

# Der Planet der Hoffnung



Jean-Pierre Ritler

Die Hochzeit war bis jetzt perfekt. Die Sonne scheint, die Gäste sind bester Stimmung, der Apéro steht bereit. Fleißige Hände füllen Gläser, die Stimmung hebt sich. Auch die glückliche Braut nippt an ihrem Glas – dann verändert sich ihre Miene. Entsetzt rauscht sie zur Verantwortlichen des Caterings. „Was soll das?“, zischt sie und hat Mühe, sich unter Kontrolle zu halten. „Wieso, ist etwas nicht in Ordnung?“, fragt die Catering-Dame. Die Braut schwenkt das Glas in der Luft. „Das ist Prosecco!“, japst sie. „Prosecco! Ich habe Asti Spumante bestellt! Wissen Sie das nicht? Prosecco ist für das Dessert, der Asti für den Apéro. Haben Sie denn keine Ahnung von Wein?“

Die Weinwelt ist ein Universum mit verschiedenen Planeten. Es gibt diesen schönen Planeten Merum, auf dem ich 13 Jahre leben durfte, die Freuden des gediegenen Weingenusses erleben, darüber berichten, mit Gleichgesinnten stundenlang über kleinste Finessen debattieren. Jetzt bin ich zurück in der Schweiz und erlebe andere Planeten. Wie den der aggressiven Mächtegern-Alleswisser, zu dem auch die Braut oben gehört. Diese Geschichte ist leider nicht erfunden.

Dazu passt auch das Erlebnis an einer Degustation in Zürich: In das Zunfthaus zur Safran haben rund zwei Dutzend Barolo-Produzenten geladen, kaufkräftige Weintrinker sind dem Ruf gefolgt. Auf einem Tisch stehen als Kontrastprogramm ein paar Flaschen Dolcetto. Ich bin begeistert und versuche, einem der Besucher die Weine schmackhaft zu machen. „Nein danke“, sagt er mit einem mitleidigen Lächeln. „Ich trinke keine Süßweine.“

Inzwischen habe ich gelernt: Die aggressiven Mächtegern-Alleswisser sind absolut dogmatisch. Sie haben einen Tunnelblick, in dessen Zentrum einzig ihre Gurus (wahlweise Parker, Gabriel oder Gambero Rosso) Platz haben. Keine Chance also, zu ihnen durchzudringen. Welchen Guru die Braut hat, entzieht sich allerdings meiner Kenntnis.

Doch es gibt zum Glück noch andere Planeten. Einer meiner Lieblinge ist der Planet der interessierten Laien, auf dem erstaunlich viele Frauen leben. Sie trinken gerne und auch einigermaßen regelmäßig – was nach Schweizer Verhältnissen ein- bis zweimal die Woche ein Glas bedeutet. Sie genießen den Wein, aber sind überzeugt, keine Ahnung davon zu haben. Etiketten sagen ihnen nichts, das Weinwissen ist relativ klein.

Leider ist diese Gruppe leichte Beute für eine ganze Heerschar von gewieften Verkäufern, die alle gleich vorgehen: Erst protzt man mit Punkten, Medaillen oder Preisen, die der Wein irgendwo bekommen hat. Danach

folgen hochtrabende Sätze wie „Rubinrote Farbe gepaart mit vielen roten Früchten und ein Hauch von Vanille ergibt ein Zauberspiel der Sinne...“ Und zum Schluss erschlägt man den Kunden endgültig mit ein paar Fachworten, die er nicht versteht, die aber enorm wichtig klingen (z. B. „Barriqueausbau“, „Assemblage“, „Kaltmazeration“ oder „Eiweißschönung“). Diesen Verkäufern hilfreich zur Seite stehen die meisten Schweizer Restaurants, deren Weinkarte exakt dem obigen Muster entspricht. Ich kenne ein Lokal, das seinen ständig wechselnden „Wein des Monats“ immer mit der gleichen Beschreibung anpreist. Reklamiert hat noch nie ein Gast.

Dieses Behaupten, Säuseln, Klotzen der Verkäufer wirkt. Die interessierten Laien lassen sich beeindrucken und kaufen den Wein, den die Industrie will. Oft schmeckt er zwar nicht, aber das getraut sich keiner laut zu sagen, man hat ja keine Ahnung von Wein. Genau das ist das Ziel der Verführer: Das Wein-Selbstbewusstsein soll möglichst niedrig gehalten werden! Die Kunden müssen sich klein und nichtig vorkommen in diesem ach so komplizierten Weinuniversum und daher nie auf die Gedanken kommen, eine Rebellion anzuzetteln. Was in diesem Falle bedeuten würde, dass sie Weine trinken, die ihnen auch wirklich gefallen.

Doch es gibt Hoffnung: Denn die Bewohner dieses Wein-Planetens sind äußerst neugierig. Wenn sie ohne Brimborium und ohne Geschwafel Zugang zum Wein bekommen, hören sie zu, verkosten unvoreingenommen, entwickeln eine eigene Meinung und trinken ab dann ganz anders. Die Resultate des JLF-Tests sind nur ein Beweis dafür, lustvolle Verkostungen bei mir zuhause ergeben das gleiche Bild.

Liebe Merum-Leser: Das ist auch Ihre Chance! Bringen Sie die Gruppe der neugierigen Laien dazu, in lockerem Rahmen mal andere Weine zu probieren. Sie werden staunen, wie viele Lambrusco-, Valtellina-, Vernatsch- und Grignolino-Freunde es bald in Ihrem Bekanntenkreis gibt! Auch wenn ich zugeben muss, dass das nicht bei allen Bräuten funktioniert.