

Naturschutzgebiet Tramuntana: Das Innere Mallorcas ist Spielplatz für Weinmacher aus dem Ausland

Reif für die Urlaubsinsel

Vor allem Touristen kaufen den Wein auf Mallorca – in Restaurants, auf Yachten und in Hotels. Dadurch gelangen nur wenige mallorquinische Gewächse in den Export. Bei den Insel-Weingütern engagieren sich auch viele Deutsche

Andreu Oliver ist auf ganz Mallorca bekannt. Wer aus der hiesigen Weinbranche kommt und »Andreas Bodega« hört, der weiß, dass es sich um sein 17 Hektar großes Gut Can Majoral in Algaida handelt. Oliver macht inzwischen einen der besten Weine der Insel.

Ein Großteil der lokalen Erzeugnisse der insgesamt 90 ansässigen Mallorca-Kellereien verlassen nicht die Insel. Sie werden vor allem in Hotels, Restaurants und auf Yachten getrunken. Das macht Mallorca zu einem besonderen Fall der Weinindustrie – und zu einem relativ teuren Markt.

Allein der Flaschen-Preis im Kundenverkauf rangiert zwischen 7 und 25 Euro. Doch damit liegen die Weine von Oliver

unter dem Preis der von Deutschen mitbetrieblenen Bodega-Cuvées. Denn die Besucher aus Alemania treten verstärkt als Winzer in Erscheinung. »Immer



Auf der Insel heimisch geworden: Winzerin Christina Schallock von Bodega Xaloc

Schneller Aufstieg

In nur zehn Jahren haben sich die Weine von Bodega Xaloc einen gut Ruf erarbeitet. Das Geheimnis? »Mund zu Mund-Propaganda und aktive Akquise«, verrät die Gründerin Christina Schallock.

mehr Menschen entscheiden sich, nach ein paar Jahren am Meer mit den Einheimischen im Landesinneren zu leben und dort auch ihr eigenes Unternehmen zu starten«, wie Thorsten Kaiser erzählt, der als Verkaufsleiter des Ferienimmobilienmaklers Porta Mallorquina arbeitet.

Die Folge: Mallorcas Kapazitäten wachsen Jahr für Jahr. Dank den ausländischen Investitionen werden heute mit einer Gesamt-Anbaufläche von etwa 1.500 ha jährlich 60.000 hl abgefüllt. Den Hauptanteil der Produktion auf der Insel machen mit 80 Prozent Rotweine aus, der Rest verteilt sich auf sehr gute Weiß- und Rosé-Weine. Die meistangebauten Trauben sind Chardonnay, Sauvignon Blanc und Cabernet Sauvignon, aber es gibt auch autochthone Trauben wie Manto Negro, Callet und Fogoneu. Sy-

rah wird auch angebaut sowie der mallorquinische Malvasia, der aber meist als Verschnittspartner eingesetzt wird.

Bisher geht fast die gesamte Produktion über die Ladentheke, obwohl Kenner die mallorquinischen Weine nicht zu den besten in Spanien zählen. Nur dank der 14 Millionen Touristen, davon immer mehr wohlhabende, ist ein Direktvertrieb zu einem relativ hohen Preis möglich, vorbei an Supermärkten und Weinläden. Für den Sommelier Daniel Arias hat sich indes der mallorquinische Wein in den vergangenen Jahren enorm verbessert: »Das ist vor allem den ausländischen Weinkennern zu verdanken, die unsere Insel besuchen«, sagt der Präsident der Insel-Lobby der Sommeliers.

