Moselland eG

50-Jahr-Feier

Die 1968 gegründete Winzergenossenschaft Moselland eG hat mit einem offiziellen Festakt am 5. Mai und einem Tag der offenen Tür am 6. Mai ihr 50-jähriges Bestehen begangen. In einer Dekadenweinprobe wurde anhand von fünf Weinen aus fünf Jahrzehnten die Geschichte der vergangenen 50 Jahre Moselland erzählt. Die Weine und zugehörigen Dekaden kommentierten der ehemalige Vorstandsvorsitzende Werner Kirchhoff, Christine Lenhardt (Landwirtschaftskammer und Vorstand Moselland eG), Betriebsleiter Önologie Peter Meurer, Vorstandsvorsitzender Henning Seibert und Moselweinkönigin Kathrin Hegner. Grußworte sprachen MdB Peter Bleser, Weinbaupräsident Klaus Schneider und Norbert Schindler, Präsident der Landwirtschaftskammer.

Ursprung des Unternehmens war der Zusammenschluss der Hauptkellerei Koblenz, der Gebietswinzergenossenschaft des Kreises Cochem in Ernst und der Winzergenossenschaft Mittelmosel in Wehlen zur Zentralkellerei der Winzergenossenschaften Mosel-Saar-Ruwer. Die damals größte Gebietswinzergenossenschaft, der Saar-Winzerverein in Wiltingen, entschloss sich erst 1969 zum Beitritt. Hauptsitz war zunächst in Wehlen, bevor im Sommer 1969 mit dem Bau des Gebäudes am heutigen Standort in Bernkastel-Kues begonnen wurde. Die Umbenennung in Moselland eG Winzergenossenschaft erfolgte im Jahr 1986, als man einen kürzeren, einfacheren Namen suchte, der für den Export genutzt werden konnte. 1985 war das Verhältnis von in- und ausländischem Umsatz nahezu ausgeglichen (13 Mio. Euro in Deutschland, 12 Mio. Euro Export). Durch die Aktivitäten des damaligen Vorstandsvorsitzenden Dr. Rudolf Rinck entfielen 2002 rund 85% des Exportvolumens aller deutschen Winzergenossenschaften auf Moselland.

Im Jahr 2000 gelang die erste gebietsübergreifende Zusammenlegung in der Geschichte der deutschen Winzergenossenschaften. Mit einer Änderung der Satzung, nach der nicht mehr nur Winzer von Mosel, Saar und Ruwer Mitglied werden konnten, begann die Öffnung für Winzer aus allen anderen Anbaugebieten. Winzer von der Nahe traten der Moselland eG bei. Kooperationen mit den Winzergenossenschaften Rhodt unter Rietburg/Pfalz und Nierstein/Rheinhessen legten den Grundstein für die Fusionen der Jahre 2011 bzw. 2016. Die jüngste Kooperation (2018) mit Domaines Vinsmoselle aus Luxemburg ist sogar länderübergreifend, das hat bisher keine Winzergenossenschaft getan. Zum Gründungsdatum gehörten der Moselland 1.600 Mitglieder an. Heute zählt die Kooperative 1.916 Mitglieder mit einer Rebfläche von 1.929 ha, die sich auf die Gebiete Mosel, Nahe, Rheinhessen und Pfalz verteilen. Der Umsatz lag im Geschäftsjahr 2016/2017 bei 76,4 Mio. Euro. -ja-

Der Vorstandsvorsitzende Henning Seibert bei der Feier zum 50-jährigen Bestehen.

