



Montefioralle ist eine der elf neu eingeführten Unterzonen des Chianti Classico, darf aber als eine von drei noch nicht verwendet werden

## Fels in der Brandung

Die Toskana hat eine treue und leidenschaftliche Fangemeinde. Ihr Weinsektor ist stark, anspruchsvoll und weniger konservativ als das Image.

**E**s gibt auf der Welt auch Weinhändler, die noch nie toskanischen Wein gekauft haben. 41 davon haben es in diesem Jahr zum größten B2B-Event der Region geschafft: Die »BuyWine Toscana« in Florenz, mit der im Februar die Woche der Antepime di Toscana beginnt, hat 130 internationale Einkäufer aus 39 Ländern mit 250 Weingütern vernetzt. Innerhalb von zwei Tagen haben sie in 3.118 Meetings über 23.000 Verkostungen erledigt, danach ging es auf Tour zu den Kellereien. Die Toskana scheut keine Kosten, wenn es um Promotion geht. Schließlich erwirtschaftet

die Branche allein im Exportgeschäft 1,25 Mrd. Euro.

**Großwetterlage freundlich.** Anlässlich der Veranstaltung stellt die Region umfangreiche Erhebungen über die jüngste Performance, Produktion und Herkünfte vor. Ganze 58 DOPs, davon 11 DOCGs und 41 DOCs, hat die Toskana im Laufe der Jahrzehnte angehäuft, aber zwei allein konzentrieren fast zwei Drittel der Abfüllung auf sich, die riesige DOCG Chianti und das Chianti Classico.

Fast die gesamte Rebfläche (95%) ist geschützten Herkünften gewidmet, den DOPs und sechs IGPs. Das kann

man als Qualitätsmerkmal für die Region einschätzen, auf nationalem Niveau liegt der Anteil bei 62–64 Prozent. Bemerkenswert hoch ist auch der Anteil an biologischem Weinbau, mit über 25.000 Hektar macht er 40 Prozent der toskanischen Anbaufläche aus. Weißweine sind relativ rar, bekannt sind nur der Vernaccia di San Gimignano und der Vermentino, der zunehmend Marktanteile gewinnt. Kaum 13 Prozent der Herstellung sind Weißweine.

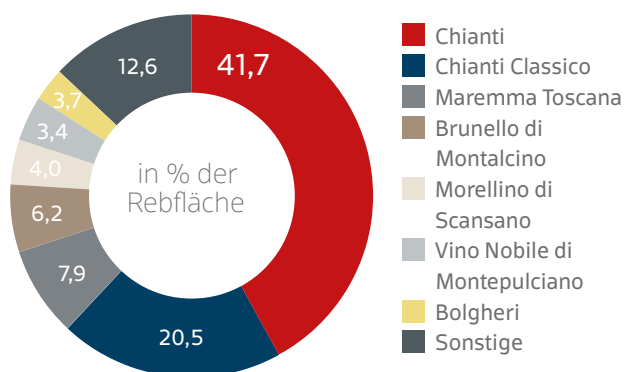
Wie in den meisten Regionen Italiens hat 2022 auch in der Toskana nur der Export Wachstum generiert, die Nachfrage im Inland sank über 10 Pro-





FOTO: MASSIMO SANI / FOTOCARABE.COM

## Die größten Herkünfte der Toskana



Quelle: ISMEA-Report Toskana Februar 2023

**Der Countdown läuft.** Bei den aktuellen Neuigkeiten in der Herstellung liegt das Chianti Classico vorn. Bei der Anteprema Chianti Classico Collection wurde der Start für die elf neuen Orts- und Ortsteillagen bekannt gegeben. Die sogenannten UGAs (unità geografiche aggiuntive) waren nach jahrelangen Recherchen und Auseinandersetzungen vor zwei Jahren beschlossen worden, sie sind ausschließlich der Spitzenkategorie Gran Selezione vorbehalten.

Ab dem 1. Juli 2023 wird die Änderung der Produktionsregeln rechtskräftig und die Hersteller können ab dem Jahrgang 2020 auf dem Etikett eine der elf Unterzonen Castellina, Castelnuovo Berardenga, Gaiole, Greve, Lamole, Montefioralle, Panzano, Radda, San Casciano, San Donato in Poggio sowie Vagliagli angeben. Lamole, Vagliagli und Montefioralle dürfen allerdings erst drei Jahre nach dem Inkrafttreten der neuen Regeln ihre UGAs benutzen, bei ihnen ist der Produktionsanteil an Gran Selezione noch zu gering.

