



Spaniens erfolgreichste Weißweinregion wächst weiter

Hauptaufgabe: Den Erfolg kontrollieren

Die Corona-Krise lässt auch die spanische Weißweinregion Rueda nicht unberührt. Davon abgesehen geht die Erfolgsgeschichte der Region jedoch ebenso weiter wie die Bemühungen des Consejo Regulador, das Angebot mit Weinstilen und Bezeichnungen zu differenzieren

Am spanischen Markt kommt derzeit Corona-bedingt einiges durcheinander. Der wichtige Weinabsatz in der Gastronomie ist völlig zusammengebrochen. Dafür stiegen die Verkäufe in den Supermärkten nach Nielsen im März um 77 Prozent. Ob dies zur Kompensation ausreicht und wie es anschließend weitergeht, ist nicht bekannt.

Im Consejo Regulador der DOP Rueda wird jedenfalls auch während der Kri-

se gearbeitet, wenn auch teilweise im Homeoffice und mit reduziertem Personal. Generalsekretär Santiago Mora kann nicht auf die notwendigen Verkostungen zur Freigabe der Weine verzichten, die am Markt benötigt werden. Auch die Beobachtung der Weinberge und die entsprechende Beratung der Bodegas zur Schädlingsvorsorge können nicht unterbleiben.

Wachstum bei Fläche und Absatz. Angesichts der vorliegenden Zahlen könn-

te sich Mora andererseits zufrieden zurücklehnen, denn mit der bekanntesten und erfolgreichsten Weißweinregion Spaniens geht es weiter kräftig nach oben, bei den Verkäufen ebenso wie bei der Anbaufläche. Die Verkäufe sind 2019 auf ein neues Rekordniveau gesprungen und erreichten 92,6 Mill. Flaschen – gemessen an den vergebenen Rückenetiketten. In spanischen Bars, vor allem in Madrid, ist der weiße Rueda längst zum dominierenden Ausschankwein geworden.

zum Stillstand, sieht sich getäuscht: Seitdem wächst die Anbaufläche noch schneller als zuvor, alleine in den vergangenen zwei Jahren um sagenhafte 23 Prozent auf 18.126 Hektar.

Das stetige Wachstum betrifft weitgehend den nationalen Markt. Die Exporte sind seit dem Rekordjahr 2013 nicht mehr gewachsen. Santiago Mora hat dafür eine Erklärung: »Erstens ist es auf den Exportmärkten nicht so leicht, sich entsprechend Gehör zu verschaffen. Zweitens richten die Bodegas ihre Aufmerksamkeit stark auf den wachsenden nationalen Markt. Da ist die Notwendigkeit, den Export zu forcieren, nicht so stark wie bei anderen Regionen. Aber wir arbeiten daran und konzentrieren uns mit unserem Exportmarketing auf wichtige Absatzländer, vor allem in Europa. Die endgültigen Zahlen liegen noch nicht vor. Aber wie es aussieht, haben wir 2019 in Deutschland, den Niederlanden und der Schweiz neue Rekordwerte erreicht.«

In den meisten Ländern ist die Promotionsarbeit allerdings aktuell zum Erliegen gekommen. In Deutschland können größere Konsumentenveranstaltungen vorläufig nicht weiterverfolgt werden. Ein Schwerpunkt soll im Export vor allem auf die Ausbildung gelegt werden. »Beim Personal im Fachhandel und in der Gastronomie können wir durch

Dementsprechend wird von den Erzeugern nachgeladen: Wer nach den eher stagnierenden Jahren 2013 bis 2015 gedacht hatte, das Anbauwachstum käme nach Jahren kräftigen Wachstums