Cantina Vignaioli del Morellino di Scansano

Kellereigebäude eingeweiht

Am 26. Mai weihte die Cantina Vignaioli del Morellino di Scansano in Saragiolo ihr neues (von der Moretti SpA gebautes) Kellereigebäude ein. Die 1972 gegründete Kooperative will sich mit dem Neubau zukunftssicher aufstellen und den gestiegenen qualitativen Erwartungen entsprechen, die Handel und Weintouristen an das Unternehmen stellen. „Die Schaffung dieser neuen Räume, die der Gastfreundschaft gewidmet sind", betonte Präsident Benedetto Grechi, „sollte auch im Lichte des Engagements gesehen werden, das die Kellerei seit jeher für die Weiterentwicklung des Morellino di Scansano hat." Die von 160 Mitgliedern getragene Genossenschaft bewirtschaftet rund 600 ha Rebfläche in den Hügeln rund um Scansano im Grossetto-Gebiet/Maremma. Dem Unternehmen wurde für 2017 ein Umsatz von etwa 10,8 Mio. Euro (+10% gegenüber 2016) zugeschrieben, die Auszahlungen an die Winzer sollen zuletzt 4,8 Mio. Euro betragen haben (etwa 8.000 Euro/ha). Auf die Kellerei entfallen heute etwa 20% der Gesamtmenge der DOCG Morellino di Scansano. -ja-

Mit dem Neubau möchte sich die Cantina Vignaioli Morellino di Scansano zukunftssicher aufstellen.

Fotos: Blankenhorn, Lageder, Cantina Vignaioli Morellino di Scansano, Remstalkellerei, WG Endingen, WEIN+MARKT, Garibaldi, Weinmesse Berlin, Wettstein

Accademia Garibaldi

Fortbildung für die Mitarbeiter

Schon Udo Jürgens wusste, dass mit 66 Jahren das Leben erst richtig anfängt. So sieht es auch der Münchner Weinhändler Eberhard Spangenberg, der 1983 begann, ein kleines Weinhandelsimperium in München aufzubauen und im Rentenalter noch längst nicht an den Ruhestand denkt. „Ein paar Jährchen mache ich noch“, meint der rastlose Chef des Hauses Garibaldi, der schon als Buchautor und Verlagsleiter tätig war. In München-Schwabing startete er vor 35 Jahren mit italienischen Weinen. Heute ist Italien immer noch der Schwerpunkt im Sortiment (rund 400 Weine), aber darüber hinaus werden auch etwa 200 Gewächse aus aller Welt offeriert und über sechs Filialen in Bayerns Landeshauptstadt sowie eine Niederlassung in Freiburg/Breisgau vertrieben.

„Als klassischer Weinhändler hat man es heute nicht leicht, deshalb muss man neue Wege gehen“, weiß der gebürtige Münchner, der jährlich rund 130 Veranstaltungen für die Kundschaft durchführt. Er ist jetzt dazu übergegangen, die Fortbildung seiner drei Dutzend Mitarbeiter in die eigene Hand zu nehmen. Die „Accademia Garibaldi“ ist ein Forum mit zahlreichen Seminaren und Veranstaltungen, in dem interne Referenten (auch der Chef selbst), Winzer und Spezialisten für bestimmte Themen neue, aber auch bewährte Mitarbeiter (Spangenberg: „theoretisch bis hin zum Lagerarbeiter“) fortbilden. Die Teilnahme ist kostenlos. Aber sie findet außerhalb der Arbeitszeiten statt. In einem Workbook wird der erfolgreiche Besuch der Veranstaltungen vermerkt. Wer bei einem Punktesystem besonders gut abschneidet, kann einen Kurzurlaub auf Sizilien verbringen.

Die Palette der „Accademia“ ist vielseitig. Neben klassischen Themen wie Grundlagen Wein, Sensorik, Wein am Tisch, Bio-Anbau, Länderkunde (Schwerpunkt Italien) wird auch Veranstaltungsmanagement unterrichtet. Die Lebensmittelkunde mit Käse, Wurst- und Fleischwaren, Brot und Antipasti sowie Olivenöl steht ebenso auf dem Programm wie der Kontakt mit Winzern, die auch Lieferanten sind. Was Spangenberg besonders freut, ist die gute Resonanz auf das Thema Weinverkauf. „Wir haben mit der Weinakademikerin Jenny Roßberg eine hervorragende Schulungsleiterin, die auch Rollenspiele inklusive Reklamationsgespräche durchführt. Das kommt hervorragend bei den Teilnehmern an“, lobt der Garibaldi-Chef. -kn-

