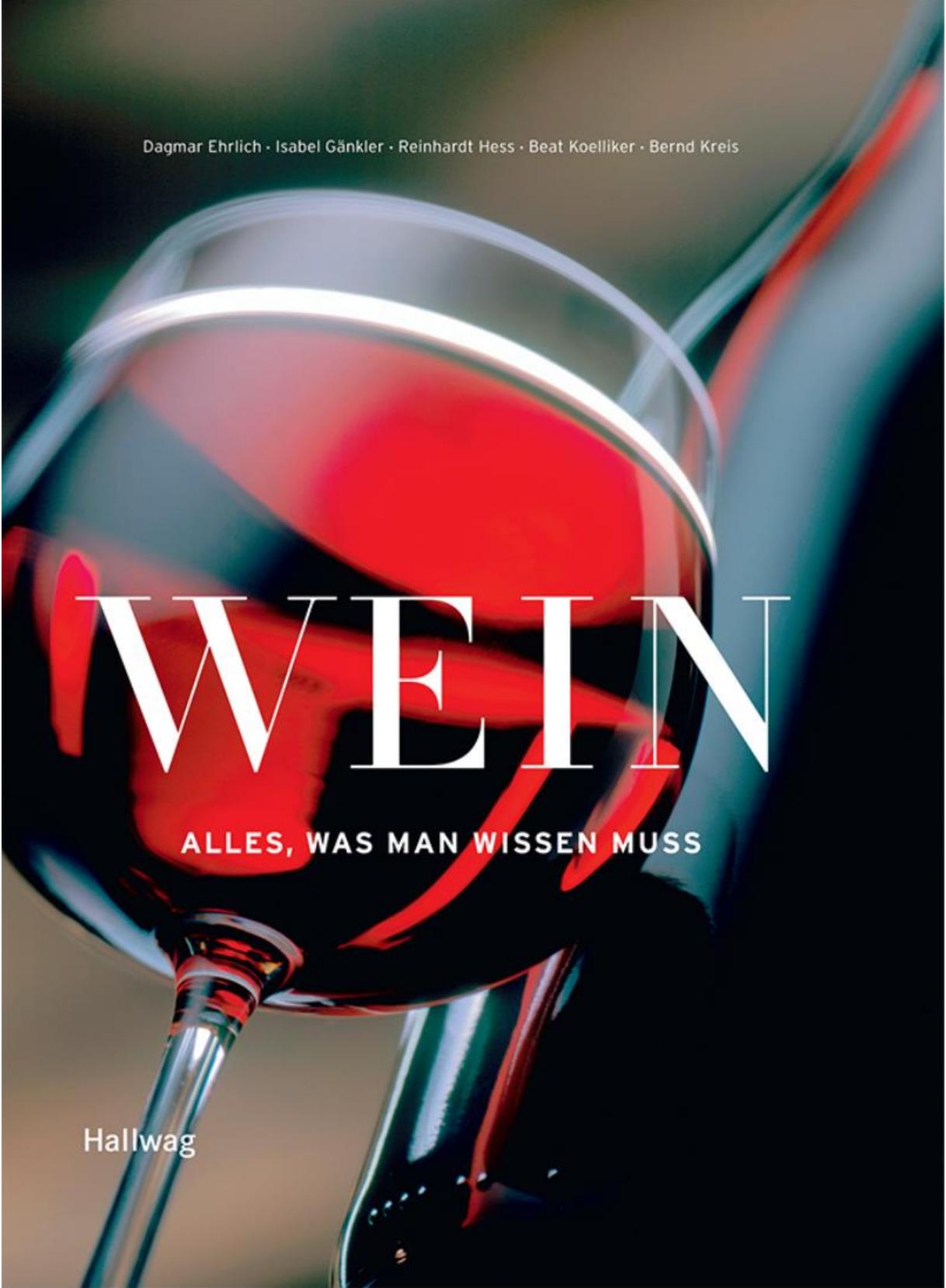


Dagmar Ehrlich · Isabel Gänkler · Reinhardt Hess · Beat Koelliker · Bernd Kreis

WEIN

ALLES, WAS MAN WISSEN MUSS

Hallwag



Dagmar Ehrlich · Isabel Gänkler · Reinhardt Hess · Beat Koelliker · Bernd Kreis

WEIN

ALLES, WAS MAN WISSEN MUSS

Hallwag

Unsere eBooks werden auf kindle paperwhite, iBooks (iPad) und tofino vision 3 HD optimiert. Auf anderen Lesegeräten bzw. in anderen Lese-Softwares und -Apps kann es zu Verschiebungen in der Darstellung von Textelementen und Tabellen kommen, die leider nicht zu vermeiden sind. Wir bitten um Ihr Verständnis.



VOM UMGANG MIT WEIN

WEIN EINKAUFEN

Weinkenner kann jeder werden, vorausgesetzt, er macht so oft wie möglich seine Hausaufgaben: probieren, probieren, probieren. Am besten erst einmal für sich allein, um die eigenen Vorlieben kennenzulernen. Es lohnt sich, die verschiedenen Einkaufsquellen kritisch unter die Lupe zu nehmen. Schöne Etiketten sind nicht alles – auf den Inhalt der Flaschen kommt es an.

WANN WEIN SCHMECKT

Cola schmeckt immer gleich, Wein dagegen nie. Eine schmerzhaft Erfahrung für jeden, der Beständigkeit schätzt. Ob man einen Wein einfach so oder zum Essen genießt, ob man allein ist oder sich in lustiger Runde befindet, aus einem simplen Plastikbecher trinkt oder aus einem edlen Weinglas – der Wein wird immer wieder etwas anders schmecken.

