welt auf Ribera del Duero und das Priorat starrte, schien die Entwicklung im Rioja-Gebiet zum Stillstand gekommen. Waren in den achtziger Jahren die Gewächse aus den Weingärten zwischen Laguardia, Logroño und Haro noch so etwas wie Synonyme des spanischen Qualitätsweinbaus schlechthin, so sprach plötzlich alle Welt nur noch von Vega Sicilia, Clos Dofi oder Tinto Pesquera. Man munkelte von einer tiefgreifenden Rioja-Krise, von einer fatalen Tendenz hin zu billigen Massenweinen, die den altherwürdigen „Gran Reservas“ den Garaus gemacht habe.

Das Fell des Löwen wurde wahrscheinlich zu schnell verteilt. Tatsache ist, daß zu Ende der achtziger und zum Beginn der neunziger Jahre gleich eine Serie von Jahrgängen durchaus nicht zufriedenstellend gerieten. Jetzt rächte sich die Tatsache, daß Innovation im Rioja-Gebiet zu lange so ähnlich wie Verrat geklungen hatte, daß noch immer zu viel auf überalterten Weine kurz vor dem Auszehren gesetzt und der Trend hin zu fruchtbetonteren, jüngeren Weinen verschlafen wurde.

In einer Zeit, in der rund um den Globus kellertechnisch aufgerüstet und die Vinifizierung den gestiegenen Ansprüchen des Weltmarkts angepaßt wurde, versteiften sich die Bodegas um Logroño und Haro zu lange darauf, ihre Weine wie früher im alten Stil zu machen. Das beinhaltete den traditionellen Sortenverschnitt der Top-Sorte Tempranillo mit Garnacha und marginalen Sorten von regionalem Charakter, den massiven Zukauf von Trauben von Fremdwinzern, über deren Produktion

man keine Kontrolle besaß, die lange, oft allzu lange Faßreife in bis zu fünfzehn oder zwanzig Jahre benutzten Barriques und die oft viel zu späte Vermarktung von Weinen, die weder die Kraft noch die Komplexität besaßen, um diese Zwangsreifezeit gesund zu überstehen. Wie Julian Ayuga, technischer Direktor bei Marques del Puerto glaubt, verbot es die Mentalität der meisten Produzenten, auch mal einen Jahrgang früher in den Verkauf zu bringen, als den vorhergehenden, wenn es sein Reifeverlauf eigentlich erfordert hätte.

Symptomatisch für die schwierige Situation war der Niedergang renommierter Bodegas wie der von Ygay (Murrieta), wo man sich zwar noch immer der grandiosen Weine aus den fünfziger und sechziger Jahren rühmt, aber in den letzten beiden Jahrzehnten kaum noch wirklich exzellente Produkte vorzeigen konnte. Ursachen der Krise gab es vielfältige, und wie so oft, war paradoxerweise der Erfolg einer der wichtigsten Gründe für die hausgemachten Probleme.

Hausgemachte Probleme

Das Renommee der Rioja-Weine und ihr Erfolg auf dem spanischen Binnenmarkt wie im Ausland hatten schon in den siebziger Jahren von überall her Investoren angelockt. Der starke Kapitalzufluß sorgte für die Bildung von Überkapazitäten in der Produktion, mit denen die Marktentwicklung nicht Schritt hielt. Gleichzeitig verschwanden viele der alteingesessenen Familien aus dem Weinbau, was den auswärtigen Investoren, denen es mehr auf die schnelle Markt, als auf die Entwicklung eines qualitativ hochstehenden Weinbaus ankam, noch mehr Bedeutung verschaffte. Die Überkapazitäten entstanden sowohl in den Kellerranlagen, als auch in den Weinbergen, wo der in Spanien noch weit verbreitete archaische Weinbau mit seinen extrem unproduktiven Erziehungsformen und Konen rationelleren Systemen Platz machen mußte.

