



Michele Foro vom neuen Änta-Weingut Pietradolce: Die Terrassenlage Barbagallo mit wurzelechten Rebstöcken ist gefragt

## Auf zu neuen Ufern

Als europäische Antwort auf die Weine der neuen Welt hatte Sizilien eingeschlagen wie keine andere Region Italiens. Der Hype ist vorbei, die Weininsel hat sich etabliert und reizt die deutschen Importeure und Vertriebsfirmen.

**S**izilien verdient eine besondere Stellung auf dem Markt. Die Insel bietet fantastische Bedingungen für den Weinbau und hat superspannende Weine«, attestiert Stefano Decarli, Geschäftsführer von Palorino im Südtiroler Auer, der Weininsel. Er hat vor drei Jahren das Weingut Feudo Disisa aus Monreale in sein Portfolio aufgenommen. »Disisa ist noch unbekannt, also verkaufe ich nur über die Qualität der Weine. Es dauert länger, aber es funktioniert. In diesem Jahr hatten wir innerhalb von sechs Monaten 10.000 Flaschen Grillo ausverkauft, der den Wiederverkäufer knapp 4 Euro kostet. Im nächsten Jahr rechnen wir mit mindestens 13.000 Flaschen. Spitzenreiter bleibt aber der Nero d'Avola zum gleichen Preis, von dem wir 25.000 Flaschen absetzen.« Stefano Decarli ist derzeit im Gespräch mit zwei potenziellen zusätzlichen Kellereien.

Stephan Pellegrini aus Landau ist von Abschlussverhandlungen noch weit entfernt, aber er sucht »händeringend ein seriöses

Weingut«, das das Angebot von AgroGento ergänzt. AgroGento heißt der sizilianische Ableger der Gruppe La Gioiosa aus dem Veneto. »Die Logistik ist für unsere Kunden einfach, denn sie können ab Crocetta im Veneto kostengünstig und gemeinsam mit Prosecco verladen. Trotzdem werden wir in diesem Jahr nur rund 25.000 Flaschen schaffen. Das ist zu wenig für uns. Wir wollen noch ein Weingut mit authentischen, wirklich besonderen Weinen«, sagt Pellegrini. Bis 2006 führte Pellegrini die Kellerei Calatrasi, von der er in Spitzenzeiten 200.000 Flaschen jährlich absetzen konnte. Ein Comeback dieser Sizilien-Zahlen hält er für ausgeschlossen.

### Phönix aus der Asche

Calatrasi wird seitdem bei Eggers & Franke vertrieben und scheint deutlich an Sichtbarkeit eingebüßt zu haben. Besitzer Maurizio Micciché will an den Geschäftsbeziehungen festhalten. »Wir haben aufgrund der Reorganisation unseres Betriebes in

Deutschland den roten Faden verloren, aber das wird sich ändern«, informiert der Sizilianer. »Im Januar stellen wir unser neues Konzept der Öffentlichkeit vor.« Ab 1. Januar 2014 wird Christopher Carson den langjährigen Geschäftsführer Maurizio Ghiori ablösen, der seinen Posten aus gesundheitlichen Gründen aufgibt. Auf dem internationalen Weinparkett ist Carson eine feste Größe. Er war u.a. CEO bei Constellation Europe und bei BRL Hardy Europe, Vorstandsvorsitzender der Wine and Spirit Trade Association und Berater der Gruppo Italiano Vini auf dem britischen Markt. Die 2010 gegründete Holding Calatrasi Mediterranean hat sich inzwischen Nachhaltigkeit in allen Gebieten auf die Fahne geschrieben. »Ab der Ernte 2012 sind alle unsere 450 Hektar Rebflächen, die je zur Hälfte in Apulien und auf Sizilien liegen, biozertifiziert. Auch die Zulieferer auf Sizilien bearbeiten ihre 200 Hektar biologisch. Und unsere Kellerei in Tunesien ist dort der einzige Betrieb, der zu Fair Trade gehört. Dem-

