

## Schaumweine

**Immer mehr junge Winzer der Champagne setzen auf eigene Produktion – mit Erfolg: Die Winzerchampagner begeistern Gastronomen.**

PATRICIA BRÖHM

Eric Rodez ist stolz auf seinen Weinberg oberhalb von Ambonnay, dem man ansieht, dass er seit Jahren keine Chemie ertragen musste. Zwischen den Rebstöcken wachsen Klee und Rauke, Löwenzahn und Ringelblume, Schmetterlinge flattern um die grünen Blätter. «In diesem Weinberg ist Leben», sagt er zufrieden. Deshalb, davon ist er überzeugt, darf man als Winzer nur minimal in die Natur eingreifen. «Die Terroirs der Champagne sind wie noble Musikinstrumente», sagt Rodez. «Man muss sie zu spielen verstehen.»

Terroir, diese viel bemühte Vokabel in der Weinwelt, spielte in der Champagne lange eine untergeordnete Rolle. Das hat sich gründlich geändert. Engagierte Winzer wie Eric Rodez setzen den Markenprodukten der grossen Häuser, die Jahr für Jahr das gleiche Geschmackserlebnis versprechen, immer öfter ein ganz neues Weinprofil entgegen: Winzerchampagner mit Persönlichkeit. Von den rund 15 000 Weinbauern in der Champagne verkaufen heute zwar immer noch zwei Drittel ihre Trauben an die grossen Häuser. Doch in immer mehr Familienbetrieben investiert die junge, gut ausgebildete Generation in Kellertechnik und entscheidet sich für das Wagnis der eigenen Produktion. Damit einher geht oft auch das Bekenntnis zu biologischem oder biodynamischem Anbau – und zu den Stärken einzelner Lagen. Eric Rodez ist nicht der Einzige, der mit seinem Les Gnettes 2010 Pinot Noir neuerdings auf Einzellagenchampagner setzt.



# Eigenwillig und avantgardistisch

Spitzenrestaurants in Skandinavien waren die Ersten, die mit sehr engagierten Schaumweinkarten auffielen, zum Teil verzichteten sie zugunsten der neuen Champagner-Avantgarde sogar ganz auf grosse Namen. Auch in der deutschsprachigen Spitzengastronomie macht Winzerchampagner vermehrt von sich reden. Wer als Sommelier auf sich hält, der führt neben den gefragten Markenprodukten der grossen Champagnerhäuser immer öfter auch Erzeugnisse der jungen, selbstbewussten Winzergeneration, von Jacques Lassaigne und Vouette et Sorbée, von Benoît Lahaye und Charles Dufour, von Georges Laval und David Léclapart. Doch was genau bedeutet das, Winzer-

champagner? Es sind Weine aus kleinen Familienbetrieben, die man am Kürzel «RM» (für «récoltant manipulateur») auf dem Etikett erkennt. Es dokumentiert, dass ausschliesslich eigene Trauben verarbeitet werden. Die jährliche Produktion liegt bei wenigen tausend bis hunderttausend Flaschen, je nach Weinbergfläche.

### Charakterstarke Schaumweine, die nicht jedem schmecken müssen

Rund 5000 solch unabhängige Winzer zählt die Champagne heute. Im Gegensatz zu den grossen Häusern verfügen sie nicht über millionenschwere Werbebudgets, dafür setzen sie dem Einheitsgeschmack Individualität entgegen. Anselme Selosse vom Weingut

Jacques Selosse in Avize etwa, einer der Urväter der Winzerchampagner-Bewegung, ist der Überzeugung: «Ein Champagner muss nach Wein schmecken.» Deshalb baut er seine Champagner von jeher wie Burgunder aus – in grossen Holzfässern von 228 bis 400 Liter Inhalt. Seine charakterstarken Schaumweine können ein ganzes Menü begleiten – inklusive Geflügel und Fleisch; die Produktion von 57 000 Flaschen ist jedes Jahr schnell aus-

verkauft. Zu den bekannteren Namen zählen auch Egly-Ouriot in Ambonnay und De Sousa in Avize, im Herzen der Côte des Blancs. Erick de Sousa nennt einige der besten Lagen der Champagne sein Eigen, die er biodynamisch bewirtschaftet, sie liefern Trauben in Grand-Cru-Qualität. Das Durchschnittsalter seiner Reben beträgt 45 Jahre, eine absolute Seltenheit in der Region. Die Grundweine für De Sousas Cuvée des Caudalies werden wie bei grossen Marken à la Krug im Eichenholzfass ausgebaut.

