

Zusammenfassung der Diplomarbeit (Unit 7) für die Weinakademie Österreich

Brasilien - Chancen als Land der Schaumweine auf dem deutschen Markt
Junko Iwamoto (www.junkoiwamoto.com), Kandidatennummer 10038150
Hamburg, Dezember 2013

1. Motivation für die Arbeit

In 2004 habe ich zum ersten Mal zwei sehr unterschiedliche brasilianische Weinbaugebiete, Serra Gaúcha und Vale do San Francisco, besucht. Besonders faszinierend war die Weinkultur der Immigranten aus Norditalien, die seit Ende des 19. Jh. in der Serra Gaúcha ihre neue Existenz aufgebaut haben.

Das Schlüsselerlebnis war in 2009. Im Februar konnte ich das traditionelle Weinfest „Fenavinho“ in Bento Gonçalves miterleben. Dieses Weinfest, das einen Monat lang dauert, war völlig anders als die sonstigen Weinfeste, die ich kannte. Das Fest war mit einer Messe kombiniert. Es wurde für Kinder und Erwachsene eine „Wein-Oper“ aufgeführt, die die brasilianische Weingeschichte visuell darstellte. In der Messehalle waren die schönsten Trauben aller Rebsorten aus der Gegend in Vitrinen ausgestellt, es gab zahlreiche Lernmöglichkeiten zu Wein. So viele Jugendliche auf einer Weinmesse habe ich noch nie gesehen. Ich habe bemerkt, dass es in Brasilien eine ganz andere Weinkultur gibt, und wollte mehr davon wissen. Ich wollte ein Teil meines Interesses als Diplomarbeit bearbeiten.

2. Fragestellung / Zielsetzung

In 2004 habe ich neben der Wein-Metropole Bento Gonçalves auch die Schaumwein-Metropole Garibaldi besucht und seine Geschichte erfahren. Das war der Anlass dafür, dass ich besonders auf die Entwicklung der brasilianischen Schaumweine neugierig wurde. Meine Fragestellung ist, ob brasilianische Schaumweine eine unverwechselbare Einzigartigkeit haben, die die internationale Weinwelt noch nicht ganz entdeckt hat und ob er auf dem deutschen Markt eine Chance hätte, eine besondere Stellung zu gewinnen.

Ziel der Arbeit ist es zunächst, den allgemein wenig bekannten historischen und kulturellen Hintergrund darzustellen und einen Überblick zum heutigen Produktionszustand brasilianischer Schaumweine zu geben. Darüber hinaus ist es mein Ziel, die Einzigartigkeit der brasilianischen Schaumweine herauszuarbeiten und anschliessend die Marktchancen in Deutschland einzuschätzen, wo weltweit am meisten Schaumweine konsumiert werden.

3. Methodik

Es gibt in Europa kaum Literatur über den brasilianischen Wein. Um die Einzigartigkeit der brasilianischen Schaumweine herauszufinden, habe ich Interviews und Recherchen vor Ort gemacht. Im November 2012 konnte ich 7 Önologen aus 6 Weingütern und einem Wissenschaftler von Embrapa Uva e Vinho interviewen. Im Juli 2013 konnte ich einen weiteren Önologen sprechen. Anschliessend habe ich mit ihnen und weiteren Önologen, die ich in den letzten Jahren kennengelernt habe, über Mail kommuniziert.

Um die Marktchancen in Deutschland zu prüfen war es wichtig, die Pioniere des Imports der brasilianischen Weine in Deutschland zu treffen. Durch das Interview mit Dr. Helmut Fritzsche und seiner Tochter Frau Michèle Fritzsche von Wein-Brasilien GmbH & Co KG habe ich Hintergrundinformationen und Anregungen bekommen. Ibravin ist ein weiteres wichtiges Institut, das ich kontaktiert habe. Die Promotionsdirektorin des Projektes „Wines

of Brasil“, Frau Andreia Gentilini Milan, hat mir nötige Daten und Materialien zur Verfügung gestellt. Durch die Webpräsenz von Ibravin und Embrapa Uva e Vinho konnte ich zahlreiche Nachrichten und wissenschaftliche Arbeiten finden. Während meiner Recherchezeit haben immer mehr deutsche und englische Journalisten Berichte über brasilianische Weine veröffentlicht. Ich konnte auch diese rechtzeitig finden.

