

corporAID

Magazin

DAS ÖSTERREICHISCHE MAGAZIN FÜR WIRTSCHAFT,
ENTWICKLUNG UND GLOBALE VERANTWORTUNG



Emerging Wine

Noch ist er nicht die erste Wahl im Glas: Wein aus China, Thailand oder Bali. Doch immer mehr Produzenten jenseits klassischer Weinbaugebiete wollen sich mit Qualität und Innovation in der Branche etablieren.



EVN-Vorstand
Stefan Szyszkowitz
im Interview

Stille mit Folgen:
Hörverlust ist ein
globales Problem

Neue Werkstoffe:
Geschäftsmodell
Resteverwertung

Ein guter Trop(f)en Wein

Lange Zeit waren sich Weinexperten einig, dass Qualitätsweine nur zwischen dem 30. und dem 50. Breitengrad, also in Zonen gemäßigten Klimas produzierbar wären. „New Latitude Wines“, zu denen Herkunftsländer wie Thailand, Bali oder Äthiopien gehören, wollen beweisen, dass die alte Regel nicht länger gilt. Ein anderer Exot in der Weinproduktion, nämlich China, wird den internationalen Weinmarkt künftig vermutlich stark prägen. VON KATHARINA KAINZ-TRAXLER

Seit ein paar Tagen herrscht besonders reges Treiben in der Hügellandschaft nahe des bekannten thailändischen Badeorts Hua Hin. Denn mit Beginn der offiziellen Erntezeit am 19. Februar werden tagtäglich reife Trauben gelesen. Auf dem 200 Hektar großen Hua Hin Hills Weingut muss besonders rasch gearbeitet werden: Es gilt, die Früchte zum Schutz vor gierigen Affenhorden aus den angrenzenden Wäldern und der Hitze so bald wie möglich in kühl temperierte Keller zu verfrachten.

Das Hua Hin Hills Weingut ist eines von drei Weingütern

der Siam Winery, die vor 31 Jahren von Chalee Yoovidhya – dem Mitbegründer von Red Bull – gegründet wurde. Der 2012 verstorbene Unternehmer wollte zur Entwicklung einer thailändischen Weinkultur beitragen. Das ist ihm durchaus gelungen. Der größte Weinbetrieb Südostasiens beschäftigt heute rund tausend Mitarbeiter und verkauft auch ausländischen Wein im Königreich – beispielsweise Winzer Krems Wein aus Österreich. Unter dem Monsoon Valley-Label, das mehrfach international preisgekrönt wurde, produziert das Unternehmen selbst Weine von Sorten wie Colombard, Chenin Blanc oder Shiraz. Und es setzt auf Wein-Tourismus: Hua Hin Hills ist ein beliebtes Ausflugsziel für Feriengäste und weininteressierte Einheimische, die auf dem malerischen Gut Elefantenreiten, kreatives Etikettengestalten oder ein Dinner mit Weinbegleitung buchen können (siehe Kasten Seite 22).

NEUE BREITENGRADE Siam Winery gehört zu rund einem Dutzend

größerer und kommerzieller Weingüter des Landes. „Insgesamt produziert der thailändische Weinsektor jedes Jahr an die 400.000 Flaschen edlen Weins“, sagt Visooth Lohitnavy, Gründer der Thai Wine Association und selbst Eigentümer eines größeren Weinguts in Thailand, des GranMonte aus der Provinz Nakhon Ratchasima. „Zählt man allerdings noch jene Massenhersteller hinzu, die Wein mit Fruchtsäften mixen und als Wein verkaufen, kommt man auf rund vier Millionen Flaschen.“ Die vielleicht bekanntesten aus Thailand angebotenen Sorten sind Shiraz und Chenin Blanc, sagt Lohitnavy. Er stellt generell eine stetig steigende Nachfrage nach lokalem Wein bei der wachsenden Mittelklasse Thailands fest.