Rueda in Zahlen

Jahr	Absatz Weiwein (Mio. Fl. 0,75)	Absatz Rot/Rosé (Mio. Fl. 0,75)	davon Export (Mio. Fl. 0,75)	Ernte (Mio. kg)	Anbaufläche (ha)
2000	16,4	1,0	1,8	29,8	6.900
2005	27,6	1,2	6,2	38,8	7.765
2010	50,2	0,3	7,7	76,6	11.739
2013	69,0	0,3	13,1	99,8	12.943
2014	80,1	0,3	12,1	98,3	12.995
2015	82,5	0,5	10,9	89,1	13.074
2016	85,1	0,4	10,9	111,5	13.529
2017	91,3	0,5	13,0	83,6	14.753
2018*	81,9	0,2	10,7	130,8	16.358
2019	92,6	0,2	13,0**	115,1	18.126

* 2018 klimabedingt kleine Ernte, daher auch Verkaufsrückgang

** Schätzung



»Die neuen Bezeichnungen Gran Vino und Vino de Pueblo helfen den Erzeugern, ihre außergewöhnlichen Weine erkennbar zu machen«

Almudena Alberca, Caserio de Dueñas

Schulung noch sehr viel erreichen«, ist sich Santiago Mora sicher.

Tatsächlich scheint der Kenntnisstand deutscher Konsumenten noch nicht sehr entwickelt zu sein. Rueda bleibt bisher, abgesehen vielleicht von Marqués de Riscal, erklärungsbedürftig und deshalb vor allem ein Thema für Fachhandel und Gastronomie. Warum das so ist, erklärt Gregor Brylla von den Domaines Schenk so: »Weißwein aus Spanien wurde ja immer mal wieder ins Spiel gebracht in Deutschland, aber am Ende greift der Konsument im Supermarkt dann doch eher zu deutschen oder italienischen Weißen. Wenn spanischer Weißwein verkauft wird, dann eher über die Marke, aber zumindest in der Großfläche nicht über die Herkunft.«

Differenzierung begrifflich geregelt. Internationaler Nachholbedarf scheint

»Unser Erfolgsgeheimnis ist vor allem das exzellente Preis-Qualitäts-Verhältnis unseres Rueda Verdejo. Aber wir arbeiten mit den neuen Bezeichnungen Gran Vino de Rueda und Vino de Pueblo sowie den Likörweinen Dorado und Pálido intensiv an der Differenzierung des Angebots«

Santiago Mora Muster, Consejo Regulador Rueda

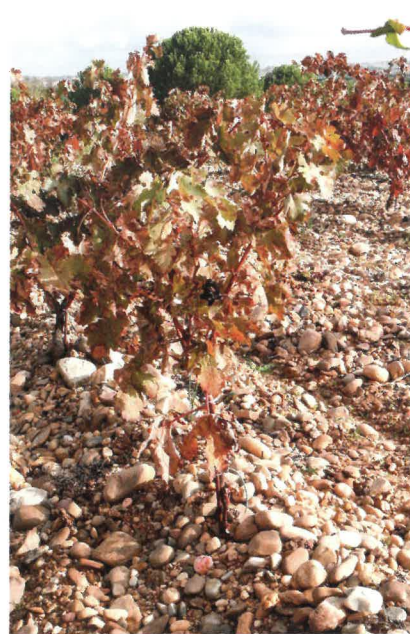


die Region in ihrer Entwicklung jedoch nicht aufzuhalten. Der Mengenerfolg hat allerdings auch Tücken und muss, wie das Consejo und die Bodegas sehr wohl wissen, kontrolliert weitergeführt werden. Die stetigen Absatzsteigerungen bauen nämlich nach wie vor auf dem frischen, trockenen Weißwein auf Verdejo-Basis. Selbst der Sauvignon Blanc entwickelt sich kaum noch weiter und verharrt bei knapp 3 Mill. Flaschen jährlich.

