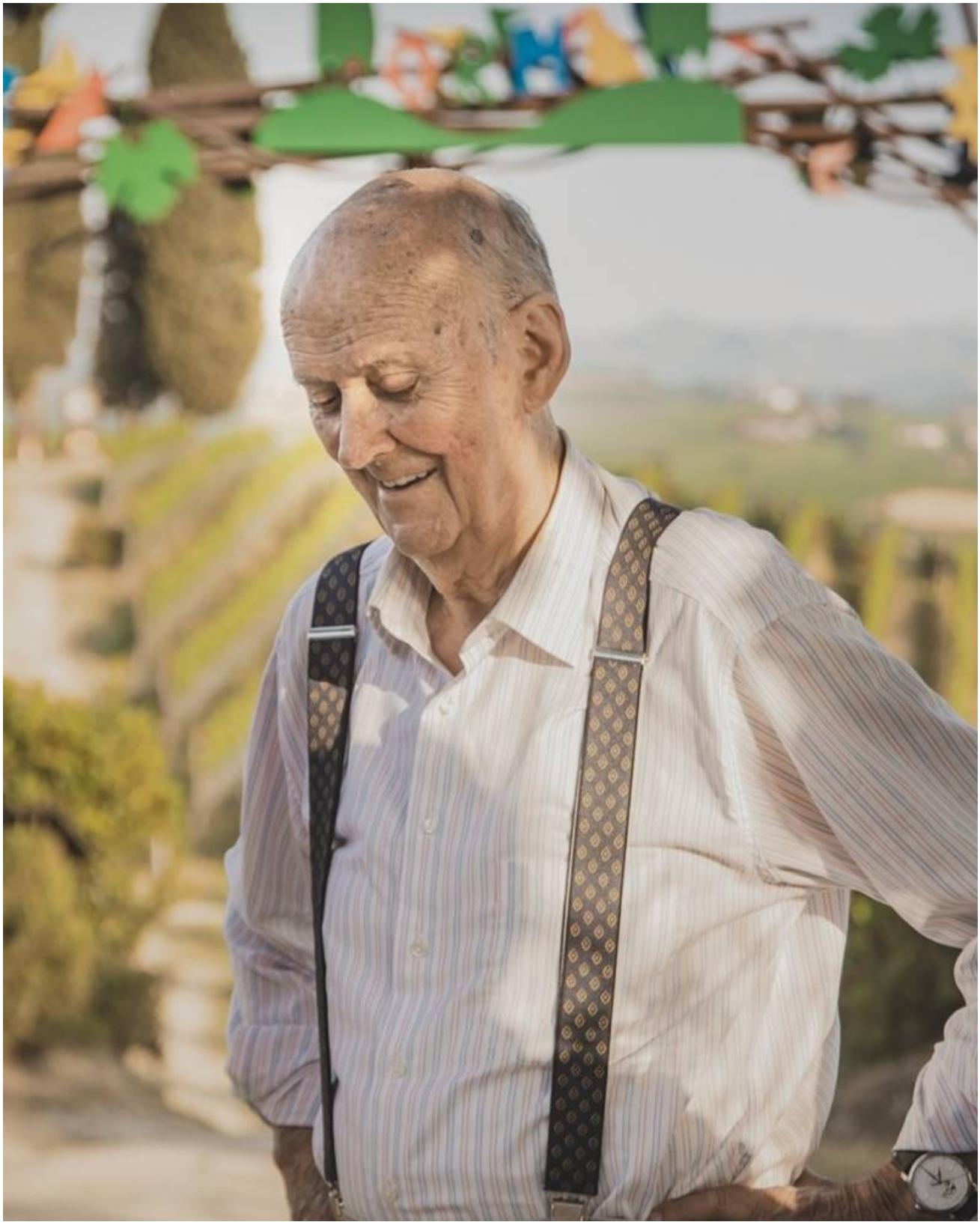
vinetur

Michele Chiarlo begeht 70-jähriges Bestehen und rückt den Generationenwechsel in den Fokus

Das Weingut aus dem Piemont verbindet sein Jubiläum mit der Aufwertung des Barbera d’Asti, der Nizza DOCG und dem Weintourismus.

Donnerstag, 8. Oktober 2026



Michele Chiarlo, das 1956 in Calamandrana gegründete Weingut im Piemont, begeht in diesem Jahr sein 70-jähriges Bestehen. Das Jubiläum ist Anlass, die eigene Rolle bei der Entwicklung des modernen Weinbaus in der Region zu beleuchten und den Fokus erneut auf den Generationenwechsel in der Familie, die Identität der Weinberge und die

Gastfreundschaft zu richten.