Wenn man eine teure Flasche in einem Weinladen kauft, hat man beim Probieren eine andere Erwartungshaltung als bei einem preiswerten Wein aus dem Supermarkt. Der persönliche Genuss hängt von der Situation ab, in der der Wein getrunken wird. Deshalb nicht gleich die Flinte ins Korn werfen, wenn ein bestimmter Wein beim ersten Probieren das Prädikat »schmeckt mir nicht« erhält. Es könnte am falschen Zeitpunkt, einer unpassenden Gelegenheit oder dem falschen Essen als Begleitung gelegen haben.

Quellentest

Welche Bezugsquelle man für seinen persönlichen Weineinkauf wählt, hängt nicht unbedingt vom Budget ab, das zur Verfügung steht. Oft hindert den Weineinsteiger eine gewisse Schwellenangst daran, den Schritt in die Fachhandlung zu wagen. Dabei bieten die meisten Einkaufsquellen – vom Discounter bis zur Weinboutique – Alltagsweine zu erschwinglichen Preisen an. Mit einem einfachen Test können Sie ausprobieren, ob Weine aus dem Discounter so gut schmecken wie die aus dem Fachhandel. Wählen Sie dazu einfach eine Weinsorte aus, die überall zu bekommen ist. Einmal angenommen, Ihnen schmeckt italienischer Chianti. Wie viel Geld würden Sie für eine Flasche ausgeben? Kaufen Sie je ein etwa gleich teures Muster beim Discounter, im Supermarkt, im Weindepot, in der Weinabteilung eines Kaufhauses und im Weinfachhandel. Dann probieren Sie die Chianti gleichzeitig nebeneinander. Welcher schmeckt Ihnen persönlich am besten?

WEINQUELLEN

Wein kann man fast überall kaufen: im Gartencenter, an der Tankstelle, im Drogeriemarkt und beim Discounter, im Verbrauchermarkt, Weindepot, Kaufhaus oder Supermarkt. Und natürlich im Weinfachhandel und noch schöner: direkt beim Winzer.



Aus einem großzügigen Weinsortiment aussuchen und testen – ein Schlaraffenland für Weinliebhaber.

