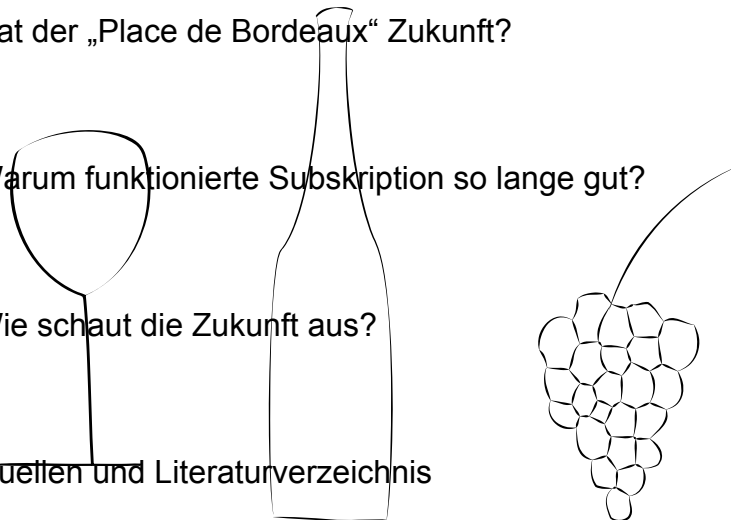


# Die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Handels von Premiumweinen aus Bordeaux

Bordeaux und sein Geschichte in Bezug zu Wein	Seite 2
Die Struktur des Weinhandels im Bordelais	Seite 3
Die Distributionskette der Subskription im Bordelais	Seite 3
Subskription und Robert Parker	Seite 4
Hat der „Place de Bordeaux“ Zukunft?	Seite 5
Warum funktionierte Subskription so lange gut?	Seite 6
Wie schaut die Zukunft aus?	Seite 8
Quellen und Literaturverzeichnis	Seite 10



Das Bordelais ist eines der größten Weinbaugebiete der Welt. Seine Geschichte reicht weit zurück. Ab dem 12. Jahrhundert entwickelt es sich durch historische Beziehungen zum englischen Königshaus und seiner logistisch günstigen Lage am Meer zu einer Exportregion. Im 16. Jahrhundert begannen niederländische Wasserbauingenieure das Gebiet im Haut-Medoc zu entwässern. Erst dadurch wurde es möglich dort Wein anzupflanzen.

Bis zur französischen Revolution 1789 mussten alle französischen Weine über Bordeaux ausgeführt werden. Dies führte zur Ansiedlung von Händlern, Négociants, die sich um die Ausfuhr und Vermarktung der Weine kümmerten. Produzenten und Händler trennten sich damals schon voneinander ab. Dies ist bis heute so geblieben. Während die Händler aus den damals typischen Handelsnationen Holland, Irland, und England stammten, gehörten die Châteaux und Weinberge den Bordelaisern. Der Weinbau wurde hier nicht vom Klerus, wie im Burgund, sondern von Kaufleuten begründet.

Damals wurden fast ausschließlich Weine des Medoc exportiert. Die heute bedeutenden Appellationen Pomerol und Saint Emilion waren vom Geschäft ausgeschlossen, denn sowohl die bedeutenden Händler wie auch Châteaubesitzer waren in der Stadt ansässig und hielten das Libournais am rechten Ufer fern vom Export. Auch hatte das Libournais keinen Meerzugang und damit keine Möglichkeit, Weine direkt zu exportieren.

Der Bau der Eisenbahnlinie Bordeaux – Paris und die Eröffnung im Jahre 1872 änderte dies, denn diese Verbindung machte Halt im Libournais und öffnete Pomerol und St.Emilion den Weg für den Export. Beide vermarkten seit damals intensiv im Norden Europas, Pomerol insbesondere in Belgien.

