Chef de Cuisine

intergast GV-SERVICE

Das Kundenmagazin für Care, GV und Gastronomie

02·2015

FOODTRUCKS

Regional, selbstgemacht, authentisch. Die Kiezküche St. Pauli bietet in ihrem Truck unkompliziertes Fast Food "de luxe".

PORTRÄT

GENERATIONS-WECHSEL BEI NEITZER

WEINE

DIE NEUEN JUNGEN WINZER

IM FOKUS

LUST AUF FLEISCH

AUF DEN GENUSS GEKOMMEN. Die Wertschätzung von tierischen Produkten verändert sich. Gefragt sind heute vor allem regionale und hochwertige Fleischprodukte.

Die „jungen Wilden“

Dinge anders zu machen als die Generationen davor – das ist das Privileg der Jugend. Martin Bauer vom Weingut Emil Bauer & Söhne im pfälzischen Nußdorf geht gemeinsam mit seinem Bruder Alexander in vielerlei Hinsicht neue Wege. Ihre Etiketten sind das beste Beispiel dafür.

TEXT Inka Stonjek **FOTOS** Thomas Schindel, Unternehmen

Wenn du ein Rassist, ein Terrorist oder einfach nur ein Arschloch bist – trinke bitte nicht meinen Sauvignon Blanc“, ist auf einer Weinflasche zu lesen. Auf einer anderen Flasche prangt der Spruch: „Mein Merlot ist nicht die Antwort. Aber er hilft, die Frage zu vergessen.“ Zwei klare „Alleinstellungsmerkmale“ in der wohl eher konservativen Weinbranche, die vor allem eines sollen: provozieren. Weine für Menschen, die sich selbst nicht allzu ernst nehmen und Spaß am Genuss haben – wie Martin und Alexander Bauer selbst.

Anders als andere

Die Brüder führen das Weingut Emil Bauer & Söhne seit dem Stabwechsel 2011 gemeinsam in der fünften Generation. „Die Idee für die Etiketten ist aus einer Laune heraus entstanden, als wir abends noch zusammensaßen. Wir wollten einfach was anderes machen, ein Wort hat das andere ergeben“, blickt Martin Bauer zurück. Heraus kam eine ganze Linie an Ortsweinen, die drei Rot- und vier Weißweine umfasst und deren Etiketten alle klare Statements abgeben. Und mit denen sie manchmal auch anecken. Vor allem nach den internationalen Terroranschlägen in der vergangenen Zeit kamen die Weine ins Gerede. „Wir mussten uns mit der Frage auseinandersetzen, wie wir dazu stehen. Aber wir kamen zu dem Entschluss, dass die Etiketten nun mal unsere Meinung widerspiegeln.“

Trotzdem – oder vielleicht gerade deswegen – wurde die Linie vor allem bei jungen Leuten ein voller Erfolg und ist heute ein Markenzeichen des Weingutes. Daran zeigt sich die Marketingerfahrung, die Martin Bauer mit in den Betrieb gebracht hat. »

Der Winzer und sein Wein.
Martin Bauer ist genau wie seine Weine – unkonventionell und authentisch. Das Weingut betreibt er zusammen mit seinem Bruder Alexander.

» Der 37-Jährige hat Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Weinmarketing studiert und anschließend bei großen Firmen wie Mercedes Benz und verschiedenen Agenturen gearbeitet. „Ich bin eigentlich ein Werber“, sagt er schmunzelnd. Im Familienbetrieb ist er daher vor allem für die Vermarktung der Weine zuständig. Seine alten Kontakte sind hilfreich: Sämtliches Werbematerial, egal ob Etiketten oder Flyer, entsteht gedanklich zwar komplett in Eigenleistung, aber um die Umsetzung kümmern sich die Kollegen von damals. Alexander Bauer hingegen wollte von klein auf Winzer werden und setzte auf seine Ausbildung als Weinküfer noch ein Studium an der Hochschule Geisenheim drauf. Praktische Erfahrungen sammelte er auf verschiedenen Weingütern in Deutschland und Südafrika. Sein Job sind vor allem die Weinberge, denn 29 Hektar Südpfälzer Weinberglagen wollen gehegt und gepflegt werden.

