vinetur

Madrid Top Wine by Peñín startet mit 300 Weingütern und internationalem Anspruch

Die Fachmesse beschränkte sich auf 1.700 Weine mit 90 bis 100 Punkten im Peñín Guide 2027

Dienstag, 17. November 2026



Mehr als 300 Weingüter und 1.700 Weine nahmen an der Madrid Top Wine by Peñín 2026 teil. Die Fachmesse in der spanischen Hauptstadt tritt nach Angaben der Veranstalter in eine internationalere Phase ein, hält aber an Qualität als wichtigstem

Auswahlkriterium fest.

Die Veranstaltung fand am Montag, dem 16. November, und Dienstag, dem 17. November, auf der IFEMA Madrid statt und war die erste Ausgabe unter dem Namen Madrid Top Wine by Peñín. Unterstützt wurde sie von der Regionalregierung der Autonomen Gemeinschaft Madrid, die bei dem Treffen ihre Förderung der Premiumweinproduktion und der Rolle Madrids als Wirtschaftszentrum der Branche unterstrich.

Die Messe brachte Weingüter, Händler, Einkäufer, Sommeliers und weitere Fachleute der Branche zusammen. Nach Angaben der Veranstalter hatten alle präsentierten Weine in der Ausgabe 2027 des Peñín Guide, einem der bekanntesten Weinführer Spaniens, zwischen 90 und 100 Punkte erzielt. Mit dieser Vorgabe wolle sich die Veranstaltung von anderen Branchenmessen abheben und die Teilnahme auf Weine beschränken, die bereits hohe Bewertungen erhalten haben.

Inés Satrústegui, Geschäftsführerin von Peñín, sagte, die umbenannte Messe solle ihre Reichweite über Spanien hinaus ausbauen und zugleich Qualität als einziges Auswahlkriterium beibehalten. Die Strategie des Unternehmens spiegelt das übergeordnete Bestreben wider, Madrid nicht nur als nationale Bühne für spanischen Wein, sondern auch als Treffpunkt für internationale Erzeuger und Einkäufer zu positionieren.

Jorge Rodrigo, Minister der Autonomen Gemeinschaft Madrid für Umwelt, Landwirtschaft und Inneres, eröffnete die Veranstaltung. In einer von den Veranstaltern veröffentlichten Erklärung sagte er, die Messe könne dazu beitragen, den Weinsektor zu stärken, seine wirtschaftliche Entwicklung zu fördern und aus beruflichen Kontakten dauerhafte Geschäftsbeziehungen entstehen zu lassen.

Die Regionalregierung nutzte die Veranstaltung auch, um die lokale Produktion hervorzuheben. Weine der Herkunftsbezeichnung D.O. Vinos de Madrid erhielten auf der Messe einen eigenen institutionellen Bereich. Daneben präsentierten 15 Kleinerzeuger ihre Projekte einem Fachpublikum. Die Präsenz der Region fügte sich in die umfassenderen Bemühungen der Madrider Behörden ein, die lokalen Weingüter stärker ins Blickfeld zu rücken – in einem Markt, in dem größere und etabliertere

spanische Weinregionen häufig mehr Aufmerksamkeit erhalten.

Die Veranstalter betonten zudem den internationalen Charakter der Messe. Weingüter aus Deutschland, Argentinien, den Vereinigten Staaten, Frankreich, Georgien und Portugal waren vertreten und erweiterten eine Veranstaltung, die sich traditionell auf das spanische Premiumweissegment konzentriert hat, um eine grenzüberschreitende Komponente. Die Mischung aus inländischen und ausländischen Erzeugern gehört zum erklärten Ziel des neuen Formats, der Messe eine breitere kommerzielle und fachliche Ausrichtung zu geben.

Das Fachprogramm umfasste Verkostungen und Diskussionsrunden für Einkäufer und Branchenexperten. Am Montag, dem 16. November, standen sieben Verkostungen auf dem Programm, die von den Kontrollräten von Rioja, Valencia, Campo de Borja, Cava, El Hierro und Terra Alta sowie der Weingruppe Zamora Company geleitet wurden. Die Verkostungen sollten den Teilnehmenden einen gezielten Einblick in bestimmte Regionen, Stilrichtungen und Erzeuger geben.

Am Dienstag, dem 17. November, richtete sich der Blick des Programms auf Weine aus Madrid und das internationale Ansehen spanischer Weine. Aktivitäten der D.O. Vinos de Madrid wurden durch eine Gesprächsrunde darüber ergänzt, wie Spaniens beste Weine im Ausland mehr Prestige gewinnen können.

Die Diskussionsrunde mit dem Titel Creating International Prestige With the Best Spanish Wines wurde von Pedro Ballesteros, Master of Wine, moderiert. Teil nahmen Meritxell Juvé, Geschäftsführerin von Juvé & Camps Prime Brands, Pedro Ruiz Aragoneses, Geschäftsführer von Grupo Alma Carraovejas, Xandra Falcó, Präsidentin des Círculo Fortuny, sowie Satrústegui. Die Runde spiegelte eine der zentralen Herausforderungen für spanische Weinproduzenten wider: Wie lassen sich überzeugende Qualitätsmerkmale in eine stärkere internationale Markenbekanntheit und größere Preissetzungsmacht umwandeln?

Spanien zählt zu den größten Weinproduzenten der Welt. Die Branche steht jedoch seit Langem unter Druck, ihre Margen und ihre globale Positionierung zu verbessern, insbesondere im Premiumsegment. Veranstaltungen wie die Madrid Top Wine by Peñín sollen Weingütern den Zugang zu Importeuren, Händlern und anderen

Entscheidungsträgern erleichtern, die sowohl den Absatz als auch den Ruf auf ausländischen Märkten beeinflussen können. Indem die Veranstalter hoch bewertete Weine an einem Ort bündeln, wollen sie die Messe für Fachleute attraktiver machen, die eine kuratierte Auswahl statt einer breit angelegten, auf Verbraucher ausgerichteten Präsentation suchen.

Die Unterstützer der Messe sehen darin auch einen Beitrag zur lokalen Wirtschaft Madrids. Die Region ist zwar nicht Spaniens größtes Weinanbaugebiet, verfügt aber über Vorteile als Verkehrs-, Handels- und Veranstaltungszentrum. Der Veranstaltungsort in der Hauptstadt ermöglicht es, Erzeuger aus ganz Spanien und dem Ausland zusammenzubringen und zugleich Einkäufern und Medienvertretern die Teilnahme zu erleichtern.

Die Veranstalter der Madrid Top Wine by Peñín erklärten, die Veranstaltung solle Madrids Stellung als Zentrum für Weinhandel, fachliche Empfehlungen und die Förderung hochwertiger Weine festigen. Die Ausgabe 2027 ist für den 29. und 30. November 2027 erneut auf der IFEMA Madrid geplant.