

## Anuga-Special: Kategorie Wein

Alexander Kohnen, Gründer des International Wine Institute und renommierter Sommelierausbilder, zu den Trends und Entwicklungen.



### Was sind die wichtigsten Trends in der Kategorie Wein?

Weingenießer in Deutschland lieben italienische und spanische Weine sehr. Im Trend sind in den letzten fünf Jahren aber besonders unsere heimischen Weine. Deutscher Riesling und Spätburgunder liegen aufgrund ihrer feinen Mineralität, dem Säurespiel und etwas Restzucker in der Gunst der Verbraucher. Die Geschmacksrichtung feinherb wird daher von den Winzern der deutschen Weinanbaugebiete häufig und gerne erzeugt.

### Welche Rolle spielt das Thema vegan bei Wein?

Immer mehr Menschen achten darauf, dass nicht nur das Essen auf dem Teller fleischlos ist, sondern auch keine tierischen Produkte im Wein stecken. Bei nahezu allen Weißweinen werden Gelatine oder Hühnereiweiß eingesetzt, um die harten Gerb- und Bitterstoffe im Wein zu mildern. Vegane Weine im Laden oder im Fachgeschäft zu erkennen, ist nicht ganz einfach. Eine Deklarationspflicht für den tierischen Hilfsstoff Gelatine besteht nicht. Dagegen müssen ab dem Jahrgang 2012 Eiweißschönungen als Hinweis für Milch- und Ei-Allergiker deklariert werden.

### Wie innovativ kann Wein sein?

Die Weinherstellung sollte aus meiner Sicht so traditionell bleiben wie vor 100 Jahren: je natürlicher, desto besser. Innovativ sind die Nebenprodukte, die aus Wein, Traubensaft oder aus Stielen und Stengeln hergestellt werden können. Aus Traubenblättern werden Liköre und Duftöle hergestellt, aus den Rückständen einer Pressung Trester, Grappa oder Traubenkernöl produziert.

### Wie kauft der Verbraucher Wein und welche Rolle spielt dabei der Preis?

Emotionen spielen beim Weineinkauf eine große Rolle: Die Erinnerungen an einen schönen Urlaub in

Spanien oder am Gardasee, ein strahlendes Schmucketikett oder eine perfekte Beratung führen zum Kauf eines guten Tropfens.

#### **Welche Rolle spielt der Preis beim Weinkauf?**

Der Preis spielt bei uns Deutschen eine sehr große Rolle. Nirgendwo in Europa kann ein Weinfreund Qualitätsweine günstiger kaufen als in Deutschland. Das Angebot aus Europa und Drittländern ist riesig und sind auf die Vorlieben der Genießer abgestimmt.

#### **Welche Konzepte werden in Zukunft Erfolg haben?**

In den nächsten Jahren werden der Ursprung eines Weines und die Rebsorte von großer Bedeutung werden. Markenerzeuger, die eine Qualitätsstufe einfach und verständlich kommunizieren, werden sich auf dem Markt hochpreisig etablieren. Ein Weingenießer von heute möchte wissen, was er trinkt und dass die Weinhaltstoffe natürlich sind.

#### **Welche Wege sollte der Handel beschreiten, um sich gegenüber dem Discounter zu differenzieren und zu profilieren?**

Ein Weinetikett zu lesen fällt oftmals auch Profis schwer. Es wird auf die persönliche Beratung, ein gutes nationales und internationales Sortiment und auf Angebote ankommen, die den Weingenießer ansprechen. Ohne einen Weinfachberater in der Weinabteilung wird der Erfolg ausbleiben.

#### **Was sind die Herausforderungen, was die Chancen für den Weinmarkt – heute und in Zukunft?**

Das Kulturgut Wein wird immer ein Teil unseres Konsumverhaltens bleiben. Ursprung, handwerkliches Können des Winzers und die Leidenschaft Landwirtschaft zu betreiben hat seinen Preis. Lohn aller Arbeit ist die Vergütung, den ein Weinerzeuger auf einem Verdrängungsmarkt durchsetzen muss. Wir Verbraucher müssen erkennen, dass nachhaltige und naturnahe Erzeugung von Wein mehr Wert sein muss, als Wein aus einer Massenerzeugung ohne Herkunft.

#### **Statement von Christiane Stuck, Fachexpertin für Wein & Sekt bei Nielsen:**

„Mix-Getränke wie Hugo und Aperol-Sprizz haben den Markt in den letzten beiden Jahren bereichert. Im Bereich Rotwein kommen die positiven Entwicklungen eher von ausländischen Weinen, deutsche Rotweine verlieren eher Umsatz. Umgekehrt ist es bei Weißweinen, wo die Verbraucher auch wieder verstärkt zu heimischen Angeboten tendieren.“