



«Wo Reben wachsen, ist die Natur meistens wunderschön.» Im Douro-Tal reichen die Weinberge bis zum Horizont. Fotos Philipp Rohner

Der fabelhafte Douro Boy

Dirk Niepoort ist nicht nur Portugals berühmtester Winzer – er ist ein globales Phänomen

Von Chandra Kurt

Der Name Niepoort ist das Markenzeichen der wohl dynamischsten Weinfamilie Portugals. Wie keine andere steht sie für traditionelles und modernes Weinschaffen. Während die Familie früher nur für Portwein bekannt war, produziert sie inzwischen eine breite Palette an Rot-, Weiss- und gar Roséweinen. Wichtig zu wissen ist, dass Portwein in die Gattung der aufgespitzten Weine gehört, während die anderen so genannte Stillweine sind. Beide Weinarten sind demnach ganz unterschiedliche Produkte.

Federführend im Betrieb ist heute Dirk Niepoort, den ich vor über 20 Jahren das erste Mal getroffen habe. Er verkörpert die 5. Generation der Niepoorts und ist wahrscheinlich der Kreativste, den diese Familie bis jetzt hervorgebracht hat. Er führt den Betrieb zusammen mit seiner Schwester Verena. In seiner Person vereinen sich Tradition, Innovation und viel Vision. Interessant ist, dass er seine Liebe zum Wein während seines Studiums sowie eines Praktikums bei Mövenpick in der Schweiz entdeckte – überhaupt pflegt er einen engen Bezug zur Schweiz, seine zwei Söhne Daniel und Marco sind hier geboren.

Nichtsdestotrotz ist Portugal seine Heimat, genauer gesagt die Stadt Porto und das Douro-Tal. Das Tal ist eines der ältesten gesetzlich festgelegten Wein-

baugebiete der Welt und vor allem für eines bekannt: den Portwein. Er wurde hier erfunden und ist und bleibt der wichtigste und berühmteste Wein der Region, die 2001 zum Unesco-Weltkulturerbe ernannt wurde.

Das Weinbaugebiet mit seinen einmaligen und oftmals sehr steilen Schieferböden beginnt rund 80 Kilometer östlich der Stadt Porto und folgt dem Flusstal bis zur spanischen Grenze. Der Fluss Douro (Spanisch Duero) ist 897 Kilometer lang und hat seine Quelle im Norden Spaniens. Trauben sind die wichtigsten Anbaupflanzen des Douro-Tals und die Douro-Mündung in Porto ist das Zentrum des portugiesischen Weinhandels.

Vis-à-vis von Porto, am südlichen Flussufer, in Vila Nova de Gaia, befindet sich ein einmaliges Kulturgut. Die teils uralten, langgestreckten Lagerhäuser der grossen Portweinhäuser wie Taylor's, Sandeman, Fonseca, Graham's, Calem oder Niepoort. Sie haben mehrere Stockwerke, die tief in den Berg gebaut sind. Hier reifen die Portweine je nach Typ jahrzehntelang.

Die Weine müssen erobert werden

Als ich Dirk Niepoort das erste Mal im Douro-Tal besuchte, verkosteten wir primär Portweine. Es gab noch keinen «Fabelhaft», noch keinen «Redoma», überhaupt waren Stillweine aus dem Douro-Tal nicht bekannt – ausser vielleicht der «Mateus Rosé» aus der Bocksbeutelflasche. Das sollte sich ändern, natürlich nicht nur wegen Dirk, aber er war massgeblich an einer unglaublichen Evolution beteiligt, der wir unzählige neue Weine zu verdanken haben – kräftige, komplexe Rot- und Weissweine aus dem Douro-Tal.

In jener Zeit hörten zahlreiche Winzer der Region damit auf, all ihre Trauben den grossen Portweinhäusern zu verkaufen. Sie begannen, aus einem Teil davon ihren eigenen, neuen Wein zu vinifizieren. Inzwischen gibt es so viele neue Stillweine, dass man ganze Vinotheken damit füllen kann. Dabei ist Portugal eines der wenigen Erzeugerländer, das sich nicht von den Modersorten Merlot, Cabernet Sauvignon oder Chardonnay hat infizieren lassen.