Als Emerging Country der Weinszene prägt Thailand auch den Begriff der „New Latitude Wines“: Eine alte Regel in der Weinproduktion besagt, dass gute Reben nur in Zonen gemäßigten Klimas, zwischen dem 30. und dem 50. Breitengrad beider Hemisphären sinnvoll angebaut werden können – neben



WEIN AUS THAILAND
Monsoon Valley-Marke der Siam Winery



Quantensprünge in China

Der österreichische Weinmacher **Laurenz Maria Moser V.** berät seit 2005 den ältesten Weinproduzenten Chinas. Seit eineinhalb Jahren führt er auch ein eigenes Weingut in der Provinz Ningxia, laut Moser „schon bald das Nappa Valley Chinas“.

CORPORAID: Sie beraten seit fast zwölf Jahren das chinesische Weingut Changyu. Was waren wichtige Meilensteine?

MOSER: Zunächst sollte man über Changyu wissen, dass es nicht nur das älteste, sondern auch das größte Weingut Chinas ist, und zwar mit deutlichem Abstand zu anderen Produzenten. Doch Changyu und der Wettbewerb haben ein Problem: Die Weinqualitäten waren und sind zum Teil noch heute absolut insuffizient für den Export nach Europa oder in die USA. In den ersten Jahren habe ich versucht, über das Cuvetieren verschiedener Weine die Trinkbarkeit zu erhöhen, und damit auch einiges erreicht. Doch wenn das Grundmaterial nicht stimmt, gibt's auch beim Mischen Grenzen. Die Leute haben unsere Weine aus Neugierde einmal probiert, dann aber kaum nachgekauft. Fast zehn Jahre war das ein Auf und Ab, weil die Verantwortlichen die Wichtigkeit von Qualität unterschätzt haben. Man dachte, es braucht nur mehr Marketing und PR. Mittlerweile denkt man um. Ich habe seit Sommer 2015 einen exklusiven Langzeitvertrag, und mache jetzt meinen eigenen Wein – auf dem Château Changyu Moser XV, eines von zehn Weingütern des Unternehmens. Es liegt in der Provinz Ningxia, 1.200 Kilometer westlich von Peking. Das wird in ein paar Jahren das Nappa Valley von China. Hier wachsen unter sehr guten klimatischen Bedingungen auf 1.100 Metern Höhe hauptsächlich Cabernet Sauvignon-Reben und ein wenig Italian Riesling. Mein Job ist es, Qualitätswein zu machen und die Produktstrategie neu aufzusetzen. Seither ist Musik in dem Projekt! Innerhalb von nur zwei Ernten konnte ich Quantensprünge erreichen, das macht richtig Spaß.

Für wen ist Ihr Wein gedacht?

MOSER: Mein Château fokussiert derzeit fast ausschließlich auf den Export. Das ist neu für China, denn es gibt keine nennenswerte Weinausfuhr. Wir haben fünf Weine kreiert, die in drei Qualitätsklassen produziert und zwischen 10 und 70 Euro verkauft werden. Die Preise entsprechen der Qualität, das lässt sich international benchmarken. Die ersten Lieferungen

gehen gerade nach Großbritannien, weil die Engländer beim Weinkauf am innovativsten sind. Weitere Schlüsselmärkte sind für heuer Deutschland, die Benelux-Länder, die Schweiz und Russland.

Wie sieht es mit Weinkonsum in China aus?

