

VON PATRICK HEMMINGER

Schlabberplörre!“, ruft Christoph Hammel, „Rosé galt jahrelang als Schlabberplörre. Aber das hat sich massiv geändert!“ Hammel ist Winzer in der Pfalz. Mit gut 60 Hektar Weinbergen gehört er zu den Großen in der Region. Sein Weingut übergibt er gerade an die neunte Generation. Hammel ist für zwei Dinge bekannt: starke Meinungen – und Weine, die einfach schmecken. Verkopfte und komplizierte Tropfen sind seine Sachen nicht.

Dabei hat er eine feine Nase für Trends. Deshalb sollte man zuhören, wenn Hammel über deutschen Rosé spricht, dem er eine grandiose Zukunft vorhersagt. „Rosé, das war früher Wein für Leute, die sich nicht zwischen Rot oder Weiß entscheiden konnten“, sagt er. Dass Rosé inzwischen als schick gilt, ist vor allem den Südfrauzosen zu verdanken. Rosé steht für die Provence, für Sommer und für Leichtigkeit. Französische Winzer und Genossenschaften produzieren 31 Prozent des Rosés auf der Welt, rund ein Drittel des bei unseren Nachbarn getrunkenen Weins ist rosa. „Vor allem die Jugend lässt sich darauf ein“, sagt Hammel. „Bordeaux oder Burgund, das ist aufgeblassen und speißig, das Getränk der Väter.“ In Deutschland liegt der Konsum erst bei gut zehn Prozent. Tendenz steigend.

**Meisten entscheiden Frauen, welcher Wein zu Hause ins Glas kommt. Und sie kaufen: Rosé**

Deutschland hat beim Rosé Hammels Meinung nach aus drei Gründen enormes Potenzial. Grund eins: Rosé gilt als modern und mediterran. Dabei ist er vergleichsweise günstig. Selbst Spitzenweine kosten selten mehr als 15 Euro. „Außerdem kaufen Rosé mehrheitlich Frauen, und die treffen bei Weinen unter zehn Euro in 80 Prozent aller Fälle die Entscheidung“, so Hammel.

Grund zwei: „Wir sind Weißweinland, cool-climate“, sagt der Pfälzer Winzer. „Wir haben Säure, Kühle und Frucht in unseren Weinen. Wenn du Weißwein zur Präzision bringst, dann machst du als Winzer auch guten Rosé.“ Für einen Rosé werden im Prinzip Rotweintrauben wie Weißweintrauben verarbeitet. Es vergärt also nur der Saft. Der bekommt seine Farbe durch einen kurzen Kontakt mit den Schalen. Beim Rotwein gärt die Maische, der Brei aus Saft, Schalen, Fruchtfleisch, Kernen und manchmal Stielen und Stängeln.

Grund drei: „Noch nie waren die jungen Winzerinnen und Winzer so gut ausgebildet wie heute, so motiviert, so frei“, sagt Hammel. Seine Kollegen sollten sich öfter trauen, „ein bisschen mehr Bumms in die

Kiste zu packen“, wie Hammel sagt. „Mach einen Rosé mit Frucht, aber mehr Tiefe und Dampf, bisschen Holzinsatz, dann hast du einen Wein, der so köstlich ist, dass du dir die Finger schleckst!“

Das klingt, als sei der Siegeszug des deutschen Rosés kaum aufzuhalten. Doch Maximilian Wilm sieht das etwas anders. Der Hamburger ist Chef-Sommelier im Spitzenrestaurant Kinfelts Kitchen & Wine, 2019 wählte ihn die Sommelier-Union zum besten seines Fachs. „Rosé ist hierzulande ein Durstlöcher. Von November bis März verkaufe ich sechs Flaschen und den Sommer über 180“, sagt Wilm. Dabei gebe es anspruchsvolle Rosés, mit denen er in der Speisenbegleitung arbeiten könne. Das seien aber Franzosen oder Spanier, und es funktioniere nur, wenn der Sommelier den Wein erkläre. Von sich aus bestelle kaum ein Gast einen Rosé zum Essen.

