

Alois Kracher/Illmitz:

Dipl.-Ing. Walter Kaltzin

Süßweinkönig mit hohen Parker-Punkten

Das bekannteste Aushängeschild Österreichs in Sachen Wein heißt Alois Kracher. Mit seinen hohen Prädikaten macht er seit Jahren International Schlagzeilen. Wo liegt der Unterschied zu Kollegen? Was steckt hinter dem Weingut?

Vor 20 Jahren war Alois Kracher wie viele andere Winzer in Illmitz im Seewinkel noch unbekannt. Mitte der 80-iger Jahre gab es 5 ha Weingärten, fünf Fremdenzimmer und eine gemischte Wirtschaft. Doch der junge Alois Kracher, geboren 1959, hatte mehr vor. In seiner unkomplizierten Art schaute er den französischen Top-Süßweinbetriebe über die Schulter und begann an seinem eigenen Weg zu arbeiten. Sein einfacher Grundgedanke: „Ich will immer besser werden.“ Geradlinig und mit einer gewissen Sturheit verfolgt er sein Ziel. Er wird dabei oft von Kollegen belächelt, lässt sich aber nichts dreinreden. Mit dem Jahrgang 1991 gelingt schließlich der große Durchbruch. Es folgen später laufend Auszeichnungen, beispielsweise wird vom „Wine Magazine“ der Titel „winemaker of the year“ in der Kategorie Süßwein gleich fünfmal an Kracher vergeben. Der wohl wichtigste internationale Weinjournalist Robert M. Parker von „The Wine Advocate“ bewertet regelmäßig die

Trockenbeerenauslesen mit über 90 Punkten, zum Punktemaximum von 100 fehlt oft nicht viel. Das internationale Interesse steigt enorm, das Weingut ist regelmäßig ausverkauft.

„Zwischen den Seen“ & Nouvelle Vague

Bei den Hochprädikaten verfolgt Kracher zwei unterschiedliche Linien: Die klassisch „österreichische“ Linie mit betont frischen und fruchtigen Noten lautet „Zwischen den Seen“. Hier kommen die Sorten Welschriesling, Scheurebe und Muskat Ottonel zum Zug, Ausbau in Stahltanks. Eher für den anglophilen Raum ist die Linie Nouvelle Vague ausgerichtet. Barriqueinsatz mit 100 Prozent neuem Holz (aus mikrobiologischen Gründen) und die Sorten Chardonnay, Traminer und Welschriesling decken diesen Bereich ab, der rund 40 % Anteil hat. Hauptexportländer: England und Amerika.

Wer auf Süßwein setzt, begibt sich in totaler Abhängigkeit von der Wit-



Foto: Manfred Burger

Mit konzentrierten und balancierten Prädikatsweinen an die Spitze der internationalen Charts: Alois Kracher, daheim in Illmitz einfach „Luis“ genannt

terung. Wenn die Botrytis cinerea nur zögerlich kommt, bleibt zwar manchmal noch der Frost (Eiswein), doch das gilt für Kracher nur als Kompromiss. Beispielshaft das Jahr 2003: Nur etwa 20 % stehen für die angestrebten Prädikate zur Verfügung, der Rest geht anonym in den Fassweinmarkt. Wie überbrückt Kracher solche Jahre? „Wir legen immer einen nennenswerten Teil der Produktion auf Lager. In einigen Jahren werden wir dann eine ganze Jahresproduktion zur Abfederung im Keller haben,“ betont Kracher.

Weingut Alois Kracher – Weinlaubenhof

Rebfläche: 30 ha, 80 % als Doppelstock, zwischen 6.000 und 7.000 Stöcke/ha, 80 % der Flächen werden bewässert, im Herbst 100 % unter Netz

Rebsorten: Weiße Sorten – 50 % Welschriesling, 20 % Chardonnay, 10 % Traminer, 10 % Scheurebe, 5 % Muskat-Ottonel, 5 % Versuchsanlagen, Rote Sorten – 90 % Zweigelt, 10 % Versuchsanlagen

Weine: Beerenauslese, Trockenbeerenauslesen nach Nummern gereiht (Konzentration gereiht), dazu ein trockener Weiß- und Rotwein

Produktion: etwa 100.000 Flaschen, alle Süßweine in 0,375 l

Vermarktung: Handel, Gastronomie, kein Abhof-Verkauf, PreSell-Verfahren

Auszeichnungen (internationale): „White Wine Maker of the Year“ im Wine Magazine in den Jahren 1994, 1997, 1998, 2000 und 2001; „Winery of the Year“ vom amerikanischen Wine&Spirits, „Len Evans Award“ für konstante Höchstleistungen bei der International Wine Challenge etc.

Adresse: Weinlaubenhof Kracher KG, 7142 Illmitz, Apetloner Straße 37, Tel. 02175/3377, Fax +4, E-Mail: office@kracher.at, www.kracher.at

Krachers Projekte

Heute ist Kracher mehr als nur Süßwein. Kracher ist zur Marke geworden. Etiketten von Käse, Gelees, Essig und einem Destillat führen den Namen Kracher. Was steckt hinter den Projekten? „Luis“ Kracher gibt freimütig zu: „Den Luxus immer extremere Selektionen aus den allerbesten Trauben zu erzeugen, muss man sich erst leisten können. Dazu brauche ich eine finanzielle Absicherung, die mir die Projekte bringen“. Die Projekte haben eine große Breitenwirkung, das unterstützt zusätzlich den Aufbau der Marke. Es zeigt auch, so Kracher, dass „in Verbindung mit an-

deren, sehr viel mehr bewegt werden kann."