Lageder

30 Jahre Löwengang

Das Südtiroler Weingut Alois Lageder bringt seit dem Jahrgang 1984 die Löwengang-Weine Chardonnay sowie Cabernet heraus und feiert das Jubiläum mit dem „30 Jahre Löwengang Cabernet“, der laut Weingut „erstmalig nur aus Reben mit über 140-jähriger DNA gekeltert wurde“. Der Jubiläumswein „30 Jahre Löwengang Chardonnay“ wurde bereits im vergangenen November vorgestellt. Die Besonderheit des Cabernet besteht darin, dass der 1875 erstmals mit Carmenère und Cabernet bepflanzte Weinberg vor einigen Jahren erweitert wurde, und zwar durch massale Selektion. Dabei werden Rebstöcke mit besonders positiven Eigenschaften in einem bestehenden Weinberg ausgewählt und vermehrt, um Pflanzgut zu gewinnen. „Im Gegensatz zu den jungen Reben, die dem Wein Kraft und Frische verleihen, bestechen die alten Reben mit ihrer ‚Weisheit‘ und verleihen dem Wein Vielschichtigkeit und eine unglaubliche Harmonie. Dieser neue Ansatz und der damit gelungene Qualitätssprung werden den Löwengang Cabernet von jetzt an in Zukunft prägen“, teilt das Weingut mit. „Mit den beiden Jubiläumsweinen wollen wir nicht nur die langjährige Tradition würdigen, sondern es ist uns gleichzeitig wichtig, uns stetig weiterzuentwickeln, um dadurch unter sich ändernden natürlichen Voraussetzungen unsere Qualitäten stets zu steigern“, sagt Alois Clemens Lageder, der das Weingut gemeinsam mit seinem Vater Alois Lageder in fünfter und sechster Generation führt. -gg-

Mouton Cadet

Junges Publikum im Visier

Zu einer Vertikalverkostung von sieben Jahrgängen Mouton Cadet hatten vor kurzem Philippe Degrendel (technischer Direktor Markenweine), Pierre Lambert (Master-Winemaker Mouton Cadet) sowie Marie-Louise Schyler (Kommunikationschefin Baron Philippe de Rothschild) eingeladen. Dabei standen die Jahrgänge 2009 bis 2015 auf dem Tisch, um die stilistischen Veränderungen des Markenweins aus dem Hause Baron Philippe de Rothschild zu demonstrieren.

Angestoßen hatte die Veränderungen bereits im Jahr 2003 die damalige Chefin Philippine de Rothschild, die den im Jahr 1930 von ihrem Vater Philippe de Rothschild etablierten Bordelaiser Markenwein für ein junges Publikum zugänglicher machen wollte. Die Vorgaben wurden umgesetzt und im Lauf der Jahre weiter modifiziert: Statt wie früher Grundweine auf dem Fassweinmarkt zu kaufen, wurden immer mehr langfristige Lieferverträge mit ausgewählten Winzern abgeschlossen, deren Arbeit von Mouton Cadet kontrolliert wird. Dazu gehört auch die genaue Festsetzung des Erntetermins, um sicherzustellen, dass die Partner nur vollreife Trauben vinifizieren. Der Verschnitt erfolgt in der Mouton-Cadet-Winery, wo alle Prozesse wie Laboruntersuchungen, Lagerung unter Stickstoff sowie Rückverfolgbarkeit aller Partien unter einem Dach gebündelt sind.

Philippe Degrendel, Marie-Louise Schyler und Pierre Lambert bei der Vertikalverkostung von sieben Jahrgängen Mouton Cadet.

Zu den Veränderungen des Weinstils gehört auch die Verschiebung der Rebsortenanteile, bei denen jetzt der Merlot mit 85% eindeutig dominiert, was für eine fruchtige Geschmeidigkeit der Weine sorgen soll. Zudem wurde das Wein-Sourcing immer mehr in die Côtes de Bordeaux rund um Blaye und Bourg verlegt, da dort die favorisierten Kalk-Lehm- sowie Kiesböden vorherrschen.