Einerseits ist dies ein Marktvorteil: Das Produktimage des Rueda ist eindeutig und für den Verbraucher leicht zu verstehen. Insbesondere an den Exportmärkten kann dies ein großer Vorteil sein. Andererseits entsteht durch die bisherige Fokussierung auf ein Produkt erheblicher Preisdruck, der sich bei anhaltendem Flächenwachstum verschärfen kann. Bereits jetzt gilt der mit 80 Prozent des Absatzes dominierende nationale Markt als weitgehend gesättigt. Randprodukte wie Schaumwein, Rotwein und der wieder aufkeimende traditionelle Dorado sind interessante Ergänzungen für Liebhaber, taugen aber nicht für eine tiefgreifende Strategie qualitativen Wachstums.

Vor allem aber ist eine Differenzierung nach oben, in Preisregionen über 10 Euro, bisher nicht durch ein Regelsystem unterstützt. Entsprechende Weine sind durchaus vorhanden. Nicht nur

Karge, kalkige Böden mit dichter Kiesauflage bilden das typische Terroir der besten Rueda-Lagen



Verdejo ist die Leitrebsorte im Anbaugebiet Rueda



die qualitativ führenden Produzenten arbeiten an höheren Qualitäten trockener Verdejos. Die Önologen arbeiten dabei im Weinberg und im Keller in mehreren Richtungen: Längeres Hefelager, Barriqueausbau, Lagenweine, Weinbergsalter, Betoneier. Daraus sind viele höherwertige Ruedas entstanden, die auch schon mal Preise bis 30 Euro erzielen können. Was bisher fehlte, war eine regulatorische Basis zur Bezeichnung auf dem Etikett. Die hat das Consejo Regulador jetzt geschaffen. Ab dem Jahrgang 2020 wird es neben einer zweiten Kategorie Likörwein (Pálido, unter Hefeflor gereift) zwei neue Bezeichnungen für trockene Tischweine geben, »Gran Vino de Rueda« und »Vino de Pueblo«.

Neu: Pueblo und Gran Vino. Mit dem Vino de Pueblo und dem angefügten Herkunftsort wird das Konzept des »Village«-Weins aufgegriffen, das ja bereits in der Rioja und im Priorat umgesetzt wurde. In Rueda macht es Sinn, denn Ortschaften wie La Seca oder Nieva mit besonderem Terroir können sich damit weiter profilieren. Vielleicht ist dies auch – ähnlich wie in Rioja – der erste Schritt in Richtung Lagenwein.

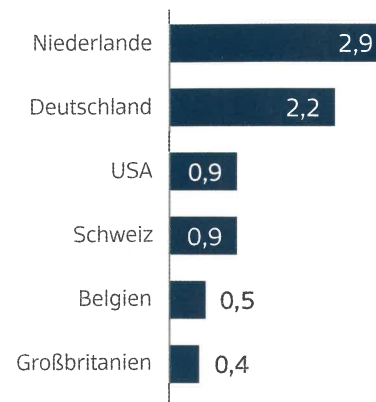
Beim Gran Vino de Rueda ist die Definition nicht ganz so einfach. Sie stützt sich auf drei Charakteristiken. Erstens müssen die Weinberge mindestens 30

Jahre alt sein. Santiago Mora dazu: »Das ist qualitativ in zweierlei Hinsicht wichtig, nicht nur wegen des Alters an sich, sondern auch, weil die alten Weinberge in den besten Lagen stehen.« Zweitens wird der Maximalertrag auf 6.500 Kilogramm pro Hektar begrenzt. Verdejo und Sauvignon Blanc dürfen für normale Qualitäten 10.000 kg bei Spalierziehung und 8.000 kg bei Gobeletterziehung erreichen. Die meisten alten Weinberge stehen in Gobelet, aber die Reduktion ist dennoch spürbar. Drittens ist die Mostausbeute mit maximal 65 Prozent (gegenüber sonst 72%) strikter geregelt. Es soll also vor allem Ablaufmost ohne oder mit sehr geringer Pressung verwendet werden. Noch nicht abschließend geregelt ist die Frage des Vertriebszeitpunkts. Die Weine sollten einige Monate später auf den Markt kommen als die ersten Verdejos eines neuen Jahrgangs, die meist schon im Dezember abgefüllt sind.