Projektüberblick (Auszug)

Mr K: Zusammen mit dem kalifornischen Winzer Manfred Krankl erzeugt Kracher erfolgreich kompromisslose Süßweine in Kalifornien für den US-Markt.

Winzerkeller Neckenmarkt: Gemeinsam wurde erfolgreich eine Marke aufgebaut – Alois Kracher bringt sich in der Vinifikation und in der Vermarktung ein.

Kracher Grand Cru: Zusammen mit Käsesommelier Herbert Schmid vom Restaurant Steirerock entwickelte Kracher einen Blauschimmelkäse, der mit Beerenauslese affinisiert wird.

Kracher & Staud Weingelée: Zusammen mit dem Wiener Produzenten von Edelmarmelade Staud produziert Kracher Gelees aus Beerenauslese-Weinen.

Fine Wine Trade: Alois Kracher liebt die großen Weine der Welt. Deshalb hat er damit begonnen, einige der besten und rarsten selbst zu importieren. Über eine Tochterfirma beliefert er die österreichische Gastronomie und internationale Abnehmer.

Kracher-Tresterbrand & -Essig: Der steirische Schnapsbrenner Gölles produziert aus den Trestern von Alois Krachers Weingärten einen klaren, aromatischen Brand. Kracher-Weine werden zu Essig: ein weißer aus Trockenbeerenauslese und einer aus Rotwein

Der Betrieb

Mittlerweile ist der Betrieb auf 30 ha gewachsen (davon 2,5 ha Rotwein). Mehr sollen es auch nicht werden, schließlich will sich Kracher um jedes Fass noch persönlich kümmern können. Das Ziel, ausschließlich eigene Trauben zu verarbeiten, ist bereits verwirklicht. Die Vision, die dahinter steckt: Das Weingut soll Domaine-Charakter entwickeln, also jedes Jahr auf die gleichen Flächen zurückgreifen können, die Abhängigkeit von Vertragswinzern ist passé. Neunzig Prozent vom Umsatz kommen von den süßen Kreszenzen, 70 % poppen außerhalb Österreichs. Neben Alois Kracher sind Frau Michaela (Verwaltung), Vater Alois

(Weingarten) und Sohn Gerhard (Verkauf, studiert Wirtschaft) fest im Betrieb integriert. Zusätzlich gibt es sechs weitere Mitarbeiter für die Weingärten und eineinhalb Arbeitskräfte für den Officebereich. Krachers Weingärten liegen am Rande, zum Teil sogar im geschützten Gebiet des Nationalparks. Etwa ein Drittel der Fläche sind sandig-schottrige Böden, zwei Drittel kiesiges Sediment.

Erfolg & Kollegen

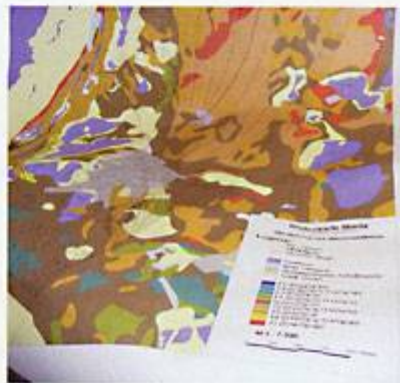
Inwieweit hat Marketing den Erfolg beeinflusst? „Ich sehe mich nicht als Marketinggenie, obwohl viele diesen Eindruck haben“, antwortet Alois Kracher. Der Marketingauftritt im Hause wird mittlerweile von Profis der Wine & Partners-Agentur gemagt. Großer Vorteil für Kracher: „Ich bleibe der Mensch mit meinen vielen Kanten und Eigenheiten und kann mich auf das Weingut konzentrieren.“ Worin liegt der Unterschied zu Ihren Kollegen? „Wir setzen seit zwei Generationen ausschließlich auf dieses Qualitätssegment und gehen jedes Jahr enormes Risiko ein. Das Wissen ist zum Großteil auch bei den anderen da, man muss es halt konsequent umsetzen“, ist Kracher überzeugt. „Und wer sich die Lernfähigkeit erhält, hat die besten Zukunftsaussichten. Illmitz hat sicher noch mehr Potential und wird derzeit unter Wert geschlagen. Je mehr Mitstreiter die internationale Bühne betreten, desto besser für uns und den Seewinkel.“ Und so feilt Kracher weiter an spannenden Süßweinen, die sich durch verführerische Eleganz und Authentizität auszeichnen.

Was will der Süßweinguru seinen Kollegen noch mitteilen: „Ich halte die Arbeit der Bundeskellereinspektion in Österreich für sehr wichtig. Je mehr Kontrolle, desto besser.“



Foto: W. Kracher

Unscheinbar von außen – dahinter steckt aber eine Süßweinproduktion von der Experten weltweit schwärmen



Qualitätsoptimierung von Grund auf: Wann soll wie bewässert werden? Systematische Erfassung der Böden – wissenschaftliche Entscheidungskriterien werden von internationalen Experten herangezogen

Das Edelste braucht einen entsprechenden Rahmen – die Jahrgangskollektion enthält nach Nummern gereihete Trockenbeerenauslesen (folgen der Konzentration)



Der Autor

Dipl.-Ing. Walter Kaltzin, Redaktionsleiter DER WINZER, Tel. 02235/404 261, E-Mail: w.kaltzin@agrarverlag.at