Das von Michele Chiarlo im Alter von 23 Jahren gegründete Unternehmen erklärte, das Jubiläum solle nicht nur einen Meilenstein für den Betrieb markieren, sondern auch Anlass sein, auf eine umfassendere Phase der Weingeschichte im Piemont zurückzublicken: von den Nachkriegsjahren, in denen die Produktion weitgehend landwirtschaftlich geprägt war, bis zum internationalen Aufstieg der Langhe und des Monferrato zu bedeutenden Qualitätsweinregionen. In dieser Zeit hätten sich die Arbeit im Weinberg, die Kellerpraktiken, die Exportstrategie und das Verständnis von Weintourismus stark verändert, während der zentrale Ansatz des Weinguts weiterhin dem Wert einzelner Weinbergslagen verpflichtet geblieben sei.

Nach Angaben des Unternehmens gehörte zu seinen ersten richtungsweisenden Entscheidungen, in das Qualitätspotenzial des Barbera d’Asti zu investieren – zu einer Zeit, als der Wein noch weitgehend als alltäglicher Tafelwein galt. Michele Chiarlo wollte früh zeigen, dass die Herkunftsbezeichnung Weine mit Struktur, Eleganz und Reifepotenzial hervorbringen kann, die zugleich ihrer lokalen Identität treu bleiben. In den 1960er- und 1970er-Jahren verstärkte das Weingut nach eigenen Angaben die Experimente im Weinberg und im Keller und richtete zunehmend Augenmerk auf die Herkunft der Trauben.

Einen wichtigen Wendepunkt setzt das Unternehmen im Jahr 1978 an, als es seine ersten selektierten Abfüllungen von Barolo, Barbaresco und Barbera d’Asti auf den Markt brachte. Eine weitere bedeutende Phase folgte nach Angaben des Weinguts in den 1980er-Jahren, als es Praktiken wie die grüne Lese einführte, die damals in der Region noch nicht weit verbreitet waren und auf eine Verbesserung der Traubenqualität statt auf maximale Erträge abzielten.

Gleichzeitig arbeitete das Weingut nach eigenen Angaben daran, den Barbera d’Asti im Ausland bekannter zu machen, und gehörte zu den ersten Erzeugern, die die Herkunftsbezeichnung nach Nordamerika und Asien brachten. Die Exportstrategie habe darauf beruht, Barbera d’Asti als Herkunftswein und nicht einfach als Rebsorte zu vermitteln. Diese Bemühungen wurden in den 1980er- und 1990er-Jahren mit der Einführung von Barbera-d’Asti-Abfüllungen aus einzelnen Lagen fortgesetzt – ein

Schritt, den das Weingut mit der späteren Entwicklung der Nizza DOCG in Verbindung bringt.

Michele Chiarlo erklärte, zu den Erzeugern gehört zu haben, die den Weg zur Nizza DOCG mitgestalteten und gemeinsam mit einer kleinen Gruppe anderer Winzer an den Produktionsbestimmungen für die Herkunftsbezeichnung arbeiteten. Die Schaffung der Nizza DOCG zählt zu den wichtigsten Veränderungen in der jüngeren Geschichte des Barbera im Piemont: Sie schuf ein enger abgegrenztes Gebiet und einen strengeren Stil für Weine aus der Umgebung der Stadt Nizza Monferrato und stärkte das Profil der Kategorie auf den Exportmärkten.

Im Rückblick auf das Jubiläum legt das Weingut zudem großen Wert auf den Ausbau seiner Weinbergsflächen in einigen der bekanntesten Lagen des Piemont. 1988 stieg es in Cerequio ein, eine der historischen Crus des Barolo. Ein Jahr später kam Cannubi hinzu, eine weitere weithin anerkannte Lage der Herkunftsbezeichnung. Das Unternehmen bezeichnete diese Erwerbungen als zentral für seine Überzeugung, dass der Charakter eines Weins untrennbar mit dem Weinberg verbunden ist, auf dem die Trauben wachsen.

Diese auf einzelne Lagen ausgerichtete Strategie wurde 1995 mit dem Erwerb der Tenuta La Court im Monferrato weiter ausgebaut, in einem Gebiet, das später Teil der Nizza DOCG werden sollte. Das Weingut wurde zu einem zentralen Bezugspunkt für die Arbeit des Betriebs am Barbera und an der Unterscheidung einzelner Herkünfte. Im Laufe der Zeit baute das Unternehmen ein Portfolio mit Cerequio, Cannubi, Asili, Faset, La Court und Rovereto auf, das mehrere der führenden Anbaugebiete der Region umfasst.