Almudena Alberca, verantwortliche Önologin für den Rueda »Caserio de Dueñas« und erste weibliche Master of Wine Spaniens, sieht die Kategorien positiv: »Der Gran Vino gibt den mit mehr Aufwand erzeugten Weinen einen besonderen Wert und hilft, die alten Weinberge zu schützen. Vino de Pueblo greift die Tatsache auf, dass Rueda viele Teilregionen mit markanten Weinen hat. Andererseits wird es dauern, bis die Bezeichnungen greifen, auch wenn sie den Erzeugern helfen, ihre außergewöhnlichen Weine erkennbar zu machen.«

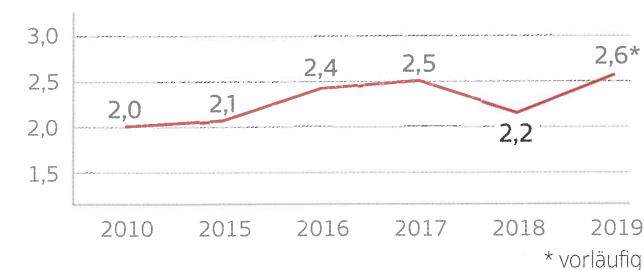
Exportstruktur 2018

(Mill. Fl. a 0,75l)



Exportentwicklung Deutschland

(Mill. Fl. a 0,75l)

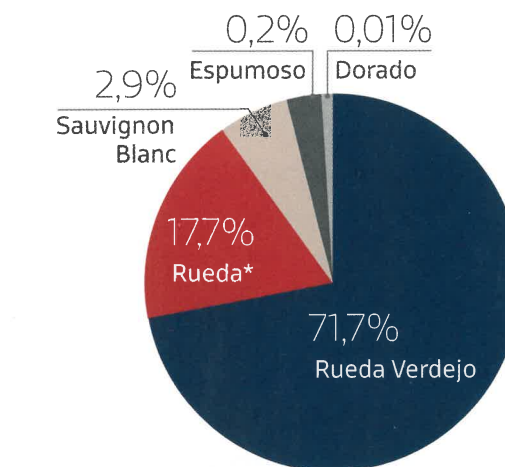


Unterschiedlicher Meinung kann man zu der Entscheidung sein, auf eine eigene Verkostung dieser Weine zu verzichten. Jeder Wein, der die drei Bedingungen erfüllt, darf nach der üblichen Fehlerverkostung, die alle Weine durchlaufen müssen, ohne Beurteilung der Qualität im Glase das Etikett »Gran Vino« tragen. Der Consejo begründet seine Entscheidung damit, dass es bei diesen Weinen sehr unterschiedliche Stile geben könne und Geschmack ja schließlich subjektiv sei. Man wolle da keinen Einfluss nehmen. Die Rioja mit ihren »Vino de Paraje« oder der VDP mit seinen Großen Gewächsen sehen das anders.

JÜRGEN MATHÄSS

Produktionsstruktur 2019

(Mill. Fl. a 0,75l)



* mindestens 50% aus den Rebsorten Verdejo und Sauvignon Blanc, außerdem zugelassen Viura, Palomino, Chardonnay und Viognier.

allure
aufregend

allure
PREMIUM SECCO
DIAMOND EDITION

ZIMMERMANN-GR
WWW



La región vinícola de vino blanco más importante de España sigue creciendo

Su objetivo principal: controlar el éxito

La crisis de la COVID 19 también le afecta a la región vinícola española de vino blanco Rueda. Aun así, la exitosa trayectoria de la región continúa, al igual que el empeño del Consejo Regulador de diferenciar la oferta mediante perfiles y denominaciones.

La crisis del coronavirus ha revuelto actualmente el mercado español. El principal canal de ventas, el de la restauración, se ha derrumbado por completo. Sin embargo, las ventas en los supermercados han subido en el mes de marzo un 77 %, según el panel de Nielsen. Está por ver, si esto compensa las pérdidas y qué depara el futuro.

