



SonntagsBlick Magazin
8008 Zürich
044/ 259 64 64
www.sonntagsblick.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 188'302
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 721.024
Abo-Nr.: 1094406
Seite: 15
Fläche: 144'938 mm²

Flüssiger Luxus

Die Supertoskaner wurden oft totgeschrieben.
Zu Unrecht. **Ornellaia** ist das beste Beispiel. Auch
George Clooney und Brad Pitt sind Fans.

ALAIN KUNZ



Ein grosser Name
des Weinbaus, in
dem Tradition und
ein modernes Image
mitschwingen:
Ornellaia.



Bindella
la vita è bella

SonntagsBlick Magazin
8008 Zürich
044/ 259 64 64
www.sonntagsblick.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 188'302
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 721.024
Abo-Nr.: 1094406
Seite: 15
Fläche: 144'938 mm²

In den 1960er-Jahren war Italien weintechnisch ein Nobody. Keine grossen Weine. Massenware. Kaum Export. Erst Nonkonformisten aus der Toskana bringen das Land in den 1970er-Jahren zurück auf die Landkarte des Weinbaus, auf die Favoritenlisten der grossen Weinexperten. Dafür wurden sie gelobt und geadelt, später für ihren konformierten Stil und die hohen Preise kritisiert und schliesslich zum Auslaufmodell erklärt (siehe Seite 17). Zu diesen sogenannten Supertoskanern gehört Ornellaia. Weinmacher dort ist Axel Heinz, ein Mann mit deutschen Wurzeln, der sich seine Sporen im Bordelais abverdient hat. Seit 2005 ist er Önologe von Ornellaia. Michel Rolland (68), Berater-Legende aus Frankreich, unterstützt ihn. Seit Anfang 2015 ist Heinz auch Direktor von Ornellaia, einer der ganz ►

◀ grossen Weinadressen Italiens. Heinz will nichts vom Serbelen der Supertoskaner wissen: «Es ist paradox – sie werden seit Jahren totgeschrieben, Masseto und Sassicaia aber sind noch immer die erfolgreichsten Weine Italiens.» Und weiter: «Die Weine der Toskana lassen sich längst nicht mehr unter einem Allerwelts-Decknamen verkaufen, zu unterschiedlich sind die An- und Ausbaustile in den verschiedenen Regionen.» Das Schlagwort Supertoskaner habe ausgedient.

Marketing prägt den Erfolg massgebend mit

Das italienische Weinwunder geht in erster Linie auf die Antinori-

Weindynastie zurück, namentlich auf Piero. Dessen Bruder Lodovico hob 1981 das Projekt Ornellaia in der Gemeinde Bolgheri aus der Taufe – und damit Weine, die heute im Legendenstatus stehen: Ornellaia und Masseto.

In den letzten Jahren wechselte das Haus mehrfach die Hand, das Branding aber strahlt noch immer: modern, selbstbewusst, auf gutes Marketing setzend. «Es stimmt, dass das Marketing bei uns einen hohen Stellenwert einnimmt», sagt Heinz. «Vielleicht war es auch notwendig, um Ornellaia zu etablieren, schliesslich kann das Haus nicht auf eine ewig lange Tradition zurückblicken.» Aber: «Das beste Marketing taugt ohne die Qualität der Weine nichts – im Topsegment sowieso», bekräftigt Heinz.

Heute sieht Axel Heinz die Weine von Ornellaia als Klassiker. In der Toskana gelte man bereits als Traditionsgut mit modernem Image. «Wichtig ist, dass das Zusammenspiel von Neuem und Tradition stimmt.» Ein Beispiel für dieses Zusammenspiel: Jedes Jahr kreiert ein renommierter Künstler die Sonder-Etiketten der Vendemmia d'artista, einer Spezialedition der grossen Ornellaia-Flaschen. Diese werden später versteigert. Im vergangenen Jahr kam der Schweizer John Armleder (68) zum Zug. Er nannte seine Künstleredition «L'Incanto», der Zauber. Die entsprechenden Weine kamen im Mai 2015 in der Fondation Beyeler in Riehen BS unter den Hammer. Ein Must-Anlass für den Basler Daig. Die erzielten Einnahmen wurden

der Fondation gespendet: 230 000 Franken.

Am Anfang von Ornellaias Erfolgsstory steht der bei uns äusserst populäre Basiswein Le Volte. In den Gründerjahren war der Einstiegswein für die Besitzer eminent wichtig, weil er ihnen Bargeld in die Kassen spülte. Mit dem Erfolg der «grossen» und weit teureren Weine, Ornellaia und Serre Nuove, wurde Le Volte unwichtiger. In den letzten Jahren vermochte er nicht durchwegs zu überzeugen, was Axel Heinz gar nicht passat: «Die Qualität muss trotz Quantität stimmen. Schliesslich steht Le Volte dell'Ornellaia auf den Flaschen.» Anpassungen hat er bereits eingeleitet, so werden nun mehr Trauben als fertiger Wein zugekauft. Mittlerweile kommen jährlich 550 000 Flaschen Le Volte auf den Markt.