PROFI-TIPP

Sucht man einen preisgünstigen Alltagswein, lohnt sich das Stöbern im Supermarkt: einfach aus dem Bauch heraus entscheiden. In der Preisklasse zwischen 4 und 6 Euro kann man nicht viel falsch machen.

Was ist was?

Klassische Supermärkte wie Edeka, Tengelmann und Rewe bieten das Wichtigste für den täglichen Bedarf in erreichbarer Nähe. Kaufhäuser sind in Innenstädten zu finden, vereinen viele Spezialgeschäfte unter einem Dach und wollen auch anspruchsvolle Kunden bedienen.

Verbrauchermärkte wie Familia, Toom, Coma oder Combi liegen außerhalb der Wohngebiete, sind auf Autokunden ausgerichtet, haben ein breites Angebot von Lebensmitteln, Getränken und Haushaltswaren auf großen Flächen und sind auf Vorratskäufe spezialisiert. Discounter wie Aldi, Lidl, Penny oder Plus führen vorwiegend Artikel, die einen schnellen Umsatz erwarten lassen, in einfacher Präsentation und zu billigen Preisen.

Einige Drogeriemärkte wie dm und Rossmann bieten neben Kosmetika und Waschmitteln zunehmend auch Weine an, und manche Tankstellen sind sogar eine gute Adresse für Wein. Im Weinfachhandel dagegen gibt es nur Weine, manchmal ergänzt durch Gläser, Korkenzieher und Weinliteratur. In diese Kategorie gehören auch die Weinedpots, eine Art Fachhandel mit Probiermöglichkeit.

WEIN IM SUPERMARKT

Das Angebot für Spontankäufer. Große Supermarktketten benötigen ein einheitliches Sortiment, das vom Zentraleinkauf vorgegeben ist. Kleinere Nachbarschafts-Supermärkte führen eher eine individuelle, oft regionale Auswahl, die sich an den Vorlieben ihrer Stammkunden orientiert. Immerhin wird jede dritte Weinflasche im Supermarkt gekauft.

Basisangebot

Weine, die landesweit angeboten werden, müssen in ausreichender Menge verfügbar sein. Also kommen sie vor allem von großen Weinunternehmen und Großimporteuren, die tankweise Weine einkaufen und auf Flaschen füllen. Der gleiche Wein soll über längere Zeiträume (sprich: Jahre) verfügbar sein und immer ähnlich schmecken. Es handelt sich meist um Industrieweine oder Weine aus Regionen mit

beständigem Klima, zum Beispiel Südfrankreich, Australien, Chile oder Kalifornien.

Da es im Supermarkt in der Regel keine Beratung gibt, enthalten die Rückenetiketten einige Informationen zum Wein – wie er schmeckt, wozu er am besten passt, mit welcher Temperatur er geeigneterweise serviert werden sollte.

PROFI-TIPP

Wo das Weinangebot lieblos präsentiert wird, sind die Flaschen oft zu alt und der Wein schmeckt nicht mehr.

Vor- und Nachteile

Supermarktweine sind für den sofortigen Genuss gedacht. Sie sind oft besser als ihr Ruf, selten extrem schlecht und meist technisch in Ordnung. Der Geschmack orientiert sich am Durchschnittskäufer, nicht am ambitionierten Weinkenner. Häufig findet man Aktionsangebote besonders beliebter Weine – vor allem Markenweine.

DROGERIEMÄRKTE & CO.

Das Angebot für Experimentierfreudige. Da Weinflaschen beliebte Mitnahmeartikel sind, werden sie in Sonderaktionen oft auch in Drogeriemärkten, Gartencentern, natürlich in Tankstellen und sogar Möbelgeschäften verkauft.

