



Beim Weingut Badiola in Rioja Alavesa konzentriert sich Peninsula auf alte Reben

Nachhaltige Rendite

Das spanische Unternehmen Peninsula entstand erst 2014, ist aber bereits in fünf Regionen mit eigenen Weinen vertreten. Konsequenter Nachhaltigkeit und konsequenter Wirtschaftlichkeit.

Vielleicht hat alles damit zu tun, dass der fünf Sprachen perfekt beherrschende Geschäftsführer Andreas Kubach nicht nur Master of Wine, sondern auch ein exzellent ausgebildeter, erfahrener Profi ist und Geldgeber Jesus Cantarero nebenbei mit Alvinosa eine der größten Destillierereien der Welt besitzt. Aber so einfach liegen die Dinge nicht, denn in Castilla – La Mancha ein erfolgreiches Weinunternehmen aufzubauen, gelingt auch unter guten Voraus-

setzungen nicht einfach mal so. Schon gar nicht in diesen Zeiten.

Kubach, der in Deutschland und Spanien Betriebswirtschaft studiert hat, kennt nach Stationen bei Schenk, Arco Bodegas, Marqués de Griñon und einer eigenen Unternehmensberatung das spanische Weingeschäft in- und auswendig. »Eines der Hauptprobleme der spanischen Branche ist, dass viele Leute entweder gute Winzer oder gute Geschäftsleute sind, aber selten beides«, hat er irgendwann festgestellt. Zu dieser

Gegen Marketing-Sprache

»Die Bezeichnung VINO de Autor geht mir gegen den Strich«

Andreas Kubach,
Peninsula

Gruppe gehört er nicht, wie er spätestens 2017 nach Erlangung des Titels Master of Wine bewiesen hat – als einer von bisher gerade einmal vier mit spanischem Pass.

Außergewöhnlicher Start. Schon die Idee, eine Managementgesellschaft zu gründen, die das seit 1997 existierende Familienweingut Fontana ohne Mitspracherecht der Eigentümer führen würde, war im Weinsektor eher ungewöhnlich.

Sie entstand eher zufällig bei einem Abendessen, erklärt Kubach, wurde

aber offenbar für gut befunden, denn 2014 übergab die Familie Cantarero ihre Weingüter Fontana und Quercus der neu gegründeten Firma Peninsula. Garantiert wurde der Familie eine »marktübliche Rendite«. Ansonsten hatte sie nichts mehr zu sagen.

Das Ganze sollte den frisch gebackenen Peninsula-Eigentümern schließlich Spaß machen. Was, wie etwa Geschäftsführer von Genossenschaften berichten können, selten der Fall ist, wenn viele Häuptlinge mitreden. Jesús Cantarero, einer von mehreren Geschwistern, ist allerdings einer der Teilhaber, ebenso wie der Dritte im Bunde beim ursprünglichen Abendessen, der Neuseeländer Sam Harrop, ebenfalls Master of Wine und damals noch Einkäufer für Marks & Spencer.

Nachhaltig und authentisch. Peninsula soll, so die Philosophie, »authentische, nachhaltige und konkurrenzfähige« Weine an den Markt bringen. Denn für Kubach spiegeln »authentische Weine ihre Herkunft wider, sie sind das Ergebnis lokaler Anbaubedingungen und Kultur. Authentische Weine müssen mit möglichst geringer Intervention hergestellt werden, aber auch fehlerfrei sein. Wir nennen unseren Ansatz »sensible« oder auch einfühlsame Weinbereitung.«

Nachhaltigkeit geht nach internationaler Definition über Ökoanbau hinaus und erfasst Umweltschutz in allen Bereichen, dazu Wirtschaftlichkeit und soziale Gerechtigkeit. Mittlerweile sind die 700 Hektar Weinberge von Fontana und Quercus alle auf Ökowanbau umgestellt.

Der Verkauf läuft gut genug, um weitere 300 Hektar Weinberge zu verarbeiten, deren Besitzer ebenfalls nach und nach von einer Umstellung überzeugt werden. CO₂- und Wasser-Fußabdruck, Energieeffizienz und Abfallmanagement stehen neben Ökoanbau im Zentrum des Peninsula-Umweltgedankens.

