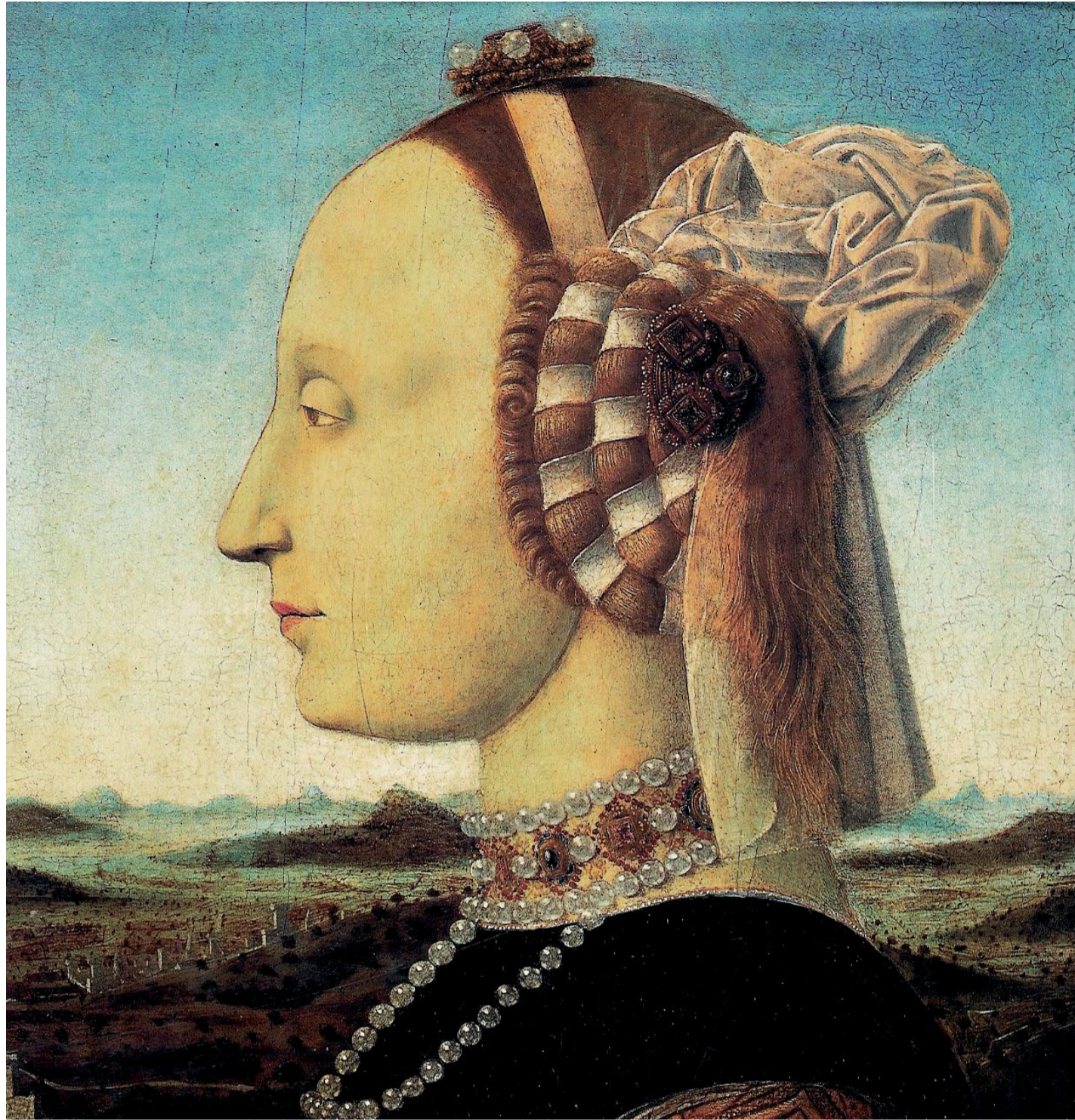


„Blindverkostung brachte ein Geheimnis an den Tag, das freilich viele Frauen bereits kennen: Der Wein-Gott ist eine Frau

Wein, Weib - und Vorurteile



Eine Polemik rund um den Wein: Frauen wußten es schon immer: Der Weingott ist weiblich! Im Rahmen einer Blindverkostung haben Winzer aus dem kurpfälzer Raum für manche unter uns Erstaunliches zu Tage gefördert: Frauen sind dem Wein gegenüber positiver eingestellt als das vermeintlich stärkere Geschlecht. Wir begleiten dieses Themen rund um den Wein.