Basisangebot

In der Regel werden Massenweine angeboten, allerdings gibt es Ausnahmen. Eine Drogeriemarktkette (mit dem Zentaur als Firmenlogo) hat schon lange erkannt, dass sich ein gutes Sortiment lohnt, und bietet ein ambitioniertes

Angebot aus den klassischen Weinländern Europas. Die Weine sind am Regal recht aussagekräftig beschrieben, etwas teurer als beim Discounter, dafür deutlich besser. Achten Sie besonders auf Sonderangebote. Bei Nachahmern ist die Auswahl eher dürftig – schlichte bis schlechte Allerweltsweine. Dagegen bietet eine italienische Tankstellenkette schon seit Jahrzehnten bessere Weine und Spumanti direkt von Winzern und Genossenschaften aus Italien in ihren Shops an. In Gartencentern findet man nicht nur Weinreben zum Anpflanzen, sondern oft auch Weine, manchmal sogar von renommierten Weingütern.

Vor- und Nachteile

Außer bei speziellen Drogeriemärkten und Tankstellen sind die Weine sehr preiswert und selten gut. Aber: Einige Quellen (sogar Gartencenter) überraschen mit ausgefallenen Sortimenten. Vorteil der Tankstellen ist, dass sie meist gekühlten Sekt oder Weißwein für den spontanen Genuss bereithalten.

PROFI-TIPP

Für die 5 Euro, die ein schlechter Discounter-Cru-Bourgeois aus Bordeaux kostet, bekommen Sie in einem Fachgeschäft einen guten Rotwein inklusive Beratung: So finden Sie eher zu Ihren eigenen Vorlieben und ersparen sich Enttäuschungen.

DISCOUNTER

Das Angebot für Schnäppchenjäger. Fast jede zweite in Deutschland gekaufte Flasche stammt von einem Discounter. Hier gibt es nur Weine, die sich rasch und in großen Mengen verkaufen lassen. Der Einkauf beim

Discounter ähnelt einem Glücksspiel: Mit gleicher optischer Aufmachung werden im Laufe der Zeit höchst unterschiedliche Weine verschiedener Anbieter verkauft.

Basisangebot

Das ständige Sortiment von Aldi, Lidl, Norma, Penny und Plus umfasst selten mehr als ein Dutzend unterschiedlicher Weine – wie Merlot oder Chardonnay – aus populären Anbaugebieten sowie Sekt, Prosecco und Champagner. Dazu gibt es wöchentlich wechselnde Lockangebote sogenannter »hochwertiger Weine« zu Fachgeschäftspreisen.

Vor- und Nachteile

Im Discounter gibt es ein paar trinkbare, preiswerte Weine für den Alltag, daneben aber auch fehlerhafte bis fast untrinkbare. Sonderangebote stammen oft aus namhaften Weinbaugebieten Frankreichs (Bordeaux, Châteauneuf-du-Pape), sind billiger als vergleichbare Angebote – aber leider selten ihr Geld wert. Schnäppchen kommen oft aus weniger bekannten Weinbauregionen wie Apulien (Italien), Minervois und Gascogne (Frankreich).

KAUFHÄUSER

Das Sortiment für Fortgeschrittenere. Die großen Kaufhäuser wie Karstadt und Kaufhof bieten in weitläufigen Weinabteilungen ein breites Spektrum an Weintypen aus unterschiedlichen Regionen an, dazu Sekt und Champagner, Spirituosen und Mixzutaten.

Basisangebot

Nach dem Motto »für jeden etwas« reicht das Angebot von einfachen Tropfen bis zu exklusiven Topweinen. Wirtschaftlichkeit und Image müssen vereinbart werden, deshalb gibt es neben preiswerten Allerweltsweinen auch

Raritäten. Vor allem kurz vor Weihnachten findet man spezielle Angebote für Weinkenner, die sich rechtzeitig vor dem Fest eindecken wollen oder nach einem Geschenk suchen.

Vor- und Nachteile

In den Weinabteilungen kann man meist ungestört stöbern. Neben der Preisauszeichnung werden Weine oft ausführlich beschrieben, manchmal können Weine verkostet werden, und es gibt Fachpersonal, das man um Rat fragen kann. Ideales Terroir fürs Fachgeschäftstraining! Die Weine sind meist ordentlich gelagert (liegend, ohne grelle Beleuchtung). Aktionswochen und Sonderangebote sind seriös und bieten gute Qualität zu reduzierten Preisen. Aktionsweine werden oft unter Marktpreis angeboten, Sortimentsweine können teurer sein als im Fachgeschäft. Rabatte gibt es oft beim Kauf ganzer Kisten, bei höherpreisigen inklusive Holzkiste.