*Über die vielen Jahre hinweg hat sich somit eine bemerkenswerte Struktur des Weinmarktes ergeben, die wohl weltweit ihresgleichen sucht. Die Weinwirtschaft des Bordelais setzt sich heute aus ca. 10.000 Winzern, 300 Weinhändlern, 52 Winzergenossenschaften und 130 Weinmaklern zusammen. Jeder sechste Erwerbstätige ist damit direkt oder indirekt in dieser Branche beschäftigt. (2).*

*Die Besonderheit des Bordelais liegt in der großen Vielzahl der Betriebe. So gehören heutzutage viele der großen Châteaux zum Besitz von internationalen Konzernen mit eigenen Vertriebsstrukturen. Rund 60 % der Betriebe vinifizieren ihre Weine direkt, 40 % sind Mitglieder einer Winzergenossenschaft. Die Genossenschaften vereinen hierbei 5.500 Erzeuger unter sich und erwirtschaften 25 % der Gesamtproduktion. Der größte Teil des Produktionsvolumens, etwa 70 %, wird über Handelshäuser vermarktet. Die rund 300 Weinhandelshäuser bilden dabei unter der Sammelbezeichnung „Weinbörse von Bordeaux“ eine bedeutende wirtschaftliche und finanzielle Größe. Den Négociants kommt dabei eine doppelte Aufgabe zu:*

- *der Vertrieb ausgewählter Crus*
- *der Ausbau von Weinen, die als Markenweine in den Vertrieb gehen.“ (3)*

## Die Struktur des Weinhandels im Bordelais

*Vor 50 Jahren waren Châteauxbesitzer arm und Händler in Bordeaux reich! Damit die Châteauxbesitzer Löhne und neue Fässer bezahlen konnten, kauften die gut betuchten Négociants zu einem frühen Zeitpunkt deren Weine. Meist waren es die besten Fässern, die dann an den Quais in Bordeaux weiter vom Händler selbst ausgebaut und schließlich als Händlerabfüllung verkauft wurden – in ganz schlimmen Krisenzeiten sogar noch vor der Ernte.(11).*

Der Einfluß dieser Négociants hat seither abgenommen. Heute nehmen viele auch die Rolle eines Maklers ein. Mit Ausnahme der Gattungsweine wird der Großteil der Weine im Château selbst abgefüllt.

*Seit geraumer Zeit werden die besten Bordeauxweine in Subskription verkauft. Subskription meinte ursprünglich den Kauf von Büchern vor Drucklegung. Heute beschreibt er auch ein Verfahren des Weinkaufs, bevor dieser im allgemeinen Handel ist. Weinhändler oder Erzeuger offerieren ihren Kunden Weine, die entweder noch im Fass reifen oder bereits abgefüllt, aber noch nicht freigegeben sind, üblich bei den Spitzengewächsen des Bordeaux, wo vor dem Verkauf eine gewisse Fass- und Flaschenlagerung vorgeschrieben ist. Der Kunde kann den Wein zu einem Fixpreis ordern. Der Wein muss sofort bezahlt werden, die Auslieferung erfolgt einige Monate später.(2).*

Subskription ist nicht auf das Bordelais beschränkt. Inzwischen können weltweit verschiedene Spitzenweine subskribiert werden..

## Die Distributionskette der Subskription im Bordelais

Sie ist mehrstufig und funktioniert seit 800 Jahren wie folgt: Das Château verkauft an den Courtier, dieser an den Négociant, der an den Weinhändler in den lokalen Märkten und dieser wiederum an seine Endkunden. Dabei definieren sich die Aufgaben unterschiedlich wie folgt:

- Der **Makler, auch Courtier**, kauft beim subscribierenden Châteaux. *Er fungiert als Bindeglied zwischen dem Erzeuger und Händler, verfügt über perfekte Kenntnisse sämtlicher Weine und muss Angebot und Nachfrage zusammenführen und für eine beiderseits zufriedenstellende Abwicklung des Geschäfts sorgen. Er überwacht dabei die Lieferung der Weine vom Erzeuger an den Händler. Die 130 offiziell zugelassenen Weinmakler erarbeiten an der „Weinbörse von Bordeaux“ die offiziell gehandelten Preise und dienen als Experten bei der Festsetzung der Preise von Subskriptionsweinen.(2)* Der Courtier stellt dem Négociant seinerseits Proben zur Verfügung, verhandelt den Bestpreis und arrangiert den Handel. Er beaufschlagt die Weine mit 0,5 – 1,5 % Spanne.
- Es folgt der **Négociant** in der Distributionskette. Es gibt heute im Bordeaux ca. 300 Négociants, sogenannte Handelshäuser. Diese kaufen beim Courtier und füllen ihrerseits folgende drei Rollen aus:
  - *kauft, verschneidet und verkauft Gattungsweine in großen Gebinden oder in Flasche.*

