

CHING CHANG

in sino veritas

Changyu und Fangshan in Bewegung. Keine Ahnung, wer das ist? Kein Wunder, es ist ja auch ein Wo. Zwei Wo. Und zwei Wo mit Weinbau. Jürgen Schmücking ist hingefahren. Sein Fazit: Wir wissen wenig, was dort abgeht.

A Alles perfekt organisiert. Das Hotel, wie meistens in China ein stattlicher Neubau, ist auf Hochglanz poliert. Eine Gruppe hochrangiger Weinjournalisten aus aller Welt wartet geduldig auf die eröffnenden Worte des Bürgermeisters. Sie werden die ersten sein, die die eindrucksvollen Zimmer beziehen werden. Xihai heißt das Hotel. Und es steht in Fangshan. Das große Gebäude ist während der *Silk Route Asian Wine & Spirits Conference* sowohl Kommunikationszentrale als auch Verkostungslocation. Um den Bau rechtzeitig fertig zu bekommen, wurden in den letzten Wochen vor der Eröffnung kurzerhand ein paar Einheiten der chinesischen Armee nach Fangshan abkommandiert, um „Dienst am Bau“ zu tun. Schnell werden einem so die Möglichkeiten der chinesischen Verwaltung gewahrt, die in Europa ein Unding wären.

In Fangshan soll eine Weinindustrie aufgebaut werden. Dazu gehören nicht nur Weingüter, sondern auch die entsprechende touristische Infrastruktur. Und die darf auch was kosten. Die Verwaltung und ihre Behörden lassen keine Zweifel aufkommen, dass sie es ernst meinen. Mit Fangshan und dem Wein. Im Foyer des Hauses wurde eine offene Verkostungszone eingerichtet. Der etwa 20-köpfigen Expertenschar stand eine etwa 20-köpfige Mannschaft junger Servicekräfte zur Seite. „These are your sommeliers!“, ließ uns ein Mann wissen, der anscheinend das Sagen hatte, und ging ab. Die Experten – großteils aus jenen Teilen der Welt, der für Chinesen einfach der Westen ist – standen ihren Sommeliers gegenüber und es entstand ein Augenblick ratloser Stille. Die Sommeliers wussten nicht genau, was ihre Aufgabe war und wirkten ver-

unsichert. Die Forscher unter den Journalisten versuchten, die Sommeliers dazu zu bringen, die Flaschen zu öffnen. Die jungen Leute sahen einander an, dann die Flaschen, dann schauten sie entweder verlegen auf den Boden oder zuckten verzweifelt mit den Schultern. Zu unserer Verblüffung wussten die Weinkellner schlicht und einfach nicht, wie man einen Korkenzieher bedient. Keiner von ihnen hatte jemals in seinem Leben eine Flasche Wein geöffnet. Auch das ist China. Ein unerwarteter Gesichtsausdruck des Gegenüber. Für das es nichts kann. Es ist bestimmt und bestellt worden. Ohne zu wissen wofür.

Die Geschichte zeigt auch die große Diskrepanz, die am Weinmarkt China spürbar ist. Auf der einen Seite hat die politische Führung das Potenzial des Produkts erkannt und setzt Himmel und Hölle in Bewegung, um dessen Wachstum voranzutreiben. Auf der anderen Seite jedoch sind wesentliche Elemente der Weinkultur noch nicht mal im Geringsten im kulinarischen Denken und Handeln der Gesellschaft verinnerlicht. Es wird eine der großen Herausforderungen für den chinesischen Weinmarkt sein, diesen Spagat so schnell wie möglich zu schließen.

Die jungen Sommeliers erwiesen sich im Übrigen, als die Korkenzieher erklärt sind, als neugierige und vife Schüler. Die erste Flasche hatte ein Kollege aus der Schweiz entkorkt und erntete dafür herzlichen Applaus. Daraufhin wurden sie eifrig und schnitten, drehten, machten Fehler, lernten daraus, und am Ende des Tages posierten sie stolz vor ein paar Hundert offener Weinflaschen.



