

Manche mögen's schwer

Über wenige Weinstile sind sich italophile Händler und Importeure derzeit so einig: Appassimento – schwerer, fruchtbetonter, relativ extraktreicher Rotwein aus getrockneten Trauben – liegt voll im Trend. Und das wird wohl auch erst einmal so bleiben, vermuten die meisten. Der Klassiker Amarone bekommt dabei Konkurrenz von immer mehr günstigen Alternativen aus ganz Italien.



Es ist ein Trend gegen den Trend: Während die deutschen Weintrinker einerseits vermehrt leichtere, alkoholärmere Weine bevorzugen, gibt es andererseits eine nicht mehr kleine Gegenbewegung. Sie nennt sich Appassimento und bezeichnet Rotweine aus Italien, die ganz oder teilweise aus getrockneten Trauben hergestellt werden. Ihr Charakter: extraktreich, fruchtbetont, dunkle Farbe, mit einem Alkoholgehalt von 14% Vol. und mehr und einer erkennbaren Süße, meist zwischen 8 und 12 g/l Restzucker.

Der bekannteste Wein dieser Machart ist der Amarone aus dem Valpolicella-Gebiet im Veneto. Es heißt, dass das Verfahren schon zu Römerzeiten bekannt war, in größeren Mengen wird dieser Wein aber erst seit den 1960er Jahren produziert. Einen Schub gab es durch eine steigende Auslandsnachfrage in den 1980er Jahren, vor allem aus Deutschland und den USA.

Für qualitativ hochwertigen Amarone werden saubere Trauben, überwiegend der Rebsorten Corvina und Rondinella, für zwei bis vier Monate auf Strohmatte oder in Holzkisten auf einem belüfteten Speicher getrocknet, bevor sie gepresst werden. Das Ergebnis ist ein konzentrierter Rotwein mit eher sanften Tanninen, der als Gegengewicht zu den

sonst eher leichtgewichtigen Roten des Valpolicella gedacht ist.

Mittlerweile werden rund 15 Mio. Flaschen Amarone pro Jahr hergestellt, die Anbaufläche wurde seit der Einführung der DOCG-Appellation 2008 deutlich ausgeweitet. Dabei kamen vor allem Flachlagen dazu. „Es gibt heute immer mehr günstigere Amarone, man kann sie mittlerweile in jedem Supermarkt finden. Das nagt am Image“, so Alberto Zenato, Vizepräsident der Amarone Families. Diese Vereinigung von 13 Familienunternehmen hat sich dem Schutz des Weinstils verschrieben und erlegt sich dafür strengere Regeln auf, als das Amarone-Konsortium vorschreibt: Mindestens 15,5% Vol. Alkohol und

Extraktreich und fruchtbetont, alkoholstark und erkennbar süß

mindestens 30 Monate Reife muss ihr Amarone aufweisen, dazu darf nur Lesegut von Hügellagen verwendet werden. Deutschland ist zwar nach wie vor einer der wichtigsten Auslandsmärkte, doch in den vergangenen Jahren ist der Absatz hierzulande zurückgegangen. Denn die Preise für diesen Wein, der als einer der großen Rotweine Italiens gilt, sind über die Jahre hinweg gestiegen – auch die

günstigeren kosten meist nur knapp unter 20 Euro pro Flasche.

Als Alternative hatte sich der Ripasso etabliert, ebenfalls aus dem Valpolicella-Gebiet. Für ihn werden junge Rotweine auf den Trester des Amarone gegeben und dort erneut vergoren. Dadurch nehmen sie mehr Farbe, Alkohol und das rosiginige bis leicht bittere Aroma des Amarone an. Doch auch die Preise für Ripasso sind im Zuge seiner steigenden Beliebtheit deutlich nach oben geklettert. Tradition hat das Appassimento-Verfahren auch in der Toskana: Hier wird aus getrockneten Trauben der Governo aus Sangiovese hergestellt. Er hat bei weitem nicht die Bekanntheit von Amarone und Ripasso, gewinnt aber seit einigen Jahren an neuer Popularität im Zuge des allgemeinen Appassimento-Booms.

