

Aufgespritet – Perspektiven eines Weinstils Spanischer Sherry versus Australischer Apera

Diese Arbeit möchte versuchen herausfinden, welche Perspektiven die beiden aufgespriteten Weine Sherry und Apera in Zukunft haben und ob sie sich auf dem nationalen oder internationalen Markt erneut etablieren können.

Sherry hat eine lange und traditionsreiche Vergangenheit. Er entsteht im mediterranen Klima in Andalusien hauptsächlich aus der Rebsorte Palomino. Der Consejo Regulador in Jerez gibt für die Herstellung genaue Regeln, wie z.B. Rebsorten, Höchstserträge, Herstellungsverfahren vor. Durch den traditionellen Ausbau in Soleras, handelt es sich bei diesem aufgespriteten Wein fast immer um einen Verschnitt verschiedener Lagen und Jahrgänge. Es gibt einige Stile – von leichten und ganz trockenen Sherrys die biologisch unter Florhefe ausgebaut wurden, über verschiedene Grade der oxidativen Reifung und Süße. Vinos dulces naturales sind sehr süß und eher selten, hergestellt aus Moscatel und Pedro Ximénez.

Mitte des 20. Jahrhunderts erlebt Sherry seinen Höhepunkt, der Export boomt. Leider sinkt durch die Überproduktion bald die Qualität enorm. Die Nachfrage geht stark zurück und Überschusswein wird zu Billigpreisen verkauft. Politische Schwierigkeiten mit der Enteignung des Rumasa-Imperiums, einem maßgeblichen Teilhaber der Sherryindustrie, aber auch veränderter Konsumentengeschmack lässt die Sherryindustrie zusammenbrechen.

Die Absatzzahlen sind bis heute rückläufig.

Dennoch hat sich seit den 70er Jahren die Qualität enorm verbessert. Besonders einige der neu entstandenen kleinen Bodegas produzieren herausragende Sherrys.

Auch im Marketingbereich wird viel getan. Nationale wie internationale Schulungen, Wettbewerbe und Events sorgen bei Konsumenten wieder vermehrt für Aufmerksamkeit.

In Australien gab es ebenfalls ein Produkt namens Sherry. Die Weine der ersten Siedler waren vermutlich wegen unzureichender mikrobiologischer Stabilität aufgrund des warmen Klimas qualitativ nicht besonders hochwertig. Deshalb fing man auch hier bald an, die Weine aufzuspritzen und verkaufte diese als Port oder Sherry. Bis in die 60er Jahre waren 80 % der in Australien produzierten Weine süß und aufgespritet. Doch auch hier verändert sich der Geschmack der Verbraucher und neue Technik erlaubt es Australien frische, saubere Tafelweine mit ausgeprägter Primärfuchtaromatik herzustellen. Ein Stil, der bis heute einen Großteil der Produktion ausmacht.

Um den Zugang zu ihrem wichtigsten Exportmarkt Europa zu sichern, tritt am 1. September 2010 das „Agreement between Australia and the European Union on Trade in Wine“ in Kraft. Darin verpflichtet sich Australien geschützte europäische Begriffe wie 'Manzanilla' oder 'Sherry' nicht weiter zu verwenden.

Die Winemakers' Federation of Australia (WFA) reagiert auf diese grundlegenden Veränderungen mit der Veröffentlichung eines Marketingkonzepts: „Australian Fortified Wines: The Dawning of a New Era“. Es beinhaltet die anvisierte neue Zielgruppe ebenso, wie Marketingmethoden zur Imageförderung und Absatzsteigerung des Weins mit dem neuen Namen 'Apera'.

Im Jahr 2016 ist von den Marketingvorhaben der WFA nichts zu sehen. Export- aber auch Inlandverbrauchsdaten sind weiter gefallen und befinden sich auf Rekordtief. Marketinginitiativen gehen nur vereinzelt und dann eher verhalten von den Winzern bzw. Herstellern selber aus. Ein schwerer Schlag ist auch der markenrechtliche Einspruch, den Campari aufgrund seines Produkts 'Aperol' eingereicht hat und weswegen eine Einfuhr in die EU bis heute nicht möglich ist.