DIE TRICKS DER REGALEINRÄUMER

In großen Märkten und in Kaufhäusern sind Spezialisten damit beschäftigt, Ladendesign und Warenpräsentation so zu optimieren, dass die Kunden zum Kaufen angeregt werden. Auch die Weinflaschen sind daher nach bestimmten Prinzipien in den Regalen angeordnet - und dies natürlich nicht nur, um Ihnen den Überblick zu erleichtern, sondern auch, um Ihren Blick auf spezielle Weine zu lenken.

Von oben nach unten

Weine aus bestimmten Regionen werden in Gruppen zusammengefasst und innerhalb dieser Gruppen nach psychologischen Gesichtspunkten geordnet. In Augenhöhe, in der »Sichtzone«, stehen diejenigen Flaschen, die dem Unternehmen den größten Gewinn bringen oder die am

schnellsten umgesetzt werden. In der Regel sind sie gerade ein bisschen teurer als das, was der Durchschnittskäufer eigentlich ausgeben wollte. Sind die Flaschen mit weiterem Abstand großzügig in die Regale eingeräumt, signalisiert das: besonders wertvoll, mitnehmen!

Preiswertere Weine finden Sie eine Etage tiefer, fachmännisch »Bückzone« genannt, sie erfordern also eine Verbeugung. Ganz unten stehen die billigsten, meist auch größten Flaschen mit 1 oder 1,5 l Inhalt, die nur des Alkoholgehalts wegen gekauft werden.

Die teuersten Flaschen stehen ganz oben, in der sogenannten »Reckzone«. Der Blick nach oben steht für Ehrfurcht, die Flaschen sind für kleinere Leute fast unerreichbar.



*Kaufhäuser haben oft Feinkostabteilungen mit
großem Weinangebot.*

VORSICHT, GLATTEIS!

- Flaschen vom obersten Regalbrett sind intensiv trockener Luft und Neonlicht ausgesetzt – und hier stehen die teuersten Weine. Fragen Sie bei Interesse den zuständigen Leiter, ob er Flaschen davon im Lager hat.
- Ist ein Sonderangebot auch noch so verlockend, erst eine Probeflasche kaufen und in Ruhe probieren.
- Werden Restflaschen preiswert angeboten – genau hinschauen! Oft sind es zu alte Weißweine (3 Jahre und älter) oder Rotweine, die gerade in der Verschlussphase (siehe > - >) stecken und überhaupt nicht schmecken.

Von links nach rechts

Achten Sie einmal auf die waagerechte Anordnung. Normalerweise wandert das Auge des Betrachters wie beim Lesen von links nach rechts das Regal entlang. Deshalb stehen links meist die einfacheren, weiter rechts die anspruchsvolleren und teureren Weine.

Sonderplatzierungen

Kistenstapel und Sonderangebote außerhalb der Weinregale, zum Beispiel die Palette Wein neben der Käsetheke, sollen zu Spontankäufen animieren. »Impulsware« nennen Experten diese Angebote, an denen die Märkte besonders gut verdienen – teils echte Schnäppchen, teils echter Ramsch. Was es wirklich ist, kann man nur durch Probieren herausfinden.

Spezialitätenregale

Um bestimmte Weine besonders herauszuheben, gibt es im Bereich der Weinabteilungen noch einmal eigene Regale für spezielle Weinsortimente. Diese sind fast immer aus dunklem Holzimitat (weil damit auch der billige Wein edel aussieht), werden oft von Vertriebsfirmen gestellt und enthalten nur die Weine eines einzelnen Großherzeugers, etwa Gallo aus Kalifornien. Häufig weisen solche Regale auf Sonderaktionen hin, sodass dort durchaus Schnäppchen zu finden sind.

