

Château Chinois

Wein wird in China immer populärer und die einheimische Produktion professioneller

Chinesen sorgen mit ihrer neuen Liebe zu teuren Weinen international für Schlagzeilen. Auch der einheimische Weinbau gedeiht. Immer mehr Weingüter entstehen. Eines der grössten Anbaugelände liegt in der Küstenprovinz Shandong.

Markus Ackeret, Penglai

Das Meer ist eine silberfarbene Fläche am nahen Horizont. Li Meiling steht auf der grossen Terrasse ihres altrosa gestrichenen Hauses an der Küste der Provinz Shandong und blickt sorgenvoll auf ihren Weinberg. In diesem Frühjahr ist wenig Regen gefallen, und der Winter war zu kalt. Über die Landzunge, auf der das Weingut Château Reifeng-Auzias steht, zieht ständig der Wind vom Meer. Aber der Boden, sagt die zierliche Frau, sei ideal für Chardonnay-, Syrah- und Cabernet-Franc-Trauben. Gras wächst zwischen den Reben, und Blumen sind neben den Rebstöcken gepflanzt. Das Gras soll zum Wachsen anregen, und die Blumen machen frühzeitig auf Krankheiten aufmerksam. 2003 hatte dies alles noch brachgelegen. Vier Jahre später gab es den ersten Wein.

«Revolution» im Weinanbau

Die chinesische Küstenprovinz Shandong und besonders das Gebiet um die Hafenstädte Yantai und Penglai gelten als Wiege des chinesischen Weinbaus. Am Ende des 19. Jahrhunderts hatte ein chinesischer Diplomat eine halbe Million Rebstöcke aus Europa und Amerika nach China importiert und in Yantai ein Weingut gegründet. Die Firma Changyu existiert bis heute als einer der grössten Weinproduzenten nicht nur Chinas, sondern auch der Welt. Zu Beginn der achtziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts, als die chinesische Wirtschaft sich ideologisch, aber auch gegenüber dem Ausland allmählich zu öffnen begann, erwachte das Interesse an chinesischem Weinanbau neu. Doch es dauerte mehr als zwanzig Jahre, bis die Weinindustrie in Shandong richtig aufzublühen begann.

«2006 gab es eine Revolution im Weinanbau der Region Yantai - Penglai», sagt Ji Xingdian. Er ist Direktor des Weinbüros der Stadt Penglai, das seit 2005 mit der Aufgabe betraut ist, die Weinindustrie in der Gegend zu fördern. 18 Mitarbeiter kümmern sich um die Unterstützung der Weinbauern in praktischen landwirtschaftlichen Fragen, um Hilfe beim Management, die Einhaltung von Qualitätsstandards, um Kooperationen mit ausländischen Weinregionen und die Promotion des Standorts bei auswärtigen Investoren. Die Gründung des Weinbüros war Ausdruck von mehr Aufmerksamkeit für die Weinproduktion in Penglai und ging mit einem Professionalisierungsschub einher. Der Staat begann sich nun für die Weinindustrie zu interessieren, die bis dahin praktisch allein Sache von Privatpersonen und Kleinbetrieben gewesen war. Mit Unterstützung durch die staatlichen Strukturen, unter anderem mit Subventionen, wurde, wie Ji erzählt, die Weinindustrie in der Region neu organisiert.

Offiziell um die Qualität besser kontrollieren, neue Methoden einführen und die Produktion effektiver machen zu können, wurde das Konzept der Weingüter gefördert. Hatten die Kellereien bis dahin die von Bauern gepflanzten Weintrauben gekauft und zentral gekellert, sollten nun die einzelnen Produktionsschritte unter einem Dach vereint werden. Früher, sagt Ji, hätten die Bauern möglichst viele Trauben verkaufen wollen. Darunter habe die Qualität gelitten. Mit der Konsolidierung der Weinproduktion ging das Ersetzen vieler Weinreben einher. Nun wurden resistenzere gepflanzte Reben gepflanzt. Auch das, sagen der Weinbüro-Direktor Ji Xingdian und seine Stellvertreterin Ji Chunwei, sei Teil der Wein-



Arbeiterinnen am Fliessband des Grossbetriebs Château Changyu-Castel, in Yantai.