MOSER: Der chinesische Binnenmarkt kauft heute 70 Prozent Eigenwein und 30 Prozent Importwein. Vor drei Jahren war das Verhältnis noch 90 zu 10, hier herrscht also eine große Dynamik. Die Sicherung von Nachschub in den Weinregalen ist auch Grund dafür, dass chinesische Investoren zunehmend spanische und französische Weingüter aufkaufen. Vor allem junge Chinesen mit Auslandserfahrung und gutem Einkommen, und hier vor allem die Frauen, wollen Qualität und bevorzugen daher Importweine. Es ist unfassbar, wie viele junge Chinesen sich für Wein interessieren und sich darin sogar ausbilden lassen. Noch gibt es nur rund 35 Millionen Weintrinker und der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch in ganz China liegt bei nur 1,2 Liter. Jedes Jahr kommen aber Millionen Konsumenten dazu. Die chinesische Weinindustrie muss jetzt in aller Eile nachziehen. Wenn China anfängt, gescheiterten Wein zu machen, wird das für den Konsumenten ein Eldorado! Den Wein von meinem eigenen Château möchte ich jedenfalls bald im Luxushotel-Bereich positionieren, der in China sehr, sehr groß ist – es gibt an die 1.600 Fünfsterne-Plus-Hotels!

Welche Entwicklungen erwarten Sie?

MOSER: Es gibt enorme Investitionen in die Industrie, allein Changyu investiert gerade 900 Mio. Euro in den Sektor. Auch französische Investoren wie die LVMH-Gruppe und Château Lafite sind höchst aktiv. China wird in den nächsten Jahren durch Innovationen auffallen und es werden vor allem Frauen sein, die die Branche aufmischen. Meine Hauptkonkurrenz in China sind fünf Weingüter, die alle von ehrgeizigen Frauen geführt werden. Eine tolle Generation wächst heran! In spätestens zehn Jahren wird man auch in Europa chinesischen Wein so selbstverständlich konsumieren wie chilenischen oder südafrikanischen!

Vielen Dank für das Gespräch!



den klassischen europäischen Alte-Welt-Weinen sind das die New World Wines aus USA, Argentinien, Südafrika, Chile oder Australien. Doch in jüngster Zeit machen immer wieder Weinbaugebiete „neuer Breitengrade“ von sich reden. Darunter Brasilien und Mexiko, Indien, Vietnam und Indonesien, Kenia und Libanon.

Woher dieser Trend kommt? Ganz einfach: Weil es möglich ist. Fortschritte in der Kultivierungs-, Kühlungs- und ▶

LAURENZ M. MOSER
LMM Projects



Spritziger Crémant in Thailand

Eine 45 Kilometer-Fahrt mit dem Shuttle Bus bringt Gäste vom thailändischen Badeort Hua Hin zum Weingut Hua Hin Hills. Hier wachsen die Trauben für die Weine des 2002 gegründeten „Monsoon Valley“-Labels der Siam Winery, das seit neun Jahren auf die Expertise der deutschen Winzerin Kathrin Puff setzt. Die Ernte ist im Februar und März im vollen Gang. Gäste können an der Weinlese teilnehmen, Mountainbike-Touren oder Elefantenritte durch die Weingärten buchen oder im Weinpavillon einen spritzigen Crémant genießen. Zu den Flaggschiffweinen der Siam Winery zählen ein Cuvée de Siam blanc, Chenin blanc und Shiraz, die unter anderem nach Großbritannien, Skandinavien, Hongkong und Japan exportiert werden.



IDYLLE IN HUA HIN Ein Weingut als Touristen-Attraktion in Thailand



OPULENZ IN NINGXIA Das 70 Mio. Euro teure Chateau Changyu Moser XV

Austro-Note in China

Die an der Grenze zur Wüste Gobi gelegene Provinz Ningxia ist das vielleicht spannendste Weinanbaugebiet Chinas. Hier gibt es an die 50 Weingüter, es wachsen vor allem Cabernet Sauvignon-Reben. Und hier steht das Chateau Changyu Moser XV, das exklusiv vom Österreicher Lenz Moser betrieben wird. Ähnlich wie bei den anderen Chateaus des Changyu-Weinunternehmens, sind Touristen höchst willkommen. Der opulente Prachtbau beherbergt nebst Weinproduktion ein Museum, Gastronomie und einen Ballsaal. „Die Chinesen haben den Gedanken von Nappa Valley verinnerlicht, sie wollen Gäste ansprechen, um ihnen Weinkultur näherzubringen.“ Noch setzt man auf europäisches Flair, China-Bezug sucht man vergeblich. Moser: „Die Kopierphase wird enden, bald werden sich die Weingüter auf ihre eigene Kultur berufen.“

