



©Burgozone

Château Burgozone

Ein Vorbild des vielversprechenden Weinbaus in Bulgarien

Anfangs September 2015 wurden die „neuen Top-Crus aus Bulgarien“ u.a. in Bern und in Zürich präsentiert. Der Anlass fand im Rahmen der internationalen Kampagne zur Förderung von Weinen mit geschützter Ursprungsbezeichnung (g.U.) oder geschützter, geographischer Angabe (g.g.A.) in den USA, der Schweiz und China statt. Diese

Kampagne namens „European Wine Treasures“ wurde unter der Ägide der [National Vine and Wine Chamber](#) (NVWC) organisiert. Diese vertritt die fünf Anbaugebiete Bulgariens, nämlich Donauebene, Schwarzmeerregion, Rosental, Thrakisches Tiefland, auch Thrakische Tiefebene genannt und das Struma-Tal. Sieben Kellereien haben sich der Kampagne angeschlossen.



© National Vine and Wine Chamber

Die Weine des Château Burgozone haben uns derart überzeugt, dass wir spontan Stefan Marinov, den aktuellen CEO und seine Tochter Biliانا Marinova gefragt haben, ob sie uns für ein Interview über die Situation des Weinbaus in Bulgarien und die Chancen eines vielversprechenden Weinguts zur Verfügung stehen könnten. Das Interview konnte aus Zeitgründen erst in den folgenden Tagen stattfinden und wurde per Mail geführt.

Aus praktischen Gründen bewerten wir die Weine vom Château Burgozone im Bericht über die „neuen Top-Crus aus Bulgarien“.

Alle Weine des Châteaux Burgozone sind in der Schweiz bei [AM-Import](#) erhältlich und deren Preise schwanken zwischen 21.50 und 24.50.



Die Rotweine auf dem obenstehenden Bild wurden an der Präsentation vom 8. September 2015 in Zürich präsentiert.



Die Weine Des Châteaux Burgozone sind auch bei [Amazon](#) erhältlich.

Das Interview

Vinifera-Mundi: Wie würden Sie die Geschichte Ihres Weinguts im Wesentlichsten zusammenfassen?

Biliana Marinova: Eigentlich schlägt unsere Domaine eine ziemlich klassische Laufbahn ein. In Folge einer langen Ära kollektiver und intensiver Weinbaulandwirtschaft während der kommunistischen Epoche wurde unser Weingut in den 1980er Jahren ausgelassen. 20 Jahre später, nach der Systemänderung und dem Beitritt Bulgariens in die E.U., hat mein Vater, Stefan Marinov, der aktuelle CEO, das [Donaugebiet](#) besucht und sich buchstäblich in dieses verliebt. Dann hat er die Bodenbeschaffenheit und die allgemeinen Rahmenbedingungen für den Weinbau, also das Terroir, gründlich analysieren lassen. So hat er das Riesenpotential der Region bestätigt und eine Liste der geeigneten Rebsorten erstellt. Da die Quintessenz des Château Burgozone bereits zu diesem Zeitpunkt in dessen Weinberg steckte, wurden die Rebpflanzen in Frankreich bestellt, um somit die beste Qualität sicher zu stellen.



© Biliana Marinova, LinkedIn

Der Name Château Burgozone geht auf die frühere Festung zurück, welche vor 20 Jahrhunderten an diesem Ort stand. Diese schützte das byzantinische Reich gegen die barbarischen Invasionen des Nordens der Donau.

Heute sind meine Schwester Emy und ich -Biliana- auf dem Familienbetrieb aktiv. Château Burgozone produziert Spitzenweine mit einer erkennbaren Unterschrift, welche in Harmonie und Respekt mit dem Terroir verbunden sind.