Auch im Piemont findet man immer häufiger Wein aus getrockneten Trauben aus regionalen Rebsorten wie Barbera oder Barbaresco. Hier wird er manchmal Passito genannt – was zu Verwechslungen führen kann, denn anderswo in Italien ist diese Bezeichnung allein Süßwein vorbehalten. Die größten Zuwächse findet man aber in Süditalien, vornehmlich in Apulien. Dort war das Verfahren lange nicht üblich – schließlich kann man in dem heißen, trockenen Klima auch ohne Hilfsmittel kräftige Rotweine produzieren. Trotzdem führen



immer mehr Produzenten hier Appassimento ein – einfach, weil es eine Nachfrage gibt, vor allem auf den Exportmärkten. Aus dem Süden kommen tendenziell günstigere Vertreter – aber auch einige Hochkaräter. „Diese Weine sind an die Primitivo-Welle angelehnt, als Rotweine, die nicht ganz trocken sind“, meint Christian Zeter, Inhaber der Weinagentur Zeter, Neustadt/Weinstraße.

„Wir hören, dass sich das Appassimento-Verfahren vor allem dort entwickelt, wo es noch nicht so viele klassische Weine und

**Idealer Wein für
Fachhandel und LEH,
Musthave im Sortiment**

Appellationen gibt“, berichtet Stephan Pellegrini von der gleichnamigen Agentur aus Landau/Pfalz. Er hatte lange Zeit nur Ripasso von Sartori aus dem Valpolicella im Sortiment. Doch seit Anfang dieses Jahres hat er auch einen Appassimento-Wein aus dem Piemont dazugenommen, den Trifula (UVP: 7,90 Euro). „In den ersten sechs Monaten haben wir von ihm fast 10.000 Flaschen verkauft, ein sehr gutes Ergebnis“, konstatiert Pellegrini. Über den Weinstil allgemein denkt er: „Mit einer wertigen Ausstattung oder einer guten Story ist das ein idealer Wein für den

stationären Fachhandel oder den LEH.“ Allerdings: „Auf einer Gastronomie-Weinkarte wird es eher schwierig, da das Verfahren oft vor der Region steht und noch nicht so bekannt ist.“

„Einige Appassimento-Weine werden nicht nach der Lese, sondern noch am Rebstock getrocknet“, weiß Dirk Röhrig, Geschäftsführer des Weinkontors Freund, Borgholzhausen. Von den Cantine Minini bietet das Weinkontor z. B. den Palazzo Pisano Ripensato (UVP: 8,30 Euro) aus dem Veneto sowie den Camivini Nero d’Avola und den Primitivo Tank (UVP: je 8,90 Euro) aus Apulien an. Der barriquegereifte Sartirano Figli Serre dei Roveri Barbera DOC (UVP: 9,90 Euro) aus dem Piemont kam im letzten Jahr dazu. Ganz neu und als „Kultwein“ promotet wird der Mea Culpa (UVP: 14,90 Euro) – eine Kreation von Mario Minini selbst. Zwar weiß Dirk Röhrig, dass auch bei diesem Weinstil die günstigeren Weine – die oft eben aus dem Veneto oder Apulien kommen – mehr Absatz generieren, „aber ob ein Wein nun 8,99 oder 9,99 Euro kostet, ist nicht kriegsentscheidend.“ Er findet deshalb: „Wenn ‚Piemont‘ und ‚Barbera‘ zieht, sollte der Fachhandel das nutzen.“

Als „Weine, die der Fachhandel einfach im Sortiment haben muss“, bezeichnet Hans-Christian Dobroschke, Marketing-Referent von GES Sorrentino, Delmenhorst, Amaronone und Ripasso. Amaronone sei auch erfolgreich auf Weinkarten der gehobenen Gastronomie, aber auch für die einfacheren Appassimento-Weine sieht er dort eine Chance. Von Allegrini bietet der Distributeur Amaronone (UVP: ca. 50 Euro), daneben den Palazzo della Torre (UVP: ca. 17 Euro), den Ripasso Corte Giara La Groletta (UVP: ca. 12 Euro) und den Belpasso (UVP: ca. 10 Euro). „Alles Sortimentsklassiker, die schon immer stark gewesen sind. Der schmeichelnde Stil, ohne aggressive Tannine, kommt den Neigungen vieler Kunden entgegen“, so Dobroschke. Appassimenti aus der Toskana von San Leonino und aus Apulien von Torrevento sind in den vergangenen drei Jahren ergänzend dazugekommen.