Erstaunlicherweise ging diese Entwicklung, die den Qualitäten nicht eben förderlich war, kaum zu Lasten des wirtschaftlichen Erfolgs. Gab es vor etwa 15 Jahren gerade mal 25 exportorientierte Bodegas, so sind es heute schon mehr als 100, von denen zwei Drittel fast 99 Prozent des Geschäfts unter sich aufteilen. Der Grund für diese Stabilität ist wohl im generellen Boom spanischer Wein zu suchen, der auch den relativen Gewichtsverlust der Rioja-Gewächse gegenüber Ribera, Priorat oder Galizien nur relativ, nicht aber in absoluten Absatzahlen sichtbar werden ließ. Trotz der Krise kam es immerhin noch zur Ausweitung der Weinbergsfläche von 48.000 auf 50.000 ha in wenigen Jahren.

Stilwandel

Der Erfolg der anderen spanischen Appellationen wurde zu einer neuen Herausforderung, die sich sowohl in neuen, massiven Investitionen in die Kellerwirtschaft, als auch in einem breiten Stilwandel manifestierte. Mit der Erkenntnis, daß der traditionelle Stil der Rioja-Weine auf vielen Märkten keine wirkliche Zukunft mehr hat, setzte eine Periode des Experimentierens ein. Jeder probierte auf eigene Faust, den Weinstil der Zukunft zu kreieren: Cabernet und Merlot wurden Bestandteil der Cuvée - was in der Bodega der Herederos del Marqués de Riscal in Elciego schon lange bei Reservas und Gran Reservas praktiziert worden war -, neues Holz verdrängte die alten, jahrzehntelang genutzten Barriques, und Aufmachung wie Ausstattung der Weine wurden radikal reformiert, wie zum Beispiel bei Viña Ijalba, deren Besitzer ihre Gewinne aus dem Straßenbau in einer der modernsten Bodegas der Region investierten.

In der Person von Önologen wie Michel Rolland, dem bekannten französischen Önologen aus dem Pomerol-Gebiet, personifizierte sich dieser Stilwandel. Rolland, der bei vielen spanischen Weingütern als Berater tätig ist, hat auch im Rioja-Gebiet einen Gutteil der Modernisierungsbestrebungen begleitet. Für den Verbraucher bewirkte dieses hastige Experimentieren nicht unbedingt mehr Produktsicherheit: Neben Weinen im alten Stil findet er heute mehr und mehr fruchtbetonte Rote oder auch Weine im Stile des Beaujolais, die mit macération carbonique so zugerichtet werden, daß sie besonders jung zugänglich sind. Daneben werden natürlich auch weiterhin die klassischen Reservas und Gran Reservas mit extremen Faßlagerzeiten produziert.

Die allgemeine Hinwendung zu modernen „joven“-Qualitäten - so werden Wein bezeichnet, die im ersten Jahr nach der Weinlese als Jungweine vermarktet werden - stellen so etwas wie die prägende Erscheinung der gegenwärtigen Marktentwicklung dar. Wenn vor allem im 97er Jahr Absatz und Exportzahlen wieder deutlich nach oben orientiert waren, so betraf dies fast ausschließlich Joven-Qualitäten, während Reservas und Gran Reservas stagnierten und Terrain verloren.

In Deutschland Nummer eins

Nach wie vor sind Rioja-Weine auf dem deutschen Markt die Nummer eins des Spanien-Sortiments fast aller deutschen Importeure. Auch die enormen (Image-)Erfolge von Ribera, Navarra oder Priorato konnten daran nichts ändern. Denn, wie man beim Meckenheimer Haus Schlumberger betont, diese Mode-Appellationen sind in einem anderen

Marktsegment angesiedelt - superbes Image und hoher Preis -, als der Großteil dessen, was aus Rioja zu uns kommt.

Der gestiegenen Bedeutung und dem überproportionalen Erfolg der Jungweine entspricht auch, daß hier die einzigen Preisprobleme auftauchen. Während man bei Schlumberger oder im Kölner Weinkeller das nach wie vor exzellente Preis-Leistungs-Verhältnis der Riojaner Weine betont, sehen Hawesko, der Nürnberger Kössler wie auch Mack und Schühle die Situation differenzierter. Die klassischen Qualitäten wie Reservas und Gran Reservas, so die Einschätzung, glänzen wie früher durch konkurrenzlose Preise, die vor allem nach den erheblichen Preiserhöhungen in Italien, Frankreich und auch Übersee positiv verzeichnet werden. Jungweine dagegen erscheinen dem einen oder anderen Importeur bereits jetzt recht teuer, so Mack und Schühle, während man bei Hawesko generell Gefahren für das Preis-Leistungs-Verhältnis sieht.

