

Aglianico – Barolo des Südens?!

Bedeutung und Potential des Aglianico aus Kampanien und Basilikata

Giovanna Montanaro

Zusammenfassung UNIT 7 Diploma-Arbeit

1. Motivation für die Arbeit

Mit dem Agliano verbinden mich schöne Kindheitserinnerungen, als ich mit meinem Grossvater um drei Uhr nachts loslief, um in den frühen und noch kühlen Morgenstunden die traditionell im „sistema del capanno“ erzogenen Aglianico-Rebstöcke pflegen zu können. Die Gerüche und Geschmäcker begleiten mich bis heute und haben mich zu einer vertieften Auseinandersetzung mit Aglianico motiviert.

Aglianico gilt als hochwertige Rebsorte und neben Sangiovese und Nebbiolo als eine der drei besten italienischen Rotweinrebsorten¹. Dennoch hat der Aglianico bisher weder in Italien noch international die gebührende Anerkennung erhalten, was mich zur Analyse der zugrunde liegenden Ursachen angeregt hat.

2. Fragestellung

Die Rebsorte Aglianico ist der vielgepriesene Star Süditaliens und wird vielfach als „Barolo des Südens“ bezeichnet. Die Arbeit soll der Frage nachgehen, ob der Wein aus Aglianico tatsächlich (schon) ein Star ist oder sein Potenzial noch nicht ausgeschöpft hat.

Dabei wird untersucht, ob die heutige Bedeutung der Rebsorte Aglianico eher vom Können des einzelnen Winzers abhängt und/oder von anderen Elementen gefördert oder gebremst wird. Dazu werden die strukturellen Gegebenheiten und der Weinmarkt in den Regionen Kampanien und Basilikata analysiert.

3. Methodik

Anhand von Zahlenmaterial zu Rebfläche, Produktion, Konsum und Export sowie zu Produzenten und bewirtschafteter DOC(G)-Rebfläche werden die Bedeutung des Aglianico und die Struktur der Weinwirtschaft in Kampanien und Basilikata analysiert. Ergänzend fliessen Wertungen, Ansichten und Einschätzungen von einigen Branchenkennern zu Bedeutung und Potential des Aglianico ein (Produzenten, Weinhändler, Weinjournalist).

4. Inhalt

Die Analyse des erhältlichen Datenmaterials zeigt, dass der Aglianico weltweit in bescheidenem Umfang (9963ha; 69. Platz) angebaut wird. Das Anbaugebiet liegt praktisch ausschliesslich in den zwei italienischen Regionen Basilikata und Kampanien und nimmt dort einen Spitzenplatz ein. Es besteht somit eine starke regionale Verankerung des Aglianico mit der Basilikata und Kampanien.

¹ Ian D'Agata, Native Wine Grapes of Italy, 2014, S. 162. Ian D'Agata geht sogar weiter und bezeichnet den Aglianico als eine der 12 besten Rebsorten weltweit (D'Agata [2014], S. 162).

Die Weinwirtschaft in der Basilikata und Kampanien ist stark segmentiert. Trotz der strukturellen Anpassungen der letzten 10 und mehr Jahre sind für die Weinproduktion nach wie vor klein- bis mittelgrosse Betriebe mit vornehmlich familiärer Organisationsstruktur verantwortlich. Im Vergleich zu anderen italienischen Regionen liegen Basilikata und Kampanien mit Produktion und Export im Hintertreffen. Sie schöpfen das Produktionspotential der jeweiligen DOC(G) nicht aus und sind trotz eines gewissen Wachstums exportschwach und nicht exportorientiert.

Im stagnierenden Inlandmarkt und vor dem Hintergrund des international rückläufigen Weinkonsums kann der Aglianico seine Marktposition verbessern, wenn sein Exportanteil erhöht, und der Trend zu Qualitätsweinkonsum bedient wird. Dazu muss sein DOC(G)-Produktionspotenzial weiter ausgeschöpft werden. Zudem kann der Aglianico als Wein von ausgesprochener Typizität und Regionalität vom derzeitigen Trend zu Weinen mit regionalem und territorialem Charakter profitieren und seine Marktposition ausbauen.

Das Potential des Aglianico äussert sich auch in hohen Bewertungen und Prämierungen einzelner Weine. Auffallend ist, dass die ersten Aglianico-Weine erst gegen Ende der 90er-Jahre / Anfang dieses Jahrhunderts prämiert wurden. Insgesamt ist die Anzahl hoher Prämierungen gering und stagnierend.

5. Fazit

Der Aglianico hat ein grosses Potenzial, hochwertige Weine zu produzieren und ist stark mit den Regionen Kampanien und Basilikata identifiziert. Das Potenzial zeigt sich anhand herausragender Leistungen einzelner Produzenten, ist jedoch insgesamt nicht ausgeschöpft.

Um die Marktposition des Aglianico-Weines zu verbessern, sind in erster Linie der Bekanntheitsgrad der Rebsorte wie auch der Hauptanbaugebiete durch gezielte Marketingmassnahmen zu verbessern.

Wegen der stark segmentierten Weinwirtschaft und der nach wie vor strukturellen Schwäche beider Regionen, sind konzertierte nationale wie internationale Vermarktungsmassnahmen durch die Regionen, die Konsortien oder durch andere Gruppierungen und Zusammenschlüsse nötig.

Lokal muss vor allem die touristische Infrastruktur, die Zusammenarbeit und das „cross selling“ zwischen der lokalen Gastronomie und anderer Anbieter regionaler Produkte vorangetrieben werden. Die Vermarktung der Typizität und Regionalität des Aglianico in der eigenen Anbauregion muss gestärkt werden.

International sind in ausgesuchten Zielländern insbesondere (wiederkehrende) Grossevents und -degustationen unter Einbezug von Weinhändlern, Gastronomie, Weinjournalisten und Zeitschriften zu organisieren, um die Hauptanbaugebiete Kampanien und Basilikata sowie die Rebsorte Aglianico ins Bewusstsein der Konsumenten zu rücken und langfristig zu verankern.

* * *