Auch Pierre Larmandier (Weingut Larmandier-Bernier) kann auf Rebstöcke zurückgreifen, die 48 bis 75 Jahre alt sind, sein Vieille Vigne de Cramant ist ein komplexer Wein mit Aromen von Vanille und Zitrone. Die Authentizität seiner Produkte unterstreicht der junge Winzer, indem er nur auf natürliche Hefen setzt: Jedes Jahr, jede Lage und damit jedes Fass haben ihre ganz eigene Hefe. Die Winzer der neuen Generation können sich Eigenwilligkeit leisten, weil sie ohnehin für eine Nische produzieren, sie müssen nicht jedem gefallen. Sie haben die Freiheit zu experimentieren und bieten deshalb auch Spezialitäten wie die Cuvée La Vigne d'Antan aus 100 Prozent Chardonnay von Jean-Mary und Benoît Tarlant: Sie schmeckt heute noch wie vor der Reblauskrise des ausgehenden 19. Jahrhunderts.

### Messe «Salon du Champagne» mit über 150 Cuvées

Am 15. November 2016 findet die zweite Ausgabe des «Salon du Champagne» in Zürich statt. Im Hotel Metropole können die Besucher mehr als 150 Cuvées von bis zu 35 verschiedenen Champagnerhäusern verkosten. Der erste Teil der Messe (13 bis 17 Uhr) ist Fachhändlern, Gastronomen und Sommeliers vorbehalten, bietet die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen und einen Einführungskurs oder eine Master Class zu besuchen. Letztes Jahr zog die Champagner-Messe über 1500 Besucher an. fee

wiine.me



### Stéphane Gass «Kleine Winzer setzen oft Trends.»

Restaurationsleiter Restaurant Schwarzwaldstube (3 Sterne, 19,5 Gault Millau-Punkte) im Hotel Traube Tonbach in Baiersbronn (D).

### Stéphane Gass, was macht für Sie den Reiz eines Winzerchampagners aus?

Winzerchampagner ist eine ganz andere Philosophie. Ein Jungwinzer mit wenigen Hektaren kann freier, flexibler und kreativer an die Sache herangehen als die grossen Häuser. Er kann die Stärken einzelner Lagen individuell herausarbeiten oder mit reinsortigen Cuvées experimentieren. In den vergangenen Jahren waren es oft die kleinen Winzer, die Trends setzten – zum Beispiel beim Extra Brut oder Champagner aus Einzellagen –, denen die grossen Häuser dann folgten. Und: Kleine Familienbetriebe sind oft schon in den Basisqualitäten sehr stark, weil sie die eigenen Weinberge genau kennen und die Mengen überschaubar sind.

### Wie reagieren die Gäste auf ihnen bisher unbekannte Namen?

Sie schätzen es, dass sie bei uns Champagner mit tollem Preis-Genuss-Verhältnis finden. Wir schenken vieles zum Kennenlernen für zwischen 18 und 25 Euro pro Glas ein.

Um den Gästen Abwechslung zu bieten, arbeiten wir da auch mit kleinen Mengen. Viele Stammgäste fragen, kaum dass sie am Tisch sitzen: Was gibt es Neues, Herr Gass?