Sie dürfen interessante Anekdoten vermuten. Von „Wein, Weib und Geschäft“ über „Gott ist weiblich und schwarz“ bis hin zu „Herrin von der Venus“ - eine wahrlich mutige und auflockernde Zusammenstellung. Insbesondere, da es sich hier um den Wein dreht, und nicht etwa um die Rolle der Frau in der Gesellschaft, wollen wir uns mit einem Ergebnis besonders befassen, da es nämlich ein bislang eher unvermutetes Ergebnis zum Thema Wein gibt, das sich dargestellt hat nach unserer Frage: „Haben Mann und Frau (etwa) unterschiedliche Geschmacksnerven?“

Eine Blindverkostung mit zehn Frauen und zehn Männern sollte es dann zu Tage fördern. Das überraschende Ergebnis: Frauen sind Weinen gegenüber positiver eingestellt - sie loben gelungene Weine und sind vorsichtiger beim Verurteilen.

Und sie beurteilen die Favoriten der Männer oft ganz anders.

Es stellt sich die Frage, ob die Ergebnisse der Männerzirkel, die in Weinzeitschriften und -büchern die Meinungen über Wein bestimmen, überhaupt noch relevant sind. Frauen - so das Fazit des Tests - müssen schon selber herausfinden, was ihnen schmeckt.

Wichtige Männer blähen ...

Wichtig blickende Männer blähen ihre Nüstern, pumpen die Backen auf, spitzen die Münder, nicken oder schütteln die Köpfe, schlürfen, mampfen und spucken und kritzeln

dann mit ernster Miene große Sätze in kleine Notizbücher. Kommt Ihnen bekannt vor? Genau: So sieht eine Weinprobe aus. Die soll keinen Spaß machen, sondern Resultate zeitigen. Hier arbeiten Kenner, keine Lebemänner. Und ein Kenner kennt seine Weinjahrgänge wie andere Männer die Spiele der deutschen Fußballbundesliga seit 1963. Vor allem aber kennt er kein Par-don.

Außer, er trifft auf ein nettes junges Mädchen aus Ziegelhausen oder aus einem anderen bemitleidenswerten Ort im Norden. Dann wird er weich und belehrend: erzählt, daß das Riechen das Wichtigste ist beim Weingenuß, weshalb auf duftende Seife und Parfüm zu verzichten sei; daß der Geschmack im Mund an zweiter Stelle steht, weshalb der Kenner jeden Schluck hin- und herrollt, damit er mit all den vielen kleinen Geschmacksknospen, die dort lauern, in Berührung kommt (Achtung! Keinen Lippenstift benutzen); daß die Kehle keine Rolle spielt. Trinken? Nein danke!

Das versteht auch unser Mädchen aus Ziegelhausen: Schluß mit lustig. Vorbei die Zeiten, in denen popelinejackenbekleidete Rentner zur Weinprobe in feuchte Keller einfie-len, wo man ihnen Stoff vorsetzte, der sie alsbald in laute Gesänge ausbrechen ließ. Wir haben gelernt! Wein ist eine viel zu wichtige Sache, um Spaß dabei zu haben. Für eine professionelle Weinprobe mag das gelten. Auf's Leben übertragen, könnte nichts falscher sein. Schlimmer noch: Die Verwechslung von Erkenntnisuche und Lebensfreude hat nicht den großartigen deutschen Winzern und ihren wunderbaren Getränken genutzt, sondern den heimlichen Verächtern der Rebe. Das sind diejenigen, die das ein- und verkaufen, was in der mittelpfächtigen Gastronomie als „Wein“ ausgedient wird. Oft genug eine Katastrophe. Früher war das jene süße Plörre, die als Liebfrauenmilch sprichwörtlich und literaturfähig geworden ist - Senio-

rinnengesöff, bestens geeignet als Tapetenkleber. Heute heißt es: Vor allem trocken muß er sein!

Was sich der Weinkonsument damit einhandelt und gegebenenfalls versäumt, hat er nie zu unterscheiden gelernt. Mag also das Zeug auch noch so sauer schmecken - „Das muß so“, sagt ein strenger Gastronom, und irgendein Wichtiger fügt hinzu, Weintrinken wolle eben gelernt sein, es sei denn, man begnüge sich mit gefälligem Durch-schnitt.