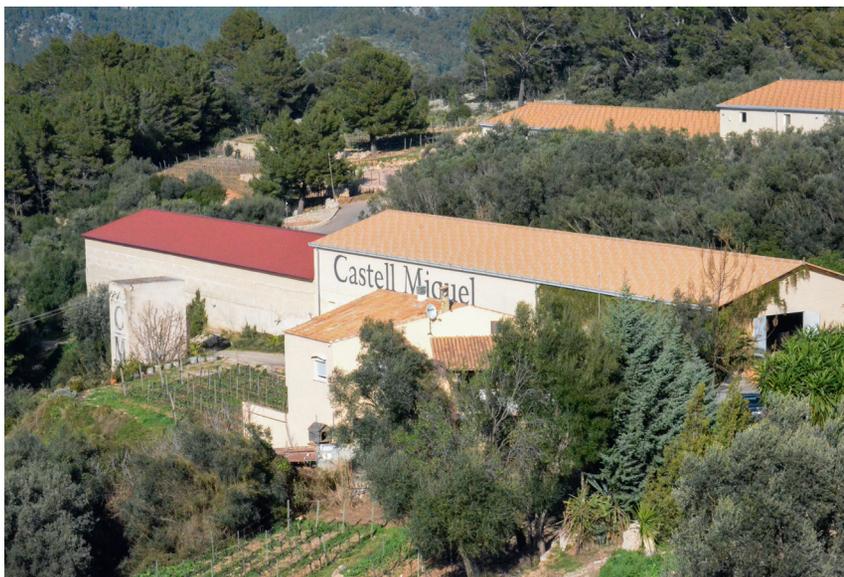
»Wir verkaufen hier 75 Prozent unserer 70.000 Flaschen, die wir jedes Jahr produzieren. Der Rest geht in den Export, unter anderem nach Mitteleuropa und in die skandinavischen Länder, aber auch in die USA und aufs spanische Festland«, erzählt Oliver vom Weingut Can Majoral. Fast alle Weingüter bieten auch einen Direktverkauf an, allerdings steckt dieser Vertriebskanal noch in den Kinderschuhen. Es gibt keine erschlossenen Weinrouten oder Bustouren wie in Frankreich oder in Spanien, wie zum Beispiel im andalusischen Jerez de la Frontera.

Eine alte Wein-Tradition, die wieder auflebt. Was viele Urlauber nicht wissen: Mallorca ist bereits seit langem ein Weinanbaugebiet. Aber Ende des 19. Jahrhunderts wurden die Lagen von der Reblaus heimgesucht. Die Rebfläche wurde dezimiert, fortan wurden eher Mandel- und Olivenbäume statt Reben angebaut. Erst mit dem Start des Massen-Tourismus in den 60er-Jahren wurde das Thema Wein wiederbelebt, auch weil Geld auf die Insel kam und damit ein trinkfreudiges, zahlungskräftiges Publikum.

Als erste Region erhielt die DO Binissalem ein Qualitätsprädikat, sie gilt seitdem als Zentrum des mallorquinischen Weinbaus. Hier arbeitet der Marktführer José Ferrer, dessen Gewächse im internationalen Export gut funktionieren – dank seiner großen Traubenmenge kann er günstigere Preise anbieten.

»Als wir Ende der 1970er-Jahre angefangen haben, gab es gerade mal rund 20 konkurrierende Weingüter«, erinnert sich Oliver von Can Majoral. Derzeit werden neben den bestehenden weiteren zehn Projekte geplant und gebaut.

Zu den neuen Playern gehört der deutsche Michael Popp. Der Eigentümer der Pharmafirma Bionorica aus Neumarkt in der Oberpfalz hat sich eine Finca gekauft. Aus einer ehemaligen Hühnerfarm im Naturschutzgebiet Tramuntana,



Castell Miquel ist ein Touristenmagnet. Auf dem Weingut von Michael Popp werden Hochzeiten und Firmenevents organisiert, im Dezember findet ein Weihnachtsmarkt statt



MARISCO

VINEYARDS

MARLBOROUGH · NEW ZEALAND



**best
white wine
»New World«**



PROUD PRODUCERS OF PREMIUM WINE BRANDS



www.marisco.co.nz

www.nz-wine.de

25 Coming Home
YEARS for ProWein



17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany
Please visit us at:
Hall 9 / E32

Visit us: Hall 9 E32



AUSSCHREIBUNG

Ausgabe 4/2019

Verkostungsnummer 31590

Flower-Power

Wir tauchen in die Welt der Bukettrebsorten ein und verkosten Weine dieser Gattung mit ihren markanten Aromen.

Ausgabe 4/2019

Verkostungsnummer 31591

Sorten-Check: Nero d'Avola

Die bedeutendste Rotweinsorte Siziliens unter der Lupe.

Ausgabe 4/2019

Verkostungsnummer 31592

Low Alcohol Wines

Erfrischender Sommertrend mit Alkohol unter 11,0 %vol.