Klares Stufenkonzept. Und Wirtschaftlichkeit? Kubach ist Wirtschaftsprofi und weiß, wie man Marken aufbaut und vermarktet. »Wir produzieren auf drei Stufen. Eingangsstufe sind die Bioweine der Marke »Mesta«, typische

Rebsortenweine, die im Laden knapp 5 Euro kosten und mit etwa 8.000 kg Trauben pro Hektar produziert werden. Die Weinberge dafür werden nur so viel bewässert, dass kein Trockenstress entsteht. Damit sind wir bei guter Rendite wirtschaftlich erfolgreich.«

Was mit Bewässerung in der Mancha teilweise angestellt werde, um die Erträge hochzutreiben, findet Kubach fast kriminell in Bezug auf Nachhaltigkeit und Wasserwirtschaft. Dass viele Genossenschaften trotzdem unwirtschaftlich arbeiten, liegt seiner Meinung nach an deren extrem schlechten Abgabepreisen, da sie die Vermarktung nicht beherrschten und natürlich mit 18.000 kg pro Hektar keine guten Trauben bekommen.

Über Mesta stehen die »Fontana«-Marken, und schließlich gibt es die eigenständig geführte Kellerei Quercus für die Spitzenweine.

Expansion nach Rioja. Nachdem sich schon nach wenigen Jahren zeigte, dass das Konzept aufging, entschieden sich Cantarero, Kubach und Harrop in andere Anbaugelände zu expandieren. Etwas Glück war dabei, dass mit Gorka Izaguirre ein baskischer Partner hinzukam, der als Rioja-Insider eine zum Verkauf stehende Kellerei fand und 80 Hektar teils sehr alter Weinberge in den Orten Villabuena, Leza, Samaniego, Laguardia, Navaridas und Baños del Ebro hinzukamen – allerdings aufgeteilt auf über 300 Parzellen.

So entstand das neue Weingut Badiola in der Rioja Alavesa. 2018 gab es die erste Ernte. Badiola verfolgt ein nachhaltiges, terroirbezogenes Konzept authentischer Weine aus der Rioja Alavesa mit einer Pyramide aus Vinos de Zona, de Finca, de Pueblo und de Paraje. Kubach legt Wert auf die Feststellung: »Das ist etwas anderes als die traditionellen, eher auf Kellertechnik fixierten Riojas, die eine Art Markenwein sind, womit ich nicht die Qualität der klassischen Spitzenweine in diesem Stil schmälern möchte. Aber die Bezeichnung Vino de Autor geht mir beispielsweise gegen den Strich.«

Trotz der Ähnlichkeit des Konzepts werden nicht die neuen Terroirregeln



Bei Badiola erzeugt Peninsula Vinos de Zona, de Finca und de Paraje, setzt aber nicht auf die Regeln des Consejo Regulador. Die ersten Parzellenweine werden mit Spannung erwartet

des Consejo Regulador verwendet. Kubach erklärt: »Das Consejo hat unserer Meinung nach wenig hilfreiche Einschränkungen gemacht. Wir füllen zum Beispiel Weine aus drei Dörfern mit sehr eigenständigem Charakter. Wollten wir sie offiziell als Vino de Pueblo bezeichnen, müssten wir in allen drei Ortschaften eine eigene Kellerei bauen. Das ist unsinnig und hilft niemandem.« Die Weine aus Villabuena, Leza und Laguardia heißen deshalb VIBN4, L3Z4 und L4GD4. Noch im Fass befinden sich die ersten hochwertigen Parzellenweine.

Noch nicht am Ende der Pläne. Keine eigene Kellerei führt Peninsula in den Bergen bei Madrid, wo exzellente »Vino de Montaña« aus alten Garnachareben in gemieteten Räumen erzeugt werden. Aus Castilla y León kommt der Wein »Apostata«, der als Vino de la Tierra Trauben aus Toro, Ribera del Duero oder Cigales enthalten kann. Ein hervorragender Weißer im Stil einer trockenen Auslese aus Txakoli soll schließlich nicht der letzte Neuankömmling der Peninsula-Familie sein.

85 Prozent der Peninsula-Erzeugung geht in den Export. Deutschland sehen die Macher als wichtigen Markt an und haben hier eine eigene Gesellschaft mit Sitz in Düren gegründet. Geschäftsführer wurde Jörg Wössner, der nach 14 Jahren bei Ardau Erfahrungen sowohl mit Spanien als auch mit dem deutschen Markt in die Waagschale werfen kann.

JÜRGEN MATHÄSS

»Authentische Weine müssen mit möglichst geringer Intervention hergestellt werden, aber auch fehlerfrei sein. Wir nennen unseren Ansatz »sensible« oder auch einfühlsame Weinbereitung«

Andreas Kubach,
Peninsula