4. Inhalt

Im ersten Teil (Kapitel 2 und 3) wird der historische Hintergrund dargestellt sowie Daten zur Produktionsdimension der brasilianischen Schaumweine zusammengestellt. Darüber hinaus werden die Anbauggebiete und deren klimatische und weitere Bedingungen, produzierte Stile, das Klassifikationssystem, verwendete Rebsorten und Produktionsmethoden vorgestellt. Daraufhin werden 2 typische brasilianische Schaumweinstile, nämlich „Espumante“ und „Espumante Moscatel“ und deren historische und kulturelle Hintergründe erklärt. Um ein etwas konkretes Bild der Schaumweinproduktion zu vermitteln, habe ich interviewte Produzenten und weitere Produzenten kurz portraitiert. Zum Schluss habe ich die Einzigartigkeit der brasilianischen Schaumweine herausgearbeitet wie z.B. die Assemblage mit Riesling Itálico oder die Möglichkeiten der Charmat-Methode.

Im zweiten Teil (Kapitel 4 und 5) wird der brasilianische und deutsche Schaumweinmarkt betrachtet, der wichtigste deutsche Importeur Wein-Brasilien GmbH & Co KG und die Marketingaktivitäten von Ibravin (Wines of Brasil) in Europa/Deutschland vorgestellt. Dem Brasilien-Image habe ich auch ein Kapitel gewidmet. Ich habe versucht seine Chancenperspektive zu antizipieren, basierend auf den im ersten Teil herausgearbeiteten einzigartigen Charaktermerkmalen der brasilianischen Schaumweine, ausgehend von der steigenden Qualität und der Resonanz bei den Fachjournalisten.

5. Fazit

Als Newcomer unter den Weinländern hat Brasilien eine eigene Tradition und einen einzigartigen kulturellen Hintergrund. Besonders der brasilianische Schaumwein hat eine bemerkenswerte Entwicklungsgeschichte und Charaktermerkmale, die man in der Welt vorzeigen kann. Unterstützt von seiner Geschichte und seinem guten Landesimage könnten der brasilianische „Espumante“ und „Espumante Moscatel“ jeweils eine Nische auf dem deutschen Markt finden. Der Espumante könnte sich als eigenständige Alternative zu Champagner, Cava oder Franciacorta präsentieren, der Espumante Moscatel als Alternative zu Asti oder Sparkling Moscato.

Da die Produktionsmenge brasilianischer Schaumweine sehr klein ist, ist es ratsam, zuerst die Produkte mit höheren Niveau im Mittelpreis-Segment auf dem deutschen Markt zu positionieren und so ein gehobenes Image zu etablieren. Die steigende Qualität wird diese Strategie bestimmt unterstützen.

Bei dem brasilianischen Schaumwein bestehen noch einige Freiheiten hinsichtlich der Produktionsregelungen, aber es gibt Anzeichen dafür, dass die Önologen einen eigenen Qualitätsstandard bestimmen möchten, um einwandfreie, hochqualitative Produkte zu vermarkten. Die Bestimmungen sollten aber die Freiheit der Winzer nicht zu sehr einengen und für die Verbraucher nützlich sein. Die bestehende IG-Klassifikation (DO/IP) und Consórcio de Produtores de Espumantes de Garibaldi (CPEG) könnten bald auf dem nationalen und internationalen Markt als Qualitätssiegel anerkannt werden, um das Image und den Verkauf zu unterstützen.