Bewässerungstechnik, neue Traubenvarianten, eine größere Kontrolle darüber, wie und wann Reben wachsen, machen es einfacher, Wein selbst in Äquatornähe mit hoher Luftfeuchtigkeit und Wärme herzustellen. Meist sind es ausländische Weinexperten, die sich dieser besonderen Herausforderungen stellen. „In Thailand sind die meisten Weingüter auf das Know-how ausländischer Berater und Weinmacher angewiesen. Die Weinindustrie ist noch jung hier, das Thai-spezifische Know-how gering und auf den Universitäten gibt es noch keine entsprechenden Ausbildungen“, erklärt Lohitnavy. Ähnliches spielt sich auch anderswo ab. Äthiopien will beispielsweise mithilfe von Know-how und Investitionen

der französischen Firmengruppe Castel ein international konkurrenzfähiges Weinangebot entwickeln, auf balinesischen Weingütern wie Hatten Wines und Sababay Winery werken australische und französische Weinmacher, das indische Sula Vineyards wurde mit kalifornischer Unterstützung aufgebaut.

Immer wieder können Exotenweine internationale Preise einheimen, eine starke Nachfrage in etablierten Weinkonsumländern zeichne sich jedoch noch nicht ab, meinen zwei österreichische Experten. Bernhard Hlavicka, Einkaufsverantwortlicher der österreichischen Wein Fachhandelskette Wein & Co sagt: „Wir verkosten auf internationalen Messen regelmäßig interessante Weine aus der ganzen Welt wie China, Brasilien, Uruguay oder Bolivien. Ein Boom zeichnet sich noch nicht ab. Exotische Weine sind nur für aufgeschlossene, probierfreudige Kunden interessant. Die Anfragen sind dementsprechend gering.“

Über die Aussichten der New Latitudes äußert sich auch Lenz Moser V., Nachkomme aus der bekannten Kremser Winzerfamilie, zurückhaltend. „Das Gesetz ist überall gleich: Wein muss schmecken und ist erst ab dem Zeitpunkt ernst zu nehmen, da er zu einem international vergleichbaren Preis angeboten wird. Die Weine aus den Tropen sind heute aber noch nicht mainstreamfähig.“

RIESE IM AUFBRUCH Nicht tropisch, aber dennoch für viele exotisch: Wein aus China. Seit November führt Wein & Co drei chinesische Weine im Sortiment, ein Cabernet Sauvignon 2015 ist ab 11,50 Euro erhältlich. Das wäre vor wenigen Jahren noch undenkbar gewesen: „Wir haben schon früher chinesische Weine getestet, die unter anderem aufgrund der Qualität ziemlich floppten“, erinnert sich Hlavicka, doch neuerdings registriert er Bewegung nach oben auf der Qualitätsskala: „Jetzt gibt es erstmals einen wirklich guten Wein aus China, der qualitativ mühelos mit den besten Neue Welt Weinen mithält.“

Die drei gelisteten Weine stammen alle aus dem Hause Changyu, dem größten und ältesten Weingut Chinas – und fallen durch Austro-Touch auf. Denn Changyu kooperiert schon seit 2005 mit Lenz Moser (siehe Interview Seite 21), der jährlich mehrmals nach China reist und heute das Land sowohl in puncto Weinproduktion als auch Weinkonsum in großer Aufbruchstimmung sieht. „In China wird massiv investiert, es wächst eine weinaffine Mittelschicht heran, und die Produzenten erkennen zunehmend, dass Qualität und Innovation gebraucht wird.“ Er ist überzeugt: In ein paar Jahren wird man auch in Österreich chinesischen Wein mit Freude genießen. ♦

ELEFANTENRITT IM WEINGARTEN von Hua Hin Hills in Thailand.

