

# WEINE ZUM MENÜ – MEHR CHANCEN MIT BESSERER WEINAUSWAHL

Udo Bamberger, DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück

Deutschland war bisher nicht unbedingt bekannt als das Land, in dem man auf hohem Niveau ausgiebig tafelt und es sich mit edlen Weinen gut gehen lässt. Das hat sich aber in den letzten Jahren geändert, da insgesamt in der Gesellschaft ein Wertewandel hin zu mehr Genussgefühl stattgefunden hat. Die Medien unterstützen diese Entwicklung momentan in vielen Hochglanzzeitschriften oder mit ihren unzähligen Sendungen aus Profiküchen bzw. sogar mittlerweile auch aus deutschen Wohnzimmern. Das Thema ist also beim Verbraucher angekommen und wir müssen uns kritisch fragen, ob wir heute in unserer Gastronomie bzw. mit unseren Weinen für diese aktuelle Entwicklung richtig aufgestellt sind.

Gerade in den Weinbaugebieten zeichnet sich derzeit ein interessanter Trend ab, der in Richtung hin zu mehr Kurzurlauben, zum Weingenießen vor Ort bzw. auch hin zum Verzehr regionaler Produkte von hohem Qualitätsstandard geht. Diesen Trend haben viele Restaurants in der Region erkannt und machen mit verlockenden Speisekarten auf sich aufmerksam. Es ist daher auch nicht verwunderlich, dass sich mittlerweile auch in der Naheregion eine stattliche Anzahl hervorragender Speiserestaurants angesiedelt hat, die sich mit ihrer Kochkunst um die Gunst der Gäste bemühen. Bei der Erstellung der Weinkarten hat sich in den Gastronomiebetrieben in den letzten Jahren ebenfalls viel getan. Viele Betriebe haben nun auch verstärkt regionale Weine in ihr Angebot aufgenommen. Oft erscheinen Speisekarte und Weinkarte übersichtlich und gut sortiert nach eigenen Kriterien, aber isoliert und oft ohne inneren Zusammenhang zwischen den angebotenen Weinen und Speisen. Das ist sehr schade, denn genussorien-

tierte Weinliebhaber suchen heute häufig und gezielt nach Häusern, in denen auf die Kombination von Speise und Wein besonderer Wert gelegt wird. Auf diesem Gebiet bieten die Restaurants im Gebiet noch recht wenig, sind häufig aber auch fachlich überfordert bzw. widmen sich der Weinseite dabei einfach zu wenig. Nur dort, wo der Koch selbst auch eine besondere Vorliebe für Weine hat, findet man eine ausreichende und zielgerichtete Auswahl an Menue-Weinen.

## Situationsanalyse

Macht man eine Situationsanalyse, so fällt schnell auf, wo die Schwächen im System liegen. Andererseits kann man auch mit geringem Aufwand und gezieltem Vorgehen diese vermeintlichen Schwächen schnell abstellen und zeigen, welche unerschöpflichen Möglichkeiten unsere regionalen Weine in der Kombination mit den Speisen haben. Die breite Palette an Möglichkeiten hat sonst kein anderer Anbieter aufzubieten, es müssen nur Wein und Speise wie Schlüssel und Schloss zusammen gebracht werden. Bei optimaler Kombination sind selbst namhafte ausländische Weine oft chancenlos im Vergleich gegenüber guten regionalen Weinen und wirken eher langweilig und leblos. Die Herausforderung liegt also in der Auswahl und Zuordnung der Weine. Hier ist viel Basisarbeit von Winzer und Gastronom zu leisten. Sie wird aber oft nicht gerne getan, da beide Marktbeteiligte schon bei der Definition ihrer Ziele hängen bleiben und zu wenig den Gast und dessen Zufriedenheit bei Wein und Speise im Auge haben. Jeder sieht nur seinen eigenen finanziellen Rahmen

isoliert und denkt zu wenig an die langfristigen Folgen seines isolierten Handelns. So lassen sich aber leider keine Änderungen im Sinne des Gastes erreichen. Leider wird hier viel Wertigkeitszuwachs und Potential für das eigene Haus und damit auch für die Region verschenkt. Wirklich gute Gastronomen zeigen ihr Qualitätspotential und ihre Konzeption ihres Hauses mit ihrer Speisen- und ihrer Weinkarte auf. Schaut man sich aber die Weinkarten genauer an und versucht in einer Zusammenfassung den status quo zu ermitteln, so lassen sich im Einzelnen viele Feststellungen treffen:

