

## Der Markt in Italien

### Besser als befürchtet

Nichts hatten sich die italienischen Weinproduzenten vor zwölf Monaten mehr gewünscht als endlich wieder eine normale Ernte. Nicht nur das hat 2013 geklappt, sondern auch eine weitere Hoffnung erfüllte sich: der Exportwert legte weiter zu. Wie im Vorjahr sank auch 2013 die exportierte Weinmenge leicht. Statt 2,1 Mrd. Litern konnten nur 2 Mrd. Liter abgesetzt werden. Gestiegene Preise machten dieses Minus jedoch mehr als wett, der Wert der exportierten Weine stieg um 7 Prozent, er überstieg damit erstmalig die 5-Mrd.-Euro-Grenze.

Ein Blick zurück: Innerhalb von zwei Jahren hatten die kleinen Ernten 2011 und 2012 Italiens Weinwirtschaft auf den Kopf gestellt. Seit dem Bankenzusammenbruch Ende 2008 waren Trauben- und Offenweinpreise in einer derartigen Talfahrt, dass die Betriebe Anbau und Ernte der eigenen Trauben teurer zu stehen kam, als das Grundmaterial einzukaufen. Auf Sizilien beispielsweise verschleuderten Winzer Trauben zum Kilopreis von 17 Cent. Reichlich Rebflächen wurden dank der EU-Subventionen gerodet oder schlichtweg verlassen. Dann kam mit den Minderernten der Produktengpass – oder die Marktregulierung – und die erste Chance seit Langem, die Preise substanziell zu erhöhen. Die meisten Erhöhungen waren tatsächlich notwendig, auch um dem letzten Glied in der Kette, dem Winzer, ein würdiges Auskommen zu garantieren. Die Preise für Basisqualitäten waren allerdings so überproportional in die Höhe geschwungen, dass der Absturz mit der nächsten »normalen« Ernte absehbar war. Die Teuerungen der DOP- und IGP-Weine konnten der mengenstärkeren Ernte relativ gut die Stirn bieten. Preissenkungen im Qualitätsweinbereich sind kaum spürbar, und kein Produzent fühlt sich genötigt, die Preise nach unten anzupassen. Das wird den Absatz 2014 nicht fördern, zumal andere Länder wie beispielsweise Spanien nach einem kargen 2012 mit einer sehr mengenstarken 2013er-Ernte und dementsprechenden Preisen auf den Markt drängen.

»Italien schafft es nicht, bei den untersten Weinkategorien mit produktionsstarken Ländern zu konkurrieren, die gleichzeitig geringere Produktionskosten haben. Aufträge für diese Art Ware gehen an die billigsten Anbieter. Selbst Apulien und Sizilien kommen da nicht mit«, erklärt Carlo Repetto, Verbandspräsident der italienischen Weinkommissionäre Med.&A., deren 35 Mitglieder 70 Prozent der gesamten Fassweinproduktion kommerzialisieren. »Aber wir verkaufen

Lorenzo Biscontin



Carlo Repetto



immer besser die Marke Italien. Nicht nur die schlichten italienischen Sortenweine wie Chardonnay d'Italia haben eine gute Nachfrage, auch IGT-Weine. Der Kunde schätzt IGT-Ware, weil sie mit einem Territorium verbunden ist und er die Weine vom Produzenten verschneiden lassen kann. Er kann zum Beispiel teuren Pinot Grigio mit günstigerem Trebbiano verbinden. Außerdem bieten IGT-Weine mehr Sicherheit als früher. Sie werden inzwischen, bis auf die organoleptische Prüfung, genauso streng kontrolliert wie DOC-Weine und sind einfacher abzusetzen als so manche DOC, von der man denkt, dass sie gut zieht wie die DOC Garda oder die DOC Venezia«, führt der Besitzer der Agentur Vini Repetto in San Bonifacio bei Verona aus. »Stark zugelegt hat Apulien, vor allem mit Primitivo und auch, weil sich das Angebot um interessante Weißweine wie den Fiano komplettiert hat. Das Veneto lebt dank der Valpolicella-Weine eine glückliche Phase, es gibt beispielsweise keinen Tropfen Ripasso des aktuellen Jahrgangs 2012 mehr, aber auch der Soave hat sich erholt. Prosecco und Pinot Grigio laufen natürlich auch gut.« Venetien vereinigt ohnehin die Superlativen des gesamten Sektors auf sich. Sie ist nicht nur die produktionsstärkste Region, sondern auch die mit Abstand höchsten Exportwert Italiens, der 2013 nochmals um 10 Prozent auf über 1,5 Mrd. Euro angeschwollen ist.