Von Rohrendorf ins Reich der Mitte

Die Weine der Verkostung waren aus Asien. Armenien, Palästina, Indien, Thailand und Japan. Und natürlich aus China – hauptsächlich aus China. Einer dieser Weine zeigte ein vertrautes Label oder zumindest einen vertrauten Namen. Laurenz Moser, in Österreich Lenz genannt. Jeder Österreicher, der auch nur ansatzweise mit Wein zu tun hat, kennt den Namen, denn die Mosers sind die bekannteste Weinbaudynastie des Landes, ihre Wurzeln reichen bis ins 12. Jahrhundert zurück und die Nachkommen heißen entweder Lorenz, Laurenz oder Lenz. Der derzeit im Weinbau amtierende wird mit Lenz angesprochen. Wie es sich für Dynastien gehört, werden die Erben durchnummeriert – er ist Lenz fünf. Sein Großvater erfand und kultivierte die Hochkultur. Dass die meisten Rebgrärten der Welt heute so aussehen, wie sie aussehen, verdankt die Welt einem Moser.

Lenz V (das lateinische Fünf) begann seine Weinkarriere in Rohrendorf, dem Hauptquartier des Moser'schen Weinschaffens, leitete die Kellerei, stieg aus, wechselte zu Mondavi und machte sich danach selbstständig. Als Firma Laurenz V füllte er mit zwei Gesinnungsgenossen Hunderttausende Grüne Veltliner ab und schickte den Großteil davon in alle Welt. Auch aus dieser Firma ist er raus. Jetzt, mit 60 Jahren, will er nur mehr Teil seines Ganzen sein. Eines der Länder, in dem die Weine von Laurenz V erfolgreich sind, ist China. Und seit 2005 exportiert Moser nicht nur seine Weine dorthin,

sondern auch sein Know-how. Im 12. Jahrhundert herrschte in China die Xia-Dynastie. Das waren die Herrscher, die das Land vor der weitaus bekannteren Ming-Dynastie verwalteten. Dass Mosers Familie im 12. Jahrhundert ihren Stammbaum aufzuschreiben begann, bedeutet, dass die Moser-Dynastie älter ist als die Ming-Dynastie. Und das hinterlässt bei den konfuzianisch geprägten Chinesen – alte Männer und alte Dynastien gelten hier als Hüter von Wissen und Erfahrung – natürlich einen unglaublichen Eindruck.

Der chinesische Weinkonzern Changyu, dem Moser sein Know-how zur Verfügung stellt, wurde erst 1892 von einem gewissen Zhang Bishi in der Provinz Shandong im Osten des Reichs gegründet. Bishi importierte eine halbe Million Rebstöcke aus Amerika und verpflichtete den Leiter der Weinbauschule Klosterneuburg, August Wilhelm Freiherr von Babo, als Handelsdelegierten. Diese sino-alpine Geschäftsstradition wurde mit der Partnerschaft zwischen der Weinbauberatungsfirma Mosers und dem auf neue Märkte schielenden Changyu-Konzern wiederbelebt. So kam auch der Name Mosers auf das Etikett eines der Prestigeprojekte Changyus. Der Konzern gibt sich eine französische Note: die Rundtürme des Châteaus wirken wie eine Kopie des berühmten *La Tour de Saint-Lambert* von Château Latour. Knapp 80 Millionen Dollar kostete der Bau, im architektonisch fragwürdigen Nachbau-Schloss ist – neben einem gigantischen Barriekeller – auch noch ein Weinmuseum untergebracht. Und der Wein? Wie schmeckt *Grand Vin Château Changyu Moser*? Der deutsche Importeur positioniert ihn bei den internationalen



Die ganze Welt:
ein Call-Center

Weinen aus dem Premiumsegment. Das bedeutet: opulente Cassisfrucht, jede Menge reifer dunkler Beeren, exotische Hölzer und sehr weicher Gerbstoff. Ein Schmeichler mit einem Schuss pfeffriger Würze. Waren bei den ersten Jahrgängen noch Cabernet Sauvignon und Merlot die Grundlage des Prestigeprodukts, ist in den letzten Jahren auch ein kleiner Anteil Syrah im Spiel, der für einen individuellen würzigen Pfiff sorgt, der in der Cuvée bislang gefehlt hat. Ausstattung und Preis sind stattlich, aber es soll ja auch Chinas bester Rotwein sein. Die Flasche ist dunkel, wuchtig und mit Ornamenten und einem großen „L“ geprägt; der Preis liegt bei etwa 50 Euro. Für den chinesischen Markt ist das eine deutliche Ansage, im Vergleich zu manchem französischen Vorbild aber bleibt der Wein hingegen ein Schnäppchen.