Chardonnay-, Viognier- und Sauvignon Blanc-Rebstöcke des Chateaus Burgozone

Vinifera-Mundi: Wie teilen Sie sich die Aufgaben mit Ihrem Vater auf und welches sind Ihre früheren Erfahrungen? Im Westen schenkt man dieser Situation immer viel Aufmerksamkeit, wenn man seinen Beruf in Bordeaux oder wo auch immer sonst angefangen hat...

Biliana Marinova: Château Burgozone erzählt insbesondere die Geschichte einer Familie. Unser Ziel es ist, unsere Leidenschaft für den Wein und dessen abgeleitete Produkte mit der ganzen Welt zu teilen. Obwohl wir bisher die unterschiedlichsten Tätigkeiten im Weinbau ausgeübt haben, haben sich die Familienangehörigen vereint, um sich ihr angeeignetes Know-How für ihre gemeinsame Leidenschaft zu widmen. Heute leitet Stefan die Firma. Meine Mutter Svetla hat eine Ausbildung in Önologie und Agrarwissenschaft abgeschlossen, um unseren Önologen und unseren Landwirt besser begleiten zu können.

Obwohl jedes Erzeugnis der Philosophie und den Geschmäckern der Familienangehörigen entspricht, haften die Brüder Bambalov für die Produktion und die Qualität der Weine. Beide sind Professoren an der [Önologie-Universität in Plovdiv](#), Bulgarien. Emy und ich sind erst nach mehreren Jahren Erfahrung in anderen Bereichen auf dem Weingut tätig. Wir beide haben Fachausbildungen absolviert und nach zwei weiteren Jahren mit ein MBA im Bereich „Wein und Spirituosen“ das Ganze abgeschlossen. Ich habe es an der KEDGE [Management-Schule von Bordeaux](#) bekommen. Emy besitzt ausserdem das WSET-Diplom. Wir leiten heute zusammen die Vermarktung der Weine im Ausland.

Vinifera-Mundi: Während sich Bulgarien rühmen kann, die Wiege vielschichtiger und auch vielversprechender Rebsorten wie z.B. [Mavrud](#) zu sein, beschränkt sich Ihr 100ha grosses Weingut auf 11 französische Rebsorten. Was hat zu dieser Wahl geführt und ist eine Entwicklung zu Gunsten einheimischer Rebsorten geplant?

Biliana Marinova: Zwei Faktoren begründen diese Wahl für internationale Rebsorten.

Einerseits erachten wir die Rebsorten und die Rebpflege zu 70% für die Qualität des Weins verantwortlich. Deshalb möchten wir sicherstellen, dass die Reben, welche wir selektieren, eine optimale Weinqualität ermöglichen.

Aus historischen Gründen haben wir auf die einheimischen Rebsorten des Nordens Bulgariens, d.h. Gamza und Tamjanka verzichtet. Die verfügbaren Rebstöcke erwiesen sich aber auch nicht von bester Qualität, als wir unsere Weinberge angepflanzt haben.

Was Mavrud angeht, wächst diese Rebsorte im anderen, grossen, südlichen Anbaugebiet des Landes, [Thrakische Tiefebene](#), weil sie viel später ausreift.

Im Anbaugebiet [Donauebene](#) heissen die autochthonen Rebsorten Tamjanka und Gamza.

Aufgrund umfangreicher Analysen haben wir uns für französische Rebsorten entschieden. Die Rebstöcke wurden aus Frankreich importiert, sie passten sich unserem Terroir am besten an und gaben uns rasch die Möglichkeit, Spitzenweine zu produzieren.



©Bulgarian Association of Independent Winegrowers

Ausserdem haben wir auch den Handelsaspekt berücksichtigt. In gewissem Masse haben wir Exotismus vermieden. Die meisten Verbraucher der westlichen Länder konnten bis in die 1980er Jahre kaum Erfahrungen mit den bulgarischen Erzeugnissen sammeln, da diese in erster Linie in Russland verkauft wurden.