„Apulien hat sich in den letzten Jahren als Appassimento-Lieferant hochgearbeitet, auch weil es nach einigen schlechten Ernten im Veneto Alternativen bot“, erklärt Andreas Saffer, Geschäftsführer von Saffer Wein, München. „Rebsorten aus Apulien eignen sich auch gut für den Weinstil, insbesondere Primitivo und Negroamaro.“ In seinem Sortiment ist das Veneto zwar absatzmäßig wei-



Andreas Dünschede, Weinstraße Adolph

„Es sind Wachstumschancen da, vor allem im qualitativ hochpreisigeren Segment.“

terhin tonangebend, allen voran der Gran Passione di Bertoldi (UVP: 7,99 Euro) für den LEH. Nach oben abgerundet wird das Angebot mit Amarones von Sartori und I Saltari (UVPs: 22 und 40 Euro) für den Fachhandel. Doch auch Apulien ist zu einem wichtigen Standbein geworden, z. B. der Appassimento Contessa Marina (UVP: 9,99 Euro). Saffers Erklärung für den Erfolg des Weinstils: „Auch wenn viele sagen, dass sie nur trocken trinken, ist die Realität oft eine andere.“

„Der Trend geht zu Alltagsweinen dieses Stils“, so die Erfahrung von Christian Zeter. In seinem Sortiment finden sich, neben Klassikern wie Amarone und Ripasso, auch mehrere Weine der Version Appassimento Parziale, die also nur teilweise aus getrocknetem Lesegut hergestellt werden. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Produkten aus dem Veneto und aus Apulien, z. B. dem Gran Maestro Appassimento Puglia von Cielo e Terra (3,50 Euro ab Keller) oder dem Baccolo Veneto (2,10 Euro ab Keller). Und das Sortiment wurde auch gerade wieder erweitert, und zwar mit dem Appassionamento (3,50 Euro ab Keller) aus dem Veneto und dem Fazzoletto (2,99 Euro ab Keller) von Araldica Vini aus dem Piemont.

Deuna, Augsburg, hat ebenfalls aufgestockt: Neben dem Langzeitseller Valpolicella Ripasso von Stefano Accordini (EVP: 17,90 Euro) hat das Unternehmens den Terre von Terre di Campo Sasso (EVP: 14,90 Euro) und den Mascoloso von Bertoldi (EVP: 8,49 Euro) aus dem Veneto im Sortiment. „Mit dem Mascoloso, den wir seit einem Jahr führen, sind wir noch in der Aufbauphase und erwarten noch deutliche Steigerungen“, berichtet der geschäftsführende Gesellschafter Ralf Kastner. „Terre ist seit drei Jahren im Sortiment und war von Anfang an ein Bestseller, auch aufgrund der hochwertigen Ausstattung mit 6er-Holzbox.“ Der Ripasso sei „nach starken Steigerungen in den letzten Jahren jetzt konsolidiert.“ Manchmal schwierig findet Kastner das Angebot aus Apulien: „Für meine Begriffe fallen diese Weine zu häufig deutlich zu süß aus und schmecken nur pappig. Wir haben deshalb bewusst einen Appassimento aus dem Veneto gesucht, der deutlich schlanker und eleganter ist.“

Ähnlich sieht man es bei Zonin: „Wir sind überzeugt, dass die Qualität des Produktes eine unverzichtbare Bedingung ist“, erklärt Export-Area-Managerin Alice Lonardi. „Die Arbeit, die in den letzten Jahren von unserem technischen Team geleistet wurde, wurde durch 96 Decanter-Punkte für den Zonin Valpolicella Ripasso 2015 gekrönt. Kein Me-too-Produkt, das derzeit auf dem Markt ist,

kann ähnliche Ergebnisse erzielen.“ Neben dem Valpolicella Ripasso (UVP: 8,99 Euro) ist bei Zonin auch Amarone della Valpolicella (UVP: 26,99 Euro) im Sortiment gesetzt.

Mit Masi hat Weinland Ariane Abayan, Hamburg, einen technischen Vorreiter für das Appassimento-Verfahren im Sortiment. Neben Amarone (UVP: 49,95 bis 159 Euro) und einigen anderen Appassimenti (UVP: 11,95 bis 23,95 Euro) aus dem Veneto wendet der Hersteller das Verfahren auch bei einigen Weinen von seinem Weingut in Argentinien an (UVP: 7,99 bis 28,95 Euro). Den größten Absatz generiere der Campofiorin, den Masi auch als „Super Venetian“ bezeichnet – dieser feiert in diesem Jahr seinen 50. Geburtstag mit einer Sonderausstattung.

