

D

ie entscheidenden Sätze sprach Jeffrey Wilkinson, als der Abend im Londoner Gourmetrestaurant „Le Gavroche“ fast vorbei war. Es hatte Langostino-Ragout und Rinderfilet mit Trüffel-Makkaroni gegeben, dazu servierten die Gastgeber, das renommierte australische Weingut „Penfolds“, unter anderem zwei Spitzenprodukte des Jahrgangs 2004: Weine mit den etwas sperrigen Namen „Block 42 Kalimna“ und „Block 60 A Coonawarra“. Zwei phantastische Rote, die sie dieses Jahr zum ersten Mal in der Subskription anbieten. Das heißt: Der Kunde zahlt jetzt, geliefert wird im Jahr 2007. Vollen Trinkgenuss bieten die kraftvollen Weine sechs oder zehn Jahre später. Preis pro Flasche: mindestens 250 Euro.

Absatzprobleme werden die Australier trotzdem nicht haben, im Gegenteil. Die Weine genießen Kultstatus und werden wie Kleinode gehandelt. Wie viele Kisten es denn von jeder Sorte geben werde, wollte ein Gast wissen. Die Menge stehe noch nicht fest, sagte Penfolds' England-Chef Wilkinson und konnte sich ein leises Lachen nicht verkneifen. „Es wird aber auf jeden Fall zu wenig geben.“ Knappe Ware gleich wertvolle Ware. Die bewährte Rechnung geht auch beim Wein auf.

Vorbilder für diese Art des Verkaufs sind die Winzer aus dem Bordeaux, dem weltweit berühmtesten Anbaugebiet. Hier werden seit Jahrhunderten herausragende Qualitäten erzeugt: Château Margaux, Château Latour und andere große Güter sind Legende. Die Bordelaiser schlagen ihre besten Weine im Frühbezug los – derzeit läuft der Verkauf des Jahrgangs 2004. Zwei Jahre bevor sie auf Flaschen gefüllt und ausgeliefert wird, wird die Ware über ein perfekt organisiertes Händlernetz verkauft. Probieren dürfen nur ausgewählte Großhändler und Experten, der Endverbraucher muss auf deren Urteil vertrauen. Das Prinzip ist ideal für die Produzenten: Sie bekommen schnell Geld in ihre Kasse.

Nun entdecken Winzer aus anderen Regionen dieses Verkaufsinstrument – auch Deutsche sind mit von der Partie. So laufen derzeit bei einigen großen Weinhändlern Vorverkaufaktionen mit Weinen aus dem Rheingau, aus der Pfalz, aus Rheinhessen und von der Mosel. Wobei die Wartezeit dabei keine zwei Jahre beträgt wie bei den Bordelaiser Gütern, sondern meist nur etwa sechs Monate.

„Bei manchen großen Gewächsen aus Deutschland setzen wir 90 Prozent unserer Menge im Vorverkauf ab“, sagt Stefan Gerner, Geschäftsführer von Moevenpick-

Weinland. Der Durchschnittspreis der Weine – vor allem Rieslinge bekannter Güter wie Kühn, Weil und Christmann – liegt bei etwa 20 Euro. Besonders begehrt sind rare Kreszenzen einiger Spitzenerzeuger. Ganz oben auf der Wunschliste der Kunden stehen dabei die teuersten Tropfen – zum Beispiel der G-Max Riesling vom Weingut Keller aus Rheinhessen. Preis pro Flasche: etwa 75 Euro. „Diese Weine gibt es nur in kleiner Auflage“, sagt Gerner. „Deshalb ist es sinnvoll, sich rechtzeitig ein paar Flaschen zu sichern.“

Für die deutschen Winzer ist der Erfolg beim Frühbezug nicht nur finanziell wichtig. Es geht damit auch ein wichtiger Imagegewinn einher. Zeigt sich so doch, wie groß das Vertrauen in die Qualität deutscher Rieslinge geworden ist. Gleiches gilt für Penfolds. „Weine in die Subskription zu geben ist eine symbolische Handlung“, sagte deren charismatischer Chef-Önologe Peter Gago. Und es ist eine kleine Kampfansage in Richtung Bordeaux. Das

Motto: Wir sind besser als ihr, wir erzielen noch höhere Preise – nehmt euch in Acht!