Aun así, en el Consejo Regulador de la D.O. Rueda se sigue trabajando durante la crisis, aunque sea parcialmente a través de teletrabajo y con menos plantilla. El secretario general Santiago Mora no puede prescindir de las catas necesarias para sacar al mercado los vinos que se demandan. Tampoco el seguimiento de los viñedos y el correspondiente asesoramiento de las bodegas sobre la prevención de plagas pueden detenerse.

Crecimiento de la superficie y las ventas. Con las cifras disponibles, Mora, sin embargo, podría darse por satisfecho, pues la región vitivinícola española más conocida y exitosa sigue creciendo a buen ritmo, tanto en lo que a ventas como a superficie de viñedos se refiere. Las ventas alcanzaron en 2019 un nuevo récord y los 92,6 millones de botellas, a tenor de las contraetiquetas entregadas. En los bares españoles, especialmente en Madrid, el vino blanco de Rueda hace tiempo que se ha convertido en el vino más servido.

De ahí que los productores apuesten por él. Quien haya creído que después del periodo 2013-2015, que presentó cierto estancamiento, la expansión del cultivo sufriría un parón tras unos años de gran crecimiento, se ha equivocado. El aumento de la superficie de viñedos desde entonces incluso fue mayor. Solo en los dos últimos años experimentó un incremento espectacular del 23 % hasta alcanzar 18.126 hectáreas.

El crecimiento continuado se sustenta sobre todo en el mercado nacional. Los volúmenes de exportación no se incrementaron desde el récord alcanzado en 2013. Santiago Mora tiene una explicación para ello: «Primero, no es tan fácil lograr una buena acogida en el mercado internacional. Segundo, las bodegas se centran sobre todo en el creciente mercado nacional. Eso reduce la necesidad de doblar esfuerzos en la exportación que tienen otras regiones. Aun así, trabajamos en ello y dirigimos nuestro esfuerzo de comercialización a mercados de exportación importantes, sobre todo en Europa. Todavía no disponemos de cifras totales, pero parece que en 2019 hemos alcanzado un nuevo récord en Alemania, los Países Bajo y Suiza». En la mayoría de los países actualmente las campañas de promoción están paradas. En Alemania de momento no es posible retomar la celebración de eventos con gran afluencia de consumidores. En cuanto a la exportación, se quiere centra el esfuerzo sobre todo en la formación. Santiago Mora asegura convencido: «Aún podemos avanzar mucho mediante la formación del personal del comercio especializado y de la restauración».

Rueda en números					
Año	Ventas vino blanco (mill. botellas de 0,75 l)	Ventas vino tinto/rosado (mill. botellas de 0,75 l)	De los cuales exportados (mill. botellas de 0,75 l)	Cosecha (mill. kg)	Superficie viñedos (ha)
2000	16,4	1,0	1,8	29,8	6.900
2005	27,6	1,2	6,2	38,8	7.765
2010	50,2	0,3	7,7	76,6	11.739
2013	69,0	0,3	13,1	99,8	12.943
2014	80,1	0,3	12,1	98,3	12.995
2015	82,5	0,5	10,9	89,1	13.074
2016	85,1	0,4	10,9	111,5	13.529
2017	91,3	0,5	13,0	83,6	14.753
2018*	81,9	0,2	0,7	130,8	16.358
2019	92,6	0,2	13,0**	115,1	18.126

*2018 menor cosecha debido a las condiciones climáticas y en consecuencia menores ventas

** Estimación



»Las nuevas categorías Gran Vino y Vino de Pueblo ayudan al productor a que se identifiquen sus excelentes vinos.«

Almudena Alberca, Caserío de Dueñas

De hecho, parece que los conocimientos de los consumidores alemanes no son demasiado amplios. A excepción del Marqués de Riscal, Rueda sigue siendo una gran desconocida y, por ello, está relegada al comercio especializado y la restauración. Porqué es así, nos lo explica Gregor Brylla de Domaines Schenk: «Los vinos blancos españoles fueron presentados en diversas ocasiones al mercado alemán, pero finalmente el consumidor en el supermercado acaba decidiéndose más bien por un vino alemán o italiano. Si se vende vino blanco español, es más bien a través de la marca, en las grandes superficies desde luego no por su origen».