### Wen sollte man derzeit im Auge behalten?

Es gibt immer wieder neue Talente, die noch wenig bekannt sind und zu erschwinglichem Preis tolle Qualität bieten. Sehr gut gefällt mir derzeit der 2008 Vazart-Coquart, ein Blanc de Blancs mit grosser Strahlkraft, der pure Ausdruck des Chardonnay auf Kreideböden. Oder Michel Loriot aus Festigny, der sich auf Pinot Meunier spezialisiert hat. Seine Cuvée Monodie 2007 ist ein grossartiger Essensbegleiter, passt gut zu herbstlichen Gerichten wie Fasan oder Rebhuhn. Begeistert hat mich zuletzt auch die Cuvée Special Club 2011 von Pierre Gimonet aus Cuis, das ist ein phänomenaler Blanc de Blancs mit salzigen, zitronigen Noten, der im Glas noch richtig aufgeht, mit ganz feiner Perlage und einer tollen Cremigkeit und Länge. pb



Experimentierfreudige Winzer: Jean-Mary und Benoît Tarlant und Eric Rodez (r.). Champagne Tarlant, Rodez

ANZEIGE

## Business Partner:

Exklusive Konditionen für Mitglieder von hotelleriesuisse

[www.hotelleriesuisse.ch/partner](http://www.hotelleriesuisse.ch/partner)

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

**HUBERT**

HUBERT ist der zuverlässige Partner für die Gastronomie und Hotellerie. Wir halten ständig über 6000 Artikel in unserem hochmodernen Logistikzentrum für Sie bereit.



MASERATI

Am 1. Dezember 1914 wurde das Unternehmen Officine Alfieri Maserati gegründet. Seitdem hat Maserati Sportwagengeschichte geschrieben. Aus einem einst kleinen Unternehmen entwickelte sich Maserati zu einer bedeutenden internationalen Automobilmarke, die heute in über 60 Ländern präsent ist.

Schaumweine

# Prosecco auf dem Weg nach oben

**Er ist der berühmteste Schaumwein Italiens und ist dabei, seinen Ruf zu revidieren: Der Prosecco Superiore DOCG zeigt, dass er weit mehr ist als ein beliebiger Aperitif.**

FRANZISKA EGLI

Er gesteht es ungeniert: Christoph Kokemoor, Chef-Sommelier im renommierten 5-Sterne-Hotel Les Trois Rois in Basel, war entsprechend skeptisch, als er gebeten wurde, Prosecco zu verkosten und Gastronomen und Sommeliers durch eine Degustation zu führen. Prosecco kannte er bis anhin bestenfalls in Kombination mit Aperol, erzählt er, «was keine Qualitätsprüfung zulässt». Nun

ging es aber nicht einfach um Prosecco, wie man ihn von der Massenproduktion her kennt und landläufig wahrnimmt, sondern um Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore, welcher DOCG-Status genießt, also um solchen mit kontrollierter und garantierter Herkunftsbezeichnung. Und da zeigt sich Kokemoor beeindruckt von den prägnanten Unterschieden der verschiedenen Kategorien und überrascht ob der hohen Qualität.

**Die Traubensorte heisst nicht mehr Prosecco, sondern Glera**

Prosecco – Synonym für den wohl berühmteste Schaumwein Italiens – war einst der Name einer Traubensorte, die Winzer in ganz Italien kelterten. Doch seit 2009 heisst die Prosecco-Traube per Dekret nicht mehr Prosecco, sondern Glera, und der Begriff Prosecco ist eine geschützte Herkunftsbezeichnung. Seither erfolgt die Prosecco-Produktion nicht nur nach DOC-, sondern auch nach DOCG-Richtlinien, was Anbau der Trauben, deren

Ausbau und natürliche Spumantisierung betrifft. Und er wird exklusiv in der Denominazione di Origine Controllata hergestellt – dem DOC-Gebiet, das neun Provinzen in den Regionen von Venetien und Friaul im Nordosten des Landes umfasst; eine verwunschene, hügelige Gegend, in der die Hänge steil und der Weinbau äusserst schwierig und arbeitsintensiv, das Klima aber winters wie sommers angenehm mild ist und genügend Regen verspricht – so, wie es die Glera-Traube mag. Hier, mitten im Hinterland Venedigs, liegt Conegliano, Hauptproduktionsort und mit Italiens erster Schule für Önologie von 1876 auch Forschungsstandort. Rund um Conegliano und Valdobbiadene sind die 15 Gemeinden, die 7191 Hektar Weinberge der 183 Produzenten, die das Gütesiegel DOCG tragen und die sich derzeit aufmachen, das Bild vom beliebigen Allerweltsgetränk zu revidieren und seine Qualität wie auch seine Vielseitigkeit aufzuzeigen.

