

# NEU IM MARKT



In der Rubrik „Neu im Markt“ stellen wir deutsche und ausländische Weine und Betriebe vor, die neu auf den Markt kommen oder kommen sollten. Der Fokus liegt dabei auf Weinen, die nicht an jeder Ecke zu finden sind und die primär für den Einsatz im Bereich Fachhandel/Gastronomie sowie im „ambitionierten“ Lebensmitteleinzelhandel konzipiert sind.

## Weingut Keringer

### Neue-Welt-Stilistik vom Neusiedlersee

Na, das ist ja eindeutig Neue-Welt-Stilistik“, denkt man unweigerlich beim Verkosten der Weine. Wenn auf dem Verkostungsbogen als Rebsorte dann auch noch Shiraz und Cabernet Sauvignon angegeben sind, scheint die Herkunft klar zu sein. Umso größer die Überraschung, wenn beim Lüpfen der Hüllen keine Australier zum Vorschein kommen, sondern Europäer, genauer gesagt Rotweine aus dem Burgenland. Genauso ist es uns mit den Rotweinen ergangen, die Robert und Marietta Keringer unter der Bezeichnung „100 Days“ vermarkten.

Der ungewöhnliche Serienname kommt daher, dass die Weine nach der Ernte 100 Tage mit Schalen und Kernen auf der Maische bleiben, bevor sie danach im Holzfass ausgebaut werden. Die Zielvorgabe lautet, „charakteristische Sortenweine mit Struktur und Potential“ zu erzeugen, was Robert Keringer auch eindrucksvoll gelungen ist.

Keringer gehört zu den aufstrebenden Winzern aus Österreich. Nach seiner Tätigkeit bei einem Spirituosenshersteller kehrte er „über Umwege“ und eine mehrjährige Tätigkeit als Weinbauberater zurück in den Betrieb seiner Eltern. Binnen weniger Jahre formte er aus dem ehemaligen Nebenerwerbsbetrieb ein leistungsstarkes Unternehmen, das in der Fachpresse und bei internationalen Wettbewerben schon mehrfach aufhorchen ließ. So heimste Keringer bei der Austrian Wine Challenge (AWC) 2013 den Titel „Best National Producer, Österreich“ ein. Bei der Berliner Wine Trophy wurde er sogar schon vier Mal mit dem Titel „Bester Produzent Österreich“ ausgezeichnet.

Inzwischen umfasst der Familienbetrieb in Mönchhof am Neusiedlersee 15 ha Rebfläche. Mit einem Anteil von 80% an der Produktion spielen dabei Rotweine die erste Geige. Wichtigste Rotweinsorten sind Zweigelt, St. Laurent, Blaufränkisch, die regionale Spezialität Rathay (die auch als Cuvée-partner im Aushängeschild des Hauses, dem „Massiv“, zum Einsatz kommt)



### 2012 Zweigelt „100 Days“

Burgenland/Österreich  
Preis für Wiederverkäufer:  
11,80 Euro

Der letzte Wein unserer Probe mit über 50 Weinen aus aller Welt strahlt uns leuchtend aus dem Glas an. Gleich ist es geschafft. Aber, was ist das? Was für ein Schlusspunkt?! Zweigelt, wie man ihn sich kaum gelungener, eleganter, feiner, edler vorstellen kann. Im Duft offenbart sich eine wundervolle, feine Holznote, gepaart mit einem Korb voller Beeren. Den Gaumen umspielen sanfte Tannine, getragen von einer feingliedrigen Struktur und einer fast perfekten Harmonie. Kein Muskelprotz, sondern Rotwein vom Feinsten. Lecker, lecker, lecker! Erst nach Entfernen der Hüllen stellt sich heraus: kein „keringerer“ als Keringer. Dem Mann kann man offensichtlich jede Rotweinsorte in die Hand geben. Denn nach dem Zweigelt als bestem Wein der Probe landen der Shiraz und der Cabernet Sauvignon aus der Serie „100 Days“ auf den Rängen 2 und 3. Chapeau!

### Echte Vermarktungshilfe

Als Winzer/Erzeuger, Importeur, Agentur und Großhändler haben Sie die Möglichkeit, gebührenfrei Verkostungsmuster bei WEIN+MARKT einzureichen. Die Weine, die uns am besten gefallen, finden Eingang in unsere Rubrik **Neu im Markt** und werden in WEIN+MARKT präsentiert. Einzige Bedingung ist: Die Weine bzw. deren Lieferanten oder Erzeuger müssen „Neu im Markt“ sein!