So denken wir, dass Rebsorten, welche das breite Publikum heute noch nicht kennt, wohl eher entweder da sind, um Trophäen auf Weinmessen zu gewinnen oder ausschliesslich einen beschränkten Markt neugieriger Experten anzusprechen. Sie sind aber für einen Weinliebhabermarkt nicht geeignet. Wir hoffen trotzdem, dass die Leute eines Tages die Qualität der bulgarischen Weine erkennen und, dass sie sich durch unsere eigenen Rebsorten begeistern lassen.

Im Verlauf des letzten Jahrzehnts hat sich die Situation auch viel verändert. Institute für landwirtschaftliche Forschung haben viele Mittel und Energie investiert, um die Qualität der autochthonen Rebsorten massgebend zu verbessern. Deshalb ist Château Burgozone auch ganz stolz darauf, ankündigen zu können, dass es demnächst eine Assemblage auf den Markt bringen wird, deren Grundlage Gamza sein wird. Nicht zuletzt experimentieren wir mit Tamjanka und hoffen, sehr bald einen hochqualitativen Wein ebenfalls anbieten zu können.

Vinifera-Mundi: Was sind die Trümpfe des bulgarischen Weinbaus auf dem internationalen Markt und was könnte die Motivation der Schweizer Konsumenten sein, um Erzeugnisse aus Ihrem Land zu kaufen?

Biliana Marinova: Bulgarien kann stolz darauf sein, eine der längsten Geschichten im europäischen Weinbau zu durchleben. Sie begann vor über 3'000 Jahren. In der Tat gehen die ersten Spuren des Weinbaus auf dem bulgarischen Territorium bis ins 3'000 v.Ch. auf die Thraker zurück. Dies wird durch die heilige Stätte von

Dionysos, welche sich im Süden Bulgariens befand, sowie durch zahlreiche Weinbautensilien bestätigt, welche hier gefunden wurden. Dennoch hat die abwechslungsreiche, bulgarische Geschichte den einheimi-



©The Wine Stalker

schen Weinbau stark ausgeprägt. Einerseits hat die türkische Besatzung den Weinbau gebremst, andererseits hat die Sowjetunion den Weinhandel zu den Comecon-Staaten eingeschränkt.

Die hiesigen Wetterbedingungen erweisen sich als besonders vorteilhaft für den Weinbau und wir verfügen über grossartige Terroirs. Heute bieten die bulgarischen Weine ein ausgezeichnetes Preis/Qualitätsverhältnis auf dem internationalen Markt. Und die Weine bleiben grundsätzlich europäisch im Stil.

Was uns betrifft, ist unser Terroir für Nordbulgarien bzw. die Donauebene durchaus repräsentativ. Ausserdem weisen unsere Weine einen durchaus eigenen Charakter mit Frucht, Mineralität (dank der Donau) und Eleganz auf.

Schliesslich können neugierige Schweizer Konsumenten die Erzeugnisse eines Landes mit einer starken Weintradition und -geschichte und die Auswirkung der bulgarischen Terroirs auf internationale, aber auch einheimische Rebsorten kennenlernen.

Vinifera-Mundi: Wie positionieren Sie sich in diesem Kontext und wie sehen Sie Ihre Entwicklung voraus? Wo befinden sich Ihre Kunden geographisch und in welchen Wirtschaftsbranchen -Privatkunden, Gastronomie, Grosshandel,...-Wo stehen sie heute?

Biliana Marinova: Château Burgozone ist eine Boutique Kellerei, welche ausschliesslich ihre eigenen Trauben vinifiziert. Unser Ertrag wird auf 35 hl/ha eingeschränkt, wobei die Beeren manuell geerntet und schliesslich durch sechs Personen auf einem Sortiertisch selektioniert werden. Alle Flaschen werden auf dem Gut abgefüllt und die Weine haben alle eine geschützte geografische Angabe. Unser Terroir hat, was die Weissweine anbetrifft, bereits einen beneidenswerten Ruf errungen und wir präsentieren aktuell unseren Kunden die Rotweine. Wir vermarkten ausschliesslich Weine, deren Qualität unseren Standards entsprechen. Unsere Erzeugnisse sind dennoch etwas teurer als der bulgarische Durchschnitt.