Nach dieser Belehrung läßt sich jede Frau die Unsitte gefallen, daß im Restaurant stets dem Mann die Weinkarte vorgelegt wird, nicht ihr. Das Resultat kennen wir. Vielleicht wären wir weiter, liebe man in Zeiten, in denen die Frauen selbst bezahlen, sie auch den Wein auswählen. Denn mag das Rollenmodell vom harten Mann auch weltweit ausgespielt haben: Beim Weintrinken kommt es wieder voll zum Tragen. Wein muß man sich erarbeiten, sagt er, wenn seine Liebste den zarten Mund verzieht.

Der erschließt sich nicht gleich, sagt er kennerisch, und natürlich traut sich seine Begleiterin nicht, einen Fehlton zu vermuten - woher denn auch? Sie ist es kaum anders gewohnt, zumal in landläufigen Restaurants auch Wein mit Korkfehler gnadenlos ausgeschenkt wird. Das nette weibliche Bedienungspersonal sagt im Zweifelsfall mit stolzer innerer Überzeugung: „Keine Ahnung! Ich trinke so was nicht.“ Recht hat sie - so was kann man auch nicht trinken, diesen obskuren Stoff, bei dem womöglich reine Natur ist, was man gnädigerweise als Korkfehler verdächtigen möchte. Da muß schon knallhart sein, wer das aushalten will.

So verkaufen in unheiliger Allianz mediokre Winzer, geschmacklose Wirtsleute und harte Männer der Damenwelt Weinbotschaften aus dem Wilden Westen: Da muß man durch. Das tut nur beim ersten Schluck noch weh.

Was einmal so gelernt wurde, nimmt man mit, auch ins bessere Restaurant. Da heißt es dann: Ein großer Jahrgang, braucht Zeit. Vielleicht ist er ja noch ein bißchen verschlossen, der kommt noch, sollst mal sehn. Sicher, der ist gewöhnungsbedürftig, er entspricht eben nicht dem Massengeschmack. Gut Ding will Weile haben. Auch Coca-Cola schmeckt. Der hat ganz viele Punkte im... (wahlweise: Eichelmann, Parker, Hachette, Gambero Rosso). Der muß nicht schmecken, war teuer, ist Kultur. Und Kultur. Muß. Wehtun.

Wie bei der Musik und Literatur sind wir auch beim Wein im Lande von E und U. E macht Mühe, ist also prima, und U ist Spaßkultur, also nur was für den Plebs. Weshalb auch ernst zu nehmende Literatur, wer hätte das nicht schon in der Schule gelernt, nicht eingängig oder süffig sein darf, nein, sie ist sperrig, sie muß erarbeitet werden, biedert sich nicht an, bleibt widerspenstig, erschließt sich nicht gleich, hat Potential, auch wenn sie noch nicht schmeckt.

Alles andere wäre Wohlfühl-literatur, also was für Frauen, die Hera Lind lesen und nach den Empfehlungen von Elke Heidenreich Bücher kaufen. Unterhaltungsliteratur. Eingängige Ware vom Fließband, ohne individuelle Handschrift, Massenware eben fürs gerade mal alphabetisierte Volk.

Und Wohlfühlen ist hierzulande nicht erlaubt, wie uns modern möblierte Großstädte vor Augen führen, deren Architekten das bloß Schöne für mindestens faschistoid halten und mit hergebrachten Sehgewohnheiten so lange brechen, bis einem ganz übel ist. Wir leben in einem Land, in dem die permanente Belehrung über die „richtige“ Art, die Welt zu verstehen und zu genießen, noch immer zum guten Ton gehört, es sei denn, man begibt sich in die Gefilde des Massengeschmacks, so, wie ihn die Fernseh-macher verstehen.

Dort hat man längst aufgegeben, den Menschen für mehr als gerade mal praktisch bildbar zu halten.

Kein Wunder, daß manch einer den Weg des geringsten Widerstands sucht. Für diese Klientel beglückt uns die Weinindustrie mit Anzeigen, in denen vor allem Frauen herzlich lachen, weil sie im Glase tatsächlich nichts vermuten müssen, was sie quälen könnte, und weil einen das Getränk weder mit Lagenbezeichnung, Jahrgang, Reb-sorten noch Winzernamen belästigt. Jedoch muß Weinkennerschaft nicht zur geheimen Spezialwissenschaft unvorteilhaft auftretender alter Männer gemacht werden, unsere Winzer arbeiten so nicht.