Ornellaia Bianco – der beste toskanische Weisswein?

Die Spitzengewächse sind rarer und auch bei VIPs sehr beliebt. George Clooney etwa schenkte den Ornellaia-Zweitwein Serre Nuove an seiner Hochzeit aus – er soll in Strömen geflossen sein. Clooneys «Best Buddy» und Weingutsbesitzer Brad Pitt feierte im Berliner In-Restaurant Grace den Drehschluss seiner Netflix-Serie «War Machine» mit einer Magnumflasche Ornellaia. Preis: 780 Euro.

Ornellaia hat vor ein paar Jahren das Projekt Weisswein mit dem Poggio alle Gasse wiederbelebt. Gemäss Heinz als Laborversuch. Denn 2008 wurde die Idee geboren, den bestmöglichen Weisswein



SonntagsBlick Magazin
8008 Zürich
044/ 259 64 64
www.sonntagsblick.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 188'302
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 721.024
Abo-Nr.: 1094406
Seite: 15
Fläche: 144'938 mm²



Der deutsche Axel Heinz ist Onologe bei Ornellaia und seit Anfang 2015 auch Direktor.



Italiens Weinpate
Angelo Gaja
über Ornellaia:

«Auch wenn mir der eine oder andere Jahrgang wie 2001, 2007 oder 2009 zu mächtig war: Auf Ornellaia wird präzise gearbeitet, alles ist fein kalibriert.

Dort wirken sehr fähige Leute, die es verstehen, Weine von hoher Qualität mit starkem Marketing zu verbinden. Den hohen Preis für den Masseto muss man im Markt erst mal behaupten können! Dies alles ist das Verdienst von CEO Giovanni Geddes, er ist das Mastermind hinter dem Erfolg. Der Mann ist super!»



SonntagsBlick Magazin
8008 Zürich
044/ 259 64 64
www.sonntagsblick.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 188'302
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 721.024
Abo-Nr.: 1094406
Seite: 15
Fläche: 144'938 mm²

in die Flasche zu füllen, den das Bolgheri-Terroir hergibt. Vor zwei Jahren taufte man das Baby auf den Namen Ornellaia Bianco – eine Assemblage aus 70 Prozent Sauvignon Blanc und 30 Prozent Viognier. Der Name verrät: Die Önologen kamen zur Überzeugung, dass das klassische Rotwein-Terroir einen Weltklasse-Weisswein hergebe, der den Namen Ornellaia verdient.

Degustieren durften den Bianco bislang nur ganz wenige Auserwählte. Darunter der US-amerikanische Kritiker James Suckling. Dessen Fazit: «Der beste trockene Weisse aus der Toskana, den ich je getrunken habe!» Ein Ritterschlag, obwohl Suckling einschränkt: «Die toskanischen Winzer haben bis vor kurzem kaum Efforts in Sachen Weisswein geleistet.»

Selbstredend ist Ornellaia Bianco ähnlich teuer wie sein roter Bruder: 155 Franken. In die Schweiz kommen nur einzelne der gerade mal 4000 Flaschen. Sie gehen direkt in die Keller ausgewählter Restaurants. ●



1

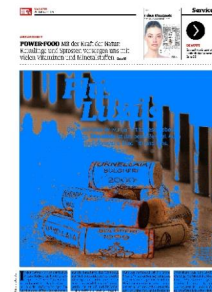


2

1. Kredenzten an ihrer Hochzeit Ornellaias Serre Nuove: George Clooney und Amal Alamuddin.
2. Feierte in Berlin mit einer Magnum für 780 Euro: Brad Pitt.
3. Brachte der Fondation Beyeler 230 000 Franken ein: Sotheby's Versteigerung der «L'Incanto»-Edition von John Armleder (r).



3



SonntagsBlick Magazin
8008 Zürich
044/ 259 64 64
www.sonntagsblick.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 188'302
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 721.024
Abo-Nr.: 1094406
Seite: 15
Fläche: 144'938 mm²

Ornellaia Seine Weine aus dem Bordeaux Italiens

Zu beziehen unter: www.bindella.ch



**Masseto
2011**

**Tolle parfümierte
Nase, Kirschen, im
Gaumen reife Bee-
renfrucht, rechte
Tannine, leicht
adstringierend,
wild, unglaubliche
Fülle und Länge.**

Score: 19/20
Rund 450 Franken



**Ornellaia
2012**

**Komplexe Nase,
macht auf Under-
statement,
Beeren, Zedern-
holz, filigran im
Gaumen, leichte
Kräuternoten, Fül-
le, schöne Länge.**