### Neu im Markt (kurz: NiM) kann Folgendes bedeuten:

- + Ein Wein wird zum ersten Mal auf dem deutschen Markt angeboten.
- + Es wurde eine neue Weinserie geschaffen.
- + Ein neuer Lieferant kommt als Neuzugang in Ihr Portfolio.
- + Ihr Lieferant hat einen neuen Weinmacher, der einen anderen Stil eingeführt hat.

„Neu“ heißt ausdrücklich nicht: nur ein neuer Jahrgang oder eine neue Ausstattung.

sowie Shiraz und Cabernet. Darüber hinaus kultiviert Keringer aber auch die weißen Spezies Welschriesling, Chardonnay, Muskat-Ottonel und Grüner Veltliner.

Während er in seinem Heimatland schon über ein engmaschiges Vertriebsnetz verfügt, gibt es in Deutschland (wo der Vertrieb über einige lokale Partner läuft) noch etliche Distributionslücken. Und man fragt sich angesichts der gebotenen Qualitäten, warum sich nicht mehr Fachhändler mit seinen Weinen beschäftigen. Übrigens: Uns gefiel aus der Serie 100 Days der Zweigelt sogar noch besser als der Shiraz und der Cabernet.

[www.keringer.at](http://www.keringer.at)



## NEU IM MARKT

### Lavau

#### Potenzial aus dem Rhône

Wer Ausschau hält nach einem Produzenten von Weinen aus dem südlichen Rhône, der bislang noch nicht auf dem deutschen Markt vertreten ist, der sollte ein Auge auf Lavau werfen. Die Familie Lavau stammt ursprünglich aus St-Emilion und produziert schon seit mehreren Generationen Wein. 1964 ließ sich die Familie im Rhône nieder. Dort vinifiziert das Unternehmen an drei Standorten Gewächse aus den Appellationen Côtes du Rhône, Ventoux, Tavel, Vacqueyras, Gigondas und Châteauneuf-du-Pape.

Eigentümer des Hauses, das seinen Sitz in Violès hat, sind heute Benoît und Frédéric Lavau sowie Bénédicte Bonnet von Château Maucoil (seit der Fusion mit Maucoil im November 2013). Das Unternehmen bewirtschaftet 150 ha eigene Weinberge sowie 46 ha Rebfläche bei Château Maucoil. Die Produktserie Tradition Lavau wird zudem aus Trauben von 350 Vertragswinzern aus der Region hergestellt. Insgesamt produziert Lavau pro Jahr 7,5 Mio. l Wein (vor allem Côtes du Rhône), die zum überwiegenden Teil als lose Ware verkauft werden. Der Flaschenweinanteil ist bisher mit 250.000 Flaschen noch gering, soll aber sukzessive hochgefahren werden. Côtes du Rhône und Gigondas sind dabei die wichtigsten Artikel. Darüber hinaus möchten Benoît und Frédéric Lavau künftig in zusätzliche prestigeträchtige Rebflächen investieren.

Beim Aufbau eines Vertriebsnetzes auf dem deutschen Markt wird Lavau unterstützt von Weinmarketing Eric Mialhe in München (Tel. +49/1 72/8 50 62 48, [eric@mialhe.de](mailto:eric@mialhe.de)).

[www.lavau.fr](http://www.lavau.fr)



## NEU IM MARKT

### Lola GBR

#### Nicht nur für Aufreißer-Typen

Was Bemerkenswertes entstehen kann, wenn mehrere Damen sich zusammenschließen und gemeinsame Sache machen, haben schon Vereinigungen wie die „Trollinger Evas“ aus Württemberg unter Beweis gestellt (siehe WEIN+MARKT 3/2014). Für einen ähnlichen Aha-Effekt sorgen jetzt 11 „weinbegeisterte Powerfrauen“ aus Franken. Sie haben „Lola zum Aufreißen“ kreiert. Mit von der Partie sind bei der Frauen-Elf Dr. Gabriele Brendel (Eibelstadt), Kordula Geier (Würzburg), Helga Giegerich (Großwallstadt), Eva Pfaff-Düker (Volkach), Nicole Roth (Wiesenbronn), Ilonka Scheuring (Margetschöchheim), Monika Schlör (Wertheim), Tanja Strätz (Röttingen-