Schicken Sie uns Ihre Weine bis zum 15. März 2019.

MEININGER VERLAG GmbH
MEININGERS WEINWELT

Stichwort 1: Flower-Power 31590

Stichwort 2: Nero d'Avola 31591

Stichwort 3: Low Alcohol Wines 31592

Maximilianstraße 7-17

67433 Neustadt/Weinstraße

Anmeldung und Teilnahmebedingungen finden Sie unter

www.wein-anmelden.de

nahe der Westküste der Insel, machte Popp ein Weingut – das Castell Miquel. Unter Touristen zählen die Weine, besonders die reinsortige Linie Stairway to heaven, zu den besten Gewächsen. Gut 180.000 Flaschen produziert das Castell Miquel im Jahr.

Dagegen wirkt die Bodega Xaloc von Christina Schallock mit ihren jährlich 20.000 produzierten Flaschen noch sehr bescheiden. Die Münchnerin Schallock kam in den 1990er-Jahren auf die Insel, um einen Golfclub zu managen und entschied dann, sich selber als Unternehmerin zu probieren.

In nur zehn Jahren hat sie es geschafft, mit ihrem Gut einen sehr guten Wein zu erzeugen, den sie direkt und ohne Zwischenhändler verkauft. Anders als bei Castell Miquel ist der Exportanteil gering: »Die Flasche kostet ab 22 Euro, deswegen setze ich das meiste in Restaurants, Hotels und Privatyachten ab.« Wie sie das macht? »Mund zu Mund-Propaganda und natürlich auch aktive Akquise.«

Mallorcas preisgekrönte Weine. Auch wenn die mallorquinischen Weine im internationalen Export noch nicht so richtig funktionieren, gewinnen sie Preise. Darunter der in Deutschland bekannte und gut distribuierte Anima Negra von Pere Obrador, Miquel Àngel Cerdà und Francesc Grimalt, die eine Molkerei in eine Bodega umwandelten.

Auch Schallock hat schon Preise erungen, darunter mehrere MUNDUS VINI-Medaillen, weswegen immer wieder auch Touristen den Weg zu ihrer Bodega bei Pollença suchen: »Nur vorher anrufen«, sagt die 70-Jährige, die ihren Lebensraum realisiert und über den Wein auch mit ihrer erfrischenden Art viele Freunde gewonnen hat.

Diese sind auch ihre besten Werbeträger. Sie nehmen den Wein mit in ein mallorquinisches Restaurant, bezahlen dafür Korkgeld, und »wenn sie das öfters machen, dann kauft der Besitzer den Wein natürlich irgendwann direkt bei mir, um sein Geschäft zu machen«, lacht die Winzerin verschmitzt. Sie gehört zu der wachsenden Anzahl von Frauen in diesem Business, aber zu den

Hohe Eintrittsbarrieren

»Wer heute ins Weinbusiness einsteigen will, der muss Millionär sein. Das war früher nicht so.«

Andreu Oliver,
Can Majoral

wenigen Ausländern, die ihr Leben komplett nach Mallorca verlagert haben und nicht nur als Teilzeit-Winzer tätig sind.

Biologisch gelabelt, aber nicht zertifiziert. Fast alle Winzer auf der Insel, egal ob ausländisch oder mallorquinisch, bauen inzwischen Biowein an, aber nur die wenigsten sind entsprechend zertifiziert. »Hier gibt es noch viel zu tun. Es ist noch eine große Geschäftslücke, 100 Prozent ökologischen Wein herzustellen«, sagt ein Branchenkenner, der spanischen Wein in der ganzen Welt vertreibt. Auch beim Preis-Leistungsverhältnis sieht er noch viel Verbesserungsbedarf: »Die Weine sind noch zu teuer.«

Das ist auch einer der Gründe, warum kleinere Kellereien wie Bodega Xaloc eigentlich nur an Wein- und Mallorca-Liebhaber verkaufen können. Schallocks Weine gibt es nicht von ungefähr im Club Nautico von Pollença, wo die Yachtbesitzer abhängen und zahlungskräftige



Castell Miquel füllt 180.000 Flaschen pro Jahr ab

Touristen in einigen Boutique-Hotels wie dem Binibona Parc übernachten oder in Top-Restaurants wie dem Miramar in Alcudia essen.