Score: 18/20
155 Franken

**Le Volte
dell'Ornellaia 2013**

**Würzige Nase, im
Gaumen herb, viel
Frische, Druck,
erstaunlich langes
Ricola-Finish. Ein
schöner Le Volte
nach enttäuschen-
den Jahren.**

Score: 16,5/20
23 Franken



**Poggio alle Gazze
2013 (weiss)**

**Wunderbare
Mineralität, Rauch,
grasig, Agrumen
und Exotik, im Gau-
men Finesse und
Schmelz, dezente
Säure und Frische -
für die Region top!**

Score: 17,5/20
49.50 Franken



**Le Serre Nuove
dell'Ornellaia 2013**

**Reife Kirschen,
Heidelbeeren, edle
Hölzer, Cassis,
Eleganz, geschlif-
fene Tannine, viel
Druck, Schmelz,
langes, würziges
Finale.**

Score: 18/20
48 Franken



Erst ein Flop, dann top

Italien brachte bis in die 1970er-Jahre nur **Dutzendweine** hervor. Den Weg zurück an die Weltspitze ebneten die Supertoskaner.



Schon in den 1940ern pflegte man das Korbflaschen-Image des Chianti.

Anfang der 1970er-Jahre steckt der italienische Weinbau in einer tiefen Absatz- und Identitätskrise. Die Weinwelt wird zusehends globaler, die Weine aus der Neuen Welt erobern den Weltmarkt. Dieser Trend nimmt in den USA seinen Anfang, der grosse US-Weinkritiker Robert M. Parker ist massgeblich an dessen Wucht beteiligt.

Und Italien? Gerät unter diesen Vorzeichen zusehends ins Abseits. Klar, es gibt das Piemont mit seinen störrischen, traditionsbewussten Winzern, die aus der «schwierigen» Nebbiolo-Traube beharrlich harte Weine keltern. Die aber sind weder schnell konsumbereit noch für jedermanns Gaumen geeignet.

Chianti leidet unter dem Korbflaschen-Image, Brunello ist schwierig zu vermarkten – und in anderen Regionen Italiens wissen die Winzer zu dieser Zeit noch nicht mal, wie man Qualitätswein buchstabiert. Das stolze Weinland versinkt im Mittelmass.

Zwei italienischen Blaublütern passt das nicht: Marchese Piero Antinori kreiert um 1971 im Chi-

anti-Gebiet einen Wein, in dem er zuerst den gesetzlich vorgeschriebenen Weisswein-Anteil weglässt – und dem Sangiovese später Cabernet Sauvignon und Franc beifügt. Er nennt die Neukreation Tignanello. Obwohl «nur» ein Tafelwein, wird dieser zum Welt-erfolg.

Zeitgleich baut der von vielen US-Trips inspirierte Piemonteser Marchese Mario Incisa della Rocchetta an der Küste der Toskana, im Gebiet um das Dörfchen Bolgheri, Cabernet-Sauvignon-Reben an – und keltert zum Eigenkonsum einen Wein, den er Sassicaia nennt. Auf Drängen seines Sohnes Nicolo und von Piero Antinori beginnt Mario, den Wein auf den Markt zu bringen – mit durchschlagendem Erfolg. Das spezielle Mikroklima des Terroirs mit den sanften Hügelzügen und den frischen nächtlichen Meeresbrisen ist perfekt für französische Trauben. «Gott hat den Finger auf dieses Gebiet gehalten», sagt Marchese Ferdinando Frescobaldi, dessen Familie ebenfalls ein Gut in dieser Region besitzt.

Dem Aufstieg der Weine folgt die Kritik

Italien hat endlich Spitzenweine! In den USA wird ein Name dafür gefunden: Supertuscans. Parker spendet erfreut Applaus, in der Mini-Region um Bolgheri explodieren die Bodenpreise. Weingut um Weingut entsteht. Alle grossen italienischen Weinfamilien sichern sich Parzellen, selbst Weinpate Angelo Gaja. Der Siegeszug der Supertoskaner beginnt.

Doch die Kritik lässt nicht lange auf sich warten. Konsumenten und Produzenten besinnen sich wieder auf Traditionen: Konformistisch, verwechselbar, international seien die Weine. «Weshalb sollte man in einem klassischen Sangiovese-Gebiet internationale Sorten anpflanzen?», fragt etwa der vielgereiste Eben Sadie, der talentierteste Weinmacher Südafrikas. «Die gehören da nicht hin und interessieren mich nicht», so der Exzentriker.

Doch die Supertoskaner leben weiter. Und wie! Selbst alteingesessene Betriebe wie Le Macchiole setzen mittlerweile konsequent auf Qualitäts-Lagenweine – und landen damit wie Ornellaia Welt-erfolge. ●

ALAIN KUNZ