In der Subskription greifen Weintrinker aber nicht nur zu, um an rare Tropfen zu kommen. Sie rechnen auch damit, Weine auf diese Art besonders günstig erwerben zu können. Dieses Kalkül geht in den meisten Fällen auf – im Bordeaux gab es Jahrgänge, bei denen sich die Kurse binnen zwölf Monaten fast verdoppelt haben. Die besten Geschäfte machten jene, die zu Beginn der neunziger Jahre kauften. Damals war die Nachfrage gering, obwohl in den Jahren von 1988 bis 1990 drei herausragende Jahrgänge gekeltert wurden. Viele Weine aus dieser Zeit haben ihren Wert um ein Vielfaches gesteigert.

Doch diese einst zuverlässige Mechanik der Wertsteigerung ist ins Stocken geraten. In der Hoffnung, mit Weinspekulationen Geld verdienen zu können, kauften immer mehr Leute Bordeaux-Weine. Nicht um sie zu trinken, sondern um sie mit Gewinn weiterverkaufen zu können. Die Folge: Die Preise stiegen weiter. Gleichzeitig wuchs das Angebot von Weinen – die Spekulanten wollten Kasse machen. So manch eine Flasche war Jahre später billiger zu haben als in der Subskription.

„Wein als Spekulationsobjekt zu kaufen kann riskant sein“, sagt Gerner. Kunden, die ihren Weinkeller langfristig planen, rät er dennoch zur Subskription, allerdings nicht immer mit den teuersten Flaschen. „Wer beispielsweise einen Château Charmail kauft, der liegt sicher nicht verkehrt“, meint Gerner. Der Wein dürfte zwischen 12 und 15 Euro kosten und wird von Fachleuten sehr gut bewertet. Der Trinkgenuss jenseits von Renditen ist auf jeden Fall garantiert. Auch bei Großflaschen –

zum Beispiel für die Geburtsjahrgänge der Kinder – empfiehlt es sich, frühzeitig zu ordern, denn sie sind oft rar.

Neben der Subskription haben deutsche Winzer weitere Möglichkeiten entdeckt, um an Geld zu kommen. So bieten derzeit etliche Güter so genannte Rebstockpatenschaften an. Dabei pachtet der Kunde einen Stock für eine bestimmte Zeit, entlohnt wird er mit Wein. Der Spaß ist nicht einmal sehr teuer. Bei Balthasar Röss in Hattenheim (Rheingau) kosten zehn Jahre 135 Euro, dafür gibt es das Gefühl, einen kleinen Teil Weinberg zu besitzen und pro Ernte eine Flasche Hattenheimer Engelmansberg. „Meist eine Spätlese“, sagt Christian Röss. „Wir haben über tausend Verträge. Die allermeisten Paten erhalten den Rebstock als Geschenk.“

Das Weingut Franzen von der Mosel will über die Patenschaften, die Aufarbeitung eines alten Rebbergs in der Steillage Bremer Calmont zu finanzieren. Zehn Jahre sollen sich die Kunden binden, für 120 Euro, dafür gibt es jedes Jahr eine Flasche Goldkapsel-Riesling. Über 200 Paten hat Franzen geworben, manche haben gleich zehn Stöcke. „Ideal wäre es, wenn jemand 300 Reben nehmen würde“, sagt Iris Franzen. „Dann könnten wir ihm sein eigenes Fass ausbauen.“ Das kostet für zehn Jahre allerdings 36 000 Euro.

Einen noch ungewöhnlicheren Weg der Finanzierung ist Sybille Kuntz gegangen. Sie verwirklichte sich ihren Traum vom eigenen Weingut in Bernkastel-Lieser mit Kundenkapital. 1994 begann sie damit, Genussscheine auszugeben. Für 1000 DM pro Stück wurden sie mit zehn Prozent verzinst – in Form von Wein. „Diese Idee hat mein Gut gerettet“, sagt die 48-jährige Rieslingspezialistin. Die Banken waren nicht bereit, Geld vorzustoeken. Wegen hoher Nachfrage konnte sie die Konditionen ändern: Die Mindesteinlage beträgt nun 2500 Euro, der Zins ist auf 7,5 Prozent gesunken. „Schließlich“, so meint Kuntz, „ist es jetzt kein Risikokapital mehr.“

Mehr als 100 Genussscheine hat sie ausgegeben. Anleger sind immer willkommen, sie möchte neue Rebflächen kaufen. Die sind an der Mosel derzeit billig zu haben – viele Winzer stecken in finanziellen Schwierigkeiten. □

Kontakt: Sybille Kuntz, Tel. 06531/910 00; Reinhold Franzen, Tel. 02675/412; Balthasar Röss, Tel. 06723/919 50; Moevenpick-Weinland, Tel. 0231/9651560.
www.sybillekuntz.de
www.weingut-franzen.de
www.balthasar-ross.de
www.moevenpick-wein.de