Um die Lagen benutzen zu können, müssen die Hersteller lediglich die Herkunft der Trauben aus der jeweiligen Unterzone nachweisen können, es sind keine weiteren Änderungen bei den Produktionsregeln mit ihnen verbunden.

zent. Die internationalen Märkte sind Hauptabnehmer der Weine. An die außereuropäischen Länder gehen 67 Prozent der Herstellung, womit 72 Prozent des Exportwerts erzielt werden.

Drei Kunden vereinen 57 Prozent der Ausfuhren: USA, Deutschland und Kanada. Die USA sind dabei mit Abstand Numero Uno, sie nehmen 34 Prozent der Menge ab und bringen 38 Prozent des Exportwertes ein. Die Verkäufe in Deutschland und in Großbritannien haben nachgegeben, weniger Menge und weniger Wert. Dafür liegt Kanada 10 Prozent im Plus, und Frankreich sorgt wieder für eine Überraschung: Nicht nur der Prosecco läuft in Strömen, auch die toskanischen Weine sind en vogue (+31% Wert).

»Man muss die Preiserhöhungen der letzten Jahre erst mal verdauen«

Lutz Heimrich,  
Superiore.de

Die UGAs sind auch kein Cru-Bewertungssystem, aber sie können eine gute Orientierung für die Prägung der Weine sein.

**Spärlich in Sicht.** Welche Hersteller gehen am 1. Juli 2023 überhaupt mit den UGAs auf dem Etikett der Gran Selezione an den Start und was halten die deutschen Italien-Spezialisten von der Kennzeichnung? Marchesi Antinori lässt jedenfalls ausrichten, dass die UGA auf seiner einzigen Gran Selezione »Badia a Passignano« derzeit nicht vorgesehen ist.

Bei anderen toskanischen Blaublütern wird die Chance hingegen ergriffen – beziehungsweise: Sie können die Traubenherkunft aus dem abgegrenzten Gebiet nachweisen und stellen ihre Spitzentypologie nicht mittels der Auslese aus verschiedenen Gegenden her.

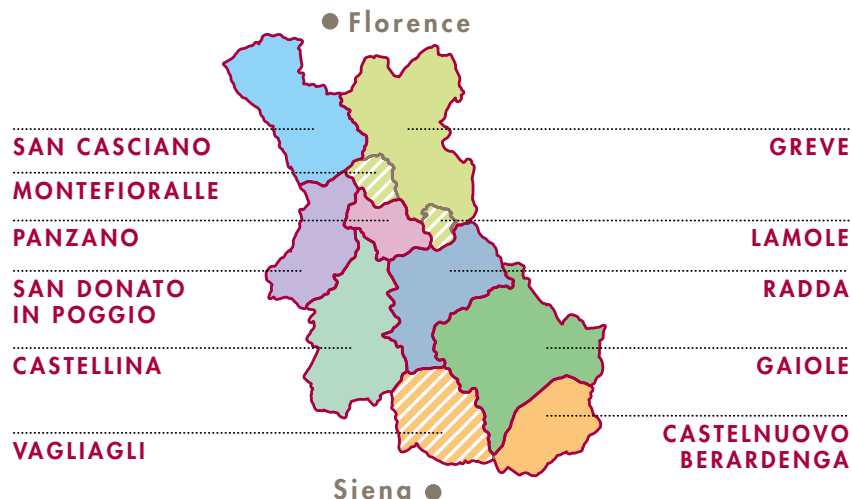
Die Marchesi Mazzei vom Castello di Fonterutoli werden alle drei Gran Selezione ab dem Stichtag mit der jeweiligen UGA ausstatten. Die GS Castello di Fonterutoli bekommt den Ausweis für Castellina, Badiala ist einwandfrei Radda, nur bei dem Cru-Blend Vicoregio gab es ein verwaltungstechnisches

