



Im Rahmen des Vitifit-Projekts wurden im vergangenen Herbst insgesamt 15 Weine aus Piwi-Rebsorten verkostet.

PIWI-WEINE UND GENUSS

—> Nachhaltige Rebsorten überzeugen

AUTORIN:

Lisa Glawe, Bioland-Weinbauberaterin

DARUM GEHT'S:

Die Vielfalt pilzwiderstandsfähiger Weine ist groß. Für jeden Anlass gibt es den passenden Wein. Das erfuhren Gastronomen bei einer Schulung im Rahmen des Projekts Vitifit.

Wie schmecken pilzwiderstandsfähige Weinsorten (Piwi)? Neben Anbaufragen widmen sich Forschung und Praxis im Rahmen des Projekts Vitifit (www.vitifit.de) auch dieser Frage. Blindverkostungen zeigten, dass Weine aus

Piwi-Sorten mit Weinen aus traditionellen Rebsorten sensorisch mithalten und damit marktfähig sind.

In einer Multiplikatorenschulung Mitte November, die sich an Gastronomie und Handel richtete, erfuhren die Teilnehmer:innen nicht nur von neusten Forschungsergebnissen zum Konsumverhalten und verkosteten verschiedene Weine. Die Veranstaltung im Rahmen von Vitifit bot ihnen auch Raum, ihren Wissensbedarf kundzutun. Organisatoren waren die Bio-Anbauverbände Bioland, Demeter, Ecovin und Naturland.

Das Institut für Weinbau-Oenologie am Dienstleistungszentrum Rheinpfalz (DLR) widmet sich im Rahmen des Vitifit-Projekts der verbraucherorientierten Stilistik für Piwi-Weine als Beitrag zu einer höheren Marktakzeptanz. Zum Einstieg stellte Dr. Jochen Vestner vom DLR Grunddaten zu den Piwi-Sorten vor. Dabei zog er Vergleiche zwischen Anbaueignung, Ertragspotential und aktueller Rebanbaufläche. Die Kernfrage befasst sich damit, wie die neuen Sorten in sensorischer Hinsicht im Vergleich zu den traditionellen Vertretern bewertet werden. Das Ergebnis der durchgeführten Blind-Verkostungsreihen zeigten, dass Weine aus Piwi-Sorten gegenüber denen aus traditionellen Rebsorten sensorisch als gleichwertig bewertet und damit als marktfähig erfasst wurden.

Piwi-Weine zu Speisen

Romana Echensperger, Chef Sommelière und Master of Wine, ist überzeugt, dass sich die neuen Rebsorten auch als Menü-Begleiter bestens eignen. Während ihres Vortrags konnten sich die Teilnehmer davon überzeugen und selbst probieren. Ob Sekt als Aperitif oder die klassische Weiß- und Rotwein-Begleitung zum Hauptgang, für jeden Anlass findet sich inzwischen eine hochwertige Piwi-Variante. Es gibt auch Vertreter der experimentel-



Um sich vom guten Geschmack von Piwi-Weinen zu überzeugen, wurden Gastronomen und Händler zu einer Weinverkostung eingeladen.

leren Weinstilistik wie spontanvergorene Weine wie Sauvignon Gris oder einen maischevergorenen Orange-Wein aus Cabernet Blanc. Zum Ende der Verkostung war klar: Um den Einzug in die Speisenbegleitung zu schaffen, braucht es heute vor allem noch eines – geschultes Fachpersonal im Restaurant selbst, das sich traut, die noch unbekannteren Sorten auf die Karte zu setzen.

Verbraucher für nachhaltige Rebsorten

Und wie sieht es auf Seiten der Verbraucher aus? Einer umfangreichen Analyse der Verbraucherakzeptanz von nachhaltigen Rebsorten haben sich Prof. Gergely Szolnoki und Christoph Kiefer gewidmet. Hierbei wurden Konsumenten in Berlin, Frankfurt und München zum Kaufverhalten und der Einstellung zu Piwi-Weinen befragt. Die Teilnehmer:innen wurden in Verbrauchergruppen eingeteilt, darunter beispielsweise Traditionalisten, ökologisch orientierte Konsumenten oder Experten. Viele Verbraucher sind offen für neue Rebsorten. Vor allem nach Erläuterung der positiven Eigenschaften von Piwi-Rebsorten und deren Beitrag zu einer klimapositiven Bewirtschaftung war die Beliebtheit unter den befragten Teilnehmern ersichtlich höher als zuvor.