nächst werden wir auch Energie produzieren«, berichtet Maurizio Micciché, der zwischen Tunesien, Apulien und Sizilien insgesamt etwa 5,2 Mill. Flaschen Wein herstellt. In diesem Jahr entstand zudem ein Joint Venture mit dem Eataly-Gründer Oscar Farinetti. Das Marketing-Genie Farinetti vertreibt unter dem Namen »Vino Libero« Weine, die nach einem umwelt- (und marketing-)freundlichen Kodex produziert werden. In der Regel sind es Weine von ausgesuchten Lagen bestehender Kellereien, natürlich sind auch Farinettis eigene Piemonteser Kellereien Fontanafredda und Borgogno im Club. Mit Calatrasi entstand die gemeinsame Marke Calatrasi & Micciché, die drei Weine beisteuert: Grillo, Nero d'Avola sowie den Blend »Uomo« aus Merlot und Nero d'Avola. Das Projekt »Vino Libero« wurde erst in diesem Sommer im römischen Eataly-Kaufhaus präsentiert. Calatrasi & Micciché wird bereits in den USA und den Niederlanden vertrieben. Im nächsten Jahr sollen die Weine auch in Dänemark und Deutschland landen.

### Die Großen besetzen die Plätze

Die Augsburger Handelsgesellschaft Deuna hat Anfang 2012 das Weingut Baglio di Pianetta des Conte Paolo Marzotto zusätzlich zu den Basisqualitäten von Terre di Campo Sasso aufgenommen und kommt mit dem Absatz gut voran. »Bei den Steigerungen, die wir erzielen, schätzen wir, dass wir in drei bis vier Jahren wieder 60.000–70.000 Flaschen absetzen werden. Das ist eine Menge, wenn man unser Firmenpro-



Exportserfolge:  
Anthony Bijlefeld,  
Mezzacorona, mit  
einem Absatzplus  
von 40% der  
sizilianischen Weine  
der Genossenschaft in  
Deutschland



Dirk Röhrig,  
Weinkontor Freund:  
»Sizilien läuft bei  
uns besser als die  
Toskana«

fil bedenkt, denn wir bedienen ja nur den deutschen Fachhandel und sind nicht im Geschäft mit den italienischen Großhändlern«, skizziert Geschäftsführer Ralf Kastner die Lage. »Die junge Y-Linie mit in Stahl ausgebauten Sortenweinen steht für etwa 8,50 Euro im Regal und entwickelt sich gut. Von den Sorten ist Nero d'Avola Standard und läuft auch bei uns am besten. Grillo funktioniert konstant auf gutem Niveau, hat aber ein wenig Menge an den Insolia abgegeben, den wir ja erst mit Baglio di Pianetta eingeführt haben.«

Das Weinkontor Freund in Borgholzhausen schätzt sich glücklich, vor vielen Jahren mit Cusumano auf das richtige Pferd gesetzt zu haben. Die Weine der Brüder Alberto und Diego Cusumano werden in Deutschland außerdem noch von den Stuttgartern Fischer & Trezza und Garibaldi in München vertrieben. »Cusumano gehört zu den drei Kellereien in unserem Sortiment, die uns den meisten Umsatz und noch immer jährliche Zuwächse bescheren, wenn auch in kleinerem Rahmen. Sizilien läuft bei uns erfolgreicher als die Toskana«, freut sich Geschäftsführer Dirk Röhrig. »Wir haben das Glück, angefangen zu haben, als der Markt noch nicht so gesättigt war und wir in relativ kurzer Zeit große Mengen bewegen konnten. Müssten wir heute neu mit Sizilien anfangen, kämen wir nicht einmal in 5 Jahren auf die gleichen Zahlen. Die großen Namen wie Planeta, Firriato oder Donnafugata und die anderen sind besetzt. Bei den Mengen, die diese Häuser in den Markt drücken, bleibt nicht mehr viel Luft übrig«, führt Röhrig aus. Das Weinkontor kommt allein bei den vier Weinen aus Nero d'Avola und Nero d'Avola-Blends von Cusumano und der Minini-Kellerei Corte dei Mori auf einen Absatz von 400.000 Flaschen.