Zahlreiche große Bodegas haben in den letzten Jahren neue, kleine Weingüter gekauft oder gegründet, deren Produkte sie mit einer klaren Domänen-Ausrichtung vermarkten wollen. Jüngstes, noch nicht ganz vollendetes Beispiel ist die Finca Valpiedra der Kellerei Martinze Bujanda in Cenicera. Damit geht auch die Rioja einen guten Schritt weg vom traditionellen Kellereibetrieb, der nur oder vorwiegend zugekauft Material verarbeitet, hin zum Konzept der Erzeugerabfüllung.

Parallel dazu schreiten Konzentrationsprozeß und Besitzerwechsel fort. Nachdem Bilbainas vom Cava-Produzenten Cordoniù gekauft wurde, Lagunilla an Berberana ging und Marques del Puerto schon vorher vom französischen Apero-Multi Marie Brizard gekauft worden war, schlossen sich im vergangenen Jahr um den neuen Giganten Berberana eine Reihe weiterer spanischer Kellereien (Marques de Grinon) zusammen. Auch der Börsengang, den Bodegas y Bebidas (Campo Viejo) vorgemacht hatte, wagten 1997 eine Reihe weiterer Kellereien, so Baron de Ley, CVNE und die Bodegas Riojanas.

Unter qualitativem Aspekt wurde der Aufschwung mit der Vermarktung des 94er Jahrgangs bei den Reserva-Qualitäten besiegelt, der die schwachen Jahre zu Ende der Achtziger und Anfang der Neunziger fast wieder vergessen ließ. Die Zeichen am Ebro zeigen seitdem wieder deutlich nach oben. Wirtschaftlich konsolidiert und von seinen Produktionsstrukturen her international konkurrenzfähig, hat die Rioja jetzt auch Produkte, die in ihrer Art und Qualität wieder im Konzert der renommiertesten Appellationen mithalten können. Die Nach-Krisen-Zeit hat begonnen!

RIOJA IN ZAHLEN

Das Rioja-Gebiet besitzt heute über 50.000 ha Weinbergsfläche (1983 = 38.000) und produziert etwa 2,4 Mio hl Wein, denen aber 1997 nur Verkäufe in Höhe von etwa 2 Mio hl gegenüberstanden. Rioja Alta stellt mit 21.800 ha den Löwenanteil der Rebfläche, gefolgt von Rioja Baja (18.090) und Rioja Alavesa (10.800).

Insgesamt gibt es 18 Genossenschaften und 160 „criadores“, das heißt Kellereien mit Faßbeständen. Vor nur 15 Jahren exportierten gerade mal 25 Betriebe, heute sind es gut 100, von denen 60 rund 99 Prozent des Exportgeschäfts abdecken.

Der Weinabsatz betrug 1997 2,05 Mio hl, und lag damit um 15,11 Prozent über dem Vorjahresniveau. Dabei konnte der Inlandsmarkt, der insgesamt 67 Prozent der Produktion absorbiert, die Einbrüche von 1995 und 1996 praktisch wieder wettmachen. In den Export gingen 67,7 Mio l, wobei sich nach zwei Jahren kräftiger Preissteigerungen (1995 + 17 Prozent und 1996 + 16,2 Prozent) die Preissituation wieder etwas beruhigte (+ 5,5 Prozent). Der Export erreichte damit ein historisches Rekordniveau und betrug 1997 fast das Dreifache der Mengen von 1988 (wertmäßig das 4,5-fache).

Deutschland war auch 1997 unter den Exportmärkten die Nummer eins. Mit 15,5 Mio l (+ 18 Prozent gegenüber 1996) liegt die Bundesrepublik deutlich vor Großbritannien (12 Mio l) und Schweden (9,5 Mio l). Erstaunlich wenig Wein geht in die USA (3,3 Mio l) und nach Japan (1,2 Mio l), das sogar noch weniger als Frankreich aus Rioja importiert. Die größten Exporteure nach Deutschland waren Campo Burgo, Paternina, Heredad de Baroja und Olarra, wobei auffällt, daß einige der absoluten Marktführer wie Campo Viejo (B & B) oder Berberana-Bilbainas hier fehlen.