- *kauft einzelne Châteauweine und verkauft diesen in großen Gebinden oder in Flaschen*
- *kauft einzelne Châteauweine, um diese zu unterschiedlichen Reifegraden freizugeben bzw. zu verkaufen (4)*

Renommierte Châteaux *arbeiten mit 30 – 35 Négociants zusammen*.(6). Diese Strukturen sind starr, neue Négociants erhalten selten Zuteilungen, sogenannte Allocations. Die bestehenden Négociants werden verpflichtet, auch von schwachen Jahrgängen ihre Allocation abzunehmen, um diese für die Folgejahre nicht zu verlieren. Bei der Ernte 1997 musste nach zwei sehr guten Jahrgängen 1995/96 die Allocation 1997 überteuert abgenommen werden.

- Die **lokalen Händler** sind das letzte Glied in der Kette zum Verbraucher. Sie bestellen die Weine bei den Négociants, umwerben die Endkunden, schreiben die Subskription aus, kassieren das Geld und bezahlen damit die Négociants. Üblicherweise 18 Monate später erfolgt die Auslieferung, zusammen mit der Nachverrechnung der landesüblichen Umsatzsteuer.

Durch dieses Vertriebssystem kann kein lokaler Händler ein Exklusivrecht für seinen lokalen Markt erhalten.

Bordeauxweine werden entsprechend der Stellung in der Distributionskette in folgenden Varianten gekauft:

- sur souches: vor der Ernte, ist mit Risiko behaftet!
- En Primeur: erstes oder zweites Angebot, ungefähr 6 Monate nach der Lese. Der Wein wird dann meist 18 Monate danach ausgeliefert.
- in Hektolitern in Tankfahrzeugen
- in Tonneau: Dies sind ca. 900 Liter (100 Kisten Wein)
- im Fass: Hier ein 225 l-Barrique (25 Kisten Wein)
- in Kisten. Früher in 12er Holzkisten. Heute wegen hoher Preise oft in 6er Kisten bzw. z.T. auch in Einzelverpackungen.

### Subskription und Robert Parker

Subskription von Bordeauxweinen ist eng verbunden mit Robert Parker. Parkers Stern im Bordeaux ging 1982 auf. 1982 war ein warmer Jahrgang. Die späteren

Jahrgänge 2003, 2009, 2010 waren zwar deutlich wärmer, aber 1982 verfügten die Winzer noch nicht über moderne technische Möglichkeiten, wie sie dies später taten: Temperaturkontrolle bei der Gärung fehlte fast flächig. Deshalb stoppten viele Gärungen und der Jahrgang geriet breit in Diskussion.

Der damals außerhalb Amerikas noch wenig bekannten amerikanische Weinjournalisten Parker bewertete fast als Einziger den Jahrgang hoch und sprach breite Kaufempfehlung aus. Die „Haut Couture“ der Weinkritiker, damals überwiegend in England ansässig, werteten den Jahrgang hingegen ab und belächelten Parker, teilweise auch öffentlich. Die Entwicklung des Jahrganges gab Parker Recht und ein neuer Star war geboren. 1982 war ein typischer „Parkerjahrgang“: sehr reif, mit tiefer Säure und hohem Alkohol.

Parkers Aussagen beflügelten nicht nur den Export nach Amerika, sondern auch sein Ansehen im Bordelais. Dies steigerte sich in den Folgejahren derart, dass es zu einer Veränderung der Weinstilistik kam. Man begann reiferes Traubengut zu lesen, achtete vermehrt auf phenolische Reife, nicht nur auf den Zuckergehalt der Trauben, der Anteil an neuen Barriques stieg, Umkehrosmose hielt Einzug, wenn auch nicht offiziell, und auch die Erträge wurden deutlich reduziert. Gleichzeitig wurden Zweit- und Drittweine eingeführt, die Winzer begannen Trauben und Fässer zu selektieren, nur mehr das Beste wurde für den „Grande Vin“ verwendet. Durch diese „Parkerisierung“ der Weine stellte sich ein überragender wirtschaftlicher Erfolg ein. Die Premiumweine waren nie so gut und erfolgreiche wie heute. Zudem kommt, dass durch die Klimaveränderung nur selten mehr schlechte Jahrgänge auftreten.

Noch nie hatte eine einzelne Person den Weinmarkt so stark beeinflusst wie Parker. Er entscheidet heute über die Qualität eines Jahrganges und auch über Gedeih und Verderben von Weingütern!