### Rebsortenspiegel Sizilien

#### Top 10 Rebsorten 2012

Sorte	Hektar	Anteil (%)
Catarratto Bianco comune	28.542	26,3
Nero d'Avola	17.580	16,2
Catarratto Bianco lucido	7.621	7,0
Grillo	6.821	6,3
Insolia	5.817	5,4
Syrah	5.237	4,8
Chardonnay	4.960	4,6
Merlot	4.647	4,3
Grecanico	3.950	3,6
Trebbiano toscano	3.866	3,6
TOP 10	89.041	82
Restliche	19.554	18
<b>Gesamt</b>	<b>108.595</b>	<b>100</b>

Quelle: IRVOS - Istituto Regionale Vini e Oli di Sicilia (Landesanstalt für Wein und Öl); Zahlen gerundet.

  
**SALLIER DE LA TOUR**  
PRINCIPE DI CAMPOREALE



unser  
Neuzugang  
aus  
**Sizilien**

Weine Italiens  
**FISCHER+  
TREZZA**  
STUTTGART

Fischer + Trezza Import GmbH

Ulmer Straße 150 · 70188 Stuttgart  
Fon 0711 - 46 06 700 · Fax 0711 - 46 06 900  
www.fischer-trezza.de · info@fischer-trezza.de



Sicilia en primeur: Flaschenparade des neuen Jahrgangs

»Megaspannend und megawichtig« findet Röhrig die Winzerszene auf dem Ätna. Aber er braucht sich nicht auf die wohl vergebliche Suche zu begeben, ein Vulkan-Gut mit Preisen auszumachen, die unter 10 Euro UVP liegen. Die Cusumano-Brüder haben gerade die erste Ernte von ihrem neuen 14 Hektar großen Ätna-Gut eingefahren. »Wir können noch nicht sagen, wann die Weine erscheinen. Es kommt darauf an, wie sie sich entwickeln, und wir nehmen uns so lange Zeit wie nötig«, sagt Diego Cusumano. Deutschland und die USA sind die beiden größten Exportmärkte der Kellerei, die 55 Prozent ihrer Jahresproduktion von rund 2,5 Mill. Flaschen ausführt. Hierzulande wechseln jährlich rund 500.000 Flaschen Cusumano den Besitzer. Die Geschäfte laufen so gut, dass Cusumano die 15,1 Mill. Umsatz des Jahres 2012 in diesem Jahr um 8 Prozent Umsatz steigern wird. »Das hört sich nach Massen im LEH an, aber wir legen Wert darauf, dass wir diese Menge beinahe ausschließlich in der Gastronomie und im Fachhandel verkaufen«, präzisiert Diego.

Mezzacorona präsentiert für ihre Sizilien-Ableger (7 Mill. Flaschen Jahresproduktion) die Prunkzahlen der Saison. »Nach zwei stabilen Jahren haben wir in Deutschland von Januar bis Oktober 2013 tatsächlich 40 Prozent mehr Flaschen unserer sizilianischen Marken »Stemmari« (LEH) und »Feudo Arancio« (FH/Horeca) verkauft als in der Vorjahresperiode. Das ist vor allem auf unsere relativ neue Zusammenarbeit mit Hawesko zurückzuführen«, informiert Exportmanager Anthony Bijleveld. »Der Nero d'Avola macht allein 40 Prozent unseres Deutschland-Umsatzes aus. Ich glaube zwar, dass 2014 ein stabiles Jahr wird, sollten wir aber weiter wachsen, kratzen wir an der Verkaufs-Marke von 2 Mill. Flaschen.« Siziliens stärkste Genossenschaftskellerei Cantine Settesoli (6.000 Hektar, 54,9 Mill. € Umsatz 2012) wird mit der Marke Settesoli für den LEH über Saffer in Mün-

chen vertrieben. Das Geschäft mit ihrer FH- und Gastronomie-Linie »Mandrarossa« teilen sich Saffer und Brand Compendium in Delmenhorst. 2014 wird ein weiterer Partner für eine neue hochwertige LEH-Li-

