

# XINOMAVRO: DIE ANTWORT GRIECHENLANDS AUF NEBBIOLO?

ZUSAMMENFASSUNG DIPLOMA-ARBEIT

BARBARA DIETH

KANDIDATENNUMMER 13006279

JUNI 2016

## MOTIVATION

Retsina habe ich vor 30 Jahren auf einer Ferienreise getrunken. Jüngst war ich zu Besuch auf Korfu und lernte dort die modernen, aus autochthonen Rebsorten gekelterten Weine kennen, die durch hohe Qualität, Frische und Eleganz überzeugten. Zurück in der Schweiz wollte ich meine Freunde an den Neuentdeckungen teilhaben lassen, die Weine waren allerdings schwierig zu beschaffen. Ich beschloss der Frage nachzugehen, weshalb die Marktpositionierung von griechischen Premiumweinen bisher gescheitert ist und mit welchen Massnahmen das Potenzial auszuschöpfen wäre.

## FRAGESTELLUNG/ZIELSETZUNG

Archäologische Funde belegen, dass Wein in Griechenland seit mehr als 4000 Jahren produziert wird und bis in den Nordwesten Frankreichs gelangte. Kriege und Phylloxera liessen seinen Ruhm verblassen und heute spielt griechischer Wein bloss noch eine Nebenrolle auf dem Weltmarkt. Seitdem der Inlandkonsum aufgrund der Wirtschaftskrise drastisch gesunken ist, gilt es, neue Absatzmärkte zu erschliessen und die Produkte aktiv zu bewerben. Fraglich ist, ob bei der herrschenden Übersättigung des Marktes ‚neue‘ Weine überhaupt noch eine reelle Chance haben, wahrgenommen zu werden. Am Beispiel von Erzeugnissen aus der in Nordgriechenland heimischen Rebsorte Xinomavro soll aufgezeigt werden, dass griechischer Wein, trotz hemmender endogener und exogener Faktoren das Potenzial hat, sich als Premiumwein neben Barolo & Co. auf dem internationalen Weinmarkt zu etablieren.

## METHODIK

Die Arbeit basiert auf dem Studium der spärlichen Literatur, Artikeln aus der Fachpresse und Recherchen im Internet. Anhand einer SWOT-Analyse wird das Potenzial von griechischen Weinen, insbesondere aus der autochthonen Rebsorte Xinomavro, analysiert. Interviews mit Importeuren, Fachhändlern und Sommeliers zu Qualität und Potenzial runden das Bild ab.

## INHALT

Einführend wird auf die 4000-jährige Geschichte des griechischen Weins eingegangen. Es folgen Informationen zu den beiden Qualitätsweingebieten PDO<sup>1</sup> Naoussa und PDO Amyndeon, wo Xinomavro vorherrschend ist. Anschliessend werden kurz die Eigenschaften der Rebsorte und die Charakteristik der daraus entstehenden Weine erläutert. Der zentrale Teil der Arbeit befasst sich mit der Analyse des Marktpotenzials von Premiumweinen aus Xinomavro. Es wird ein Profil der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken erstellt mit Fokus auf

- die Wirtschaftskrise Griechenlands
- die Präsenz am globalen Weinmarkt
- das Image des griechischen Weins
- die Modernisierung des Weinsektors
- die Eigenständigkeit der Sorte Xinomavro
- die Cool Climate Bedingungen im Weinbau
- die Bedeutung des Tourismus
- die Interessenverbände Nordgriechenlands
- die EU-Unterstützungsgelder
- die Kommunikation zwischen Produzenten und Marktteilnehmern.

In einem gesonderten Kapitel wird auf das Weinmarketing Griechenlands eingegangen.

---

<sup>1</sup> Protected Designation of Origin

## Fazit

Am Anfang dieser Arbeit stand die Frage, ob Xinomavro die Antwort Griechenlands auf Nebbiolo sei, ja, definitiv! Xinomavro ist das Aushängeschild der autochthonen Sorten Griechenlands. Die Qualitätsweine aus Makedonien sind Botschafter in aller Welt für die *New Wines of Greece*.<sup>2</sup> Weinkritiker loben sie, an Wettbewerben gewinnen sie. Xinomavro braucht den Vergleich mit Nebbiolo bzw. Barolo nicht zu scheuen.

Konsumenten weltweit suchen nach Authentizität, Eleganz und neuen Geschmackssensationen. Griechische Weine vereinen Tradition mit Moderne und überraschen sensorisch aufgrund bisher unbekannter lokaler Rebsorten wie Xinomavro.

Die Investitionen in die Weingüter, die internationale Ausbildung der Önologen und die Aufmerksamkeit, die dem Weinbau geschenkt wurde haben sich ausgezahlt. Die Qualitätsweine Makedoniens gehören zur Weltklasse, die Bewertungen der Kritiker sprechen für sich. Xinomavro, von Natur aus sehr säurereich mit kräftigen Tanninen und grossem Alterungspotenzial, liefert charakteristische Terroirweine die den Barolos ebenbürtig sind. Da Xinomavro stark auf das Terroir anspricht, und die unterschiedlichsten Struktur- und Aromenprofile aufweisen kann wird aktuell diskutiert, in der PDO Naoussa Crus zu definieren, um das Qualitätsprofil zu schärfen. Diverse Produzenten sind bereits dazu übergegangen, qualitativ hochstehende Einzellagenweine zu produzieren, die zahlreiche Preise gewonnen haben und Botschafter sind für die Weine aus Mazedonien.

Ist Xinomavro in Europa nur Weinliebhabern ein Begriff, gehört die Sorte in den USA, Kanada und Australien bei Konsumenten quasi zum Mainstream. Die griechische Diaspora hat dort das Wissen um die vielen indigenen Rebsorten verbreitet, weshalb die Nachfrage nach Qualitätsweinen entsprechend höher ist. Diese Länder gehören denn auch zu den grössten Erfolgsgeschichten der *New Wines of Greece*, obwohl der Weinexport im globalen Vergleich insgesamt noch in den Kinderschuhen steckt. Mittlerweile haben griechische Weine einen Qualitätsstandard erreicht, der nun auch Nachfrage aus Ländern ohne griechische Population auslöst.

Trotz andauernder Querelen hat die EU Griechenland für die kommenden Jahre beachtliche Beiträge für Promotionen und Investitionen zugesprochen. Eine Chance, die es zu nutzen gilt, um weitere Märkte zu erschliessen, kleinere Betriebe zu modernisieren und optimalere Absatzstrukturen zu schaffen.

Um die ersten Erfolge zu multiplizieren, müssen die Marketinganstrengungen in den nächsten Jahren unbedingt Konstanz aufweisen, denn nur steter Tropfen höhlt den Stein. Wie die Vergangenheit zeigte, bringt Unbeständigkeit im Marketing keinen Erfolg beim Erschliessen neuer Märkte.

Neue Wege müssen in Zukunft auch in Sachen Kommunikation beschritten werden. Um die Millenials weltweit als Konsumenten zu gewinnen, muss die Social Media Präsenz unbedingt verbessert und auch auf mittlere und kleine Betriebe ausgedehnt werden.

Das Potenzial für griechische Weine am Weltmarkt ist längst nicht ausgeschöpft aber der Weg noch lang und steinig.

---

<sup>2</sup> Dachmarke der modernen griechischen Weine