

# Riesling begeistert als „wit wijn“

VON CARLHEINZ TÜLLMANN

Das Restaurant „Dymasty“ in der Nähe der Amsterdamer Parade-Kanalie „Heren-Gracht“ und „Keizers Gracht“ gilt als kleine Adresse für südostasiatische Spezialitäten. In farbenfrohem Ambiente serviert Oberkellner Arie E. de Weerd Entee auf chinesische Art“. Dazu fliekt „wit wijn“ in die Gläser. Kein Chardonnay aus Kalifornien, nicht etwa ein Sauvignon blanc aus Chile oder ein Chablis aus Frankreich. Es ist Riesling. „Ich bin verrückt nach deutschem Weinem“, sagt der 57-jährige Niederländer, der für die Getriebekarte des Hauses verantwortlich ist. Zur Entenbrust entkorkt er einen Riesling von Moselwinzerin Sybilla Kunz und eine Abfüllung vom Weingut Breuer im Rheingau. Dem so bewirteten Gästen gefällt die Auswahl. Denn bei ihnen handelt es sich um eine Delegation des Deutschen Weininstituts (DWI) in Mainz. Sie will in dem Nachbarland Produkte aus 13 Anbaugebieten, von der Saale bis nach Baden, schmackhafter machen. Der Boden dazu ist so günstig wie nie. Denn längst haben die Niederländer Negativ-Begriffe für deut-

sche Weine wie „altmodisch“, „verstaubte Etikette“, „schwer und süß“ verdrängt. Jetzt werden flüchtige Rieslinge und fruchtige Obener als Begleiter zu Frühlingssolle oder Bistafeln gelobt. Die Folge: Die vermeintliche Heineken-Nation ist der drittwichtigste Importeur von deutschen Weinen. Innerhalb eines Jahres (Juli 2003 bis Juni 2004) stieg der Wert des flüssigen Absatzes um 41 Prozent auf 45 Millionen Euro.

## Große Nachfrage

So weinselig ging's für die Mainzer Werbestrategen nicht immer zu. DWI-Exportleiter Steffen Schindler erinnert sich an Präsentationen in Rotterdam. „da waren nicht Aussteller als Besucher“. Bei einer Verkostung der jüngsten deutschen Jahrgänge im Kongress-Hotel „De Heerlicheheid“ in Friesland sieht das ganz anders aus: 400 Händler und Gastronomen stehen mit ihren Probiergläschen vor den Ständen von 60 deutschen Weinanbietern Schlangt. „es gibt hier einen Markt für unsere Weine“, erklärt Stefan Biss vom renommierten Rheingauer Familienweingut in Hattenheim, dessen Sohn tags drauf zur Verkaufstour in die USA düst.

Das sehen jene, die mit internationalen Rebsorten handeln, genau so. Tom Balde, Einkaufsleiter für 317 Mitris-Weingeschäfte, berichtet von einer landesweiten Aktion mit „witte wijn“ zu Preisen ab vier Euro. „Wir haben in 14 Tagen 25 000 Flaschen verkauft, ungläublich.“ „Chardonnay ist out, deutscher Riesling ist in Holland in“, bestätigt Karel Elkens von „Vinum Vite“, der die Gastronomie von Amsterdam bis Groningen beliefert. Der Fachjournalist René van Heusen kommentiert die Entwicklung: „Die Franzosen haben das schon zu spüren bekommen.“

Deutscher Wein in Hollands Gläsern – für Nachschub sorgen Großunternehmen wie der Badische Winzerkeller in Breisach oder Böh Kendermann in Bingen. Aber auch städtische Gensenschaften und einige Dutzend Privatbetriebe schenken inzwischen für Bistrogläser und Supermarkt-Kunden ein. Noch neu in der Szene ist Jacob Dulitz, einer der besten Rotwein-Erzeuger in Baden. Er genießt Heimvorteil: als einziger Holländer, der in Deutschland Spillbergener anbaut und ihn (auch) in die Niederlande exportiert.