WEIN+MARKT 9/2014

### Ebenfalls empfehlenswert

**89**  
PUNKTE

#### 2012 Shiraz „100 Days“

Burgenland/Österreich

Preis für Wiederverkäufer: 12,90 Euro

**88**  
PUNKTE

#### 2012 Cabernet Sauvignon

„100 Days“

Burgenland/Österreich

Preis für Wiederverkäufer: 12,90 Euro



**88**  
PUNKTE

#### 2010 Le Carré

Côtes du Rhône Villages/Frankreich

Preis für Fachhändler (ex cellar):

7,90 Euro (bei Abnahme ganzer Paletten mit 600 Fl.)

Syrah und Grenache sind zwei Rebsorten, die weder im Weinberg noch im Keller leicht zu beherrschen sind und sich im Glas meist sehr selbstbewusst präsentieren. So auch beim Le Carré, wo zunächst viel fleischige Würze den Duft prägt, gepaart mit deutlicher Kirschfrucht. Am Gaumen zeigt dieser Wein sofort seine Muskeln. Fülle, Saft und Kraft werden von reifen Tanninen zu beachtlicher Länge getragen. Kein Wein für Rotweinnovizen, aber ein Pfundskerl.

### Ebenfalls empfehlenswert

**86**  
PUNKTE

#### 2012 Gigondas

Gigondas/Frankreich

Preis für Fachhändler (ex cellar):

9,90 Euro (bei Abnahme ganzer Paletten mit 600 Fl.)

Strüth), Ulrike Türksch (Tauberbischofsheim), Andrea Wirsching (Iphofen) und Marion Wunderlich (Tauberrettersheim).

Bei einem Treffen in der Heckenwirtschaft von Ilonka Scheuring philosophierten die befreudeten Damen nach eigenem Bekunden in lockerer Runde über Franken, den Bocksbeutel, Vermarktungsstrategien und Weinwerbung. „Dabei entstand die Idee, einen Wein zu kreieren, der gut schmeckt, Spaß macht und mit einem Augenzwinkern mit Vorurteilen spielt“, teilen die Ladies mit. Heraus kam eine überbetriebliche Weißwein-Cuvée, die zu gleichen Teilen aus Müller-Thurgau, Johanniter, Kerner und Riesling besteht. Die Trauben sind

auf verschiedenen Böden (Buntsandstein, Muschelkalk und Keuper) gewachsen. Der Gemeinschaftstropfen (11,5% Vol.) hatte bei der Premiere eine Auflage von gut 2.000 Bocksbeuteln, wurde trocken ausgebaut (mit einer dienenden Restsüße von 6,7 g/l), in die für Franken typische Bocksbeutelflasche gefüllt und unkonventionell mit einer schwarzen Lactasche umhüllt. „Der Bocksbeutel gilt immer noch als verstaubt und altmodisch, der Inhalt wird gern als erdig und sauer“, als „Wein, den die Großeltern getrunken haben“ bezeichnet. Die Realität sehe aber ganz anders aus. „Wir haben heute Weine im Bocksbeutel, die jung, spritzig, fruchtig, leicht und unkompliziert sind“, argumentieren die Lolas. Mit einem weiteren Vorurteil spielen sie beim Packaging. Die schwarzen Lactaschen mit plakativer roter Aufschrift sollen für Aufmerksamkeit sorgen und „Neugierde für das Innenleben“ wecken. „Die Lactasche verspricht eine sexy Lola“, erklärt Lola-Geschäftsführerin Ilonka Scheuring mit einem Augenzwinkern. Das „raffinierte Packaging“ mache „Lola zum Aufreißen“ zum „idealen Geschenk für jedermann“ – wobei drei Etiketten-Motive verfügbar sind: Lola Queen, Lola String und Lola Lisa (UVP: je 9,90 Euro). Die 11 Lolas kündigen ihr Gemeinschaftswerk als „fruchtig-frisches Weinvergnügen mit einem verführerischen Süßekick und einer animierenden Säure“ an. „Da bleibt es selten bei einem Glas.“ Stimmt!