Jeweils im April wird auf dem „Place de Bordeaux“ der neue Jahrgang verkostet. Zu dieser Zeit treffen sich viele Besucher dort und warten auf Parkers Bewertungen. Er seinerseits darf die Weine eine Woche vor dem Rest des Marktes verkosten. Es ist für den Erfolg entscheidend, wie er Jahrgang und Weine bewertet!

Erst im Anschluss daran nennen die ersten Châteaux ihre Preise für den aktuellen Jahrgang und lancieren die erste Tranche. Der Verkauf in Tranchen erfolgt, weil die Châteaux erst die Preise im Markt testen. Kaufen die Négociants sofort, zögern sie? Je nach dem werden zeitnahe nächste, größere Tranchen zum Verkauf angeboten oder nicht.

### Hat der „Place de Bordeaux“ Zukunft?

Um dies zu beantworten, muss die Vergangenheit betrachtet werden, als „En Primeur“ Verkauf noch frei von Spekulation war:

1994 wurde für eine Flasche Mouton Rothschild in Subskription etwa 36,20 Euro bezahlt. Sehr wenig, allerdings galt 1994 damals als schwacher Jahrgang. Schon 1995, kostete derselben Wein € 58,50! Eine Preissteigerung von 61 %. Als dann mit 1996 der noch bessere Jahrgang lanciert und enthusiastisch angepriesen wurde, stieg der Preis für eine Flasche Mouton Rothschild in der Subskription auf 128,60 € pro Flasche. (Abbildung 1)

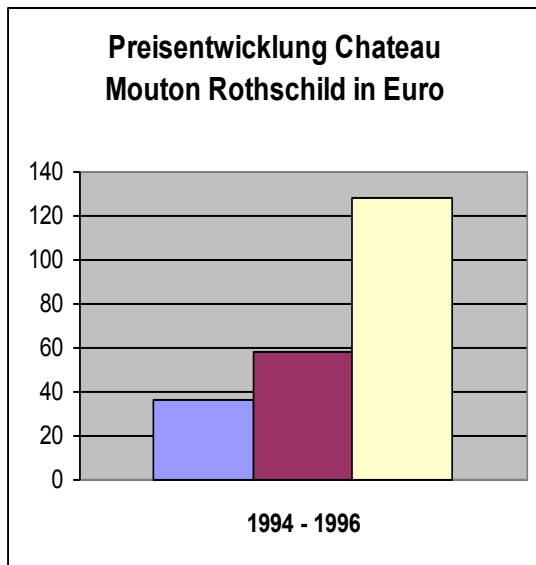


Abbildung 1

Eine Preiserhöhung binnen zwei Jahren von € 36,20 auf € 128,60 entspricht mehr als einer Verdreieinhalbfachung! Im Vergleich zu heute wirken die damaligen Preise günstig, denn bereits im Jahre 2000 stiegen die Subscriptionspreise der 1er Crus erstmals auf 400 € pro Flasche!

Mag es der Wechsel des Milleniums oder der gute Jahrgang gewesen sein, dem Verfasser dieser Zeilen blieb dies unerschlossen, denn der subscribierte letztmals 1996 alle 1er Crus, von Lafite bis Haut Brion und entschied dann, diese Hausse nicht mehr länger zu unterstützen und verzichtet auf die 1er Cru Weine mit ihren überhitzten Preisen.

Die Preisentwicklung der besten Bordeauxweine war damit aber längst noch nicht am Anschlag. Es folgten die Spitzenjahrgängen 2005, 2009 und 2010! *Tatsächlich ist der Subskriptionspreis des Jahrganges 2005 im Schnitt 107 % höher als der des Jahres 2000. Betrachtet man die Preise der älteren Jahrgänge, die ihre Trinkreife schon erreicht haben, könnte man hier von einer Preisblase sprechen. (5)*

Bordeauxweine wurden wegen der beschränkten Verfügbarkeit und langen Haltbarkeit zum attraktiven Anlageobjekt und haben damit den „En Primeurverkauf“ verändert. Ab 1995 wuchs erst die Nachfrage in neuen Ländern, dann stießen die auch Spekulanten dazu.