Während Schallock den gesamten Erzeugungsprozess auf ihrer Finca abwickelt, arbeiten andere wie der Unterneh-

mens- und Finanzberater Klaus Heineemann mit seinen Finca-Nachbarn Joan Buades und Javier Garau zusammen, um Kosten zu sparen. Viele produzieren auf diese Weise nicht nur Wein, sondern, wie er, auch Olivenöl. Exportiert wird bisher nichts: »Unser Wein, vor al-



Transgourmet
über Partnerschaft

Lieblingsthema: Weinbau! Winzer Josef Maier vom Geyerhof und Bastian Ehret, Leitung Vertrieb Wein.

Ihre Gäste werden Sie lieben!

Die heutige Winzergeneration macht von sich reden. Kleine, feine Betriebe produzieren die interessantesten Weine, unkonventionell und leidenschaftlich. Unsere Fachberater, durch ihre Ausbildung auf Augenhöhe mit den Winzern, sind daher ständig auf Entdeckungsreise: Unter anderem für beste Rieslings und Weißburgunder, auch mal feinherb, unübertroffene Sekte sowie regionale

Terroir-Weine. So entsteht unser Top-Angebot, fernab vom Massenwein – mit dem Sie ganz schnell zum Lieblingslokal werden könnten ...



lem der Rosé Clos D'Almudaina und der Weißwein, sind sehr beliebt auf den Privatyachten«, erklärt Heinemann. Gut 1.600 Flaschen hat er 2018 verkauft, dieses Jahr plant er 3.000 Flaschen. Er achtet darauf, dass sein Betrieb rentabel ist: »Ich mache das nicht nur zum Spaß.« So geht es auch Schallock: »Ich mache keinen großen Gewinn, aber zumindest decke ich meine Kosten«, sagt die Bayerin stolz. Und ähnlich wie Heinemann hat sie erkannt: »Ohne die Einheimischen geht es nicht.« Vier Personen arbeiten auf ihrem Gut, ihr Kellermeister ist auch ein Mallorquiner, wie in vielen Bodegas auf der Insel.

Die perfekte Cuvée: ausländisches Geld, mallorquinisches Know-how.

Der Trend zum Winzer auf Teilzeit begann erst in den 1990er-Jahren und ist derzeit auf einem Höhepunkt, betrachtet man die Millionen, die hier vor allem Skandinavien und Deutsche investieren, die sich in dieser Welt gar nicht auskennen.

Sie alle konkurrieren mit Platzhirsch José Ferrer, der die meisten Anbauflächen der Insel kontrolliert. Der Eintritt von großen ausländischen Finanzgebern, zu denen auch Peter Eisenmann zählt, hat alles verändert. Mit einer Fläche von etwa 1.000 ha ist seine Finca Es Fangar zwischen Felanitx und Manacor inzwischen einer der größten ökologisch bewirtschafteten Erzeuger der Insel.

Für Andreu Oliver von Can Majoral ist das auch ein Grund, warum die Branche

Zum Verkauf: Für 4,6 Mill. Euro ist in Artà ein Weingut zu haben

Rebzeilen von Bodega Xaloc: Die Weine der deutschen Winzerin haben zahlreiche Preise erhalten



derzeit eine sehr gute Phase durchläuft: »Die Zukunft könnte glorreich sein«, sagt der junge Winzer. Denn durch die Ausländer werden auch viele Agrar-Kooperativen, wie Heinemann sie nutzt, wiederbelebt. Sie erlitten in den 1980er-Jahren wegen dem Massentourismus einen starken Einbruch. Inzwischen sind Güter wie Castell Miquel ein Touristenmagnet. Auf dem Anwesen von Michael Popp werden nicht nur Hochzeiten und Firmenevents organisiert, sondern auch im Dezember ein Weihnachtsmarkt, der als der beste der Insel gilt.

Hohe Grundstückspreise, hohe Investitionskosten. Die andere Seite der Medaille ist jedoch, dass durch die starke Nachfrage der Ausländer die Grundstücke auf der Insel sehr teuer geworden sind, und die nach wie vor kleine Produktion der Weinhäuser rechtfertigt noch keine höhere Investition in eine größere, gemeinsame Infrastruktur.