[www.lola-zum-aufreissen.de](http://www.lola-zum-aufreissen.de)



**88  
PUNKTE**

**2013 Lola zum Aufreißen  
(Müller-Thurgau, Johanniter,  
Kerner, Riesling)**

Franken/Deutschland  
Unverbindliche Preisempfehlung: 9,90 Euro

Mit größter Spannung nähern wir uns diesem Wein. Die Rebsortenkombination verlangt (um mit den Worten von Jogi Löw zu sprechen) „höggssche Konzentration“. Die Nase zeigt sich ungewöhnlich vielschichtig und tief. Mal scheint

sie etwas vegetabil, mal erinnert sie an Gewürztraminer. Aber immer mit schönem floralem Unterton. Am Gaumen regt sich eine zarte Säure, da ist viel Substanz, eine gute Länge und schöne Balance. Gleichzeitig notieren zwei Verkoster „fein ziseliert“. Nach der Verkostung stellt sich heraus: Viele weibliche Köche schufen einen durchaus männlichen Wein mit breiten Schultern und einem romantischen Kern.



**NEU IM MARKT**

**Bibo & Runge Wein**

**Nichts dem Zufall überlassen**

Bei „Bibo & Runge Wein“ von Walter Bibo und Kai Runge ist wirklich alles neu: die Firma, der Keller, die Website, die Weine – nur die handelnden Personen nicht. „Manches kann man nicht planen“, schreiben Walter Bibo und Kai Runge auf ihrer neuen Internetseite [bibo-runge-wein.de](http://bibo-runge-wein.de) und meinen damit den glücklichen Zufall, dass sie beide mit einem sehr namhaften badischen Winzer befreundet sind, der sie einander vorstellte. Nachdem für Walter Bibo, den langjährigen Direktor des Weinguts Schloss Reinhartshausen, klar war, dass es mit den neuen Eigentümern des Betriebs für ihn dort nicht weitergehen würde, entstand gemeinsam mit Kai Runge schnell die Idee, den lang gehegten Traum vom eigenen Wein umzusetzen.

Ihre Partnerschaft wurde vielleicht vom Zufall arrangiert, bei ihrem gemeinsamen Projekt haben sie allerdings nichts dem Zufall überlassen. Jungendlichen Leichtsinn würde den beiden ohnehin niemand unterstellen, dennoch ist es beeindruckend, mit welcher Präzision und Zielorientierung sie ihr gemeinsames Projekt angingen. Vor einigen Wochen kamen nun die ersten beiden Weine dieser fruchtbaren Zusammenarbeit auf die Flasche. Ein 2013er Rheingau Riesling trocken und ein 2013er Rheingau Riesling halbtrocken, vinifiziert in Edelstahl und gereift in Holzfässern in einem Keller der alten Rheingauer Weinbaugemeinde Hallgarten.

Walter Bibo hat sehr klare Vorstellungen, wie er sich seine Weine wünscht. Dabei spielt vor allem der Faktor Zeit eine große Rolle. Nichts wird erzwungen, nichts beschleunigt, die Weine dürfen sich langsam entwickeln und reifen. Er macht keine Kompromisse bei der Gesundheit der Trauben, gekeltert wird mit einer nagelneuen vertikalen Korbpresse, die zwar viel mehr Zeit braucht als pneumatische Pressen, aber auf schonende Weise fast trübfreien Traubenmost liefert. Vergoren wird kontrolliert langsam, und die Hefen bekommen viel Zeit, sich nach getaner Arbeit abzusetzen. Nach Bibos Philosophie muss ein guter Wein ein Holzfass kennengelernt haben. Erst durch ein maßvolles Fasslager erhält er die Reife und die Struktur, die sich Walter Bibo wünscht.

[www.bibo-runge-wein.de](http://www.bibo-runge-wein.de)



**88  
PUNKTE**

**2013 Riesling halbtrocken**

Rheingau/Deutschland  
Preis für Wiederverkäufer:  
6,50 Euro

Erste Reaktion in der Blindverkostung: Hoppla, deutliches Holz. Am Gaumen eine präzente Restsüße. Riesling, Holzeinsatz und Restsüße sind bekanntlich keine Frage der objektiven Weinqualität, sondern der Philosophie des Kellermeisters, solange alles im Gleichgewicht bleibt. Nach einer kleinen Gewöhnungsphase gelingt es, sich diesem halbtrockenen Wein zu nähern und etwas weiter in seine Vielschichtigkeit einzudringen. Sobald er sich nach einer kleinen Verweilzeit am Gaumen ausbreiten darf, erschließt sich die feine Eleganz, die Lebhaftigkeit der Säure, das Zusammenspiel des Holzes mit der aromatischen Opulenz reifer Trauben. Mutig, aber überzeugend!

