

Weine fürs Land der aufgehenden Sonne

Die Weingärtner Stromberg-Zabergäu liefern aktuell sechs Container mit 80 000 Flaschen Wein nach Japan. Darunter auch Lemberger-Trollinger. Der geschäftsführende Vorstand der Kellerei, Bernd Kost, spricht von einem sehr guten Preis für die schwäbischen Wengerter.

BÖNNIGHEIM

VON ALFRED DROSSEL

Aktuell exportieren rund 300 Erzeuger aus Deutschland Weine nach Japan. Aus dem Anbaugebiet Württemberg nehmen die Weingärtner Stromberg-Zabergäu einen Spitzenplatz unter den Weinexporteuren ein. Die Geschäftsbeziehungen sind dabei nicht neu: Seit 2016 haben die Wengerter aus Bönnigheim und Brackenheim rund 800 000 Euro mit ihren Produkten in Japan umgesetzt. Beim Bio-Wein sind sie sogar mit 180 000 verkauften Flaschen Marktführer unter den deutschen Weinexporteuren. Die Wahrnehmung von Bioweinen habe seitens der Verbraucher zugenommen, jedoch sei der Anteil dieser Weine immer noch klein, stellt Bernd Kost fest. Bioprodukte müssten zudem eine eigene Zertifizierung in Japan durchlaufen, die bürokratisch und teuer sei.

In Harmonie mit der asiatischen Küche

Zu über 90 Prozent handelt es sich bei den deutschen Exportweinen um fruchtige, restsüße Weine, die sehr gut mit der asiatischen Küche sowie vielen Fisch- und Fleischgerichten harmonieren. „Mehr als 50 Prozent der Weine werden über die rund 80 000 Supermärkte und Convenience Stores sowie über Discounter abgesetzt“, verdeutlicht Ryo Shiga, der Exportmanager der Kellerei.

Knapp ein Drittel gehen in die Gastronomie mit rund 1,8 Millionen Restaurants, Cafés, Shops und Bars. Beim Kauf in den Supermärkten spielen laut einer Umfrage die Weinart und die Geschmacksangabe auf dem Etikett die größte Rolle, danach die Herkunft und die Rebsorte. Eher untergeordnet ist der Roséwein, macht aber immerhin zwölf Prozent aus. Die beliebtesten roten Rebsorten sind Cabernet Sauvignon, Merlot und Pinot Noir. Bei den Weißweinen rangieren Chardonnay und Sauvignon blanc



Sechs Container gehen auf Reisen: Beim Abtransport dabei sind der geschäftsführende Vorstand Bernd Kost und die japanischen Exporteure (linkes Foto) sowie Vorstandsvorsitzender Jürgen Conz (rechts).



Fotos: Alfred Drossel

vor Riesling und Grauburgunder. In Bönnigheim wurden die Flaschen mit Riesling, Rosé und Trollinger-Lemberger abgefüllt. Umgerechnet 16 Euro kostet eine Flasche Stromberg-Zabergäu-Wein in Japan.

Zu über 83 Prozent würden die Japaner Wein zu Hause trinken, weiß Ryo Shiga. Das werde nach der Coronapandemie wohl auch noch zunehmen, vermutet Dr. Bernd Kost. Er kennt sich aus und hat aus seiner früheren Tätigkeit internationale Verbindungen. Kost gehört außerdem dem Exportbeirat des Deutschen Weininstituts an.

Neben dem Japan-Geschäft werden von Brackenheim aus Geschäftsverbindungen in die USA gepflegt und nach Russland, China und Polen aufgebaut. Derzeit betrage der Exportanteil der Weingärtner Stromberg-Zabergäu drei Prozent, sagt Kost. Aufsichtsratsvorsitzender Jürgen Conz erwartet auch touristische Synergieeffekte durch das Japan-Geschäft. So könnten Japaner auf ihrem Europatrip nach Heidelberg auch ins Zabergäu kommen und im neuen Schlosshotel in Brackenheim übernachten.

► Export wird ein wichtiger Absatzmarkt

Rund ein Prozent des württembergischen Weins wird nach Schätzungen des Deutschen Weininstituts derzeit ins Ausland verkauft. Doch der Auslandsmarkt könnte viele Vorteile bringen. Viele Nationen auf der Welt geben prozentual mehr von ihrem Einkommen für Lebensmittel aus als die Deutschen. Zudem wächst der Weinmarkt in vielen Ländern enorm.

Laut dem Geschäftsführer der Felsengartenkellerei **Besigheim**, Hans-Georg Schiller, beträgt der Exportanteil der Kellerei etwa ein Prozent. Felsengartenweine würden nach Lettland, Übersee und China gehen. Durch die weltweite Coronapandemie seien die Bestellungen derzeit aber rückläufig, weil der Wein nicht nur an den Fachhandel, sondern überwiegend an die Gastronomie gehe.

Der Export habe keine große Bedeutung für die Felsengartenkellerei, unterstreicht Schiller. Selbst in Deutschland sei der Weinmarkt derartig groß, dass es

schwierig sei, neue Kunden zu generieren, betont der Geschäftsführer. „Berliner und Hamburger, aber auch Schweizer lieben Weine vom Enz- und Neckartal“, freut sich Schiller.

Marian Kopp, Geschäftsführer der Lauffener Weingärtner mit **Mundelsheim**, stellt fest, dass die Katzenbeißer-Weine auch international immer beliebter würden. So sei die Kellerei nicht nur im grenznahen Ausland sowie in Südostasien gut unterwegs: Trotz der Pandemie entwickle sich der Export der Lauffener und Mundelsheimer Weine nach Russland immer besser. „Der Markt für hochwertige deutsche Weine dort ist seit Jahren am Wachsen“, erklärt der geschäftsführende Vorstand Kopp. Seit nunmehr drei Jahren läuft die Partnerschaft der Lauffener Weingärtner mit einem internationalen Exporteur, der von seiner Zentrale in Frankreich verschiedene Standorte in Osteuropa bedient. „Wir sind mit unseren Weinen in Russland

und Kasachstan, aber auch in China präsent“, berichtet Marian Kopp. Insbesondere die Gastronomie zeige großes Interesse. Besonders gefragt bei internationalen Kunden sind nach Ansicht von Marian Kopp die klassischen, trockenen Rebsortenweine. „Das kommt uns mit unserer Einzellage Katzenbeißer natürlich sehr entgegen“, konstatiert er. Insgesamt liege der Export bei einem Prozent. Fürs Ausland würden deutsche Weine vornehmlich von der Mosel, der Pfalz und dem Rheingau kommen.

Weine des Weinguts Dautel in **Bönnigheim** gehen über Exporteure nach Skandinavien, in die Beneluxländer, nach China, Japan und in die USA. Christian Dautel beziffert den Exportanteil des Weingutes auf 20 Prozent. Das sei ausbaufähig, sagt er. Corona habe den Export etwas gebremst. Dautel zeigt sich jedoch zuversichtlich, dass der Weinexport ein immer wichtigerer Absatzmarkt auch für die kleineren Erzeuger werde. (ad)