## Neues Buch

### Informatives Werk zu Lagen und Territorium

Im Herbst letzten Jahres ist das ultimative Werk über das Territorium des Chianti Classico, die Gemeinden und die UGAs erschienen: In »Chianti Classico: L'Atlantide« werden unter anderem sehr nützliche Hinweise auf die jeweiligen Stile der einzelnen UGA gegeben. Italiens Weinlagen-Spezialist »Map-Man« Alessandro Masnaghetti und Co-Autor Paolo De Cristoforo haben 15 Jahre recherchiert, 140 detaillierteste Landkarten erstellt und die Weinberge von 394 Weingütern eingetragen. Diese Bibel ist sehr übersichtlich gestaltet, und die Texte sind nebeneinander auf englisch und italienisch gehalten. Der Atlas umfasst 424 Seiten und kostet 70 Euro, er ist ein Schmuckstück ([www.enogea.it/prodotto/chianti-classico-latlatante](http://www.enogea.it/prodotto/chianti-classico-latlatante)). Für einen schnellen Überblick und zur Unterstützung bei Verkostungen hat das Konsortium die den UGAs gewidmeten Buchseiten und ihre Landkarten in einem Heft zusammengestellt.





Elf neue Unterzonen können ab dem Jahrgang 2020 ab 1. Juli in der Bezeichnung genutzt werden



**Ricasolis Spitzenwein**

Für die Topweine von Castello di Brolio sollen die UGAs genutzt werden, aber noch nicht mit dem Jahrgang 2020

Problem. Vicoregio gehört eigentlich in die kleine UGA Vagliagli, die wie Lamole und Montefioralle erst in drei Jahren aktiviert wird.

»Da Vagliagli ein Ortsteil der Gemeinde Castelnuovo Berardenga ist, dürfen wir in den nächsten drei Jahren von der UGA Castelnuovo Berardenga Gebrauch machen. Bei den anderen beiden Lamole und Montefioralle ist es ähnlich, sie gehören zu Greve und können zunächst ihrer Gemeinde zugeordnet werden. 2026 können wir entscheiden, ob wir mit Vicoregio bei Castelnuovo Berardenga bleiben oder zu Vagliagli wechseln, wir können das noch nicht abschätzen«, erklärt Filippo Mazzei.

Er meint, dass die UGAs sicherlich einen Mehrwert für die Weine darstellen, aber nicht im Sinne einer Preiserhöhung. Man hoffe, dass dieses Projekt hilft, die lange Geschichte, die Traditionen sowie das weltweit einzigartige Territorium und die vielen Facetten ei-

ner führenden Weinproduktion hervorzuheben. »Aber auch im Bezug auf die Transparenz gegenüber dem Konsumenten, ist es ein bedeutender Schritt nach vorn, die Herkunft der Trauben zu zertifizieren«, so Filippo Mazzei.

Barone Ricasoli wird auch mit von der UGA-Partie sein. Castello di Brolio-Ricasoli hat sogar vier Gran Selezione: Castello di Brolio und die drei Crus Colledilà, Roncicone und CeniPrimo. »Diese Weine den einzelnen UGAs zuzuordnen wird sicherlich die Strategie der nächsten Ernten sein. Im Moment müssen wir noch ein paar rechtliche Details bezüglich der Beschriftung verstehen, deshalb können wir noch nicht mit dem Jahrgang 2020 starten«, informiert Francesco Ricasoli.

**Noch teurer?** Bei den deutschen Händlern sind bisher noch keine Ankündigungen für eventuelle UGA-Angaben ihrer Partnerbetriebe eingegangen, also auch keine eventuellen Preiserhöhungen. Die Begeisterung über die Einführung hält sich in Grenzen. »Orts- und Ortsteillagen sind viel zu großräumig für eine Spitzenkategorie«

»Orts- und Ortsteillagen sind viel zu großräumig für eine Spitzenkategorie«

Andreas Breising, Kölner Weinkeller

normalen Chianti Classico und der Riserva selbstverständlich sein, bei der Gran Selezione erwarte ich Einzellagen. Alles andere ist Quatsch«, erklärt Andreas Breising vom Kölner Weinkeller.

Die Toskana ist die wichtigste Region seines Italien-Portfolios. Seine Kunden zahlen im Schnitt über 20 Euro pro Flasche Wein, für die Toskana auch ein wenig mehr. »Die Toskana ist ein Klassiker. Ihre Kunden sind es in gewisser Weise auch, sie wissen genau, was sie möchten, und ich habe den Eindruck, dass sie sich nicht für Newcomer interessieren. Oft hängt es eher vom Hersteller ab als von der Herkunft. Aber für die Gran Selezione gibt es generell wenig Nachfrage«, führt Breising aus.