- Viele Weine passen nicht zu den Speisen – sie haben zu wenig Potential, um gegenüber den Speisen bestehen zu können
- Einige Weine passen zum Essen, sind aber vom Preis her zu teuer, so dass wenig auf sie zugegriffen wird
- Die Preiskalkulation auf vielen Weinkarten ist schwer verständlich
- Einige Weine sind zu alt, da sie offensichtlich zu selten umgeschlagen werden. Weinkarten mit vielen sehr alten Weinen schrecken ab
- Viele Weine sind zu jung, so dass ein harmonisches Miteinander mit den Speisen nur schwer erreichbar ist
- Nicht alle Rebsortenweine sind immer und ideal zu den jeweiligen Speisen zu kombinieren
- Trockene Rieslinge haben es besonders schwer, wenn sie sehr jung sind und vom Potential her zu klein sind
- Halbtrockene / feinherbe Rieslinge sind sehr häufig und zu vielen Speisen ideal kombinierbar
- Mit gereiften Süßweinen kann man viele Überraschungen erleben
- Passende Dessertweine gibt es ganz selten bzw. die evtl. passenden Weine sind zu teuer
- Weißweine sind leichter zu Speisen zu kombinieren als Rotweine

- Rotweine sind häufig zu klein im Potential oder sind zu jung in Kombination zu den jeweiligen Speisen – v. a. wenn sie gerbstoffbetonter ausgebaut worden sind
- Auf manchen Weinkarten scheinen Namen bekannter Winzer wichtig zu sein – die Weinpreise sind dann meist zu teuer und schrecken ab
- Die Weinauswahl durch den Gast beruht häufig auf Zufallsbasis – getätigte Fehlentscheidungen erzeugen eher abschreckende Wirkung als Wohlfühlatmosphäre
- Unzureichendes Weinangebot begrenzt das Ansehen des Gastronomen und schädigt je nach Fehlentscheidung sogar das Image des Weinelieferanten

### Marktanalysen

Die Liste der vermeintlichen Unzulänglichkeiten ist leider sehr lang. Dabei kann man aber erleben, dass bei gezieltem Handeln viele dieser Mängel vermieden werden könnten. Gäste, die Weine zum Essen trinken, sind in aller Regel sehr weinaffin und suchen ideale Kombinationen, die wirklich Spaß machen. Kein Gast würde bewusst schlechte Kombinationen wählen. Manche Weinkarten machen es dem Gast aber sehr schwer, diese Kombinationen auch zu finden. Bei genauerer Analyse vor Ort zeigt sich sehr schnell, dass Personal und verantwortliche Gastronomen nur mehr oder weniger begrenzt verlässliche Ratgeber bei der Zuordnung der Weine zu ihren Speisen sind. In Seminaren mit den Themen Wein und ...Wurst, Käse, Schokolade, Gebäck, Mineralwässer usw. kann man dagegen nachvollziehen, wie viel Interesse das Thema Speise und Wein auslöst. Bei Veranstaltungen in Restaurants kann man in kürzester Zeit feststellen, wie das Thema Spannung auslöst und wie leicht man mit positiven / negativen Kombinationen die Konzentration auf die Weinauswahl lenken kann. Das Thema Speise und Wein ist offensichtlich so fesselnd, dass man mit Weinen und .... selbst nur den jeweiligen Bildern zum Essen Gäste enorm interessieren kann.

Bei der Frage, wie man den richtigen Schlüssel zum entsprechenden Schloss findet, wird schnell klar, dass es zunächst darum geht, die Defizite im eigenen Haus zu erkennen, sie aufzuarbeiten und letztlich abzustellen. Diese Aufgabe wird nicht alleine vom Gastronomen zu lösen sein. Er ist dabei sicher überfordert und braucht die Hilfe des Winzers. Leider ist aber auch dem Winzer bisher nicht klar, welche Chancen er mit seinen regionalen Weinen in der Kombination Speise und Wein hat. Ein erfolgreiches und zukunftsgerichtetes Konzept geht also nur in der Zusammenarbeit von Gastronom und Winzer.