### Warum funktioniert die Subskription so lange so gut?

Durch die Subskription wird der Winzer für seine Arbeit sofort entschädigt. Nicht erst dann, wenn der Wein im Handel verkauft wird. Dies sichert ihm Liquidität für die kommende Ernte. Zudem hat er durch den Verkauf über Négociants mit dem eigentlichen Verkaufsgeschäft nichts zu tun, er kann sich auf sein Kerngeschäft, die Weinproduktion, konzentrieren. Angenehm für ihn ist durch die enge Bindung der Négociants durch Allocation auch, dass diese auch schlechte(re) Ernten in stabiler Menge abnehmen.

Der Kunde hatte früher meist einen Preisvorteil durch den „en Primeur“- Kauf. Dieser lag zwischen 5 und 15 % des späteren Auslieferpreises. Durch die Spekulation hat sich dieser Vorteil stark relativiert, die Subskriptionspreise lagen in den letzten Jahren selten günstiger wie die Auslieferpreise! Die Verkaufspreise der Spitzenweine 2010 waren später bei der Auslieferung meist gleich teuer als bei der Subskription. Einige wenige Weine waren sogar günstiger!

Teurer ausgeliefert wurden nur Weine, die von Parker eine zwischenzeitliche Punkteaufwertung erfahren hatten und zwischen 95 und 100 Punkten lagen. In den

beiden Spitzenjahrgängen 2009/2010 ist dies mehrfach geschehen. Beispielsweise kostete Château Pontet Canet, an Mouton Rothschild angrenzend, in Subskription € 145. Parker erhöhte vor Auslieferung seine Bewertung auf 100 Punkten, was dazu führte, dass der Wein bei der Auslieferung zwischen 250 und 280 € pro Flasche kostete! Hier hatte der Subskriptent einen deutlichen Vorteil! Solche Preissprünge sind aber eher selten.

Gesichert wird durch die Subskription der Zugang zu gesuchten Weinen. Dies gilt vor allem für rare Überformate, die im Bordeaux nur auf Bestellung gefüllt werden.

Die Vorteile für den Käufer haben sich in den letzten Jahren reduziert. Dies führte, abgesehen vom Segment der Spekulanten, zu einer Verschiebung im Preissegment der Subskription nach unten. Nur mehr wenige Private können es sich noch leisten, 12 Flaschen Premier Crus in guten Jahren zu subskribieren. Der Preis dafür entspräche fast einem Mittelklasswagen! Er wird deshalb auf weniger hoch bewertet. Châteaux ausweichen oder, alternativ, ältere Jahrgänge ankaufen, die deutlich gereift oft günstiger sind. Insbesondere wenn es sich dabei nicht um Spitzenjahrgänge handelt!

Die Händler in den lokalen Märkten machen Ähnliches, sie versuchen Weine von weniger bekannten Châteaux zu kaufen, die qualitativ gut aber günstiger sind, um das nachlassende Subskriptionsgeschäft nicht vollends zu verlieren.

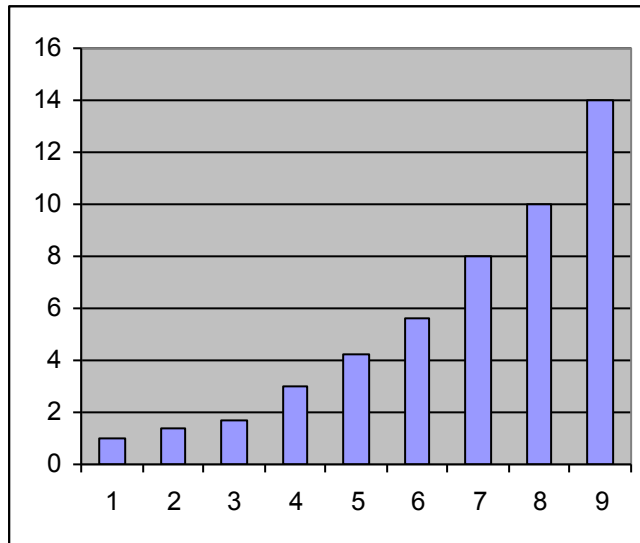
Ich resümiere: Händler und deren Kunden verlagern ihren Einkauf zu günstigeren Châteaux, oft Newcomer, zu gereiften Jahrgängen, oder suchen Alternativen in anderen Weinregionen der Welt. Im Topsegment hat sich die Kundenschicht vom privaten Kunden zu den Superreichen und Spekulation verlagert.