In Ningxia, der Provinz im Westen Chinas, geht weinmäßig derzeit die Post ab. 34.000 Hektar neue Rotweinanlagen, 60 neue Betriebe und ein mit Geld und Möglichkeiten nahezu fürstlich ausgestattetes *Ningxia Bureau of Grape Industry Development*, das den Boom antreibt und dabei ein ambitioniertes Ziel verfolgt: „Best in China and famous in the World“.

Peking und Wein? Das ist keine Ente

In den Außenbezirken von Beijing hat Weinbau eine lange Tradition. An diese Tradition will Fangshan, die Region südwestlich von Beijing, anknüpfen. Die geologischen Bedingungen sind ideal, die klimatischen Voraussetzungen herausfordernd und der politische Wille eindeutig.

Fangshan verfolgt dabei zwei Ziele. Ein Ziel ist die Entwicklung eines weintouristischen Angebots. Das zweite Ziel ist, dass das etwa 1.200 Hektar umfassende Weinbaugelände, auf dem im Moment 22 Betriebe werken, jene Appellation in China wird, die über die strengsten Richtlinien verfügt. Daran wird im Moment noch gearbeitet und es könnte dauern. Herausfor-

derungen sind jedoch die kräftigen und dauerhaften Regenfälle während der Sommermonate, die dementsprechend hohe Luftfeuchtigkeit und der Schädlingsdruck sowie die eiskalten Winter, die für frühen Frost sorgen. Um die Reben gegen den Frost zu schützen, werden sie im Winter „eingegraben“. Auf praktisch allen Châteaux der Region Fangshan wird mit dem üblichen Mix von Rebsorten gearbeitet, die den Bezug zu Frankreich herstellen, also Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc, Petit Verdot und Petit Manseng. Auf Château Bolongbao auch in kleiner Fläche Marselan. Der Betrieb ist übrigens ein Vorzeigeprojekt. Das Château arbeitet seit 1999 nach biologischen Richtlinien, ist zertifiziert und steht daher im Fokus der Aufmerksamkeit. Immerhin ist es Wunsch der Stadtregierung, die Ziele bezüglich Weinbau und Weintourismus auf ökologisch nachhaltige Weise zu erreichen. Allerdings darf man sich keine allzu großen Illusionen machen. „Dorf“, „Berg“ und „Bio“ bedeutet nicht unbedingt ländliches Idyll. Am Eingangstor von Château Bolongbao stehend, sieht man durch ein imposantes Tor auf das Weingut und seine Gärten. Dreht man sich um, steht man – beinahe unmittelbar – vor einem Atomreaktor, rund um die Uhr dampfend und eine nicht gerade kleine Anlage.

Deutlich ländlicher (und auch deutlich hügeliger) ist es in Zhangfan, im Süden der Appellation. Hier steht, einigermaßen abgelegen, das Château Wode, das sich in zweierlei Hinsicht von allen anderen Kellereien in Fangshan unterscheidet. Zum einen ist es der einzige Betrieb, der seine Reben auf Hanglagen stehen hat. Zum anderen werden hier auch Weine aus anderen Rebsorten als den üblichen gemacht, aus Beimei und Beihong zum Beispiel, beides Hybridreben, Kreuzungen aus den Rotweintrauben Muskat de Hamburg und *Vitis Amurensis* – Letztere eine autochthone Rebsorte, die im Osten Asiens zu Hause ist. Die Weine sind frisch und gleichzeitig feingliedrig elegant mit einem dezenten Blüten- und Honigduft. Die gesamte Produktion von Château Wode liegt bei etwa 100.000 Flaschen – das ist für China so gut wie nichts.