In den vergangenen Jahrzehnten hat das Weingut über Produktion und Export hinaus verstärkt in Projekte investiert, die Wein mit Tourismus, Kunst und der kulturellen Identität des ländlichen Raums verbinden. 2003 eröffnete es den Art Park La Court, eine Installation inmitten der Weinberge von Castelnuovo Calcea, die Landwirtschaft, Landschaft und zeitgenössische Kunst zusammenbringen sollte. 2011 folgte Palás Cerequio, ein Beherbergungsprojekt im Barolo-Gebiet, dessen Mittelpunkt die Lage Cerequio bildet.

Im Oktober 2024 wurde diese Strategie mit der Eröffnung des Cannubi Path fortgesetzt, eines vom italienischen Künstler Ugo Nespolo gestalteten Kunstpfads am Hügel Cannubi. Nach Angaben des Weinguts erfüllte das Projekt einen lang gehegten Wunsch von Michele Chiarlo: einen Ort zu schaffen, der Besucher willkommen heißt und einen neuen Treffpunkt zwischen Weinbergslandschaft und Kunst bildet.

Im Jubiläumsjahr richtet das Weingut den Blick nach eigenen Angaben mit dem Projekt Cerequio30 erneut auf Cerequio. Im Mittelpunkt stehen 30 Jahrgänge des Barolo Cerequio. Das Unternehmen bezeichnete die Initiative als Möglichkeit, die Entwicklung des Weins im Laufe der Zeit zu untersuchen und die lange Verbindung zwischen dem Weingut und dieser Lage hervorzuheben.

Heute liegt die Leitung des Unternehmens in den Händen von Michele Chiarlo und seinen Söhnen Stefano und Alberto Chiarlo. Sie erklärten, das Jubiläum falle in eine Zeit, in der der Betrieb Kontinuität und Anpassung miteinander in Einklang bringe. In einer vom Unternehmen veröffentlichten Stellungnahme sagte Stefano Chiarlo, das Jubiläum bestätige ein langfristiges Projekt, das auf einer engen Verbindung zu den Weinbergen der Familie beruhe. Die Vision seines Vaters habe mit der Überzeugung begonnen, dass die Anbaugebiete und einheimischen Rebsorten des Piemont Weine mit starker Identität hervorbringen könnten. Die aktuelle Herausforderung bestehe darin, diese Orte weiterhin mit Respekt zu interpretieren und zugleich auf neue Herausforderungen im Weinbau zu reagieren.

Alberto Chiarlo sagte, die Geschichte des Weinguts sei stets sowohl mit den Orten verbunden gewesen, an denen die Weine wachsen, als auch mit dem Bestreben, sie auf internationale Märkte zu bringen. Der Ausbau des Auslandsgeschäfts sei durch dauerhafte Beziehungen zu Importeuren und Vertriebspartnern gelungen. Neuere Projekte in den Bereichen Kunst, Gastfreundschaft und Landschaft sollten die Vermittlung der Region erweitern, ohne ihre Authentizität zu beeinträchtigen.

Das Unternehmen teilte außerdem mit, dass eine vierte Familiengeneration dem Betrieb allmählich näherkomme. Jüngere Familienmitglieder schlossen ihr Studium ab und sammelten erste Berufserfahrungen, auch im Weinsektor. Diesen Übergang bezeichnete das Unternehmen als eines der zentralen Themen für die nächste Phase

des Weinguts.

Das Jubiläum fällt in eine Zeit, in der die Erzeuger im Piemont mit einem komplexeren Umfeld konfrontiert sind als jenem, in das Michele Chiarlo 1956 eintrat. In den vergangenen 70 Jahren entwickelte sich die Region von einer lokal und national anerkannten Weinbauregion zu einem international einflussreichen Gebiet. Dazu trugen strengere Herkunftsbezeichnungssysteme, eine detailliertere Kartierung der Weinberge, stärkere Exportnetzwerke und ein wachsender, an den Weintourismus geknüpfter Gastgewerbesektor bei. Die Darstellung der eigenen Geschichte durch die Familie Chiarlo folgt eng dieser übergeordneten Entwicklung – insbesondere dem Wandel von mengenorientierter Produktion hin zu Weinen, die einzelne Lagen zum Ausdruck bringen, und von landwirtschaftlich geprägten Geschäftsmodellen hin zu Marken, die auch auf kulturelle Erlebnisse und den direkten Kontakt mit Besuchern setzen.

Dennoch steht bei der Jubiläumsbotschaft des Weinguts weniger die Expansion als vielmehr die Kontinuität im Mittelpunkt. Von den frühen Investitionen in den Barbera d’Asti bis zur Arbeit mit den Crus des Barolo und der Nizza DOCG sei das Ziel des Unternehmens unverändert geblieben: das Piemont durch seine Weinberge zu interpretieren und diese Arbeit an die nächste Generation weiterzugeben.