Die lokalen Rebberge sind voll von autochtonen Sorten, die es nur im Land selber gibt. Sie heissen Tinta Cão, Touriga Francesca, Tinta Roriz und Touriga Nacional und präsentieren sich in der Aromatik anders als sämtliche Trendweine von heute. Sie sind charakterstark, erdig und alles andere als geschliffen. Es sind langlebige Weine, die erobert und erkannt werden müssen. Es sind aber auch Weine, die nicht langweilig oder kopiert wirken. Persönlich haben mir solche Weine immer sehr gut gefallen, ihre aromatische Individualität ist für den Gaumen höchst spannend.

Mit dem Boom der neuen Tischweine aus dem Douro-Tal wurde auch



Der vermutlich Kreativste. Dirk Niepoort und Autorin Chandra Kurt.

die dynamische Winzergruppierung Douro Boys gegründet (Dirk ist der Übervater der Boys). Sie treten weltweit zusammen auf und präsentieren ihre Weine gemeinsam.

Niepoort erweitert Horizonte

Hier liegt vielleicht der Kern von Dirks Schaffen – denn Dirk ist wohl mit seinen visionären Ideen oftmals alleine, aber er hat sie immer mit anderen geteilt oder andere mit ins Boot genommen. Seit ich ihn kenne, bringt er Menschen zusammen. Aus allen Erdteilen und mit allen Interessen. Es wird zusammen gekocht, verkostet, diskutiert, ausgetauscht – bis in die frühen Morgenstunden. Daraus sind schon die verrücktesten Weinprojekte entwickelt worden. Spontan, aus dem Gefühl heraus, das aus einem Nährboden geselligen Zusammenseins entstanden ist. Dirk hört gerne zu, er erzählt aber noch lieber und teilt seine Gedanken mit.

Unter den Labels «Niepoort Projectos» sind zahlreiche Experimentalweine entstanden, bei denen Dirk in Zusammenarbeit mit anderen Winzern neue Wege in der Kreation eines Weines geht. Die Produkte sind Resultate seiner Suche nach Höherem, er erweitert mit ihnen den Horizont des Bestehenden. Er zeigt auf, was möglich wäre, wenn man Bekanntes und Vertrautes für einmal hinter sich lässt und einen oder zwei Schritte weitergeht. Auf die Frage, wie man einen neuen Wein kreiert, erklärte mir Dirk: «Das ist eine Mischung aus langfristigen Plänen, Denken, Träumen und spontanem Handeln. Ich bin überzeugt davon, dass Menschen, die viel träumen, auch sehr spontan sein können. Die Entstehung eines neuen

Weines geht einher mit der Verbindung von Stimmungen, Erfahrungen, Gelegenheiten und Momenten. Wenn man seinen ersten Wein kreiert, hat es auch mit Kopieren zu tun. Man denkt an die Weine, die man kennt und gerne hat. Vorbilder sind dann die Basis. In meinem Fall denke ich immer an das Terroir, also an den Boden und was er uns als Wein sagen könnte.»

Geglückte Mischung von Details

Wahrscheinlich habe ich mit Dirk mehr ausländische Weine getrunken als Portwein und Weine aus Portugal – also seine Weine. Daher bringe ich ihm bei jedem Besuch meine neuen Favoriten mit – meist werden sie am Abend selber entkorkt und diskutiert, während er am Kochen ist. Er selber ist ein grosser Liebhaber von Riesling, grossen Burgundern, alten Weinen und solchen mit Finesse und Frische. Nicht perfekte Gewächse, sondern solche mit Charakter und Charisma. «Wein ist mein Leben», sagt Dirk, «um den Wein herum gibt es viele tolle Menschen. Wo Reben wachsen, ist die Natur meistens wunderschön.» Wein habe auch eine unglaublich kommunikative Stärke, bringe Menschen zusammen. «Vom Wein habe ich gelernt, was zeitliche Dimensionen sind. Denn es gibt Weine, die schmecken noch nach Jahrzehnten jugendlich. Leider werden heute immer weniger davon produziert. Moderner Wein scheint nicht mehr zu altern, das ist absurd.»