»El secreto de nuestro éxito radica sobre todo en la excelente relación calidad-precio de nuestro Verdejo de Rueda. Pero estamos trabajando de manera intensiva en la diferenciación de nuestra oferta con las nuevas categorías Gran Vino de Rueda y Vino de Pueblo, así como con los vinos de licor Dorado y Pálido.«

Santiago Mora Muster, Consejo Regulador Rueda

Diferenciación mediante regulación conceptual. La necesidad de ponerse al día en el mercado internacional parece, sin embargo, no impedir el desarrollo de esta región. Los volúmenes récord también comportan peligros y, como bien saben el Consejo Regulador y las bodegas, debe trabajarse en ello de manera controlada. Pues el continuo incremento de ventas se sigue logrando a través del vino blanco fresco y seco elaborado con verdejo. Incluso la cosecha de *sauvignon blanc* casi no sigue aumentando y no pasa de los 3 millones de botellas al año.



Por una parte, esto es una ventaja. La imagen de producto de Rueda es clara y fácil de entender para el consumidor. Esto puede ser una gran ventaja, especialmente en los mercados de exportación. Por otra parte, al centrarse hasta ahora en un solo producto se genera una presión considerable sobre el precio, que puede agudizarse si continúa aumentando el número de botellas. En la actualidad ya se considera que el mercado nacional que absorbe el 80 % de las ventas está en gran medida saturado. Productos marginales como el vino espumoso, el tinto y el tradicional Dorado, que está resurgiendo, son un añadido interesante para los amantes del vino, pero no sirven para una estrategia profunda para un crecimiento cualitativo.



La variedad verdejo es la variedad principal de la región de cultivo Rueda.



Los suelos áridos, calizos, con un compacto depósito de rañas conforman el terreno típico de las mejores zonas de la D.O. Rueda.

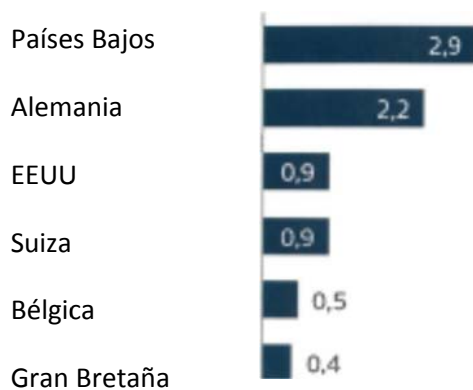
Pero sobre todo existe una diferenciación de calidad en el segmento por encima de los 10 € que no contaba con el apoyo del sistema regulador. Ese tipo de vinos también existen. No solo los productores principales, en términos de calidad, buscan una calidad superior en vinos secos verdejo. Los enólogos trabajan tanto en los viñedos como en las bodegas en diferentes aspectos: fermentación más larga, maduración en barricas, vinos de pago, edad del viñedo, depósitos de hormigón. De aquí surgieron numerosos exquisitos vinos de Rueda que pueden llegar a alcanzar precios entorno a los 30 euros. Lo que faltaba hasta la fecha era un marco regulador de la clasificación en la etiqueta. Eso, por fin, lo ha conseguido el Consejo Regulador. A partir de la añada 2020 habrá además de una segunda categoría de vino de licor (Pálido, envejecido bajo velo de flor), dos nuevas clasificaciones para vinos secos de mesa, «Gran Vino de Rueda» y «Vino de Pueblo».