Die von Philippe Degrendel und Pierre Lambert moderierte Vertikalverkostung zeigte deutlich auf, wie sich der Stil des Mouton Cadet im Lauf der Jahre in die gewünschte Richtung verändert hat: Während sich der 2009er noch mit prägnanten Tanninen präsentierte, waren die folgenden Jahrgänge deutlich fruchtbetonter, geschmeidiger und frischer. Der Jahrgang 2015, bei dem zusätzlich die Lagerzeit von 18 auf zwölf Monate reduziert wurde, ist schließlich ein harmonischer, fruchtbetonter Wein, der unkomplizierten Trinkgenuss verspricht, aber dennoch für die Tradition des Bordelais steht. Mit diesen Veränderungen erhofft sich das Mouton-Cadet-Team, vermehrt junge Konsumenten für den Markenwein begeistern zu können. Weltweit werden davon rund 11 Mio. Flaschen im Jahr verkauft, Hauptabnehmerländer sind Deutschland, Kanada, Japan, China, die USA und Brasilien. -gg-

Remstalkellerei

Weinhöfe-Linie

Die Remstalkellerei hat im Zuge einer Umstrukturierung ihr Weinprogramm völlig neu gestaltet und mit neuen Etiketten versehen, um es übersichtlicher und verständlicher zu machen. Nach der kürzlich neu lancierten Rebsorten-Linie wurde nun die Weinhöfe-Linie auf den Markt gebracht, bei der ein spezialisierter Weingärtner als Pate stellvertretend für eine Rebsorte steht und mit seinem Konterfei und seinem Namenszug auf dem Etikett sichtbar ist. Die im gehobenen Bereich angesiedelte Range (UVP: 5,95/7,50 Euro) besteht aus vier Weinen: Lemberger trocken, Zweigelt trocken, Weißburgunder Kabinett trocken sowie Pinot Meunier feinherb. -gg-

Weingut Blankenhorn

Weickert geht an Bord

Markus Weickert, staatlich geprüfter Techniker für Weinbau und Önologie mit Erfahrungen in Österreich und Australien, hat beim Weingut Blankenhorn angeheuert, wo er als Betriebsleiter die Weiterentwicklung des VDP-Betriebs vorantreiben soll. Dies meldet das Unternehmen. Der gebürtige Franke wirkte zuvor erst sechs Jahre im Weingut Bungert-Mauer (Ockenheim), bevor er weitere fünf Jahre gemeinsam mit Johannes Hasselbach das Weingut Gunderloch (Nackenheim) führte. Seit Anfang Mai können sich Yvonne Kessler und Martin Männer über Hilfe freuen, und zwar in allen Bereichen: Gutshaus, Keller und Kelterhaus werden aufwendig kernsaniert. Das Weinangebot wurde auf die Fokusrebsorten Burgunder und den für das Markgräflerland typischen Gutedel ausgerichtet. -ja-

People like us

„Für Menschen wie dich und mich“

Unter der Bezeichnung „People like us“ läuft eine neue Weinserie, die sich „an Menschen wie dich und mich“ richtet. Gemeint sind damit „Menschen, die weltoffen und kommunikativ sind, die Lebenserfahrung mitbringen, die Spaß haben am Leben, an Musik und Kunst, am Genießen, am Zusammensein mit Freunden und an spannenden Geschichten. Und die eins verbindet: die Leidenschaft für gutes Essen und guten Wein.“ Hinter dem Projekt stecken drei „ziemlich beste Freunde“, die sich damit ihren langjährigen Traum erfüllt haben, gemeinsam Wein zu machen. Martin Wettstein (Inhaber des Weinguts Siener-Dr. Wettstein aus Siebeldingen/Pfalz) entwarf das Grundkonzept, ist für den An- und Ausbau sowie den Vertrieb der Weine zuständig. Der passionierte Weinsammler Otmar Scherr steuert seine Erfahrungen mit Premiumweinen bei. Gabi Penka-Schüder (die von einem renommierten Genussmagazin zur Whisky-Kennerin des Jahres 1998 gekürt wurde) kümmert sich mit ihrem feinen Geruchs- und Geschmackssinn ums Finetuning.