Viele Winzer nehmen den Rosé seiner Meinung nach nicht ernst genug. Sie betrachten ihn mehr als Nebenerwerb und haben meist zu wenig Ehrgeiz, daraus ein Spitzenprodukt zu machen. Wilm hat keinen einzigen deutschen auf der Karte. Dabei ist er wie Winzer Hammel der Meinung, dass Deutschland Rebsorten und Böden habe, um Rosés mit Charakter zu machen: „Ich wünsche mir mehr Ernst in den Weinen, dann wäre auch die Akzeptanz in der Spitzengastronomie höher.“ Aber Wilm sieht auch die Schwierigkeiten für die Winzer. Denn ein herausragender Wein kann nur aus einem guten Weinberg kommen. „Und opfert man als Winzer eine gute Lage für einen Rosé, wenn man für den Wein am Ende weniger Geld bekommt?“

Zwei, die das gewagt haben, sind die Brüder Stefan und Christian Braunewell vom Weingut Braunewell in Rheinhessen. Ihr „Der Rosé“ wurde jüngst vom Deutschen Weininstitut als der beste des Landes ausgezeichnet. „Aber ohne Frank wären wir nie auf die Idee gekommen, ein Rosé-Projekt zu machen, geschweige denn einen Rosé als Premiumprodukt zu definieren“, sagt Stefan Braunewell. Frank – das ist Frank Dinter, dessen Name ebenfalls auf dem Etikett steht. Der 60-Jährige hat beruflich nichts mit Wein zu tun. Er ist aber Weinliebhaber und mit den Brüdern befreundet. Mit Weinmachen hat er erst zu tun, seit sich bei einem Sommerurlaub in der Provence vor sieben Jahren eine Idee in seinem Kopf festsetzte: Mit den Braunewells einen Rosé der Spitzenklasse machen, wie er ihn aus dem Urlaub kannte.

Die Brüder waren skeptisch, fürchteten, den Wein nicht verkaufen zu können. Aber Dinter ließ nicht locker. „Die Jungs haben mich zu Beginn immer gefragt, was ich eigentlich will. Bis ich gesagt habe, ich will einen Wein, der irgendwann der beste Rosé Deutschlands ist“, erzählt er. Dann kamen

die Spötter, die sagten: Verkauft ihr nie! Inzwischen sind die rund 3500 Flaschen, die es jedes Jahr vom „Der Rosé“ gibt, zuverlässig ausverkauft. Immerhin kostet die Flasche 25 Euro. Für einen Rosé ist das sehr viel, für Spitzenwein lächerlich wenig.

Stefan Braunewell lächelt, als er sich an die Anfänge erinnert. „Die Grundfrage ist, was ist guter Rosé? Geschmack kommt über Erfahrung, und unser Rosé ist sicher nicht für jeden ein guter Rosé“, sagt er. Auf dem Markt gibt es zwei Typen von Rosé. Die einen werden in geschmacklich neutralen Tanks aus Edelstahl gemacht, haben meist etwas mehr Restzucker. Die anderen sind trockener, und beim Ausbau spielen Holzfässer eine Rolle. Sie machen den Wein komplexer und verleihen seinem Geschmack weitere Dimensionen. Bei Fachleuten kommt die zweite Art oft besser an.

Um Spitzenqualität beim Rosé zu erreichen, mussten die Brüder in den dafür

# Die Zukunft ist rosarot

Rosé ist komplexer als sein Ruf und liegt im Trend, vor allem bei Jüngeren. Und deutsche Weinberge bieten dafür beste Voraussetzungen



*Köstliches Klischee: Sommer, Sonne, Rosé.*  
FOTO: MAURITIUS IMAGES

## Deutscher Rosé

Sechs Tipps aus jeder Preisklasse: 1. **Litler Rosé**, Weingut Hammel, Kirchheim an der Weinstraße, Pfalz, 4,90 €, weinhammel.de; 2. **Flickwerk**, Weingut Alexander Flick, Bechtolsheim, Rheinhessen, 6,90 €, weingut-flick.de; 3. **Für mich soll's rote Rosen regnen**, Weingut Hammel, 9,50 €; 4. **#love&hope**, Weingut St. Antony, Nierstein, Rheinhessen, 9,90 €, st-antony.de; 5. **Rosé Fumé**, Weingut Dr. Heger, Ihringen am Kaiserstuhl, Baden, 14,60 €, heger-weine.de; 6. **Der Rosé**, Braunewell-Dinter, Selztal, Rheinhessen, 25 €, braunewell-wein.de