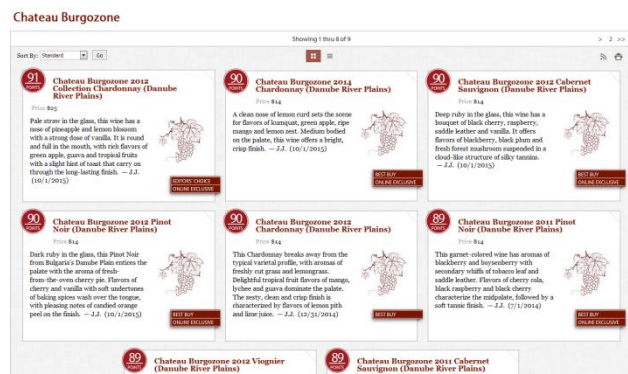
Was den Export anbelangt, werden wir mit einer doppelten Herausforderung konfrontiert. Einerseits bieten wir Weine aus einem unbekanntem Weinland an. Andererseits machen wir es zu Preisen, welche zwar im Verhältnis zur Qualität durchaus wettbewerbsfähig sind, aber doch mehr als andere Erzeugnisse bereits seit langem etablierter, bulgarischer Weingüter kosten. Ich nenne ein paar Beispiele. Auf dem amerikanischen Markt sind wir die Ersten gewesen, einen Wein für über \$10.- anzubieten. In Belgien haben wir mit unserer Linie Côte du Danube den ersten bulgarischen Wein angeboten, der mehr als €7.- kostet.

Aktuell exportieren wir in über 15 Länder, wobei Belgien und die USA unsere wichtigsten Exportmärkte sind. Wir freuen uns sehr darüber, Marktanteile in der Schweiz zu erobern, wo die Auswahl an grossartigen Weinen gross ist und die Konsumenten sehr gut informiert sind.

Was unsere Kundschaft anbelangt, teilt sie sich in erster Linie zwischen Restaurants und Weinhändlern auf, welche ihr Sortiment erweitern wollen, wobei sie zugleich ungewöhnliche und innovative Weine mit einem ausgezeichneten Preis/Qualitätsverhältnis anbieten wollen. Die klare Unterschrift dieser terroirbetonten Erzeugnisse sowie der Familie, welche sie erzeugt, ist selbstverständlich auch massgebend.

Vinifera-Mundi: Sie sind zum dritten Mal innerhalb von drei Jahren in der Schweiz. Welche Entwicklung haben Sie beim Publikum gegenüber den bulgarischen Weinen bemerkt und wie sehen Sie die Zukunft voraus?

Biliana Marinova: Wir haben das Glück, an einem europäischen Programm zur Förderung der Weine der E.U. Länder in Drittländern teilzunehmen. Dank dieser Initiative ist es uns bisher möglich gewesen, mehrmals unsere Weine in verschiedenen Städten zu präsentieren. Bei jedem Besuch freuen wir uns über die positiven Reaktionen von Publikum und Presse und wir sind begeistert, mit interessanten und interessierten Leuten über die Geschichte unseres Landes und unserer Weine sprechen zu können.



Das renommierte Wine Enthousiast bewertet jedes Jahr die Erzeugnisse vom Château Burgozone

[©Wine Enthousiast](#)

Im Verlauf der Zeit und während unserer Besuche stellen wir fest, dass der bulgarische Wein schrittweise seinen Weg in der Schweiz findet. Es ist uns bewusst, dass es noch Zeit beanspruchen wird, aber unsere Familie ist sehr motiviert. Es ist sehr ermutigend, es mit einem aufgeschlossenen und rezeptiven Publikum zu tun zu haben.

