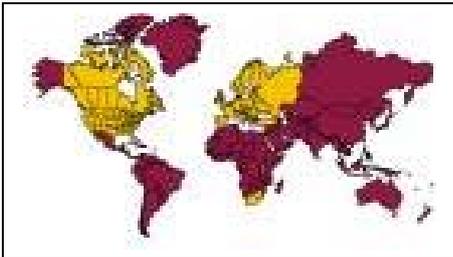


Was ist drin – im Wein ?

- Blüht uns der „Coca-Cola-Kunstwein“ a la USA ? -

Diese - und einer Reihe ähnlicher Fragen stellten sich 2006 die Kommentatoren fast aller deutschen Zeitungen und Zeitschriften. Der Grund: Das Handelsabkommen zwischen den USA und der EU erregte in punkto WEIN die deutschen Gemüter; ja es hat die deutsche Weinwelt aufgeschreckt – und verunsichert. Nachfolgend wird zusammengefasst, welche Befürchtungen dabei in den vielfältigen Presse-Beiträgen zu diesem Thema zum Ausdruck kamen.

Allem voranzustellen ist, dass nunmehr als Folge dieses Abkommens amerikanische Weine, denen Wasser entzogen wurde, die mit Holzspänen versetzt - oder zuvor „fraktioniert“ wurden, nun ganz offiziell auch jenseits des Atlantiks, also



*auch bei uns, verkauft werden können. - **Fraktioniert** ?... Hinter diesem harmlos erscheinenden Begriff verbirgt sich die nunmehr auch bei uns erlaubte kellertechnische Befugnis, den Wein in seine Bestandteile (Alkohol, Wasser und Aromen) zu zerlegen und diese dann – nach marktorientiertem Geschmacksbild - wieder zusammenzusetzen.*

*Das alles ist künftig ohne jegliche Deklaration möglich, denn eine Pflicht zur Kennzeichnung besteht nicht. **Empörung allenorten.** Doch diese Empörung war und ist in weiten Teilen geradezu scheinheilig. Denn für den interessierten Weinkonsumenten ging dabei unter, dass ja auch europäische Weine nicht immer astreine Naturprodukte sind – und den USA nicht alleine der Schwarze Peter für dieses sehr stark an einen Kuhhandel erinnerndes Handelsabkommen zuzuschreiben ist. Zum Abkommen kam es nämlich nicht zuletzt auch deshalb, weil die europäischen Weinländer ihre bisherigen amerikanischen Märkte nicht verlieren wollen – und ihnen die USA im Gegenzug die europäischen Herkunftsbezeichnungen wie Sherry oder Champagner anerkannten.*



Das Tricksen ist nun vorprogrammiert

Werden die bisher kritisch betrachteten Kunstweine im längst globalisierten und heiß umkämpften Weinmarkt nun auch die Winzer hierzulande zwingen, mit gleicher Technik mitzuhalten? Leider ja – und die Kenner des Weinmarktes, wie auch die Kellereiexperten argumentieren, dass sich zwangsläufig auch bei uns im Südwesten die Winzer dem neuen Verfahren im Weinbau stellen müssten, ansonsten würden sie im gnadenlosen internationalen Weingeschäft abgehängt.

Na denn „Prost“, - In vino veritas !

Die kostengünstig produzierten Kunstweine werden das Weingeschäft der Zukunft radikal verändern, zumal Weinproduzenten künftig mit Billigprodukten den aktuellen geschmacklichen Modetrends sofort nachkommen können.



Wird so die Weinvermarktung der Zukunft aussehen? Der Trend hierzu zeigt sich seit einiger Zeit bereits bei der Herstellung des modischen Barrique-Goûts, wo Versuche mit Holzspänen zur „Geschmacksveredelung“ längst laufen. Sie seien „vielversprechend“, ist einschlägigen Pressemitteilungen zu entnehmen...



Der echte Weinfreund wendet sich ab mit Grausen und hält dieses Unterfangen im wahrsten Sinne des Wortes für den „Holzweg“. Trotzdem: Das ist erst der Anfang allen Übels. Zwischenzeitlich ist nämlich bereits eine regelrechte Werbe-Orgie des Wein-Geschmacks angelaufen, die mit immer neuen Geschmacksbildern den Billigweinkonsumenten ihre „leckeren“ Produkte anpreisen. Die Weinsprache kennt ja bekanntlich