### Sizilien im Überblick

Sizilien ist nach Venetien, Apulien und der Emilia-Romagna der viertstärkste Weinproduzent Italiens, verfügt aber über die größte Rebfläche des Landes mit einem der geringsten Hektarerträge.

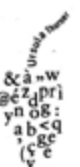
Weinproduktion	
2009	6.175.441 hl
2010	5.675.770 hl
2011	4.823.103 hl
2012	4.738.437 hl
davon	
DOC/DOP	756.527 hl
IGT/IGP	2.092.998 hl
DOC Sicilia 2012	533.556 hl*
Anteil weiße Sorten	63,9%**
Anteil rote Sorten	36,1%
Rebfläche 2012	108.595 ha
abgefüllter Wein (Flaschen, Brik, Bag-in-box)	ca. 25%
Exportwert	
2012	99,2 Mill. Euro
2011	96,7 Mill. Euro
2010	92,3 Mill. Euro

\* 2012 war der erste Jahrgang, in dem die neue DOC Sicilia zur Anwendung kam. In diesem Jahr waren bis zum 10. Oktober 2013 bereits 136.000 hl zertifiziert, obwohl die Ernte noch nicht abgeschlossen war. Die Produzenten haben bis zum 15. Januar 2014 Zeit, ihre Weine bei der Landesanstalt zur DOC-Prüfung einzureichen.

\*\*Vor 10 Jahren waren noch 76 Prozent der Rebfläche mit weißen Sorten bepflanzt.

Quellen: IRVOS - Istituto Regionale Vini e Oli di Sicilia (Landesanstalt für Wein und Öl); Dr. Riccobono, Dr.ssa Salvia; Agrarassessorat Region Sizilien, Abt. U.O.30 ; Istat; Ismea

nie hinzukommen, die in diesem Jahr entwickelt wurde. »Isoletta« heißt die Marke, bildschön ist die Ausstattung und vorerst wird nur ein Merlot namens »Alisei« produziert. Seine Markttauglichkeit hat Settesoli schon auf Herz und Nieren überprüfen lassen: Beim diesjährigen Weinwettbewerb MUNDUS VINI erlangte der Neugeborene auf Anhieb eine Silbermedaille. Generaldirektor Salvatore Li Petri freut sich über den Verlauf des Geschäftsjahrs. »Auf allen Exportmärkten sind wir im Plus, außer in England, wo wir aus strategischen Gründen die Belieferung einiger Ketten reduziert oder eingestellt haben. Die anderen Länder haben diese Verluste aber mehr als ausgeglichen. In Deutschland sind wir zufrieden, denn auch bei unserem neuen Partner Brand Compendium wachsen die Umsätze zwar langsam, aber beständig.« Beim »historischen« Partner Andreas Saffer funktioniert das LEH-Geschäft deutlich besser als der Absatz der Edellinie Mandrarossa. Bemerkenswert, dass Saffer im LEH mit Nero d'Avola, Merlot und Cabernet Sauvignon, die preisgleich für etwa 5,99 Euro im Regal stehen, die gleichen Verkaufserfolge erzielt, während sonst überall Nero d'Avola an einsamer Spitze steht. Im roten Bereich generiert Saffer noch Zuwächse, aber der Absatz der Weißweine schwächelt. »Insolia und Grillo dümpeln in allen Kanälen und den Fiano von Mandrarossa werden wir nächstes Jahr ausmustern. Dafür setzen wir stark auf den Chardonnay, was aber weniger an der Rebsorte, sondern an der herausragenden Qualität des Weines liegt, die die Kellerei bietet«, erklärt Andreas Saffer. Rapitalà, das sizilianische Weingut im Portfolio der Gruppo Italiano Vini (GIV), setzt in Deutschland rund 170.000 Flaschen ab und zwar – bis auf ein paar Flaschen bei selbständigen Edeka-Händlern – ausschließlich in der Gastronomie und im Fachhandel. Derzeit wird das Sortiment geordnet. Die neue Linie »Vigne Alte« wird die Topweine wie Casalj, Muhar und Nadir zusammen-



