

# Das *Auge* trinkt mit

Was Weinetiketten verraten



## Mit Natalie Lumpp

Die Baden-Badenerin hat als Sommelière in renommierten Restaurants wie der Traube Tonbach in Baiersbronn den Gästen die besten Tropfen empfohlen und kredenzt. Heute ist sie als freie Weinberaterin tätig, sie schreibt Kolumnen und gibt ihr Wissen als Weinexpertin auch im Fernsehen weiter – und in **Mein Ländle**.

Auch die Welt des Weins folgt Trends, nicht nur im Geschmack, auch in der Optik. Das Etikett einer Weinflasche spricht oft Bände – und das mit nur wenigen Worten.

**W**echselnde Trends sind typisch für unsere Zeit. Wir kennen das aus der Modebranche, dem Autodesign und dem Einrichtungsstil. Selbst die Architektur folgt dem Zeitgeist. Solche Veränderungen macht auch der Wein mit. Aber nicht erst der Inhalt einer Flasche verrät den individuellen Stil eines Winzers. Das Erste, was beim Weinkauf auffällt, sind die Etiketten.

Gerade die jungen Winzer haben erkannt, dass die Optik mehr wirkt als Worte. Im Gegensatz zu früher, wo Weinlage, Rebsorte, Qualitätsstufe etc. die Hauptrolle spielten, sind heute grafisch ausgefallene Etiketten en vogue. Beim Gang durch die Regale im Supermarkt dienen sie als Eyecatcher. Sie folgen der aktuellen Ästhetik: Dunkle Labels in Anthrazit oder Schwarz mit weißer, silberner oder goldener Schrift

Aus **Mein Ländle** – Die schönsten Seiten Baden-Württembergs 1/2021



Ausgefällene Etiketten sind Eyecatcher und mitunter auch ein Argument für den Kauf.

finden sich immer häufiger, wie beispielsweise beim Weingut Escher in Schwaikheim.

## Hübscher Wein?

Leider lässt sich die Qualität eines Weines erst beurteilen, wenn man die Flasche gekauft, geöffnet und den Inhalt verkostet hat. „Von außen“ geht es nicht, es sei denn, man kauft beim Winzer seines Vertrauens. So ist es nur naheliegend, dass bei einem unbekanntem Wein das Etikett oft den Ausschlag gibt. Emotionen spielen beim Wein schließlich eine ganz große Rolle. Durch moderne oder ausgefallene Etiketten finden auch junge Leute eher Zugang. Sie signalisieren: Weingenuß ist Lifestyle, weit entfernt vom hartnäckigen angestaubten Image zwischen „Spinnahudla“, „Viertelsschlotzer“ und Kegelvein.

Markus Schneider aus Ellerstadt leistete in der Hinsicht schon in den 1990er-Jahren Pionierarbeit. Er überraschte den Markt mit einem Wein, der statt der Rebsorte eine eigene Bezeichnung trug: Das Etikett, schlicht in Weiß, zeigte in dicken Lettern „Ursprung“ und den Namen des Winzers. Das war außerordentlich mutig – und außerordentlich erfolgreich. So setzte der Pfälzer auch weiterhin auf Namen, die die Fantasie anregen: „Black Print“, „Kaitu“, „Tohuwabohu“. Die Reaktion aus dem



Ländle ließ nicht lange auf sich warten. Heute sind viele junge Winzer genauso kreativ.

Zum Beispiel Bettina Schumann. Die gebürtige Berlinererin gründete 2015 in Edingen am Kaiserstuhl ihr eigenes Weingut ohne eigene Reben. Sie kauft Trauben von sechs Winzern, arbeitet aber das ganze Jahr über intensiv mit ihnen zusammen. Dank ihr trinken wir heute „Famose Schose“, „Bis in die Puppen“, „Haute Volaute“ oder „Chaiselongue“ – Reverenzen an ihre Heimat Berlin. Mit ihren außergewöhnlichen Ideen hat sie sich schnell einen Namen gemacht und entwarf sogar ihr eigenes Wein-Familienwappen. Auch ihre Liebe zu roten Schuhen fand bald auf die Flaschen. Die Etiketten „mit Schuh“, eine aparte Mischung aus blausilbernem Hintergrund und femininer Jugendstil-schrift, sind unverkennbar. Basisweine kennzeichnet ein roter Schuh, und selbstverständlich darf auch eine „Goldschuh-Linie“ nicht fehlen.

