

**ANGELO GAJA Winzer**

© 2007 RENÉ AMMANN, ZÜRICH, ammann@zahlenwelt.net

## **DIESE WUCHT**

**Der piemontesische Winzer Angelo Gaja, 55, erzieht seine Reben mit der Schere. Knips, knips, knips: Nur weniger Trauben ergeben höhere Qualität. Gaja trimmt die störrischen Nebbiolostöcke, bis ein temperamentvoller, eleganter Wein wie der Sorì San Lorenzo reift, den ein amerikanischer Journalist 300 Seiten lang loben mochte.**

Angelo Gaja dreht den Kopf nach links, nach rechts, zieht die Augenbrauen hoch und spitzt die Lippen wie ein Sängerknabe beim Ave Maria. Er beugt sich weit über den Tisch und faucht durch die drei Röschen: "Ich kann es ihm nicht sagen. Ich wage es nicht. Aber der Wein hat leichten Zapfen. Jedesmal, wenn mir das passiert, sage ich nichts, dann trinke ich nichts oder so wenig wie möglich. Denn es wäre für beide beschämend, wenn ich etwas sagen würde."

Entschlossen schiebt er das Glas von sich weg. Der Besitzer des Restaurants eilt vorüber. Gaja zieht ihn am Ellenbogen zu sich hin und sagt: "Fa-bu-lös, also die Pappardelle waren wirklich phan-ta-stisch, ein grosses Kompliment an deine Mutter, sie steht doch auch heute in der Küche nicht!? Und jetzt sind wir schon ganz gespannt darauf, zu wissen, wie der andere Wein schmeckt, den du für uns geöffnet hast." Hoherfreut schenkt der Wirt den neuen Wein ein. Gaja lächelt. Er hat sich durchgesetzt, ohne dass jemand das Gesicht verlieren musste.

"Angelo ist ein Charakter", sagt einer seiner Freunde, "eine grosse Persönlichkeit."

"Er ist ein Fiscale", sagt ein anderer.

Ein Steuerbeamter?

"Ja."

Was muss man sich darunter vorstellen?

"Also gut, er ist ein Tedesco."

Ein Deutscher?

"Ja."

Wie das?

"Er ist arbeitsam, ehrgeizig und genau bis zur Pedanterie."

Gaja schloss mit 20 die Weinbaufachschule in Alba ab. Nach einer Lehrzeit in Frankreich trat er in die Firma seines Vaters Giovanni ein. Man schrieb das Jahr 1960, und Gaja galt zwar schon als führendes Weingut in Barbaresco, "aber für Angelo, der über die Grenzen Barbarescos hinaus bekannt werden wollte, war das bei weitem nicht genug", schreibt der Journalist Edward Steinberg in seiner Gaja-Biographie "Die Weine von San Lorenzo" (Verlag Droemer).

In den 60er Jahren waren piemontesische Weine auf den Karten der Restaurants der Weltstädte nicht zu finden. Auf dem wichtigsten Importmarkt, dem britischen, glänzte Italien mit einem billigen Soave, einem mittelprächtigen Chianti und sonst durch Abwesenheit. In London wie in anderen Zentren auch dominierten die Weine der Winzer aus dem Bordelais.

Die Ursache liegt im Marketing. Anfang 1663 hatte ein Winzer aus dem Médoc begonnen, Wein unter dem Namen seines Châteaux zu verkaufen. Der Markt in London nahm von diesem Trick schnell Notiz. Bis anhin hatte jeder französische Rotwein "Claret" geheißen, und "Tent" stand für spanischen Rotwein, den *Vino tinto*.

Vom 11. April 1663 an nicht mehr. Zu jenem Datum notierte der Tagebuchschreiber Samuel Pepys, der mit einem Kumpel in der Taverne "Zur königlichen Eiche" bei einer Flasche sass: "Wir tranken eine Art französischen Wein, genannt Ho Bryan, der einen guten und zugleich den eigensten Geschmack hatte, den ich je angetroffen habe."

In der Folge zog der Winzer von Château Ho Bryan, also Haut-Brion, alle Weine der Region Bordelais mit an die Spitze – an die Weltspitze. Dorthin wollte der junge Gaja auch. Zwar hatten sein Vater Giovanni und dessen Vater Angelo ein Imperium von 90 Hektaren Weingärten in Piemont und, was den Sohn betrifft, neuerdings in der Toscana aufgebaut. Das Imperium war jedesmal dann um ein Stück gewachsen, wenn die Familienkasse es erlaubte. Nach und nach besaßen die Gajas viel Land, das viel Wein produzierte. Der verkaufte sich auch ganz gut. Aber einzig eine Radikalkur würde die Gewächse der Gajas – und später auch andere Weine aus der Region Piemont – in die erste interantionale Liga hieven, ahnte der Sohn.

Der Vater hatte die Basis dafür gelegt, als er in die ersten Barbaresco-Lagen investierte. Angelo führte die Arbeit fort, indem er die (mittlerweile 300 000) Reben doppelt so streng beschneiden liess wie üblich. Die Leute in Barbaresco, allesamt im Weinbau nicht unerfahren, schüttelten den Kopf: Gab es einen schöneren Anblick als Stöcke voller praller Trauben? Bei Angelo sahen die erfolgversprechenden Reben aus, als seien sie bereits abgeerntet worden, und der Winzer musste sogar Schilder aufstellen, um die Leute davon abzuhalten, die angeblich vergessenen Trauben einzupacken.