### Lösungsansätze

Schaut man sich die Situation aus der Sicht des Gastes an, so muss man für manche Häuser zum Thema Speise und Wein feststellen, dass es auf der gedachten Skala der Zufriedenheit durchaus noch Luft nach oben gibt. Will man daran aber etwas ändern, bedarf es natürlich auch dem Willen des Gastgebers, etwas daran ändern zu wollen. Von Seiten des Weinlieferanten sieht das selbstverständlich genauso aus. Man wird also beide am Markt beteiligten Partner zunächst motivieren müssen, um eine nachhaltige Veränderung der Situation herbei führen zu können. Dies kann man in Fortbildungsveranstaltungen anstoßen, wird es im Detail aber dann selbst im eigenen Haus auch – evtl. in Teilschritten – umsetzen müssen. Erarbeitet man als Gastronom zusammen mit seinem Wein liefernden Winzer ein gemeinsames Konzept (Weinauswahl, Preisabsprache, Bestandspflege usw.), so wird man feststellen, dass der anfängliche höhere Aufwand zur Neuorganisation relativ schnell sinkt und nach einer Anfangsphase bald ein viel zielgerichteter Zugriff auf die richtigen Weine möglich wird. Bei guten und sicheren Lösungen wird evtl. sogar ein interessiertes Servicepersonal in passende Weinempfehlungen einzubinden sein.

Bei der Weinauswahl wird natürlich der Winzer in erster Linie stärker beratend fungieren und sich in

die Materie einarbeiten müssen. Hier könnte man interessierten Winzern auch Fortbildungsmöglichkeiten anbieten. Ein Riesenproblem stellt andererseits aber auch das Einkaufsverhalten der Gastronomen bzgl. des Preises dar. Leider scheitern hier viele Anstrengungen auf beiden Seiten, da mit der Suche nach möglichst niedrigen Einkaufspreisen von Seiten des Gastronomen und dem unbedingten Beharren des Winzers auf seinen Preisen schnell die Lustlosigkeit zu weiteren Verhandlungen Platz greift. Mit dieser Haltung wird man natürlich keine erfolgreiche Neugestaltung der Situation bewirken können. Der Gastronom muss verstehen, dass zu „billige“ Weine meist nicht zu seinen Speisen passen. Der Winzer muss zu Zugeständnissen bei seinem gehobenen Segment bereit sein, um diese Weine überhaupt im Restaurant platzieren zu können. Wenn dann noch auf der Weinkarte bei der Preiskalkulation mit Augenmaß gearbeitet wird, werden mehr Ergebnisse zu einem erfolgreicherem Konzept für beide Seiten und zum Wohle des Gastes möglich sein. Es nutzt nicht die Aussicht auf höhere Deckungsbeiträge bei den höherwertigen Weinen, wenn sie nicht auch verkauft werden.

Verlässt der Gast das Restaurant letztlich nach einem guten Essen aber einem „schlechten“ Wein, wird er sicher niemals den Winzer aufsuchen, der diesen Wein geliefert hat. Trinkt er aber einen Wein zum Essen, der ihm Wohlgefühl vermittelt hat, wird er neugierig und sich als Weinliebhaber durchaus für den Weinerzeuger interessieren. Die Wirkung dieser Situation wird derzeit von Gastronom und Winzer völlig unterschätzt. Man leitet die Möglichkeiten falsch ab, weil die derzeitigen Ergebnisse in der Zusammenarbeit von Gastronom und Winzer oft nicht stimmig sind.

Zeigt die Analyse Schwächen auf und zeigen die Lösungsansätze Möglichkeiten, die bisher nicht erkannt wurden, so sucht man als interessierter Gastronom / Winzer nach Wegen und dabei auch nach Unterstützung. Es steht außer Frage, dass bessere Wege nur gemeinsam gegangen werden können. Je nach eigener Motivation wird man schneller auf neuen Wegen voran kommen und

werden manche Häuser sich schneller / besser einen Wertigkeitszuwachs erarbeiten. Manche werden Vorreiter / Vorbilder für andere Häuser sein und so kann es für eine Region ein langer aber erfolgreicher Weg werden. Dazu wird man Geduld brauchen und wird dicke Bretter bohren müssen. Je intensiver man sich aber in die Thematik einarbeitet, umso schneller wird man erfolgreich sein. Wer zudem Beratung von außen sucht, wird natürlich schneller voran kommen. Es steht außer Frage, dass hier die Verbände der beiden Marktpartner Unterstützung bieten sollten und damit auch ein Stück Zukunftssicherung für ihre Mitgliedsbetriebe betreiben könnten. Auch die Ausbildung des Nachwuchses (Gastronomie, Sommelier, Winzer) sollte in Zukunft dieser Thematik stärker gerecht werden. Es zeigt sich aber eindeutig, dass hier mehr im praktischen Erleben am Objekt und in der Kombination – mit Essen und Wein gelernt werden muss, um wirklich nachhaltige Wirkungen erzielen zu können. Nur Speisen berühmter Köche zu genießen oder Weine berühmter Winzer aus den noch so unterschiedlichsten Weinbauregionen / -ländern isoliert zu verkosten, kann zwar Spaß machen, bringt aber wenig Zugewinn in der beschriebenen Thematik.