Im bestsortierten Italien-Paradies Superiore.de mit der größten Auswahl an Chianti-Classico-Herstellern ist die Stimmung gegenüber der Gran Selezione

»Für die Transparenz ist es ein bedeutender Schritt, die Herkunft der Trauben zu zertifizieren«

Filippo Mazzei, Castello di Fonterutoli







FOTO CRECELUS

auch eher bedeckt. »Wir haben zu den UGAs noch nichts gehört. Ich befürchte allerdings sehr, dass die Preisschraube bis ins Unerträgliche gedreht werden wird. Ich denke, man muss die Erhöhungen der letzten Jahre erst mal verdauen, und wir dürfen alle gemeinsam die Kunden nicht überfordern. 30 Euro sind noch ok, aber jenseits der 50 wird die Luft dünn, und danach sieht es leider aus – auch ohne UGA übrigens. Höchstpreise können sich maximal Castello di Ama, Fontodi und Felsina erlauben und die bleiben meist unter 100 Euro. Andere rufen Preise über 200 und 300 Euro pro Flasche auf, das läuft nicht«, berich-



FOTO ANTONOVISCO

tet Geschäftsführer Lutz Heimrich. Er wünscht sich »Augenmaß, Respekt und hin und wieder etwas Demut.«

**Der Wert wächst.** Bei der selbstbewussten Preisgestaltung ist es kein Wunder, dass die Gran Selezione zwar nur 5 Prozent der Herstellung an Chianti Classico ausmacht, jedoch 13 Prozent des Umsatzes der DOCG erwirtschaftet. Ihre Verkäufe sind nach Informationen des Konsortiums in 2022 um 30 Prozent gestiegen. Im vergangenen Jahr machten die Premium-Spielarten Chianti Classico Riserva und Gran Selezione rund 45 Prozent der Herstellung aus und 56 Pro-

Wird das Angebot an Weinen (I.) durch die UGAs noch größer? Bislang halten sich die Erzeuger mit Ankündigungen zurück

Das Interesse an der Toskana ist ungebrochen. Zur B2B-Messe BuyWine Toscana (r.) kamen 130 internationale Einkäufer nach Florenz

zent der Einnahmen. Die Bilanz dieser Bilderbuch-DOCG zwischen Florenz und Siena ist wieder bemerkenswert, was vielleicht weniger auf der Hochpreisigkeit der Spizentypologie beruht, als auf der hohen Durchschnittsqualität und Trinkigkeit der Jahrgangsweine. 2022 wurden zwar 2 Prozent weniger Wein abgefüllt als 2021, aber 6 Prozent mehr als die 36,2 Mill. Flaschen, die im Schnitt in den vorigen drei Jahren hergestellt wurden.

Laut der Erhebungen über die Plattform Maxidata, in die Hersteller freiwillig und anonym Details ihrer Verkäufe einspeisen, stieg der Wert um 17 Prozent gegenüber 2021. 53 Prozent der Konsortiumsmitglieder nehmen an diesem Programm teil, die Zahlen sind repräsentativ. Der Fasswein wurde 2022 ganze 10 Prozent teurer und bewegt sich zwischen 310–360 Euro pro Hektoliter.

Letzten Endes ist es wünschenswert, alle Typologien des Chianti Classico mit den UGAs auszustatten. Vielleicht sind sie beim normalen Chianti Classico sogar besonders sinnvoll und aussagekräftig. Diese Weine sind weniger ambitioniert vinifiziert und können ihr Territorium womöglich unvermittelter rüberbringen. Es ist nicht ausgeschlossen, dass die UGAs irgendwann für alle Weine angewendet werden dürfen. Das Konsortium behält sich die Entscheidung noch vor.

VERONIKA CRECELUS



LES VIGNOBLES  
**FONCALIEU**  
L'ÂME VIGNERONNE DEPUIS 1967

OFFICIAL SUPPLIER



**Der richtige Wein  
zum richtigen  
Moment**

[www.foncalieu.com](http://www.foncalieu.com)



PLEASE DRINK RESPONSIBLY