»Im Moment kochen hier viele ihr eigenes Süppchen«, sagt Christina Schallock. Die meisten Bodegas befinden sich im Inselinneren, wo die Preise noch vergleichsweise moderat sind und nur die Hälfte verlangt wird im Vergleich zu den Trendgegenden für Luxustourismus, etwa im Südwesten von Mallorca.

Nach einer Studie des Maklers Porta Mallorquina gingen die Preise im Inselinneren im Jahr 2018 sogar leicht zurück. Wer aber mit Weintourismus Geld verdienen will, muss auch hier einige Millionen in die Hand nehmen.

»Das können nur Menschen machen, die viel Geld übrighaben, sonst ist das Risiko zu groß«, warnt Joachim Semrau, Gründer von Porta Mallorquina. In dem von Touristen gern besuchten Artà steht zum Beispiel derzeit ein Weingut für 4,6 Mill. Euro zum Verkauf. Die Baufläche des auf einem Hügel stehenden Anwesens ist ausgeschöpft. Aus den Reben werden bisher nur um die 1.000 Flaschen gewonnen, mit einer noch relativ fragwürdigen Qualität. »Wer heute ins Weinbusiness einsteigen will, der muss Millionär sein. Das war früher nicht so«, sagt Andreu Oliver. Er hofft, dass die neue restriktive Baupolitik etwas verändert und fordert sogar noch mehr Einschränkungen: »Die vielen illegalen Fincas gehören abgerissen, damit der Wert der legalen steigt.«

Finanzierung durch Patenschaften.

Wer nicht Millionär ist, sich aber trotzdem als Winzer versuchen will, der muss andere Wege gehen. Wie das Ehepaar Grahe aus Hamburg. Alexandra und Sören Grahe haben für 80.000 Euro rund 7.000 Quadratmeter im Inselinneren gekauft und bauen dort mit Hilfe eines erfahrenen Winzers Rot- und Weißwein an. Die bisherigen laufenden Kosten versuchen sie mit Rebstock-Patenschaften zu decken, ein neuer Trend auf der Insel: »63 Paten haben wir schon auf unserem Gut Weinfeld-Sineu«, berichtet die 48-jährige Grahe stolz. Verkauft werden die Weine über die Internetseite.

Auch Popp vom Castell Miquel bietet Patenschaften für seine Rebstöcke an. Er nennt sie Grapes of Fame. Mit einer Patenschaft garantiert sich der Investor erstmal nur die Zusendung einiger Flaschen Wein am Ende des Jahres und kann zudem beim Besuch auf Mallorca auch etwas Winzerkultur einatmen.

Castell Miquel eröffnet jetzt sogar ein Restaurant auf dem Gut. Verantwortlich dafür ist der 47-jährige Michele Baldassarre, ein Italiener und erfahrener Gastronom. Auf die Frage, ob das Gut rentabel ist, antwortet er schmunzelnd: »Sonst würde es Michael Popp nicht machen, auch wenn es wie ein Hobby für ihn ist.«

STEFANIE CLAUDIA MÜLLER

☉ Baden-Badener Weinhaus am Mauerberg ☉ Affentaler Winzer ☉ Winzerkeller Hex vom Dassenstein
 ☉ Oberkircher Winzer ☉ Burkheimer Winzer ☉ WG Achkarren
 ☉ WG Wolfenweiler ☉ Winzerkeller Auggener Schäf + Laufener Altenberg

Besuchen Sie uns von 17. bis 19. März
 2019 auf der ProWein in Düsseldorf
 Halle 13 Stand B 100



Dem badischen Weinbau verpflichtet. Weinland Baden ist die Steigerung der genossenschaftlichen Idee: Durch den gemeinsamen Vertrieb von acht renommierten und organisch gewachsenen Betrieben sind wir der kompetente Ansprechpartner für den Handel. Wir schaffen durch systematische Beratung Synergien für unsere Weinerzeuger. Unsere Betriebe setzen qualitativ Standards und repräsentieren mit ihrem Sortiment Geschichte und Persönlichkeit. Wir nehmen diese Verpflichtung gern an.



WEINLAND BADEN

Eine Passion, die verbindet.