Den Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG gibt



Weinberge von höchster Qualität: die Region Conegliano Valdobbiadene.

Arcangelo Piai und Luca Schiavo

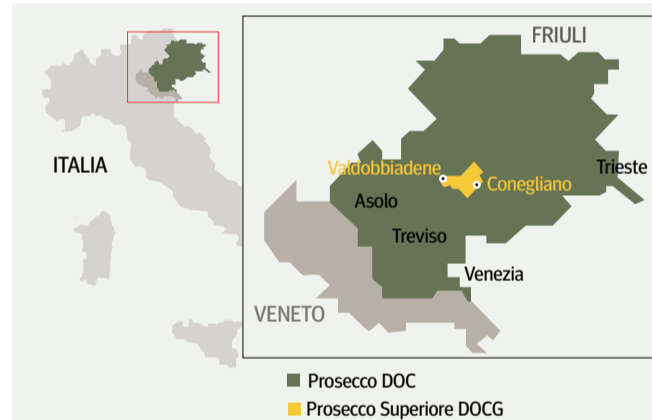
es in den Geschmacksrichtungen brut, extra dry und dry, in den Versionen «Spumante» (Schaumwein), «Frizzante» (Perlwein) sowie «Fermo» (still) und aufgrund der unterschiedlichen Terroirs und Lagen in verschiedenen Qualitätsstufen – von Superiore über Rive bis Cartizze, wobei Letzteres die Spitze, also den «Grand Cru» der Region bildet. Die Weine werden im Gegensatz zum Champagner und seiner Flaschengärung im

Tank gegärt. Diese Methode der Schaumbildung ermöglicht es, die sortentypischen Aromen zu erhalten. Dadurch entsteht diese prickelnd-fruchtige Frische, die dem Getränk so eigen ist. «Spannend wird es im Foodpairing-Bereich, wenn der Schaumwein zum Essen gereicht wird», erklärt Kokemoor. Eine Herausforderung sieht der Sommelier zudem darin, die gehobenen Häuser vom italienischen Klassiker überzeugen zu

können. Noch wird hierzulande – trotz Aufwind auch im Bereich der Crémants und des Winzerchampagners (siehe auch Seite 17) – Qualität mit Champagner gleichgesetzt. Aber, so Kokemoor, der es vermeidet, den Prosecco Superiore mit Champagner vergleichen zu wollen: «Das Potenzial ist da und muss nicht zuletzt von uns Gastronomen genutzt, das Wissen weitergereicht werden.»

Genau dies erhofft sich das Consortium Tutela del Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco – das den Prosecco Superiore und seine 3214 Mitglieder schützt wie auch für die Qualitätsförderung zuständig ist – mit dieser neu lancierten Marketingoffensive. «Zu- mal die Schweiz», sagt Giulia Pusini vom Konsortium, «nach Deutschland der wichtigste DOCG-Absatzmarkt ist.» 2015 wurden über 83,5 Millionen Superiore-Flaschen produziert (2014: 79 Mio.). Davon wurden 6,5 Millionen in die Schweiz exportiert (Deutschland: 6,7 Mio.). Und die Ernte 2016, die volle, aromatische Früchte hervorbrachte, verspricht jetzt schon, ein mindestens ebenso ausgezeichneter Jahrgang zu werden.

## Prosecco Zahlen und Fakten



2015 wurden 83 Mio. DOCG-Flaschen produziert (DOC: 355 Mio.). Die DOCG-Fläche entspricht 7191 Hektar (DOC: 20000). Quelle: prosecco.it



Viel Handarbeit: Die Hänge sind steil, der Weinbau schwierig und arbeitsintensiv.