vorgesehenen Weinbergen einiges umstellen. „Wir müssen den Weinberg eher wie einen Weißweinweinberg denken, weniger wie einen für Rotwein“, sagt Braunewell. Das bedeutet, dass sie die Reben so behandeln, dass die Beeren größer werden und dünnere Schalen haben, als es für Rotwein nötig wäre. „Wir tun so, als würden wir Weißwein aus einer roten Sorte machen“, sagt Braunewell. Dann verbringt „Der Rosé“ von Braunewell-Dinter einige Monate in Barriques (Fässer mit 225 Liter Fassungsvermögen). 14 unterschiedliche Barriques reifen bis ins Frühjahr hinein im Keller. Aus diesen verschneiden die Winzer den fertigen Wein, acht Barriques füllen sie ab.

Was herauskommt, ist nicht banal, aber eben auch nicht kompliziert. „Der Wein hat Frucht, Charakter und Tiefgang, Zug am Gaumen und ein bisschen Säure, leichte Gerbstoffe, Kräutrigkeit, Kühle, eine noble Blässe und dezentes Holz aber nicht zu

viel“, sagt Braunewell und muss über seinen Stolz und sein Selbstlob lächeln.

Die eigentliche Frage ist ja: Wenn Rosé toll reifen kann und er Speisen gut begleitet; wenn in einem Jahr die Aromen von frischen Früchten dominieren, im anderen feine Würze, getrocknete Feigen und Aprikosen; kurzum: Wenn Rosé hier so viel Potenzial und man dafür gute Preise erzielt, warum keltert ihn dann nicht mehr deutsche Winzer? Der Pfälzer Winzer Christoph Hammel glaubt: „Das ist das Bauchgefühl.“ Rosé sei „belegt vom Image des lebensfrohen Südfrauzosen. Wenn wir jetzt auf einmal sagen, wir machen genauso gute Rosés, dann wäre das, wie wenn die Franzosen ankündigen, ab morgen die besten Autos der Welt zu bauen.“

Trotzdem ist er sich sicher, dass den Siegeszug des deutschen Rosés niemand aufhalten wird. „Wir sind kein schlafender Riese“, ruft er. Der Sommer kann kommen.



## Wohlfühlurlaub im Burghotel Sterr in Neunußberg bei Viechtach

Das Burghotel Sterr ist mit nur 34 Zimmern und Suiten eines der kleinsten 4-Sterne-Wellnesshotels im Bayerischen Wald – und eines der feinsten, ein echtes Hideaway. Der mediterrane Stil des Hauses passt wunderbar in die sanfte Hügellandschaft von geradezu toskanischer Schönheit. Entspannen Sie im Spa Indoor-Pool, ganzjährig beheiztem Außenpool, verschiedenen Saunen und Ruheräumen und lassen Sie sich kulinarisch verwöhnen.



Heute auf [Kaufdown.de](https://www.kaufdown.de)



## Auf Wolke sieben mit 2 Nächten für 2 Personen im Hotel Krallerhof in Leogang

Das familiär geführte Haus in Leogang im Salzburger Land zählt zu den schönsten Wellnesshotels in den Alpen. Das Hotel Krallerhof liegt auf einem sonnigen Hochplateau und ist ganzjährig geöffnet. Das Hotel verfügt über 124 Zimmer und Suiten. Der Wellnessbereich „Refugium“ lädt auf 2.500 m² zur Entspannung ein. Im Sommer ist die Panoramalage des Hotels ideal fürs Wandern, Mountainbiken, Bergsteigen, Klettern und Golfen.



Sonntag auf [Kaufdown.de](https://www.kaufdown.de)

# Die Auktion für alle, die weniger bieten wollen.

Woanders steigen die Preise – hier sinken sie im Minutentakt. Bei Kaufdown.de von der Süddeutschen Zeitung können Sie sich täglich neue und exklusive Angebote zu genau Ihrem Wunschpreis sichern.