CHINA PHOTOS / GETTY

Revolution von Penglai. 120 Weingüter gibt es mittlerweile in der Region Yantai - Penglai, 25% der chinesischen Weinproduktion stammen aus der Gegend. Die Betriebe nennen sich stolz «Châteaux». Von dieser «Revolution» profitiert haben in erster Linie die grossen chinesischen Weinproduzenten, vor allem Great Wall, der Ableger des staatlichen Agrokonzerns Cofco.

Unterstützung aus Frankreich

Li Meiling, die Besitzerin des Château Reifeng-Auzias direkt an der Meeresküste, hat eine andere Geschichte zu erzählen. Ihr Weingut ist zwar im Vergleich mit vielen anderen der Gegend klein, aber es ist vollständig aus privater Initiative heraus entstanden. Und der französische Teil des Namens weist auf eine enge Verbindung nach Europa. Das ist nicht zufällig so. Li und ihr Mann, Wu Feng, beide Chemiker, hatten jahrelang in Belgien studiert und gearbeitet. Damals hatten sie auch am Wein Gefallen gefunden. 1996 kehrten sie nach China zurück und waren zunächst für ein europäisches Unternehmen, später in Eigenregie in der Herstellung und im Vertrieb von Schmierölen tätig.

Vor bald zehn Jahren reifte bei dem Paar der Gedanke, noch etwas anderes zu versuchen, wie Li Meiling erzählt. Über Freunde lernten sie Dominique Auzias kennen, den Spross einer Weinbau-Dynastie aus dem Languedoc und Begründer der Reiseführer-Serie «Petit Futé». Auzias half bei der Suche nach einem geeigneten Stück Land für das



Weingut, bei den Untersuchungen der Bodenproben und schliesslich auch finanziell. Einen Teil des 23 Hektaren umfassenden Bodens kauften sie, den Rest pachteten sie von lokalen Bauern. Dass damals, im Jahr 2003, die Provinzregierung gerade die Weinproduktion zu fördern begann, kam ihnen ebenfalls entgegen. Ohne den Staat, sagt Li, hätten sie hier nichts machen können. Er sorgte auch für die Erschliessung des Grundstücks. Ein Jahr später pflanzten sie 120 000 aus Frankreich importierte Rebstöcke, und bereits drei Jahre später gab es den ersten Wein. Seither hat die

Produktion kontinuierlich zugenommen. Pro Jahr produzieren sie aus ihren Trauben insgesamt rund 150 000 Liter Wein, verteilt auf die Sorten Shiraz, Cabernet, Cabernet Shiraz, Cabernet Franc und Chardonnay.

Zwar kann Château Reifeng-Auzias mit den Grossen der Branche - Great Wall, Changyu, Dynasty - bei weitem nicht mithalten, und auch die finanziellen Möglichkeiten sind beschränkt. Der Weinkeller etwa ist im Vergleich mit den pompösen, an westlichen Vorbildern orientierten Kellern der grossen Güter mehr als nur bescheiden. Auch dem «Gutshaus» sieht man an, dass es nicht unter die Prioritäten des Betriebs fällt. Li Meiling sieht in der geringen Grösse aber auch einen Vorteil. Der Betrieb sei überschaubar, die Qualität bei der Lese und beim weiteren Verarbeiten besser überprüfbar. Das Weingut ist ein Hobby des Ehepaars. Natürlich sagt sie: «Unser Ziel ist es, den besten Wein Chinas zu produzieren.» Aber sie weiss, dass es bis dahin ein langer Weg sein wird. An den Export der Produkte, die vor allem an Hotels und Restaurants geliefert werden, denken Li und Wu noch gar nicht.

