

Wann kommt der erste Wein aus China nach Kiel?

Kiel – In China wird Wein angebaut, und in den Weinhandlungen Schleswig-Holsteins kann man Weine aus Australien kaufen. Beides hat auf den ersten Blick nicht viel miteinander zu tun. Aber was, wenn man irgendwann in Kiel Weine aus China trinkt? Das wäre die logische Folge einer längst globalisierten Weinwirtschaft. Das Thema boomt. Es füllt auch Regalreihen bei Professor Rolf Müller vom Institut für Agrarökonomie der Christian-Albrechts-Universität (CAU/Kiel).

Wieso beschäftigt sich jemand, der fernab von Mosel, Rhein und Nahe lebt, mit der Weinwirtschaft? „Es ist ein besonders interessantes Agrarprodukt für Forschung und Lehre – in seiner Vielfalt aber auch in seiner ihm eigenen Qualität als Informationsartikel“, sagt Müller. Informationsartikel? Mit diesem Begriff bezeichnet Müller, der aus der Pfalz stammt, die metaphysischen Eigenschaften, die dem Wein mit Hilfe schmückender Worte und komplizierter Etikettierungen verliehen werden. So wird behauptet, guter Wein sei Ausdruck seines „Terroirs“. Mit diesem Begriff bezeichnet der deutsche Verein der Prädikatsweingüter (VdP) das „magische Dreieck“ aus: „Weinbergslage, handwerkliches Können des Winzers und Jahrgangsqualität“.

Doch das scheint bei vielen Verbrauchern nicht anzukommen. Siegreifen beim Discounter zum großen Angebot an nichteuropäischen Weinen. Diese Weine werden oft mit Methoden hergestellt, die in der EU verboten sind. Europa hält an den komplizierten Differenzierungen von Lage, Standort, Winzer-Eigenschaften fest, die sogar für den hiesigen Kunden kaum einzuordnen sind. So strenge Regeln müssen ein Gallo (Kalifornien) oder Jacob's Creek (Australien) nicht beachten „und können so innovativer und marktgerechter produzieren“, sagt Müller. Beispielsweise indem sie Barrique-Wein mit kostengünstigen Eichenholz-Chips in Stahl tanks produzieren, wo hierzulande teure Fässer vorgeschrieben sind. „Geschmacklich ist der Unterschied zwischen Fass und Chips nicht festzustellen“, erklärt der Kieler Weinforscher. Ein Trost: Keine Strategie ohne Gegenstrategie. Am Ende nützen die Vermarktungsoffensiven der „Global Player“ auch den kleinen Weingütern hier, die, als Gegenentwurf zu dieser Vermarktungsmacht, per Etikett gleich die individuelle Philosophie zum Tropfen mitliefern. Im vergangenen Jahr waren europäische Weine (im hochpreisigen Segment) wieder im Aufwind.

Aber die neue Welt ist schnell, die ganz neue, asiatische ebenfalls. Globalisierungsgewinner China will nun auch diesen Markt erobern. Enorme Mengen werden dort – überwiegend im Norden – schon produziert. Einer, der sich mit diesem Thema ausführlich beschäftigt hat, ist Rolf Marohn von „Far Eastern Limited“, einer auf China spezialisierten Unternehmensberatung in Ludwigshafen: „Exportfähig wären derzeit aber nur zwei Marken. Wer hier Wein aus China trinkt, wählt vorerst den Exotikfaktor.“ Doch das war in anderen Ländern auch mal so: „Als ich in den 70er Jahren für zwei Jahre in Australien gelebt habe, hat der Rotwein scheußlich geschmeckt. Inzwischen hat sich die Qualität nichteuropäischer Weine grundsätzlich gebessert“, erzählt Müller. Und das ging schnell. Da könnte es sein, dass irgendwann ein großer Anteil des hier konsumierten Weins wieder da herkommt, wo er neueren Erkenntnissen zufolge wohl auch zuerst angebaut wurde: China.

Von Jana Seidel

<xml id="artikel" src="/global/xml/teleschau/99_eva-weinart_gcp11bdq21.xml" />

nordclick/kn vom 11.07.2008 01:00:00

Quelle im Internet: <http://www.kn-online.de/artikel/2424524>