fassen, die aus Trauben hoher Lagen hergestellt werden, und sie wird um einen neuen Nero d'Avola ergänzt. Bis Ende des Jahres soll das Projekt fertiggestellt sein. »Unsere Umsätze sind stabil«, so Dr. Alexander Hofer, Managing Director auf verschiedenen Exportmärkten der GIV. »Bei unseren B-Brands für sizilianische Schankweine erzielen wir auch mit Weißweinen gute Erfolge, bei anspruchsvolleren Weißen wird es schwieriger. Das liegt nicht nur am Preis, sondern auch an der Geschmacksintensität, die von den deutschen, an schlanke Weine gewohnten Weintrinkern, nicht unbedingt als Plus gewertet wird.«

Das Haus Zonin hat ausnahmsweise keine Umsatzsteigerungen in zweistelliger Höhe zu vermelden, sondern konzentriert sich mit den deutschen Vertriebspartnern auf die Umsatz-Konsolidierung seines Sizilien-Ablegers Feudo Principi di Butera. Der Bestseller bleibt Nero d'Avola, gefolgt von Insolia. Den dritten Platz teilen sich Chardonnay und der DOC Riesi aus 80 Prozent Nero mit 20 Prozent Syrah. 52 Prozent der Gesamtproduktion von 900.000 Flaschen geht in den Export, Deutschland liegt mit dem Absatz von 60.000 Flaschen nach den USA auf Platz zwei der Auslandsmärkte. »2014 werden wir in Deutschland eine bedeutende Intensivierung der Aktivitäten ›below the line‹ durchführen, um unsere Weine vom Feudo zu promoten«, gibt die Exportabteilung bekannt.

### Der Berg ruft immer lauter

Der Boom am Ätna weitet sich immer noch aus und es ist kein Ende in Sicht. Nach der ersten Generation der Wiederentdecker wie Benanti folgten Italiener vom Festland dem Ruf auf den Berg: Planeta, Firriato, Duca di Salaparuta, Tasca d'Almerita und Cusumano. Nun schwappt eine dritte Winzerwelle über die Flanken des Vulkans. Dazu gehören Weingüter wie der Planeta-Nachbar Graci, Girolamo Russo, Pietradolce und einige andere.

Das Ätna-Image ist inzwischen weltweit so berauschend, dass die von der Landesanstalt für Rebe und Wein veranstalteten Promotiontouren nicht mehr ohne Seminare zum Thema auskommen, wiewohl die Produktion von rund 2 Mill. Flaschen Ätna DOC nun nicht gerade repräsentativ für den Weinsektor sind. Bei den deutschen Importeuren und Vertriebsfirmen hält sich die Begeisterung immer noch



Sizilien läuft im Fachhandel und der Gastronomie. Andreas Hofer (GIV) ordnet das Sortiment von Rapitalä neu