Vorstoss in die oberste Liga

Im Château Junding begegnet man anderen Dimensionen. Die an spanische Klosterarchitektur gemahnenden weissen Bauten springen schon von der vierspürigen Strasse aus ins Auge, die Penglai mit Yantai verbindet. Sie stehen mitten in den Rebbergen. In die hügelige Landschaft ist ein See eingebettet.

Zukunftspläne für das «Märchenland auf Erden»

mac. Penglai · Direkt am Meer liegt das «Märchenland auf Erden», die weitläufige Tempelanlage Penglai Ge. In der auf einem weithin sichtbaren Felsporn errichteten Altstadt spielt die Legende von den acht Unsterblichen, deren Silhouetten auf dem Wasser vor der Stadt ab und zu auftauchen sollen. Sie ist der touristische Anziehungspunkt. Neu im alten chinesischen Baustil errichtete Parks, die historische Gebäude auch aus anderen Teilen Chinas wiederaufleben lassen, wirken eher kitschig und leblos. Ein lokaler Unternehmer soll sie spendiert haben. Penglai lebt wesentlich vom Tourismus. Nicht nur mit dem Weinanbau ist es derzeit daran, weitere Standbeine aufzubauen.

Penglais Reichtum liegt aber vor der Küste. In der Bohai-Bucht im Gelben Meer betreiben der US-Erdölkonzern ConocoPhillips und die chinesische Off-

shore-Fördergesellschaft China National Offshore Oil Company Chinas grösstes Offshore-Erdölfeld. Die Erdölgewinnung besitzt grosses Potenzial, das je nach Nutzung auch auf Penglai und Umgebung ausstrahlen wird. In den vergangenen Monaten kämpfte das Vorhaben aber mit negativen Schlagzeilen. Anfang Juni war ein Leck in einer der Ölplattformen von ConocoPhillips aufgetreten, über das die Betreiber und die staatliche Aufsichtsbehörde erst Wochen später unter dem Druck von Berichten im Internet informierten. Seither hat sich herausgestellt, dass die Dimensionen der Verschmutzung weit grösser sind, als zuvor angenommen worden war. Penglais Erdölzukunft ist durch die schlechten Nachrichten getrübt.

Einen willkommenen Anlass, sich über die Grenzen der Provinz hinaus bekannter zu machen, bot Penglai in die-

sem Frühjahr das Symposium der Schweizer Stars-Foundation, das bisher nur in Stein am Rhein getagt hatte. In Zusammenarbeit mit der Chinesischen Gesellschaft für Freundschaft mit ausländischen Staaten versammelten sich «Leader der Zukunft» - jüngere Vertreter aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik, zur Hälfte aus China und zur Hälfte aus anderen Weltregionen - in Penglai, um über Nachhaltigkeit, Risiken und die Transformation der Welt zu diskutieren. Redner und Diskutanten konstatierten immer wieder ein Fehlen von Führungsverantwortung und einen Mangel an Dialog zwischen Politik und Wirtschaft. Kleinere Diskussionsrunden stellten die weltweite Entwicklungsdynamik überhaupt in Frage und plädierten für einen «slow-down». Das kontrastierte mit der Vorstellung von der Zukunft des «Märchenlands auf Erden».