Ein anderer Regaltyp präsentiert besonders ausgewählte, teurere Weine, meist schräg liegend, um auch Käufer aufmerksam zu machen, die wissen, dass man Wein liegend lagern soll. Hier findet man zum Beispiel oft Bioweine zu akzeptablen Preisen.

WEINDEPOTS

Das Angebot für Probierfreudige. Gewerbehallenmäßiges Ambiente, große Auswahl und alle Weine (oder wenigstens alle preiswerten) offen zum Probieren – das lockt Weinfreunde zu Jacques und Co. Weindepots bieten eine gute Möglichkeit, unterschiedliche Weine miteinander zu vergleichen. Wer sich in den Adressverteiler aufnehmen lässt, erhält regelmäßig Informationen über Aktionen, besondere Kundenangebote oder spezielle Weinverkostungen, bei denen auch mal die eine oder andere teure Flasche geöffnet wird.

Basisangebot

Bestand das Sortiment früher aus französischen Weinen (was die Namen der Depots noch immer vermuten lassen), werden heute Weine aus aller Welt geführt. Es gibt kaum billige Weine, die Preise liegen im leicht gehobenen Bereich. Gelegentlich gibt es interessante Sonderangebote. Eine Spezialität sind die sogenannten »BiBs« (Bag in Box), das

sind Weinschläuche aus Kunststoff mit Zapfhahn in einer Kartonverpackung, die auch bei Discountern zu finden sind. Daneben werden Sekt und Champagner sowie Spirituosen angeboten, aber auch Feinkost und Weinzubehör.

Vor- und Nachteile

Die Möglichkeit, viele Weine probieren zu können, ist die Stärke der Depots. Andererseits erhöhen die Probeflaschen natürlich den Preis. Wer andere Quellen durchforstet, wird ähnliche oder sogar gleiche Weine mit anderem Etikett zu günstigeren Preisen finden.

Und: Es gibt hier überwiegend Weine, die in großen Mengen produziert werden, also vor allem von Großgenossenschaften, auch wenn es sich in den Depot-Informationen oft ganz anders anhört.



In einer Weinhandlung hat man neben kompetenter Beratung oft die Möglichkeit, Weine zu verkosten.

PROFI-TIPP

Kaufen Sie anfangs nur zwei Flaschen von einem Wein und probieren Sie ihn zu Hause nochmals in Ruhe (und zum Essen). Das schont den Geldbeutel und bewahrt vor Enttäuschungen.

WEINBAR

Weinbars sind ein Angebot für den spontanen Genuss. Vor allem in größeren Städten gibt es solche Bars, in denen Wein nicht nur genossen, sondern auch gleich gekauft werden kann. Außerdem werden meist Snacks oder kleine Gerichte serviert, die zu den Weinen passen.

Schwellenangst kommt hier keine auf, denn man bezahlt ja für den Wein. Zum Probieren werden die Weine meist in 100-ml-Gläsern angeboten. Hat man sich entschieden, gibt es für den längeren Genuss größere Gläser. Ein Abend mit Gleichgesinnten kann so sehr amüsant sein.

Eine Sonderform der Weinbars sind Vinotheken oder Gebietsvinotheken in den Weinbaugebieten, deren Angebot sich auf die Erzeugnisse mehrerer Winzer, einer Gemeinde oder eines Gebiets beschränkt. In Italien heißen sie »Enoteca«. Die Weine können hier probiert werden, und die Flaschenpreise sind in der Regel gleich oder nur wenig teurer als beim Direktbezug vom Weingut. Daneben werden oft weitere Spezialitäten der Region verkauft.

Basisangebot

Meist – aber nicht immer – gehören die Weinbars zu großen Weinhandlungen und spiegeln deren Sortiment wider.



Ein Trend: Sympathische Weinbars sprießen in großen Städten wie Pilze aus dem Boden.