Zum Abschluss stellte sich die Seminargruppe der Frage: Was würde der Gastronomie helfen, um mehr Piwi-Weine zu verkaufen? Die Gruppe hatte sich über mehrere Stunden in die Thematik vertieft. Bei einem Spaziergang an der frischen Luft wurden nun Ideen ausgetauscht und dabei Erfahrungen aus dem eigenen Betrieb geteilt. Ein Teilnehmer erzählte von positiven Erfahrungen mit der Platzierung von neuen Rebsorten auf der offenen Weinkarte. „Wenn sich ein Gast bei einem Glas an unbekannte Sorten traut und im Gespräch mehr über die positiven Aspekte des Piwi-Anbaus erfährt und sensibilisiert ist, bestellt er danach gezielt auch eher eine unbekannte neue Sorte“, erzählte er.

Klar wurde bei allen Erfahrungsberichten, dass Gastronomen und Händler einen hohen Bedarf an weiteren Informationen und Hilfsmitteln haben. Die Teilnehmenden wünschten sich ein breiteres Fortbildungsangebot und sehen Nachbesserungsbedarf zum Thema in den Ausbildungsplänen selbst. Die neuen Sorten verdienen es, nicht länger verglichen und als reine Substitutpartner zu einzelnen Traditionsrebsorten gelistet zu werden. Jeder Rebsorte stehe eine eigene Aromenbeschreibung zu, betonte die Gruppe. Werden die einzelnen Piwi-Weine auch bei ihrem individuellen Rebsortennamen genannt, erhalten die neuen Sorten ihre eigene Identität, losgelöst vom Oberbegriff Piwi.

Geeignet für den Premiummarkt?

Da es sich bei den robusten Rebsorten um Neuzüchtungen handelt, gibt es weniger Erfahrung im Umgang mit den einzelnen Sorten als bei den traditionellen Reben, die seit Jahrhunderten kultiviert werden. Das Alter der Rebanlagen spielt eine Rolle und so dauert es gut fünf bis 15 Jahre bis zum Erreichen des vollen Aromenpotenzials. Neben dem Alter der Reben beeinflussen auch

die Lage des Weinbergs, das gesamte Terroir maßgeblich die Qualität und Ausdruckskraft eines Weines.

Wenn man sich die drei Prozent Piwi-Fläche in Deutschland jedoch anschaut, wird deutlich, dass Piwi-Sorten kaum in große Lagen gepflanzt werden. Winzer tasten sich noch an die neuen Sorten heran, pflanzen diese zunächst in Lagen, in denen ein höherer Infektionsdruck besteht und die damit im Pflanzenschutz anspruchsvoller sind. Hier sind oft betriebswirtschaftliche Aspekte Antreiber und weniger der reine Vermarktungsanreiz. Die Sorge vor einer geringen Marktakzeptanz überwiegt.

Es gibt jedoch herausragende Einzelbeispiele von Winzern, die das Gegenteil beweisen und mit Einzelrebsorten das volle Potenzial der Piwi-Sorten auf die Flasche bringen. Deutlich wird dabei vor allem die breite Produktvielfalt – von Sekt bis zum Naturwein ist alles möglich! Einfluss auf die Attraktivität einer Rebsorte nehmen neben dem Sortennamen und Absatzmöglichkeiten auch Aromatik und die Eignung im Anbau. Als Zielgruppe eignet sich wohl das breite und offene Publikum, das man über den Einzelhandel erreicht. Die Teilnehmer regten an, mal ein großes Tender mit Piwi-Weinen zu bestücken. So könnte man die Vorzüge dieser Sorten einer Vielzahl von Konsument:innen näherbringen.

Mit einem eindeutigen Resümee ging der Seminartag zu Ende. Allen war klar, wenn es mehr neue Sorten im Anbau und Verkauf geben soll, muss es von allem ein bisschen mehr geben: mehr Spitzenbetriebe als Vorreiter, mehr Endverbraucher- und Fachmessen und mehr mutige Multiplikatoren, die das Piwi-Thema laut in die Gastronomie und die Sozialen Medien bringen. Damit am Ende mehr Verbraucher:innen nachhaltige, neue Rebsorten trinken, braucht es Neugierde und Mut. ←



Bioland-Hof sucht Nachfolge

Erste Infos:

- Hof mit Schwerpunkt Sonderkulturen/Obstbau
- Vermarktungswege sind vorhanden, enge Bindung zu Biokisten-Betrieb
- Entwicklungsmöglichkeiten sind gegeben
- Übernahme ab sofort und/oder schrittweise möglich

Wo? Nord-Württemberg

Bei Interesse melden unter: 0157/89 18 78 50

→ Erfolgreicher Öko-Weinbau

Einladung zur Bioland-Weinbautagung

WANN UND WO: 12.–15. Februar, Südtirol und online

ANMELDUNG: für die Online-Teilnahme bis 9.2.

Nähere Infos siehe Seite 56 und www.bioland.de/weinbautagung