„Unser Hauptaugenmerk liegt auf schonend ausgebauten Rieslingen, weißen Burgundersorten und verschiedenen Rotweinsorten, die in Stahl-, Holz- und Barriquefässern heranreifen.“ *Martin Bauer*

Weine für Kenner

Durch ihre unterschiedlichen Werdegänge ergänzen sich die Brüder perfekt. Vater Norbert steuert zudem weiterhin seine Erfahrung und Arbeitskraft bei, er steht den Brüdern stets beratend zur Seite. Eine erfolgreiche Kombination – wie zahlreiche Auszeichnungen beweisen. „Fine. Das Weinmagazin“ listet die Brüder unter den 111 besten deutschen Jungwinzern auf. Die „falstaff Wein Trophy 2014“ hat sie als „Newcomer des Jahres 2014“ nominiert. Und auch auf die Weine selbst – die unter anderem über INTERGAST-Mitglied Frey & Kissel bezogen werden können – halten die Fachmedien große Stücke. „Gourmetwelten“ führt sie unter den besten deutschen Kollektionen des Jahres 2014 auf. „Eichelmann“, „Gault&Millau“, „falstaff“ und „Der Feinschmecker“ haben sie ebenfalls empfohlen. „Unser Hauptaugenmerk liegt auf schonend ausgebauten Rieslingen, weißen Burgundersorten und verschiedenen Rotweinsorten, die in Stahl-, Holz- und Barriquefässern heranreifen“, erzählt Martin Bauer. Und ein weiteres Experiment ist bereits am Start: Der Familienbetrieb hat 2013 in zwei Granitfässer investiert. „Das Ergebnis sind Weine mit starkem mineralischen Charakter. Sicher nichts für jedermann, aber Kenner werden sie zu schätzen wissen.“ □

NACHGEFRAGT

BEI STEPHAN MÜLLER, INHABER WEINGUT EUGEN MÜLLER, FORST (PFALZ)

Das Weingut Eugen Müller wird bereits in dritter Generation von Stephan Müller gemeinsam mit seinem Vater Kurt geführt. Er stieg im Jahr 2000 nach abgeschlossenem Studium in Geisenheim und mehrmonatigem Australienaufenthalt in das pfälzische Weingut ein.

Herr Müller, was macht Sie „jung und wild"?

Richtig jung bin ich zwar nicht mehr, aber wir probieren uns immer wieder gerne neu aus. Für meinen ersten Wein haben wir aus etwa 30 Prozent der Spätburgundertrauben einen Blanc de Noir und Rosé hergestellt. Die Trauben müssen dafür schnell und schonend gekeltert werden, damit die roten Farbstoffe aus der Schale nicht in den Saft gelangen. Nur so kann ein heller Wein heranreifen.

Wie hat sich der Generationswechsel in Ihrem Betrieb vollzogen?

Wir sind ein Traditionsbetrieb. Mein Vater hatte den Wandel damals angestoßen. Neue Generationen sind wichtig im Weinbau, weil dadurch neue Sichtweisen hinzukommen. Die jungen Winzer haben heute eine ganz andere Ausbildung als die vorherigen Generationen. Auslandserfahrung zu sammeln, wird auch immer wichtiger. Ich selbst habe in Geisenheim studiert und war anschließend für mehrere Monate auf dem australischen Weingut Glaetzer zu Gast.

Was haben Sie von dort mitgenommen?

Ich habe mir dort viele kleine Dinge abgeschaut, die in Deutschland zu der Zeit noch in den Kinderschuhen steckten. Die Beurteilung der Trauben zum Beispiel: Die deutschen Winzer beurteilten den Reifegrad damals nur nach dem Öchslegrad, also dem Zuckergehalt. Die Australier interessiert dieser Wert praktisch gar nicht. Sie verkosten die Trauben und testen darüber Frische, Säuregrad und Geschmacksstruktur. Das gebe ich hier in Deutschland an meine Auszubildenden weiter.

Was zeichnet Ihr Weingut aus?

Das sind unsere interessanten Lagen. Unser Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Rebsorte Riesling, die auf dem Forster Basalt mit seinem hohen Mineralvorkommen wächst. Seit drei Jahren sind wir mit unseren Weinen auch bei INTERGAST-Mitglied Wehner Groma in Fulda vertreten.

Weitere Informationen gibt es unter:

www.weingut-eugen-mueller.de
www.bauerwein.de