eine reichliche Fülle von Ausdrücken für Duft und Geschmack eines Weines, die sich von einer fruchtigen Apfel-, Brombeer-, Holunder-, Himbeer-, Johannisbeer- und Mandel-Geschmackstönungen, bis hin zu Vanille- und Zimt Komponenten erstrecken. Doch scheinbar ist das alles nicht genug, denn man erfindet darüber hinaus immer neue, über Pfirsiche u.a. Früchte hinausgehende Geschmacksnuancen, wie z.B. die von Kakao, schwarzen Oliven, getoastetem Holz, nassem Schiefer, Tabak, Leder und sogar die eines Pferdesattels. Vermutlich ist es jetzt nur noch eine Frage der Zeit, bis den offenbar für jedes verrückte Geschmacksbild aufnahmewilligen Kreis neuer Weinkonsumenten Produkte präsentiert werden, die alsdann nach CocaCola und nach atemfrischem Chewinggum schmecken und den Weintrinker mit einem Bukett betören, das nostalgisch an das Parfüm von Prinzessin Diana erinnert... - Übertreibung und Schwarzmalerei ? Im Gegenteil. In einer aktuellen Befragung haben 80 Prozent (!) der befragten Weinkonsumenten bestätigt, dass ihnen „Wein“ mit derart „kunstvoll“ herausgearbeiteten Geschmacksbildern ausgesprochen munden würde. Kaum zu glauben. Doch solche Antworten werden ihre Folge haben, vor denen der traditionelle Weinfreund erschrickt, denn wenn Wein „fraktioniert“, also in seine Bestandteile zerlegt – und dann wieder nach Belieben zusammengebaut wird, dann hat das mit NATUR nichts, überhaupt nichts mehr zu tun. Es ist vielmehr eine Tat, die von Betrug, Sünde und Sakrileg am Kulturgut Wein gezeichnet ist und auf diese Weise nur noch eines signalisiert:



Das Ende der Weintrinkkultur...



Doch Jammern hilft auch hierbei nicht.

Aber was denn tun ? - Aber halt: Ist es nicht so, dass auch der doch beachtlich große Kreis echter, wirklicher Weinliebhaber letztendlich ebenfalls eine Konsumenten-Macht darstellt? Natürlich, aber diese Macht muss in der Praxis auch ausgeübt werden. Daher wird es künftig die spannende Frage sein, ob genau diese Konsumenten, die Weinliebhaber im traditionellen Sinne also, in ihrem Kaufverhalten selbstbewusst nach dem realen, etwas teureren Naturprodukt Wein greifen werden, oder ebenfalls dem billigen Modetrend der Werbebranche folgend auf die Schleuderpreisangebote für „leckeren Kunstwein“ hereinfallen. Die Weinproduzenten haben sich



leider schon lange ihrer pädagogischen Aufgabe entledigt, die Weinkonsumenten mit ihrem Wein- und Kellereiwissen fachlich im Bereich der natürlichen Weinherstellung offen und ehrlich zu unterweisen. Auch sie folgen längst den Bedürfnissen des Marktes und stellen das her, was einen breiten Absatz verspricht, auch wenn dabei „der Wein“ regelrecht verbogen wird. Aber genau diesen Marktopportunismus können traditionelle Weinfreunde für sich nutzen, indem sie sich in ihrem ganz persönlichen Trink- und vor allem **Kaufverhalten couragiert ausschließlich für den naturbezogenen, unverfälschten Wein entscheiden** – und nur diesen Produkten den Vorzug geben. Nur so ist das traditionelle Kulturgut Wein noch zu retten.



leider schon lange ihrer pädagogischen Aufgabe entledigt, die Weinkonsumenten mit ihrem Wein- und Kellereiwissen fachlich im Bereich der natürlichen Weinherstellung offen und ehrlich zu unterweisen. Auch sie folgen längst den Bedürfnissen des Marktes und stellen das her, was einen breiten Absatz verspricht, auch wenn dabei „der Wein“ regelrecht verbogen wird. Aber genau diesen Marktopportunismus können traditionelle Weinfreunde für sich nutzen, indem sie sich in ihrem ganz persönlichen Trink- und vor allem **Kaufverhalten couragiert ausschließlich für den naturbezogenen, unverfälschten Wein entscheiden** – und nur diesen Produkten den Vorzug geben. Nur so ist das traditionelle Kulturgut Wein noch zu retten.



Vor diesem Hintergrund aber sollten sich auch die Winzer vor allem in unserem sonnenverwöhnten südwestdeutschen Weinbaugebiet besinnen und in einem „Zurück zum Naturprodukt“ **bei der Weinherstellung noch mehr Wert auf die Unverfälschtheit ihrer Produkte legen**. Wenn sie in diesem Sinne WEIN produzieren und seine Herkunft, wie auch seine naturelle, reelle, handgemachte Herstellung entsprechend klar definieren und auf dem Etikett deklarieren, dann wird ein beachtlicher Konsumentenkreis alsdann genau diesen Wein als erstrebenswertes, ehrliches Naturprodukt erkennen - und ihn auch kaufen. Dabei ist nur zu hoffen, dass alsdann beim Trinken auch alle „Weinwahrheiten“ nicht nur erkannt, sondern letztlich als Eigenheiten geschätzt und geliebt werden.

produzieren und seine Herkunft, wie auch seine naturelle, reelle, handgemachte Herstellung entsprechend klar definieren und auf dem Etikett deklarieren, dann wird ein beachtlicher Konsumentenkreis alsdann genau diesen Wein als erstrebenswertes, ehrliches Naturprodukt erkennen - und ihn auch kaufen. Dabei ist nur zu hoffen, dass alsdann beim Trinken auch alle „Weinwahrheiten“ nicht nur erkannt, sondern letztlich als Eigenheiten geschätzt und geliebt werden.