Dabei liegen zwischen dem präntiösen „Das muß erarbeitet werden!“ und dem „Das liest und säuft sich weg wie nichts“ ganze Welten, nicht allein in der Literatur. Es ist richtig: Frauen haben nicht nur beim Lesen einen anderen Geschmack. Der beschränkt sich genau auf heitere Frauenromane wie auf die milde Liebfrauenmilch, auch wenn Frauen mehrheitlich nicht zu bemoosten Flaschen neigen, denen man nur etwas abgewinnt, wenn man ihren Preis kennt. Zwischen den Bomben aus Bordeaux und dem „Der tut nichts“-Wein aber gibt es unendlich viel zu entdecken. Die besten Winzer Deutschlands sind im Bündnis mit den Frauen, deren Sensorien keine schweren Kracher brauchen,

um zu erblühen, keine Roten, die vor lauter Tanninen nicht gehen können, keine breiten Weißen, fett vom Holzfass. Durchaus mögen auch (und wie) Frauen ihre Bordeauxweine und kalifornischen Chardonnays trinken, keineswegs mögen sie nur „Ladykracher“, wie manch ein Vorurteil immer noch wissen will. Sie mögen Weine wie ein Riesling, der schon heute schmeckt und dennoch jedes Jahr eine andere Note anschlägt, wenn man ihm erlaubt, im dunklen Keller seinen aufregenden Reifeprozess zu vollziehen. Oder Weine wie ein Spätburgunder, der zeigt, ein Roter sein soll: eine Sinnesorgie für Nase und Gaumen.

Die meisten dieser Weine müssen nicht gehätschelt werden, sie brauchen keine mühsamen Routinen und keine Zaubersprüche, bis sie sich entfalten (auch wenn es sich empfiehlt, sie wie einen guten Liebhaber langsam zu genießen). Sie teilen ihre Größe gleich mit, ohne damit aufdringlich zu sein; sie gewinnen an Charakter, wenn man ihm Zeit läßt. „Mit Weinen ist es wie mit Kerlen“, sagt unser Mädchen aus Ziegelhausen gegen Ende unserer Weinverkostung:

„Nicht hinter jeder rauhen Schale steckt ein überraschender Kern, und guter Charakter sollte kein Geheimnis sein, das sich bloß dem Kenner erschließt.“

Wie recht sie doch hat.

George Gnlichtoque

CONVENTO
GUTES AUS DEN KLÖSTERN EUROPAS

Wein aus der Monastère de Solan (Languedoc), Klosterneuburg (bei Wien) und St. Hildegard (Rüdesheim)
Nudeln · Wurst · Käse · Schokolade · Honig · Marmelade · Tee · Kräuterdestillate · Kerzen · Pflegeprodukte.

Lutherstraße 28, 69120 Heidelberg, Tel./ Fax: 0 62 21/4 18 53 00

Schnitzelbank

Bauamtsgasse 7
Fon 06221/21189
Mo-Fr
17 bis 1 Uhr
Sa und So
11:30 bis 1 Uhr
Küchenschluss
23:30 Uhr



wein-atrrium.de · www.wein-atrrium.de · www.wein-atrrium.de · www

ATRrium
Altstadt

wein atrrium
69117 heidelberg · hauptstraße 169
(eingang drei-könig-straße)
tel.: (0 62 21) 26903 · fax: 25446
e-mail: weinatrium@t-online.de

Weststadt

wein atrrium im HUGO
69115 heidelberg · rohrbacher str. 47
tel.: (0 62 21) 58601 22 · fax: 58601 21
e-mail: weinatriumhugo@t-online.de

Unsere Weinberge sind unser Leben!

Besuchen Sie unsere große Geschenkeausstellung am 19. November ab 11.00 Uhr in unserem Weingut. Gerne verwöhnen wir Sie mit köstlichen Weinen und leckeren Speisen.

Es freut sich auf Sie Ihre

Familie Müller - 10 Generationen Erfahrung für guten Weingeschmack

WEINGUT
ADAM MÜLLER

Adam-Müller-Str. 1 · 69181 Leimen · Tel.: 06224/97100
e-mail: verkauf@weingut-adam-mueller.de · www.weingut-adam-mueller.de