Das „En Primeur“ Modell im Bordolais funktioniert also nach wie vor perfekt für die „Top 100“ Betriebe, recht gut für die nächsten 300 und miserabel für die restlichen 9.600 Winzer! Denn diese tun sich, trotz der Marke „Bordeaux“ sehr schwer ihre Weine abzusetzen.

Mit der Ernte 2011 wurde das Subskriptionsmodell des Bordelais in seinen Grundfesten erschüttert: Das renommierte Premier Cru Château Latour kündigte an, das Modell zu verlassen! Der Präsident von Latour, Frédéric Engerer, erläuterte die neue Art von Verkauf seiner Premiumweine wie folgt: *Das „en Primeur“ - System funktionierte zu einer Zeit als die Menschen weniger reisten und ihre Weine für eine lange Zeit einkellerten. Aber wir leben nicht länger in dieser Ära – viele Leute haben nicht mehr die Möglichkeit unsere Weine für 20 Jahre unter perfekten Bedingungen zu lagern, weil sie mehr reisen und sich verändern als jemals bevor (6)*

Er erwähnt, dass Château Latour auch weiterhin mit den bestehenden Négociants arbeiten möchte, deren Arbeit respektiert und hofft, weiterhin eine gute Beziehung zu ihnen zu pflegen. Latour werde auch zukünftig seine Weine über die bisherigen Négociants verkaufen, wie es Latour immer gemacht hat, „aber die angebotenen Weine werden nicht mehr der jüngste Jahrgang 2012, sondern ältere Weine sein, die wir bereit zum Genuss erachten (6).“

Abbildung 2: typische Preisentwicklung eines Premiumweins im Verlauf der Zeit.



Die Abbildung 2 stellt die idealisierte wachsende Ertragsituation eines Premiumweines dar. Je später dieser gehandelt wird, desto höher ist der zu erwartenden Ertrag, da die Kosten nach der Ernte beinahe stagnieren.

Daraus lässt sich ableiten, dass der „en Primeur“-Verkauf für den Hersteller zu einem ungünstigen Zeitpunkt erfolgt, sofern er nicht die Liquidität für kommende Ernten benötigt. Während sich Herstellkosten nur durch die Finanzierungs-

kosten im Laufe der Zeit leicht erhöhen, steigt die Marche überproportional. Damit wird das Modell der Subskription grundlegend durch jene in Frage gestellt werden, die sich aus eigener Kraft kapitalisieren. Das Chateau wird zukünftig diese Ertragssteigerung nicht mehr dem Markt alleine überlassen, sondern daran teilnehmen und direkten Einfluss auf die Spekulation nehmen. Die Voraussetzungen dafür müssen über längere Zeit geschaffen werden. Dieser neue Ansatz bedingt die Verfügbarkeit mehrerer Jahrgänge im Chateau. Latour hat dies gemacht

Château d'Yquem hat angekündigt, es Château Latour gleichzutun (10) und es ist eine Frage der Zeit und Kapitalisierung, bis weitere Châteaux folgen.

### Wie schaut die Zukunft aus?

Viele Weingüter im Bordelais sind verschuldet. Dies betrifft auch Châteaux in angesehenen kommunalen Appellationen. Ein Grund dafür liegt in der hohen Erbschaftssteuer in Frankreich.(1). Deshalb werden sie auch zukünftig gezwungen sein sich Liquidität durch den „en Premier“ Verkauf zu holen.

Die besten Châteaux, die „Top 100“ und ihnen gleichgestellte Châteaux brauchen sich ohnehin keine Sorgen zu machen. Sie diktieren durch die Subskription und die weltweit angeheizte Nachfrage nach bekannten Namen den Markt.

Es wird auch weiterhin Schwankungen im Preisgefüge bei Bordeauxweinen geben. So wird Château Pontet Canet aktuell in der Arrivage 2011 bereits wieder um 90 € angeboten. Jedoch ist die Tendenz weiterhin auf Preissteigerung ausgerichtet. 2007 war das beste Auktionsjahr aller Zeiten mit einer Steigerung von 30 % zum Vorjahr und einem Gesamtvolumen von circa 240 Million \$. Die Nachfrage nach Premiumweinen steigt durch frisch hinzugekommene Marktteilnehmer aus den neuen Märkten, Spekulanten, neue seriöse Sammler, Spitzensportler, Medienstars, Dotcom-Millionäre, Hedgefondmanager, oder sonstige Globalsierungsgewinne.(5)