Hindernisse für den Aufschwung von Apera und Sherry sind teilweise wirtschaftlicher Natur. In Australien der starke australische Dollar, der den Export erschwert, in Spanien die

problematische wirtschaftliche Lage der letzten Jahre.

Der Konsumentengeschmack, der sich international über die letzten Jahrzehnte hin zu leichteren, trockeneren Weinen verändert hat, erschwert den Absatz aufgespriteter Weine ebenso wie der Fitness- und Gesundheitstrend und die Promillegrenze für Autofahrer.

Besonders in Australien hat Apera auch ein Identitätsproblem.

Die Produzenten sind in der Herstellung relativ frei, Vorschriften bezüglich Rebsorten, Höchstserträge oder Ausbau gibt es so gut wie keine. Das führt dazu, dass Apera keine klare Identität hat. Für die einen ist es der Nachfolger des Sherry, die anderen würden sich davon am liebsten komplett distanzieren und sehen Apera als frischen Aperitifwein.

Sherry hat ein ähnliches Problem. Ihm haftet teilweise noch immer das verstaubte Image der halbsüßen und süßen Varianten der 70er Jahre an. Dabei ist die Geschmackspalette der unterschiedlichen Stile sehr vielfältig, was bis heute oftmals zu Verwirrung führt.

Es existieren allerdings auch eine Reihe von aktuellen Trends, welche sich positiv auf die beiden Weine auswirken können.

Der momentane Retrotrend ist für Australien weniger ausschlaggebend, da es sich für viele Konsumenten noch immer um ein 'neues Produkt' handelt. Der Sherry hingegen profitiert von der Tatsache, dass Dinge aus vergangenen Zeiten plötzlich wieder modern sind.

Viele Konsumenten sind außerdem bereit, heute mehr Geld für ein hochwertiges Produkt auszugeben. Premium-Aperas in Australien, aber besonders Premium-Produkte aus Jerez tragen dem Rechnung. Wenngleich also auch die Absatzzahlen noch immer sinken, ist zumindest in Spanien eine Steigerung in diesem Segment zu vermerken.

Des Weiteren geht die Tendenz zurück zu mehr Natürlichkeit. Die Verbraucher wollen wieder vermehrt wissen, wie ihre Produkte hergestellt werden und woher sie stammen. Besonders gute Qualitäten kommen häufig aus kleinen Weingütern und Bodegas, die teilweise biodynamisch arbeiten. Speziell ungeschönte und unfiltrierte 'en rama'-Sherrys liegen gerade sehr im Trend.

Die Tatsache, dass Weine im Sherrystil gute Essensbegleiter sind, ist nicht neu. Spanische Speisen, Bars und Restaurants erleben gerade einen internationalen Aufschwung und werden oftmals wieder mit hochwertigen Sherrys konsumiert. In Australien hingegen ist man noch auf der Suche nach der passenden nationalen Speisenkombination zu Apera.

Das aktuelle Cocktailmovement ist für beide Weine gleichermaßen von Vorteil. Es ist eine weitere Möglichkeit sich neu zu interpretieren und am Markt zu platzieren.

Im Gegensatz zu Jerez ist Apera in Australien immer nur Teil der Produktpalette. Händler, Gastronomen und selbst die meisten Produzenten scheinen nicht hinter dem Produkt zu stehen. Solange es keine gemeinschaftliche Initiative gibt den Wein zu definieren und zu vermarkten, wird er sich auch national kaum am Markt platzieren können. Einige sehr hochwertige Aperas werden vorerst regionale Geheimnisse bleiben.

Sherry ist ein Produkt mit Tradition und Charakter, einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis und weithin in einer relativ großen Auswahl käuflich zu erwerben. Auch werbetekhnisch ist der Consejo Regulador sehr aktiv.

Wenn Alleinstellungsmerkmale wie ausgewiesene Spitzenlagen und Jahrgangsunterschiede in Zukunft noch verstärkt herausgearbeitet werden, stehen die Chancen für Premium-Sherry gut, sich besonders für Weinliebhaber auf dem internationalen Markt etablieren zu können.

Anhand einer Verkostungsnotiz werden jeweils ein Sherry und Apera freundschaftlich mit einander verglichen, als Beispiel für einen Weinstil aus zwei sehr unterschiedlichen Weinbauländern.