Vor- und Nachteile

Die Weine können gläschenweise probiert werden, die Preise sind in der Regel anständig kalkuliert und der Gast kann jederzeit den Flaschenverkaufspreis einsehen. Die Weinkarten informieren ausführlicher über die Weine, als es sonst üblich ist. Meistens stehen nur einige Sorten offen bereit, alle richtig temperiert.

Weniger gefragte Flaschen könnten allerdings schon ein paar Tage offen sein. Zwar verfügen viele Weinbars über ausgeklügelte Systeme, um die Weine auch über einen längeren Zeitraum trinkbar zu halten, aber frisch geöffnet wären sie natürlich dennoch besser.

WEINFACHGESCHÄFT

Die Quelle für Weinenthusiasten. Für die meisten Neulinge ist der Schritt in ein solches Geschäft zunächst einmal mit Hemmungen verbunden. Diese sind aber unbegründet, denn Sie wissen ja: Dumme Fragen gibt es nicht (nur dumme Antworten), und die Preise fangen auch keineswegs erst bei 50 Euro an. Stellen Sie sich einfach vor, Sie gingen in einen normalen Buchladen. Eine Weinhandlung ist einem solchen Laden sehr ähnlich, nur dass sie eben Weine statt Bücher anbietet. Oft halten Weingeschäfte auch einige Weine zum Probieren bereit.

Basisangebot

Das Standardsortiment kann sehr unterschiedlich aussehen. Einige Händler haben sich auf Weine eines Landes oder sogar einer bestimmten Region spezialisiert, andere bieten ein breites Sortiment an. Sofern es keine »Edelboutique« ist, gibt es Weine der mittleren (ab 10 Euro) bis oberen (ab 50 Euro) Preisklasse. Viele Weinfachgeschäfte bieten zunehmend auch günstige Alltagsweine an. Oft gibt es bei Abnahme von ganzen Kisten mit sechs oder zwölf Flaschen des gleichen Weins einen Sonderrabatt. Wird er nicht angeboten, einfach danach fragen.

Vor- und Nachteile

Für viele Inhaber ist der Wein nicht nur Geschäft, sondern Passion. Sie kaufen nur Weine, die sie selbst mögen und zu denen sie eine Beziehung haben. In der Regel bieten sie also ausgesuchte Winzerweine an, über die sie viel erzählen können.

Es gibt aber auch Verkäufer, die am liebsten nur antiquarische Einzelstücke verkaufen würden.

BEIM WINZER

Das Angebot für Reisefreudige. Die meisten Winzer verkaufen direkt an Kunden und bieten Interessierten ihre Weine zum Probieren an. Die Auswahl beschränkt sich – je nach Rebfläche des Weinguts – auf einige Rebsorten- und Qualitätsstufen-Weine aus dem aktuellen Jahrgang, in der Fachsprache »Kollektion« genannt. Daneben erzeugen viele Winzer auch eigenen Sekt (Winzersekt) und lassen aus ihren Trestern, den Pressrückständen der Weintrauben, Brände (heißen in Italien Grappa) herstellen.

Stresszeiten meiden

Viele Winzer leben zwar vom Direktverkauf, haben aber auch im Weinberg und im Keller viel zu tun. Vor allem im Herbst, wenn die Trauben geerntet werden, und im Frühjahr, wenn der Weinberg gepflegt werden muss, ist oft die ganze Familie beschäftigt. Günstige Zeiten sind der Spätsommer oder, noch besser, das späte Frühjahr ab Mai. Dann ist der Weißwein aus der letzten Ernte in der Regel auf Flaschen gefüllt und der Keller noch nicht ausverkauft. Ungünstig sind auch Wochenenden, wenn viele Ausflügler die Winzer besuchen. Am besten vereinbaren Sie einen Termin.