«Junding» kann mit «Haupt des Herrschers» übersetzt werden und zeigt an, wo die Ambitionen dieses Weinguts liegen: an die Spitze der chinesischen Weingüter zu gelangen. Das Unternehmen gehört zur Hälfte Cofco (Great Wall). Auf 4,62 km² ist eine Mischung aus Merlot-, Riesling-, Syrah-, Cabernet-Sauvignon- und Chardonnay-Trauben angepflanzt. Seit Herbst 2007 ist das Gut in Betrieb und produziert derzeit jährlich 1700 t Wein (rund 3 Mio. Flaschen). Der Weinkeller mit den grossen Eichenfässern ist so prunkvoll wie nutzbringend eingerichtet und soll den Anspruch des Guts unterstreichen. Obwohl das Château erst vier Jahre alt ist, spielt es schon in den obersten Preisklassen mit. Die Preisspanne reicht von 5000 bis gegen 30 000 Yuan (631 bis 3788 Fr.) pro Flasche - die Weine des kleinen Château Reifeng-Auzias kosten bloss einige 100 Yuan. Zum Weingut gehören ein Hotel, mehrere Restaurants mit pompösen Sälen sowie ein Golfplatz. Viele Japaner und Koreaner kämen hierher, heisst es; das Golfspiel in der hügeligen, zuweilen an Mittelitalien erinnernden Landschaft lockt sie, wie zu vernehmen ist, weit mehr noch als der vornehme Wein.

Das Tourismusangebot des noblen Château Junding passt ins Konzept des Weinbüros von Penglai. Französischen Wasserschlössern oder schottischen Castles nachgeahmte Weingüter sollen die Attraktivität der Region als Reiseziel stärken. Zum Vorbild nimmt sich die Region, wie der Weinbüro-Direktor Ji Xingdian sagt, das Napa Valley in Kalifornien - das Label Napa Valley, das Château Junding und andere regionale Produzenten verwenden, hört sich kaum zufällig sehr ähnlich an.

Noch wenig Weinkultur

Die Propagierung der Weinregion Penglai über disneyhafte Schlösser und klingende Namen ist auch im Zusammenhang mit der wenig ausgebildeten Weinkultur in China zu sehen. Wein war jahrhundertlang ein wenig verfeinertes Getränk der ländlichen Bevölkerung. Der durchschnittliche Weinkonsum pro Kopf und Jahr von 0,4 Litern ist nach wie vor gering. Das macht den Markt interessant, weil weltweit jährlich viel zu viel Wein produziert wird. Europäische Weinkultur ist auch heute, da die Preise französischer Spitzenweine wegen grosser Nachfrage aus China in die Höhe schnellen, wenig bekannt. Wein - vor allem Rotwein - ist in erster Linie ein Prestigeobjekt. Der Preis und die Marke sind entscheidend. Wie man ihn aufbewahrt, behandelt und trinkt, wie er schmecken und riechen soll, um die Ansprüche zu erfüllen - das Verständnis dafür ist noch wenig verbreitet. Selbst im Hotel in Penglai wissen die Kellner mit dem Befund, der Wein habe Korkgeschmack, nichts anzufangen.

Der Wein-Tourismus, so hoffen die Promotoren von Penglai, werde daran etwas ändern. Das städtische Milieu, in dem das Interesse an Wein gedeiht, trägt das Seine dazu bei. In Peking und Shanghai gibt es inzwischen Wein-Boutiquen und Wein-Restaurants, die von Chinesen geführt und nicht bloss von Ausländern besucht werden. Noch gilt ihrer Kundschaft der «echte» französische, italienische, amerikanische oder ozeanische Wein mehr als der einheimische. Allerdings sind die Preisunterschiede - abgesehen von den chinesischen Spitzenweinen - gewaltig, weil auf eingeführten Wein eine Zollabgabe von 48% entfällt. Doch sind die Qualitätsstandards für chinesischen Wein noch nicht einheitlich. Viele Produkte stehen im Ruf, mit sehr billigem und qualitativ schlechtem importiertem Wein und viel Zucker und chemischen Zusätzen gemischt zu sein. Aber die Wachstumsraten im chinesischen Weinmarkt sind gross, der Markt entsprechend lukrativ.

«Die Bezeichnung Penglai», sagt Ji Xingdian, der Direktor des Weinbüros, «soll dereinst in der ganzen Welt so bekannt sein wie Chardonnay oder Riesling.» Noch ist das ein ferner Traum.