Die Prosecco-Einkünfte fließen vornehmlich ins Veneto, da die Herstellung im Friaul noch relativ gering ist. Die Prosecco DOC produzierte 2013 allein 241,5 Mill. Flaschen (von der Ernte

2012 plus November und Dezember von 2013). Gemeinsam mit den beiden Prosecco DOCGs Valdobbiadene-Conegliano und Asolo ist die gigantische Zahl von 307 Mill. Flaschen ausgestoßen worden. Der Prosecco-Verkauf, alle drei Herkunft und Typolgen gemeinsam berechnet, hat auf dem Hauptmarkt Deutschland 2013 nur um zwei Prozent angezogen. Der Prosecco Frizzante hingegen, der inzwischen bis auf verschwindende Mengen allein von der Prosecco DOC produziert wird, erlangte ein Absatzplus von 8 Prozent. Folglich ist der Spumante beachtlich abgerutscht. In allen anderen elf Hauptmärkten liegt der Spumante-Verkauf im Plus. Selbst in Österreich hat der Spumante (+6,5%) zu Lasten des Frizzante zugelegt. Generell haben die Schaumweine Italiens die beste Export-Performance hingelegt. Sie sind die einzige Kategorie, die sowohl an Menge (+13%) wie auch an Wert (+18%) gewonnen hat. Es wäre noch besser gelaufen, wenn Deutschland nicht mit einem doppelten Minus dazwischen gefunkt hätte: Es führte nicht nur 9,6 Prozent weniger italienischen Schaumwein ein, sondern zahlte auch 13,6 Prozent schlechter als im Vorjahr.

Ein Albtraum war der rezessionsgeplagte interne Markt. Ab Herbst 2012 paralyisierte den Absatz zusätzlich das Inkrafttreten eines Gesetzes, das die Bezahlung von Trauben innerhalb von 30 Tagen und Wein innerhalb von 60 Tagen unter Androhung von Bußgeldern vorschrieb. »Mit einem Schlag lief nichts mehr, besonders im Horeca-Kanal, weil die Gastronomen gewohnt sind, die Ware erst zu bezahlen, nachdem sie sie selbst verkauft haben«, erklärt Antonio Rallo, Mitbesitzer und Leiter der Herstellung der Familienkellerei Donnafugata auf Sizilien. »Bis Mai 2013 fand keine Bewegung statt, seit dem Sommer löst sich das Trauma peu-à-peu.«

Es liegt keine Statistik über den Weinverkauf im italienischen Horeca-Bereich vor, aber die Marktforschungsagentur IRI hat den Absatz im LEH analysiert. Die Supermarktketten decken 63 Prozent des italienischen Konsums ab. 2013 wurde 6,5 Prozent weniger Wein eingekauft, aber 3,1 Prozent mehr dafür ausgegeben, im Schnitt 2,93 Euro pro Liter. Womöglich schlägt sich der Schwung der neuen Regierung Renzi 2014 positiv auf den Weinkonsum der Italiener aus. Falls er die Reformversprechen termingerech bis zum April einhält, hätte das Belpaese allen Anlass, zwar noch nicht die Korken knallen zu lassen, aber zumindest eine gute Flasche zu öffnen.

Veronika Creclius