Santo di Raimondo: Mit dem Weingut COS gut unterwegs. Der Absatz konnte in zwei Jahren verdoppelt werden

im Rahmen, vor allem weil ihnen die Weine zu teuer sind. Ralf Kastner von Deuna hält allerdings auch das Geschmacksprofil der Weine für untauglich für den deutschen Markt: »Rotwein mit starker Säure geht gar nicht.« Dass inzwischen auch Anfragen für Ätna-Weine auftauchen, bestätigen sowohl Palorino als auch das Weinkontor Freund. Die Stuttgarter Fischer & Trezza waren die Vorreiter für die Ätna-Weine auf dem deutschen Markt. Sie führen mit Cottanera die größte Kellerei auf der Nordflanke (350.000 Flaschen Jahresproduktion, davon 180.000 Ätna DOC), gönnen sich

## »Sizilien bietet fantastische Bedingungen für den Weinbau und hat superspannende Weine«

Stefano Decarli, Palorino

aber auch seit Jahren die Spitzenproduktion von Andrea Franchetti's Weingut Passopisciaro. »Unser Ätna-Segment wächst beständig, auch wenn Weine der Preiskategorie von Passopisciaro immer ein Nischenprodukt bleiben«, sagt Einkaufsleiter Ingo Keul, »da wir im August 2013 das Tasca d'Almerita-Weingut Salier de La Tour in Monreale aufgenommen haben, müssen wir uns derzeit darauf konzentrieren.«

VIP-Weine in Köln ist seit zwei Jahren auf der Suche nach einem geeigneten Partner. »Das Schwierigste sind die Erwartungen der Weingüter. Heutzutage kann ein Wein so sexy sein wie du willst, aber bei dem Ätna-Preisniveau und unserer saturierten, inflationären Marktlage ist es schwer, den Verkauf aufzubauen. In Deutschland steht der Ätna schließlich mit der internationalen Weinwelt im Wettbewerb«, führt Inhaber Santo di Raimondo aus. »Die Winzer sind meist keine Marktstrategen. Einige haben etwa nur eine Preisliste für alle Kanäle und Märkte, aber eine belgische Preisliste ist zum Beispiel in Deutschland nicht angemessen.« Extrem erfolgreich haben sich die VIP-Weine des biodynamisch arbeitenden Weinguts COS im Gebiet Cerasuolo di Vittoria entwickelt. Der Absatz hat sich zwischen 2011 und 2013 verdoppelt und lag Ende Oktober bereits bei 15.200 Flaschen, weil neue Partner wie Vinaturel, Kössler, Lobenberg, Weinladen Schmidt und Gerd Neumann hinzu gewonnen wurden. »Auch Morgante ist wesentlich dynamischer geworden, seit vor zwei Jahren ein frischer Basis-Nero d'Avola eingeführt wurde und 2012 ein weiß angebauter Nero d'Avola. Morgante hatte lange versucht einen weißen Sortenwein herzustellen, war aber nie zufrieden. Diese Lösung wird sehr gut angenommen, zumal er mit rund 8,90 Euro EVP etwas Neues und erschwinglich ist.«

### DOC Sicilia etabliert sich

An Schluss noch ein Blick auf die DOC Sicilia. »Inzwischen haben rund 1.000 Produzenten die Mitgliedschaft im Konsortium beantragt«, berichtet Antonio Rallo, vorläufiger Präsident des Konsortiums der DOC Sicilia, »wir brauchen 35 Prozent aller Produzenten und 51 Prozent der DOC-zertifizierten Produktion, um vom Agrarministerium anerkannt zu werden.« Angestrebt wird nicht nur die rechtliche Anerkennung des Konsortiums, sondern auch die »Erga Omnes«, also das alleinige Recht über die DOC. Die DOC Sicilia ist noch so neu, dass sich die Weinbauern und Kellereien erstmal daran gewöhnen müssen. Immerhin haben die einzelnen Unter-DOCs trotz des Papierkrams begonnen, den Zusatz Sicilia auf dem Etikett zu beantragen. Denn das Wort Sicilia ist immer noch der kostbarste Zusatz, den die Produzenten ihren Weinen mit auf den Weg geben können. ■  
Veronika Creclius