Nuevo: Pueblo y Gran Vino. Con el Vino de Pueblo y la indicación del lugar de origen se recupera el concepto vinos de «pueblo» ya introducido en las denominaciones Rioja y Priorato. En Rueda esto cobra sentido, ya que poblaciones como La Seca o Nieva pueden definirse mejor por sus suelos característicos. Quizás sea esto, al igual que en la Rioja, el primer paso hacia los vinos de pago.

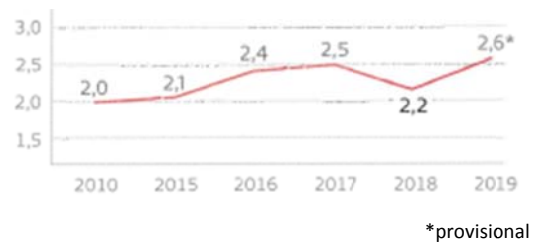
En el caso del Gran Vino de Rueda la definición no resulta fácil. Gira en torno a tres características. En primer lugar, los viñedos han de tener más de 30 años de antigüedad. Según Santiago Mora, «en términos de calidad esto es importante por dos cosas, no solo por la edad en sí misma, sino porque los viñedos viejos se encuentran en las mejores ubicaciones». En segundo lugar, el rendimiento máximo está limitado a 6.500 kg por hectárea. Las variedades verdejo y *sauvignon blanc* pueden alcanzar para una calidad normal 10.000 kg en espaldera y 8.000 kg en pie bajo (vaso). La mayoría de los viñedos viejos están plantados en pie bajo, de todos modos, la reducción se hace sentir. En tercer lugar, la regulación que afecta a la extracción de mosto es más estricta y esta no superará el 65 % (frente al habitual 72 %). Se utilizará por tanto sobre todo mosto flor, aplicando muy poca o ninguna presión. Todavía no está cerrada la cuestión del momento de comercialización. Los vinos deberían aparecer en el mercado unos meses después de los primeros verdejos de la nueva añada, que generalmente ya están embotellados en diciembre.

Almudena Alberca, la enóloga responsable de «Caserío de Dueñas» de la D.O. Rueda y la primera mujer española *Master of Wine*, considera que las categorías son positivas: «Gran Vino les confiere a los vinos con más costes de elaboración un mayor valor y ayuda a proteger los viñedos viejos. Vino de Pueblo incide en el hecho de que Rueda tienes muchas subregiones con vinos sobresalientes. Por otra parte, se necesitará tiempo hasta que se asienten estas categorías, aunque les ayuden a los productores a darle visibilidad a sus vinos».

Ranking de exportación 2018 (mill. botellas de 0,75 l)

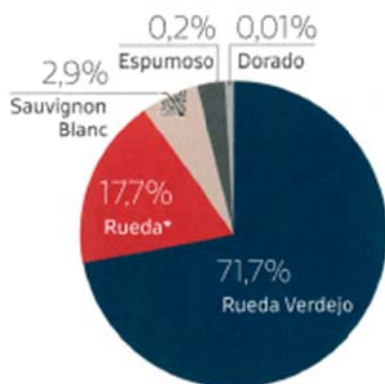


Evolución de la exportación Alemania (mill. botellas de 0,75 l)



Se puede discrepar con la decisión de renunciar a la realización de catas propias de estos vinos. Todos los vinos que cumplan los tres requisitos pueden lucir en la botella la etiqueta «Gran Vino», tras los controles de calidad habituales que deben superar todos los vinos, sin que se entre a valorar su calidad. El Consejo justifica su decisión al indicar que estos vinos pueden presentar estilos muy distintos y que al final el gusto es algo muy subjetivo. Que no se quiere influir sobre este aspecto. La Rioja con su «Vino de Paraje» o la DOCa con sus grades viñedos lo ve de manera distinta. JÜRGEN MATHÄSS

Distribución producción 2019 (mill. botellas de 0,75 l)



* mín. del 50 % de variedades verdejo y *sauvignon blanc*, otras variedades permitidas viura, palomino, *chardonnay* y *viognier*.