Ziel des Trios war es, qualitativ überzeugende Weine zu erzeugen, die erschwinglich sind und Wiederverkäufern lukrative Spannen ermöglichen. Herausgekommen sind vier Pfälzer Weine in plakativen Outfits, die bewusst unterschiedliche Charaktere besitzen: ein betont trocken ausgebauter Sauvignon Blanc, ein fruchtiger Riesling, ein Chardonnay mit zarter Holznote (alle aus dem Jahrgang 2017) sowie ein frankophil angehauchter Pinot Noir (2016). Sauvignon Blanc und Riesling sind bei 7,90 Euro UVP angesiedelt, Chardonnay und Pinot Noir bei 8,50 Euro. -red-

Weinmesse Berlin

Heimathafen gefunden

Anfang Mai ging die 25. Weinmesse Berlin zum ersten Mal in den historischen Hallen des Messegeländes am Funkturm über die Bühne. Rund 270 Weinerzeuger, Fachhändler, Feinkostanbieter und Tourismusveranstalter präsentierten sich von der besten Seite. Seit ihrer Gründung im Jahr 1994 ist die „WEINmesse berlin“ schon häufig umgezogen. Logenhaus, Schöneberger Rathaus, Flughafen Tempelhof und die Station am Gleisdreieck dienten der ständig wachsenden Veranstaltung in den vergangenen 25 Jahren bereits als angemessene Unterkunft. Nun scheint sie auf dem historischen Gelände am Funkturm eine Heimat für die Zukunft gefunden zu haben.

Gleichwohl geriet der Start am Funkturm etwas holprig, da die Premiere eine Verlegung des Termins von Februar in den Mai nötig machte. Nicht nur den Winzern passte dieser Termin nicht, anscheinend war auch das der Weinmesse sonst so treue Berliner Publikum nicht begeistert und strömte in diesem Jahr nicht in gewohnter Zahl zur Berliner Weinprobe des Jahres. Als Partner des Organisators Deutsche Weinmarketing GmbH reagierte die Messegesellschaft Berlin sofort und machte für 2019 die Rückverlegung in den Februar möglich, auch wenn dafür die vorher stattfindende Fruit Logistica 2019 binnen kürzester Zeit abgebaut werden muss, um die benötigten drei Hallen freizumachen. Die nächste „WEINmesse berlin“ findet also vom 15. bis 19. Februar 2019 in den Hallen 18 bis 20 am Funkturm statt. Informationen für Aussteller unter www.weinmesseberlin.de oder bei weinmesse@dwm.de -he-

DIE WEINGÜTER

SCHLOSSWEINGUT
SOUVERÄNER MALTESER RITTERORDEN

WEINGUT
KLOSTERKELLER SIEGENDORF

EXKLUSIV FÜR FACHHANDEL
UND GASTRONOMIE

c/o VOG Import-Export
Deutschland Ges.m.b.H.
64283 Darmstadt
Telefon 06151/1725-0
office@vog-deutschland.de

Monteverro

Top-Gastronomie angepeilt

Verstärkt rein in die Top-Gastronomie – das ist die Zielsetzung von Julia und Georg Weber vom toskanischen Weingut Monteverro. Der 2008 gegründete, modern ausgestattete Betrieb aus der Nähe von Capalbio verfügt über 60 ha, von denen die Hälfte mit Reben bepflanzt sind. Derzeit stehen 27 ha in Produktion. Die Jahresproduktion beläuft sich auf rund 150.000 Flaschen Wein, die sich auf sechs Gewächse verteilen. Herzstück ist mit 40.000 bis 50.000 Flaschen der Terra di Monteverro, eine Cuvée aus Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot und Petit Verdot. Der Jahrgang 2014 präsentiert sich komplex, dicht, elegant, mit reifer Frucht und feinen Vanillenoten, UVP: ca. 39 Euro. Noch eine Nummer intensiver ist das Aushängeschild des Hauses, der 2014er Monteverro, der ebenfalls aus den vier genannten Rebsorten kreiert wird, von dem es ca. 20.000 Flaschen gibt und der preislich bei etwa 120 Euro UVP angesiedelt ist.