### Konkrete Empfehlungen

- Sind Weine zu leicht, gehen sie in der Kombination zum Essen leicht unter und erscheinen klein, sauer oder bitter. Eigentlich „stören“ sie mehr als dass sie einen echten Genuss bieten. Bei vielen preisgünstigen Weinen auf vielen Weinkarten ist das leider der Fall.
- Ideale Speisenbegleiter mit mehr Potential sind oft rar in den Weinkarten, sind aber so teuer, dass dem Gast der Spaß am Bestellen vergeht. Greift man dann noch bei der Bestellung „daneben“, ist der Ärger – anstatt Wohlgefühl – noch größer. Winzer und Gastronom müssen sich fragen, warum diese höherwertigen aber zum Essen besser geeigneten Weine immer so teuer sind. Eine gastgerechte Kalkulation würde das Wohlgefühl erheblich

steigern können. Der Gastronom sollte bei der Preiskalkulation dieser Weine von den Mehrkosten gegenüber den einfachen Weinen ausgehen und nicht nur mit festen Faktoren vom Einkaufspreis aus gesehen multiplizieren.

- Sind Weine auf der Weinkarte sehr teuer, geht man als Gast schnell darüber hinweg. Im Vorratskeller werden die Weine älter und irgendwann auch nicht mehr besser. Gastronom und Winzer sollten hier gemeinsame Wege finden, um die Lagerdauer im Keller des Gastronomen zu begrenzen. Vom Gast als „schlecht“ empfundene Weine stellen letztlich eine Antiwerbung für den Winzer dar.
- Der leider vorzufindende Rummel bzgl. der jungen Weine des neuen Jahrganges schadet vor allem beim Einsatz dieser Weine zum Essen. Die oft noch unruhigen Weine spielen sich in den Vordergrund, sind unharmonisch und reagieren häufig mit Inhaltsstoffen der Speisen in ungünstigster Weise. Zu junge Rieslinge schneiden hier besonders schlecht ab
- Im Gebiet gibt es mittlerweile wunderbare Weine von hohem Qualitätspotential aus bewährten Standardrebsorten. Bei der Zusammenstellung der Weinkarte sollte man sich nicht verzetteln und sich nicht durch eine hohe Rebsortenvielfalt hervorheben wollen. Strukturschwache Rebsorten haben als Speisenbegleiter nichts zu suchen
- Trockene Rieslinge haben es sehr häufig als Essensbegleiter schwer, v. a. wenn sie zu jung oder zu leicht – oder beides – sind. Trockene Rieslinge zum Essen sind sehr vielfältig einsetzbar, aber nur dann, wenn sie Potential haben und die ersten und noch jungen Ecken im Wein abgerundet sind.
- Halbtrockene / Feinherbe sind unfassbar häufig als Speisenbegleiter einsetzbar. Meist weiß man das aber nicht bzw. man traut sich nicht, diese Weine zum Essen zu nutzen. Denkt man alleine an fast alle Beilagen oder Gemüse, die allesamt ihre Süßeanteile haben, so wird klar, dass hier enormes Wohlgefühlpotential schlummert. Auch viele Fisch-, Geflügel- oder

Fleischspeisen verlangen häufig nach etwas Süße – und bekommen sie nicht, weil es häufig auch nicht chic oder einfach nicht bekannt ist. Leider ist das schade, denn hier steckt ein riesiges Einsatzfeld, das kein Konkurrent so gut beackern kann, wie wir in Deutschland / in der Region. Von Monopolstellung hier zu sprechen, wäre sicher etwas überzogen, aber weit weg davon wären wir nicht.