Vinifera-Mundi: Sie möchten ausserdem auch neue Märkte wie China erschliessen, wobei die bulgarischen Weine, zwar für Schweizer, ein sehr gut informiertes Publikum, erschwinglich sind, aber für den Standard Konsumenten doch nicht günstig bleiben. Sehen Sie da keinen Widerspruch? Wie ist Ihre Position auf den amerikanischen und europäischen Märkten?

Biliana Marinova: Emy, meine grosse Schwester, lebt aktuell in Peking und entwickelt den lokalen Markt. Dieser hat sich im Verlauf der letzten Jahre stark verändert. Firmengeschenke sind rechtlich eingeschränkt worden. Dies hat dazu geführt, dass sich die Leute für die Qualität der Weine und deren Preise interessieren. Wie in vielen anderen Ländern, wo wir exportieren, haben wir Geduld gelernt. Unser Ziel ist es, uns langfristig zu etablieren und unsere Marke zu verankern.

In den USA und in Europa, insbesondere in Belgien, Grossbritannien und Deutschland, sowie in China und in Japan erweist sich Château Burgozone als der Pionier, um Weine mit Durchschnittspreisen anzubieten. Unser Zielpublikum sind die Gastronomie und die Weinändler, welche allgemein viel experimentierfreudiger sind. Unsere eigene Politik, wenn es darum geht, neue Märkte zu erschliessen, verlangt eine enorme, persönliche Investition, aber wir hoffen, dass sie ihre Früchte tragen wird.

Vinifera-Mundi: Burgozone gehört ganz klar zur Elite des bulgarischen Weinbaus. Beabsichtigen Sie, ja streben Sie sogar danach, so etwas wie eine Botschafterrolle zu Gunsten der Weine Ihres Landes auf dem internationalen Markt zu übernehmen? Wer sonst könnte diese Rolle spielen?

Biliana Marinova: Das Team des Châteaus Burgozone steht zu 100% dafür ein, Bulgarien und dessen Weine zu fördern. Wir bemühen uns tatkräftig darum, Weine der bestmöglichen Qualität zu erzeugen und sie an internationalen Wettbewerben zu präsentieren, um schliesslich eine Legitimität beim breiten, vorsichtigen Publikum zu erreichen.

Im Verlauf der Jahre ist es uns aufgefallen, dass wir zuerst unser Land vertreten. Dieses bleibt dem breiten Publikum ziemlich unbekannt. Erst dann vertreten wir unsere Weine. Diese Kontextualisierung ist erforderlich, damit die Leute unsere Geschichte und unsere Philosophie besser verstehen. Wenn sie dann nicht nur unsere Weine trinken, sondern auch unser schönes Land, ja sogar unser Weingut besuchen, sind wir überglücklich.

Unseres Erachtens spielen wir nicht die Rolle des Botschafters. Stattdessen sind wir eher Pioniere oder Förderer. Auch, wenn es stimmt, dass unsere Strategie dazu führt, dass sich Märkte für weitere, bulgarische Produzenten mit Qualitätserzeugnissen öffnen.

Auf die Dauer sehen wir ein, dass die bulgarische Devise „Einigkeit macht stark“ zur Situation im Weinbau perfekt passt. Zusammen fördern wir unsere Weine effizienter. Wenn die Botschafterrolle durch die Regierung getragen wird und das Geld von der E.U. kommt, bleibt Château Burgozone sehr aktiv in den gemeinsamen Förderungsinitiativen. Längerfristig hoffen wir, dass der bulgarische Wein genau gleich bekannt wird unsere Rosen und das bulgarische Joghurt.

Autor: Jean François Guyard
16. Oktober 2015

Lektorat: Andi Spichtig

Dieser Text ist zur exklusiven Publikation auf www.vinifera-mundi.com und www.vinifera-mundi.ch vorgesehen. Weitere Nutzungen sind mit den Urhebern vorgängig abzusprechen. Jeder Empfänger verfügt über das Recht, den vorliegenden Bericht an Drittpersonen weiter zu verteilen.