Julia und Georg Weber wollen weiteres Potenzial in der Spitzengastronomie heben.

Die Zusammenstellung der Cuvées kommt nicht von ungefähr, schließlich hat sich Georg Weber, der sich mit Monteverro seinen Lebenstraum vom eigenen Weingut erfüllt hat, von Anfang an an französischen Vorbildern orientiert. Die klassischen Bordeaux-Rebsorten Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc und Merlot kommen auch beim „Einstiegswein" des Unternehmens, dem 2015er Verruzzo di Monteverro, zum Einsatz – hier allerdings in Kombination mit Sangiovese. Die leicht zugängliche, fruchtbetonte Rotweincuvée (Produktionsmenge: ca. 20.000 Flaschen) kostet um die 15 Euro UVP.

In der gleichen Preisliga spielt der 2017er Vermentino (ebenfalls um die 20.000 Flaschen). Auch der Weißwein ist sauber vinifiziert, repräsentiert eine moderne Stilistik mit ausgeprägten Fruchtnoten und feiner Säure. Ebenfalls im Programm: ein elegant-frischer Chardonnay mit tropischen Fruchtnoten sowie Anklängen von Vanille und Gewürzen. Vom 2015er hat Monteverro (als Hommage an den zehnten Jahrestag der ersten Lese) eine Magnumedition aufgelegt, die auf nur 150 Flaschen limitiert ist. Der deutschsprachige Raum (D-A-CH) zählt mit einem Absatzanteil von rund 40% bereits zu den Schlüsselmärkten des Unternehmens. Hierzulande arbeitet Monteverro nach Auskunft von Julia Weber u. a. mit Alpina, Unger Weine, Dallmayr, Georg Hack und Superiore zusammen. -wer-

---

WG Bischoffingen-Endingen/Vollherbst Etiketten

„Das Tor zum Kaiserstuhl"

Gemeinsam mit dem Spezialisten Vollherbst Etiketten hat die Winzergenossenschaft Bischoffingen-Endingen einen neuen Auftritt für die Endinger Weinmarke entwickelt, mit dem die Kooperative die Modernisierung ihres Gesamtportfolios abschließt. Bereits 2017 hatten die Bischoffinger Weine ein neues Gesicht erhalten, nachdem die beiden Genossenschaften im Jahr 2010 fusioniert hatten und sich nach und nach neu aufstellen wollten. Dachmarke für die Endinger Produkte in der 1-l- und 0,75-l-Flasche sowie für einen Sekt ist „Das Tor zum Kaiserstuhl", versinnbildlicht durch das Endinger Stadttor, das auf den Etiketten abgebildet ist und einen hohen Wiedererkennungswert gewährleisten soll. In Kürze folgt die Reserve als Flaggschiff des neuen Portfolios. -gg-

---

Kierdorf Wein

Nervi im Programm

Kierdorf Wein, Reichshof, hat nach eigenen Angaben auf dem deutschen Markt den Vertrieb der Weine der traditionsreichen Azienda Vitivinicola Nervi übernommen. Wie die Reichshofer mitteilen, wurde das Weingut aus dem Norden des Piemont Anfang Mai von Roberto Conterno übernommen, dem Inhaber des Kultweinguts Giacomo Conterno in Monforte d'Alba, für dessen Weine Kierdorf Wein hierzulande als Generalimporteur fungiert. Nervi verfügt über 27 ha Rebfläche, liegt in Gattinara am Fuße der Alpenausläufer, wurde 1906 gegründet und zuletzt von dem Norweger Erling Astrup geführt, der den Betrieb 2011 erwarb und mit Unterstützung von Roberto Conterno eine Renaissance des Traditionsbetriebs initiierte. -wer-

KIERDORF WEIN