## Tradition und Gretchenfragen

Auch vor den Alteingesessenen machen Trends nicht halt. Das wunderschön gelegene Weingut Nägelsförst in Baden-Baden gehört mit seinen über 750 Jahren zu den traditionsreichsten in Baden. Seit es im Jahr 2016 in neue Hände wechselte, hat sich viel getan. Das Weingut wird nach und nach renoviert, und – wer hätte es gedacht? – die Etiketten wurden komplett überarbeitet. Auf schickem Schwarz stehen nun die Bezeichnungen der Weine, die ebenfalls einem Relaunch unterzogen wurden: „Flugkünstler“, „Tautänzer“ oder „Steilflug“. Weintraditionalisten finden Angaben zur Lage und zu Ähnlichem (siehe Kasten unten) auf dem Rückenetikett.

Manchmal hilft auch ein Unglück dem Trend auf die Sprünge: Nach einem Brand in seinem Weingut in Großbottwar schuf Markus Bruker in Gedanken an einen Feuerteufel seinen „Mephisto“.

Der Wein blieb nicht lang alleine. Entstanden ist eine Trilogie mit „Faust“ und „Gretchen“. Bei dem freizügigen Gretchen-Etikett – eine Wucht – mag mancher an ein Pin-up-Foto denken. Aber die Weißweincuvée kann mit der Schönheit in Mieder und Strapsen mithalten. Junge Genießer schwören auch auf Brukers „Dickes Ding“ oder den „Black Jack“, den ein rot leuchtender Totenkopf ziert. Auffallend in jedem Weinregal.

## Kalifornien bei Heilbronn

Nach dem Motto „Schwarzwaldmädel und Geweihe“ liegt auch Christian Hirsch aus Leingarten bei Heilbronn mit seinen Flaschen im Trend. Ähnlich wie Bettina Schumann spielt auch er mit seinem Namen und bestückt seine Weine mit schwarzen Etiketten und Namen wie „Rot und wild“ oder „Großes Geweih“. Seine kraftvollen Rotweincuvéés harmonieren sehr gut mit kräftigen Fleisch- und Wildgerichten. Christian Hirsch erhielt nach seinem Studium in Geisenheim ein Stipendium an der University of California in Davis. Dort lernte er die kraftvollen Rotweine zu schätzen, die ihn fortan faszinierten. Sein Ziel war



Die jahrhundertlange Tradition eines Weinguts muss man den Etiketten nicht unbedingt ansehen (links). Das Weinetiketten-Museum in Müllheim wartet mit einzigartigen Exponaten auf (oben).



Über spritzige Etiketten finden auch junge Leute zum Weingenuss.

## Was muss drauf?

Bei aller Freiheit in der Gestaltung müssen Weinetiketten nach dem Gesetz einige Informationen enthalten, für deutsche Weine sind das Anbaugebiet, Qualitätsstufe, amtliche Prüfungsnummer, Erzeuger oder Abfüller (Gutsabfüllung/Erzeugerabfüllung), Alkoholgehalt, Flascheninhalt und Verkehrsbezeichnung (beispielsweise Wein oder Perlwein). Zu den freiwilligen Angaben zählen Jahrgang, Rebsorte, Geschmacksangaben (ob der Wein trocken, fruchtig oder halbtrocken ist) sowie Barrique und Ähnliches.



gesteckt: in Württemberger Gewächsen das Potenzial ausdrucksstarker Rotweincuvéés zur Entfaltung zu bringen. Das ist ihm gelungen. Jung und voller Tatendrang kreierte er seine Etiketten auch gleich selber.

Wer übrigens einen Eindruck davon bekommen will, wie sich Weinetiketten entwickelt haben, der fährt ins Markgräflerland. In Müllheim-Zunzingen gibt es ein Weinetiketten-Museum. Tausende von einzigartigen Exponaten führen durch 200 Jahre – ein historischer Weingenuss fürs Auge.

Text: Natalie Lumpp, Fotos: Weingüter (13), Fotolia (3), Deutsches Weininstitut (1), Weinetiketten-Museum im Weingut Dr. Schneider (1)