Die fünf Premier Crus samt Petrus und LePin produzieren knapp 1.000.000 Flaschen ihrer Topweine pro Jahr. Mouton mit 300.000 am meisten, Petrus mit 30.000 und Le Pin mit nur 7.000 Flaschen am wenigsten. *Es gibt nahezu 100 mal so viele Millionäre (10 Millionen) und ca. 1.000 Milliarden auf der Welt. Deshalb befinden wir uns erst am Anfang eines Bullenmarktes. In den nächsten 3 – 5 Jahren wird sich der asiatische Marktanteil verdoppeln. Neben den traditionellen Märkten wie Europa, USA, Japan, Hong Kong und Singapore haben sich neue Märkte wie China, Russland und Indien gebildet. Hier befinden sich bislang noch wenige Weinenthusiasten. Es überwiegt der Prestigegegedanke.*(5)

*In einer Weinbar in Shanghai serviert man das teuerste Glas Wein der Welt: einen Cocktail aus den beiden Châteaux Petrus und Yquem (5). Warum also sollte ein Ende der Preisspirale nach oben bei einem derart limitierten Produkt erreicht sein? Von leichten Schwankungen abgesehen wird der Preis für Premiumweine weiter steigen. „Weitere Rekordpreise sind unvermeidlich“, führt Valentin Bordbecker in seinem Buch „Wein als Investment“ aus. (5)*

Lokale Händler bemühen sich, recht erfolgreich, Négociants zu umgehen und direkt bei neuen, aufstrebenden, guten Weingütern einzukaufen und so auch ihre Spannen zu erhöhen. Diese Weine werden dann mit einer eigenen Wertung des Händlers versehen. So stößt man in der Schweiz neben Rene Gabriel auf den sympathischen Max Gerstl (7) und in Deutschland findet sich mit dem hemdsärmeligen Heiner Lobenberg aus Bremen (9) das Pendant dazu.

Der private Weinliebhaber wird sich zunehmend von den „Premier Crus“ verabschieden (müssen), weil sie teuer bleiben. Glücklicherweise wer sich in guten Jahren einen Vorrat angelegt hat! Wer dies nicht tat, kann noch relativ preiswert gute, gereifte Weine kaufen. So war vor kurzem Château Montrose 1995 zwischen „95 und 130 CHF im Schweizer Handel erhältlich“ (10). Alte Bordeauxjahrgänge findet man heute teilweise noch bis in die Achzigerjahrgänge zurück!

Oder man weicht auf andere Weinregionen aus. Etwa Rioja, von der Stilistik dem Bordeaux ähnlich, besinnt sich bei den Gran Reservas und Reservas aktuell wieder seiner alten Tugenden und bietet eine echte Alternative mit eleganten, feinen Weinen zu vernünftigen Preisen an. Aber auch andere Regionen bieten gute Weine zu fairen Preisen an. Wer sucht wird rasch fündig und kann so weiterhin auch mal eine zweite Flasche öffnen und auszutrinken ohne große Reue wegen der hohen Kosten am nächsten Tag.

## Quellen- und Literaturverzeichnis

1. [Wikipedia.org/wiki/Bordeaux\\_\(Weinbaugebiete\)](http://Wikipedia.org/wiki/Bordeaux_(Weinbaugebiete))
2. Bordeaux & Co – Geisenheimer Studierende beleuchten die französische Weinwirtschaft
3. [www.bordeaux.com](http://www.bordeaux.com)
4. MW Frank Schmudlers – Vorlesung am 18.10.2012, Weinakademie Rust
5. Wein als Investment. Die genussvolle Rendite.
6. [www.decanter.com/peoples-and-places/interviews/530165/interview-frederic-engerer](http://www.decanter.com/peoples-and-places/interviews/530165/interview-frederic-engerer)
7. [www.gerstl.ch](http://www.gerstl.ch)
8. [www.weinboerse.ch](http://www.weinboerse.ch)
9. [www.gute-weine.de](http://www.gute-weine.de)
10. Pierrebattisti Tognini, Weinsektion Gerstl, persönliches Interview in Zürich am 27.3.2014
11. Fallstaff 07/2010: Warum Bordeauxweine so teuer sind, Rene Gabriel