Ein Wein, der nicht altern muss, sondern für den unkomplizierten Genuss

entwickelt wurde, ist der «Fabelhaft». Eine einmalige Erfolgsgeschichte. «Der Fabelhaft ist eine geglückte Mischung von Details. 2002 wollte ich einen Wein produzieren, der nicht der beste der Welt ist, nicht dunkel in der Farbe, nicht süss und nicht alkoholisch. Ich fragte damals meine Eltern und ihre Freunde, wieso sie gewisse Weine mögen und andere nicht.» Er bekam nie eine wirkliche Antwort. «Ich habe meinen Vater dann so lange geplagt, bis er mir endlich sagte: «Ein Wein ist gut, je mehr man davon trinkt. Und je mehr man trinkt, umso besser schmeckt er.»

So einfach das klingt, so wichtig ist diese Aussage für Niepoort, denn sie bedeutet genau das Gegenteil des heutigen Weintrends der modernen Weine. «Diese beeindruckten im ersten Moment durch ihre dunkle Farbe, durch ihren schweren Gehalt und ihre sehr süsse Aromatik. Leider trinkt man nicht viel davon, da ein solcher Wein viel zu sättigend ist. Mit dem Fabelhaft habe ich das pure Gegenteil gemacht. Es entstand ein süffiger Wein, den man sehr gerne trinkt.»

Das Douro-Tal hat heute zwei Identitäten – die des wirtschaftlich wichtigen Portweins und die der neuen Wein generation, die mit Portwein aufgewachsen ist, die aber auch gerne Stillweine genießt und inzwischen auch produziert. Es ist selten, dass eine Weinregion mit solch historischen Wurzeln eine derartige Neuentwicklung zustande bringt. Dies ist schlicht und einfach fabelhaft.

Fabelhaft 2013, Douro

Dieser Fabelhaft-Jahrgang macht Spass. Die Frucht ist rein und saftig. Der Wein sehr zugänglich, spassig und in seiner Art sehr bekömmlich.

Von diesem Wein können Sie problemlos ein paar Kisten im Keller haben. Beim nächsten Spaghetti-Plausch oder Spontanapéro werden Sie ihn im Nu austrinken.

Perfekter Alltagswein. Der Name «Fabelhaft» bezieht sich übrigens auf das ungewöhnliche Etikett, das Wilhelm Buschs Fabel des Raben Huckebein zeigt. Das Label des Weins ändert sich je nach Land, in dem er verkauft wird. Es werden immer Comics von lokal bekannten Künstlern verwendet.



Trinkreife: Jetzt geniessen
Passt zu: Pasta, Pizza, Grilladen, Lasagne, Eintopf, Geflügel
Servicetipps: Bei 15 bis 17 Grad servieren
Alkoholwert: 13 Prozent
Preis: Fr. 15.70
Bezugsquellen: Coop, Manor

Angebot für BaZ-Leserinnen und -Leser

Weinseller Journal – 30 Prozent günstiger

Ergänzend zum «Weinseller», der in der 18. Auflage erschienen ist und 550 preisgünstige Weine von Schweizer Grossverteilern und Discountern empfiehlt, hat BaZ-Weinautorin Chandra Kurt ein Weinmagazin lanciert. Das *Weinseller Journal* erscheint viermal pro Jahr und ist eine praktische Hilfe für den täglichen Weingenuss. Es ist kein Weinmagazin im herkömmlichen Sinn, sondern eine Weinpublikation, die man sammeln und aufheben kann. Die bekannteste Weinjournalistin der Schweiz erzählt darin aus ihrem Weinalltag, vermittelt einfach und verständlich alles, was man wissen muss, um noch mehr Freude am Weingenuss zu haben.

- Themen der zweiten Ausgabe:
- > Dirk Niepoort und sein Fabelhaft-Wein
 - > Portwein Abc
 - > Das richtige Weinglas
 - > Lexikon – von amabile bis Zusatzstoffe
 - > Die besten Weinseller-Weine unter 10 Franken
 - > Weinkeller: Wie einrichten, wie bestücken?



Hier gibts das *Weinseller Journal*: Bestellen Sie die zweite Ausgabe des *Weinseller Journals* mit 30 Prozent Rabatt, also für Fr. 9.80 statt Fr. 14.–. Das Jahresabo (4 Ausgaben) gibts für Fr. 39.20 statt Fr. 48.–.

Bestellen bei: www.weinseller.com > «Weinseller Journal abonnieren» > «Probenummer» oder «Jahresabo» > bei «Rechnungsadresse unter «Bemerkungen» bitte Promocode BAZWSJ eingeben und abschicken.