Appassimento-Vielfalt ermöglicht flächendeckenden Erfolg

Um den Doppio Passo Primitivo (UVP: 6,99 Euro) hat Eggers & Franke, Bremen, in den vergangenen zwei Jahren eine Range aufgebaut, zuerst mit Doppio Passo Riserva (UVP: 9,99 Euro), dann mit einem Primitivo Bio (UVP: 7,99 Euro) und seit März dieses Jahres mit einem Rosato (UVP: 5,99 Euro). Allein vom Klassiker Primitivo habe man im 1. Halbjahr 2017 mehr als 1 Mio. Flaschen abgesetzt, was einer Steigerung zum Vorjahreszeitraum von 57% entspreche, berichtet Geschäftsführer Markus Hotze. Die Marke ist nicht nur nahezu flächendeckend im LEH zu finden, sondern wird mit einem gesonderten Etikett auch über das Schwesterunternehmen Eggers Sohn im Fachhandel vertrieben. „Wir haben aber das Gefühl, dass sich das Geschäft mehr und mehr auf die erfolgreichen Weine konzentriert“, meint Markus Hotze. „Für unsere Marke sehen wir noch erhebliches Wachstumspotenzial und streben mittelfristig die Top-5-Position unter allen in Deutschland verkauften Weinmarken an.“ Aktuell sei man mit ihr in den Top 10.

Der Importeur Mack & Schühle, Owen/Teck, hat gerade sein Angebot von mehreren Appassite der Marke Luna Argenta sowie dem Ricossa Barbera Appassimento (UVP: je 6,99 Euro) erweitert, und zwar mit dem Novantaceppi Appassimento Puglia (UVP: 5,99 Euro). Die Fachhandels-Schwester Weinwelt führt von dieser Gattung den Cecilia Beretta Soraie Rosso Veneto und den Barone Montalto Nero d'Avola Terre Siciliane IGT Passivento (UVP: je 8,90 Euro). Der Appassimento sei „zur Zeit ganzjährig sowohl im On- als auch im Off-Trade ein Musthave im Sorti-



Markus Hotze, Eggers & Franke

„Für Doppio Passo sehen wir noch erhebliches Wachstumspotenzial und streben mittelfristig die Top-5-Position unter allen in Deutschland verkauften Weinmarken an.“

ment“, erklärt Unternehmenssprecherin Bianca Kulik. Die Performance aller Produkte sei „sehr erfreulich“, vor allem bei der Luna-Argenta-Range mit zweistelligem Wachstum, was man durch Zweitplatzierungen und Verkostungen am POS forcieren.

Zu UVPs zwischen 5,99 und 7,99 Euro gibt es Appassimento-Weine aus dem Veneto und Apulien beim Distributeur Schenk, Baden-Baden, der den LEH beliefert. Mehrere 100.000 Flaschen Jahresabsatz beschere alleine der Amicone, den das Unternehmen von der Schwester Schenk Italia bezieht. Aus der gleichen Quelle stammt der Primitivo Masso Antico, dazu kommt ein Appassimento von Pasqua. Alle Weine bescherten „deutlich zweistellige Zuwachsraten“, berichtet Geschäftsführer Dirk Schneider.

Appassimento in allen Variationen bietet Gruppo Italiano Vini (GIV) an: Für den LEH offeriert man Amarone (UVP: 19,99 Euro), Ripasso (9,99 Euro) und Passieno IGT Veneto (6,99 Euro) von Lamberti, Governo DCG (6,99 Euro) und Governo IGT (4,99 Euro) von Melini sowie von Folonari Amarone (18,99 Euro) und Ripasso (8,99 Euro). Für den Fachhandel gibt es je einen Amarone und Ripasso von Santi und Bolla sowie diverse IGTs aus dem Veneto und Apulien sowie Governo. „Neben den etablierten Ripasso und Amarone, die weiterhin gut funktionieren, stellen wir bei den IGT-Weinen aus dem Veneto und dem Governo eine verstärkte Nachfrage

Wie lange hält der Trend an und was kommt danach?

fest“, berichtet Rouven Mertens, Generalmanager von GIV Deutschland in München. „Die Wiederkauftrate, insbesondere beim IGT Governo, übertrifft unsere kühnsten Erwartungen.“ Aber auch die Weine aus Apulien hätten deutlich an Gewicht gewonnen.