Angelos wichtigster Beitrag zur Hebung der Qualität bestand allerdings im Einsatz von Holzfässern bei der Kelterung, den Barriques. Anfangs kaufte Gaja die Fässer in Frankreich. Inzwischen lässt er jedes Jahr 500 neue selber herstellen. Das nötige Holz steht, zu mannshohen Beigen geschichtet, vor seiner Kellerei. Erstklassige Eiche von störrischem Wuchs, die Oberfläche brüsk wie ein Zweitagebart. Angelo Gaja mag keine Überraschungen, wenn es um seine Weine geht. Er sagt: "Ich vertraue auf Gott, und ich vertraue meiner Gattin. Das genügt. Einem Fassbauer kann ich nicht auch noch vertrauen."

Ein Fassbinder auf der Stör zieht die jahrelang gelagerten Dauben zu Fässern. Bevor ein Fass mit Most gefüllt wird, wird es eine Stunde lang mit heissem Dampf behandelt. Das hilft, die härtesten Tannine bereits aus dem Holz zu lösen. Tannine spielen bei der Alterung der Weine eine grosse Rolle. Damit auch der Korke die Lagerzeit unbeschadet übersteht, bestellte Gaja sechs Zentimeter lange Korke, länger als alle – was die knorrigen Piemonteser entweder als "Geldverschwendung" oder als "Zirkus" bezeichnen.

Manchmal wird Gaja die Sucht nach Qualität zum Verhängnis. Im Herbst 1992, nach einem sehr guten Sommer, hätte mit der Lese begonnen werden sollen. Gaja entschied sich für Risiko: "Wir warten." Zwei Tage darauf wachte er auf, hörte das Wasser an die Fenster klopfen. "Ich blieb optimistisch, aber es regnete und regnete, und nach sechs Tagen waren die Trauben wie Schleim, die Haut war weg", sagt er, "und es regnete noch vier weitere Tage, es war ein Desaster."

Den Fuss auf dem Gaspedal hat Angelo nicht nur im Geschäftlichen, sondern auch im Familiären. Ein Beispiel.

Was tun Ihre Frau Lucia und Ihre Töchter Gaia und Rossana heute abend?

"Sie lesen."

Sie sehen nicht fern?

"Nein. Wir haben keinen Apparat mehr."

Warum nicht?

"Wir haben ihn zertrümmert. Meine Familie sah zu häufig fern, da habe ich sie gewarnt: Wenn das so weitergeht, kommt das Ding weg. Schliesslich habe ich allen einen Hammer in die Hand gedrückt, und wir schlugen das Ding kaputt." Das war vor vier Jahren. Der jüngste Gaja, Giovanni, ist dreijährig. "Da gibt es keinen Zusammenhang", sagt der Vater. Der erstgeborenen Tochter Gaia und seiner Grossmutter Rey hat Gaja einen Wein gewidmet, den Gaja & Rey. Auch seinem Vater erwies Angelo die Reverenz: Als der Sohn begann, nicht nur die Traubensorte Chardonnay, sondern auch Cabernet Sauvignon anzubauen, maulte der Alte, das sei eine "Schande". Prompt taufte der Sohn den neuen Wein "Darmagi" – "Schande".

Allen Gaja-Gewächsen gemeinsam ist ihre Wucht. "Mir gefallen Weine mit einer gewissen Aggressivität", sagt Angelo. Den Kritikern des italienischen

Weinführers "Gambero Rosso" offenbar auch. Sie verliehen dem Piemontesen zweimal in Serie die Höchstnoten für vier seiner Produkte. Für höchste Qualität – und für höchste Preise.

Liebhaber zahlen dem Thuner Weinhändler Weibel gerne 159 Franken für eine Flasche Sorì San Lorenzo 1990, Gajas Spitzenwein – falls sie noch einer habhaft werden können. Günstigere Rotweine wie der Dolcetto Sito Moresco 1992 sind für 23.50 Franken zu kaufen. Weisse kosten ab 32.50 Franken wie die Chardonnay Rossj Bass.

Jede fünfte der 180 000 bis 350 000 Flaschen, die Gaja mit seinen 60 Angestellten pro Lese produziert, verkauft er in die Schweiz. "Ich wünschte mir, es gäbe mehr Märkte wie die Schweiz", schwärmt er, "die Schweizer sind reich, gebildet und willig, für gute Qualität gutes Geld zu zahlen." Künftig sollen Gaja-Fans nicht nur an seinen Weinen Gefallen finden können. Vor drei Jahren erwarb der Herr im 600-Seelen-Dorf Barbaresco ein altes Schloss. Das soll in ein Refugium mit zwölf Zimmern und einem Restaruant der ersten Güte umgebaut werden. Und wenn man die vielen Leute in teuren Karossen mit Kennzeichen D und CH sieht, die vergebens nach einem Gaja-Degustationskeller Ausschau halten, so dürfte Angelo Gaja auch dieses Geschäft gelingen.

© 2007 René Ammann, Zürich, ammann@zahlenwelt.net Erstmals erschienen in: Das Magazin, Nr. 19/96, 11. Mai 1996