Bilder Arcangelo Piai

# Wein paart sich mit Edelfleisch im Industriequartier

**Die junge, dynamische Weinhandlung Smith & Smith eröffnet im Zürcher Binz-Quartier mit dem Edelfleisch-Anbieter Luma Beef ein Steakhouse angelsächsischer Art.**

FRANZISKA EGLI

«Smith and de Luma» nennt sich die kulinarische Fusion elegant, die per 29. Oktober an den Start geht: In den Räumlichkeiten der «Binz», dem ehemaligen Fabrikgebäude im gleichnamigen Industriequartier am Fusse des Zürcher Uetlibergs, entsteht ein Restaurant, für das sich die Weinhandlung Smith & Smith mit dem Edelfleisch-Anbieter Luma Beef zusammengeschlossen hat. Für Markus Lichtstein, der die innovative und dynamische Wine Company vor drei Jahren gegründet hat, die heute bereits 16 Angestellte zählt, eine Entwicklung nach alter Tradition: «Den Weinhandel mit Restauration zu verbinden, ist seit jeher eine logische wie ideale Kombination und dient Kunden,



Mit dem Steakhouse Smith and de Luma lebt die Tradition von Weinhandel kombiniert mit Restauration neu auf.

Smith and de Luma, Tobias Stahel

Gästen und Winzern gleichermaßen», sagt der gelernte Hotelier-Restaurateur und Geschäftsführer von Smith & Smith – auch wenn sein Projekt eher durch Zufall entstanden ist: Gesucht wurden neue Laden- und Büroräumlichkeiten, gefunden wurde viel mehr Platz als nötig. Platz, gemäss Lichtstein, geradezu ideal für ein Restaurant und kulinarischer Begegnungsort samt Bankettsaal und Taste Aca-

demy für Workshops und Verkostungen. Mit Lucas Oechslin und Marco Tessaro, den Inhabern von Luma Beef, fanden sich zudem Partner, deren Delikatessen – darunter die mit Edelschimmelpilz veredelten Dry-Age-Fleischstücke – mit dem Angebot von Smith & Smith gut harmonieren.

Das passt zur jungen Wine Company, die den klassischen Pfad traditioneller Weinhandlung



öfters verlässt. Seit jeher engagiert man sich stark im Eventbereich jedwelcher Art, ist Mitveranstalter etwa beim Zürcher Streetfood Festival. Ihr hedonistischer Ansatz zeigt sich nur schon in den zahlreichen Trouvaillen familiärer Weingüter, die sich der Tradition, Herkunft und Qualität verpflichten. So hält das Smith-Sortiment, das rund 1000 Positionen umfasst, nebst Klassikern

viele Raritäten und ein breites Angebot an biologischen und bio-dynamischen Weinen sowie Natural Wines bereit. So klingende Namen wie Les Cousins Marc & Adrià aus dem Priorat oder Yves Gras von der Domaine Santa Duc aus Gigondas zählen zu ihren Winzern. Dazu kommen junge Zürich-Weine aus eigener Produktion, wie etwa die nach den drei Schutzheiligen der Zwingli-

stadt benannten Regula Cuvée weiss AOC, Exuperantius rosé AOC sowie Felix Cuvée rot AOC.

**Wem die «Selection» nicht reicht, dem steht die Weinhandlung offen**

Für das 85-plätzig Restaurant nun hat Smith & Smith eine Steakhouse Selection zusammengestellt bestehend aus 15 Schaumweinen, 10 weissen und 30 roten Weinen und abgestimmt auf die angelsächsische «Meat & Bread»-Kochkunst des irischstämmigen Küchenchefs Alan Hamilton. «Wem das nicht genügt, der kann gleich nebenan in der Weinhandlung aus dem kompletten Sortiment etwas nach seinem Gusto auswählen», sagt Lichtstein. Zu Beginn, bis ein Sommelier gefunden ist, wird das Smith-Team die Gäste bei der Weinwahl begleiten. Geführt wird das Restaurant von Mark Thomas Mueller, ehemaliger F&B-Manager des Parkhotels Vitznau, der die Kooperation begrüsst: «So können Synergien optimal genutzt werden. Und für uns Gastronomen ist dieser nahe Austausch mit den Weinfachleuten ein grosser Vorteil».

smithandeluma.ch