**Ebenfalls empfehlenswert**

**86+  
PUNKTE**

**2013 Riesling trocken**

Rheingau/Deutschland  
Preis für Wiederverkäufer:  
6,50 Euro



## NEU IM MARKT

### Fragantia

## Wenig Alkohol, viel Spaß

Jüngere Leute, die Spaß haben wollen und den unkomplizierten Zugang zum Thema Wein suchen, hat der spanische Big Player Gonzalez-Byass mit Fragantia im Visier. Die Linie, die bislang aus einem Weißwein (No. 6) und einem Rotwein (No. 9) besteht, stammt aus der Finca Constancia, die zum Besitz der Familie Gonzalez-Byass gehört. Das Weingut in der Region Castilla-La Mancha verfügt über 200 ha Rebfläche, auf denen heimische und international verbreitete Rebsorten kultiviert werden.

Die junge ambitionierte Weinmacherin Beatriz Paniagua erforscht dort die Charaktereigenschaften einzelner Parzellen und hat sich die Entwicklung neuer Projekte auf die Fahne geschrieben. Außerdem hat sie nach Angaben des Unternehmens ein ausgeprägtes Gespür für Aromen und ein offenes Ohr für Kundenwünsche. Vor diesem Hintergrund wurde die Idee von Fragantia geboren: aromatische, frische Weine in peppigen Outfits, die mit ihrem geringen Alkohol- und Kaloriengehalt unbeschwert zu genießen sind und einfach Spaß machen.

Diesen selbstgesteckten Anspruch erfüllt aus unserer Sicht der Fragantia No. 9 (mit 9,5% Vol. und 87,3 kcal/100 ml) aus der Rebsorte Syrah schon ganz gut; in unserer redaktionsinternen verdeckten Probe stuften wir ihn als ordentlich ein (84 Punkte). Noch besser gefiel uns allerdings sein „weißer Bruder“, der Fragantia No. 6 aus der Rebsorte Moscato (mit gerade mal 5,5% Vol. und 68,1 kcal/100 ml). Nach Angaben des Unternehmens wurden die Trauben für das Duo in kühlen September-Nächten gelesen, um die fruchtigen Primäraromen aus den Beerenhäuten zu bewahren. Nach einer fünfstündigen Mazerationszeit bei nur 5 Grad Celsius wurde nach dem Saignée-Verfahren nur der frei von der Presse ablaufende Most verwendet und die Gärung nach Erreichen des gewünschten Alkoholgehalts abgebrochen.

Pro Sorte wurden bei der Premiere 20.000 Flaschen produziert. Falls Fragantia aber auf den wichtigsten Märkten ins Rollen kommt, bestehe bei der Produktionsmenge noch viel Potenzial nach oben, teilt das Unternehmen mit. Auf dem deutschen Markt, wo der Vertrieb über die Handelsagentur Ralf Neumann aus Münster läuft, bewegt sich die unverbindliche Preisempfehlung bei 5,99 Euro pro Flasche.

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



### 2013 Fragantia No. 6 (Moscato)

Spanien  
Unverbindliche  
Preisempfehlung: 5,99 Euro

„Nix für Kenner“ notiert ein Verkoster. Aber für die ist dieses Getränk auch nicht gemacht. Das ausgesprochen duftige, zarte Moscato-Näschen, die süffig-süße Art, der Spaß am Genießen bei 5,5% Vol. Alkohol verschaffen diesem Partygetränk die Daseinsberechtigung in einer jungen, fröhlichen Zielgruppe aus Menschen, die einige Jahre später erst den Schritt zum „Kenner“ machen sollen. Bis dahin darf der Spaß im Vordergrund stehen.

Werner Engelhard/Klaus Herrmann



Premium Weine  
aus  
Südtirol  
für Ihren  
Fachhandel



Tramin - Südtirol, Italien  
Tel. +39 0471 860172  
[info@walch.it](mailto:info@walch.it)  
[www.walch.it](http://www.walch.it)