- Reife Rieslinge mit höherer Restsüße bieten viel mehr als man glaubt. Hier kann man einmalige Geschmackserlebnisse in der Kombination zu vielen Speisen erfahren. Nicht nur Menue – Gänge mit Schärfe sondern sogar Wildgerichte mit Süßekomponenten (Mandel, Maronen, Rosinen, Fruchtanteile) sind ideal mit solchen Weinen zu veredeln. Übrigens gibt es auch zu diesen Weinen sehr viele Käsevariationen, die dann zum Nachtschisch gereicht werden könnten.
- Zum Dessert reicht man gerne Süßweine bzw. kann man nur Süßweine reichen. Leider sind diese Weine auf Grund ihrer Bereitung sehr teuer. Greift man daher zu einer günstigeren Stufe darunter, so wird man schnell eine kulinarische Enttäuschung erleben. Man meint es gut, scheitert aber, weil Süße und Potential gegenüber der Süße im Dessert nicht ausreichen. Winzer und Gastronomen sollten nach Wegen (Gebinde, Preis usw.) suchen, wie man den zum Dessert notwendigen Weinen Raum verschafft oder man sollte als Gastronom auch den Mut haben, von preisfreundlicheren Kompromisslösungen vor Ort abzuraten.
- Es ist gar nicht so leicht, passende Rotweine zur Speise zu finden. Bei leichteren Rotweinen geht das schon eher, man kann bei der Kombination die ein oder andere Überraschung durchaus erleben. Kräftige und gerbstoffreichere Rotweine beispielsweise zu Rind, Lamm oder Wild brauchen aber Reife. Winzer und Gastronom müssen darauf achten, dass solche Weine damit ausgestattet sind bevor sie auf die Weinkarte kommen.

- Weißweine sind insgesamt gesehen leichte zum Essen zu kombinieren. Die Palette (Sorten, Potential, Säure, Süße, Reife usw.) passender Möglichkeiten ist riesengroß – sie muss nur erfolgreich sortiert werden. Winzer und Gastronom sollten prüfen, ob man dem Gast nicht mit Symbolen in der Speisekarte kleine Hilfestellungen bei der Auswahl der Weine zum jeweiligen Essen an die Hand gibt.

### Gesamtbewertung

Weinliebhaber sind auch fast immer kleine Gourmets. Häufig sind sie aber in den Speiserestaurants bei der Auswahl von Speise und Wein auf sich gestellt und greifen letztlich auch deswegen oft nur nach den ihnen bekannten Namen. Bei der Auswahl der Weine kommen dann leider nicht immer glückliche Lösungen zu Stande und oft bleibt dann auch viel Enttäuschung zurück. Schaut man sich dagegen heute die riesige Auswahl sehr guter regionaler Weine an, merkt man sehr schnell, dass hier in den Restaurants sehr viel Potential verschenkt wird. Wenn man zudem noch vergleicht, was im Gebiet wächst und was dagegen ausländische Weine oft als Speisenbegleiter leisten, verfällt man als Kenner der Materie schnell in Hochstimmung und denkt noch mehr an die ungenutzten Möglichkeiten in der Gastronomie. Andererseits wird natürlich auch klar, dass man als Gastronom mit einem unzureichenden Weinangebot nicht unbedingt Werbung für sein Haus machen kann.

Wer als Gast erstklassig isst und dazu einen Wein mit hohem Spaßfaktor genießt, der noch dazu zu einem erschwinglichen Preise zu haben ist, der verlässt hochzufrieden sein Restaurant und erzählt davon. Eine bessere Werbung kann es für Gastronom und Winzer nicht geben – beide werden beim Gast in Erinnerung bleiben. Ein zweiter Effekt ist zudem zu beobachten in einer Zeit, in der Essen und Wein medial äußerst präsent sind. Hobbyköche werden versuchen, erfreuliche Momente aus dem Restaurant auch zu Hause nach-

zuahmen. Dazu braucht man natürlich Wein – und vielleicht sogar den Wein, mit dem man schon einmal Spaß erfahren hat. Eine bessere und noch dazu kostenlose Werbung ist kaum vorstellbar. Winzer und Gastronomen sollten ihr gegenseitig kritisches Verhältnis zueinander überprüfen und erkennen, wie man aus momentan riesigen Chancen am Markt mehr machen kann als das bisher erfolgt ist. Dazu gehört allerdings Wille und Mut

zu den eigenen Fähigkeiten aber natürlich auch Einsicht in evtl. noch vorhandene Schwächen im eigenen System. Die Optimierung der Kombination „Wein und Speise“ ist letztlich eine Qualitätsmaßnahme des Betriebes und kann damit auch einen erheblichen Beitrag zu einer nachhaltigen Bewirtschaftung des Hauses liefern.