

WEINWIRTSCHAFT

www.weinwirtschaft.de

26. März
7104



Vinitaly

Alle Infos zur Messe

Elsass

Deutsche Sorten,
französische Philosophie



Kopfhinter Ca'del Bosco: Maurizio Zanella



Maurizio Zanella

LOMBARDEI



Maurizio Zanella ist ein zentraler Kopf der italienischen Weinwirtschaft. Seit vielen Jahren leitet er die Geschichte des bekannten Franciacortahauses Ca' del Bosco in der Nähe von Brescia. Seinen Anstrengungen ist es unter anderem zu verdanken, dass die Region sich in weniger als 20 Jahren als hochwertige, italienische Alternative zur Champagne hat etablieren können.

Wie steht es um die Qualität der in Verkauf kommenden Jahrgänge?

Vor dem trockenen und heißen Sommer lag ein regenreicher Winter. 40 °Celsius wurden an gleich mehreren Tagen überboten. Am 10. Juli war der Pinot Nero bereits umgeschlagen (Farbumschlag), am 6. August fing die Lese der super gesunden Trauben an. In einer Rekordzeit wurden die Trauben gepresst, so dass auch die Ausgangsbasis nicht nur für die Stillweine, sondern auch für die Sektgrundweine sehr gut gewesen ist. Was für ein Ausnahmejahr 2003 gewesen ist, verdeutlicht die Tatsache, dass wir bereits am 18. September alle Rotweinsorten inklusive Carmenere und Cabernet Franc gelesen hatten.

Wie entwickeln sich die Preise und die Verfügbarkeit?

Zur Vinitaly stellen wir die neuen Jahrgänge der Sekte und Stillweine des Sortimentes vor. Unser Spitzencuvée Annamaria Clementi trägt den Jahrgang 1997 und im Zuge des Wechsels schlägt eine Verteuerung von 6% zu Buche, die Preise der meisten Produkte bleiben aber unverändert, bei den Stillweinen verteuert sich lediglich der Maurizio Zanella 2000 um 5%. Der Bianco 2003 Curtafranca kommt im Juni auf den Markt.

Wie ist die Nachfrage aus Deutschland und den anderen Märkten?

Der deutsche Markt ist in einer schweren Krise. Wir konnten im Jahre 2003 keinen Zuwachs verbuchen und lagen damit wieder bei einem zu den Vorjahren deutlich schwächeren Jahresabschluss. Ähnlich verhält es sich mit den anderen deutschsprachigen Märkten und auch Dänemark. Dagegen konnten wir in Amerika und Japan deutlich zulegen und selbst Italien hält sich gut und wächst nach wie vor.

Wo wird der italienische Wein Ende 2004 stehen?

Ziemlich früh für eine Aussage, aber die ersten zwei Monate haben positive Signale gesetzt, d.h. wir liegen mit den Absatzzahlen in der Größenordnung der Ergebnisse in den starken Jahren 2000/01.

Welche Maßnahmen plant Ihr Unternehmen für den deutschen Markt?

Keine besondere Strategie haben wir für den deutschen Markt ausgearbeitet, wir halten uns an die übliche Vorgehensweise mit Betonung des Fachhandels und des Gastronomiebereichs, dort besonders die gehobene Gastronomie.

SPECIAL