Aus allen typischen Appassimento-Regionen bietet auch die Fachagentur Weinstraße Adolph Direktimporte an. Zuletzt kamen aus Apulien von Torre Quarto der Appassimento Primitivo, Appassimento Uva di Troia und der Passione di Puglia Primitivo dazu, alle unter 3 Euro Einkaufspreis. Im gleichen Preisbereich angesiedelt – und damit ebenfalls unter den meistverkauften – sind der Riposato Corvina von Antica Vigna (Veneto) und der Chianti Governato von der Fattoria di Montagnana (Toskana). Der Amarone von Antica Vigna ist für ca. 11 Euro Einkaufspreis zu haben, der Ripasso für unter 5 Euro. „Die Appassimentos aus dem Veneto, die unter Amarone und Ripasso

angesiedelt sind, sind besonders im Export erfolgreich“, hat Geschäftsführer Andreas Dünschede beobachtet.

Mehr Wachstum für diesen Weinstil ist offenbar in Sicht. „Der Absatz dieser Weine entwickelt sich weiterhin dynamisch“, beobachtet etwa Rouven Mertens. „Dem tragen auch wir Rechnung und werden 2017/2018 das Thema weiter aufgreifen. Insbesondere bei unseren LEH-Kernmarken setzen wir auf diese dem aktuellen Konsumentenprofil entsprechende Weinstilistik.“ „Der Trend wird erst einmal anhalten“, ist sich auch Andreas Dünschede sicher. „Vielleicht wird er nicht mehr so schnell wachsen, dennoch sind Wachstumschancen da, vor allem im qualitativ hochpreisigeren Segment.“ Noch im Herbst, berichtet er, will Weinstraße Adolph einen neuen Appassimento-Wein lancieren, der etwa 15 Euro kosten soll und „von einem berühmten Winemaker kommt, der an diesem Wein seit drei Jahren arbeitet und dafür alle Regeln gebrochen hat.“

Einigen scheint der Erfolg des Appassimento aber nicht ganz geheuer zu sein. „Die Tendenz in der Kategorie ist nach wie vor eher steigend. Das ist schön, macht aber auch ein bisschen Angst, weil man sich fragt: Wie lange hält der Trend an – und was kommt danach?“, gibt Dirk Röhrig zu bedenken. „Da gerade jüngere Leute mit zuckerhaltigeren Lebensmitteln aufwachsen, wird auch in Zukunft etwas Restsüße im Wein nicht von Nachteil sein“, denkt Ralf Kastner, sieht aber die Gefahr, „dass diese interessante Stilistik und der Name Appassimento durch eine Schwemme schlecht gemachter, nur billigsüßer Imitate zerstört wird.“

Skeptisch ist auch Stephan Pellegrini: „Die Gefahr besteht, dass zu viele Erzeuger auf diesen Zug springen und der Kuchen nicht automatisch mitwächst. Wenn andere Teile der Weinbezeichnung wie Region oder Rebsorten zudem wegfallen, wird der Verbraucher beim Einkauf überfordert – die Wiedererkennung ist fast unmöglich.“ Er befürchtet außerdem, „dass viele Weine durch dieses Verfahren auf Easy Drinking getrimmt werden und dadurch an Authentizität verlieren.“

Fest steht jedenfalls schon jetzt: Der noble Amarone ist schon lange nicht mehr unantastbar, und auch der Thron des kleinen Bruders Ripasso wackelt. Wenn man es positiv formulieren möchte, könnte man sagen: Italiens Weinlandschaft bietet beim Thema Appassimento für jeden Anspruch etwas. Und diese Vielfalt trägt nicht zuletzt zum flächendeckenden Erfolg bei.

ALICE GUNDLACH



Andreas Saffer, Saffer Wein

„Apulien hat sich in den letzten Jahren als Appassimento-Lieferant hochgearbeitet, auch weil es nach einigen schlechten Ernten im Veneto Alternativen bot.“