Erst schauen, dann probieren

Weinherstellung erfordert größte Sauberkeit. Sehen Sie sich erst in Ruhe das Gut von außen an, ob es gepflegt oder vernachlässigt aussieht. Vor dem ersten Schluck die Weinliste und die Preise studieren und mit dem Winzer ehrlich über die eigenen Vorlieben sprechen. Nicht jeden Wein probieren, sondern zunächst nur zwei oder drei in die engere Wahl ziehen. Häufig wird Ihnen der Winzer selbst einen Wein vorschlagen, etwa um zu testen, ob Sie zum Beispiel wirklich »trocken« meinen, wenn Sie nur solche Weine ausgesucht haben, oder ob Ihnen nicht doch etwas Milderer vorschwebt. Sagen Sie ganz offen, ob Ihnen dieser Wein zusagt oder nicht und warum.

Damit kann der Winzer besser auf Ihren Geschmack eingehen.



Nirgends erfährt man mehr über Wein als beim Winzer.

Basisangebot

Vom Tafelwein (aus mehreren Rebsorten) über Gutsweine (aus bestimmten Rebsorten wie Riesling, aber von verschiedenen Lagen) und Qualitätsweine (meist nur eine Rebsorte von einer einzigen Lage) bis zu teuren Prädikatsweinen aus besonders ausgelesenen Trauben reicht das Sortiment beim Erzeuger. Je nach Anbaugebiet werden nur Weiß- oder Rotweine oder auch beides

produziert. Man sollte sich vorher informieren, denn manche Winzer haben sich auf hochwertigste und teure Weine spezialisiert. Kein Erzeuger kann es sich leisten, für nur ein oder zwei Besucher eine teure Flasche zu öffnen. Bietet er es trotzdem an, sollten Sie das nicht ablehnen. Vielleicht möchte er den Wein auch gern selbst probieren, um seine Entwicklung beurteilen zu können.

Vor- und Nachteile

Die Preise sind immer günstiger als im Handel, allerdings müssen Sie die Flaschen auf eigenes Risiko transportieren. Viele Winzer beliefern ihre Kunden auch direkt, ab einer bestimmten Flaschenzahl sogar umsonst. Die Weine können vorher probiert werden.

Nirgends kann man mehr über Wein lernen als beim Winzer. Bei Interesse führt er seine Gäste auch gern in seinen Keller und zeigt, wie und wo die Weine entstehen. Oft liegen dort auch noch ältere Jahrgänge, die aus Platzgründen günstiger verkauft werden. Winzerweine sind sehr individuelle Weine, aber es ist nicht gesagt, dass Ihnen persönlich die Weine zusagen. Dann fühlen Sie sich vielleicht nach einer Probe zum Kauf verpflichtet und nehmen mehr Flaschen mit, als Sie eigentlich vorhatten.

PROFI-TIPP

Geben Sie nicht auf, wenn Ihnen die ersten Weine nicht schmecken. Wenn Sie wirklich ein »Trockentrinker« sind, hat der Winzer mit Sicherheit noch einen extra herben Tropfen im Keller, den er auch selbst am liebsten trinkt.

VORSICHT, GLATTEIS!

- Meiden Sie Käse beim Probieren, er lässt viele Weine besser schmecken, als sie sind.
- Fragen stellen ist erwünscht, Kritik an den Weinen ist aber fehl am Platz.
- Den Wein ausspucken ist erlaubt, wenn Sie Autofahrer sind. Steht kein Gefäß dafür bereit, bitten Sie um eines. Oder lassen Sie sich nur ganz wenig eingießen.
- Nehmen Sie nach einer kostenlosen Weinprobe als Unkostenbeitrag wenigstens ein paar Flaschen von dem Wein mit, der für Sie annehmbar war.

WEINVERSAND

Die größte Auswahl an Weinen bietet der Versandhandel an. Da sich die Weine weder anschauen noch probieren lassen, ersetzen aufwendige Kataloge die Beratung, teils mit enorm viel Information, teils mit nur unzureichenden Beschreibungen («ein fruchtiger Wein, für alle Gelegenheiten passend»). Renommierte Weinversender haben ihren Sitz oft an norddeutschen Häfen, wo früher die Weine aus Frankreich umgeschlagen wurden. Außerdem gibt es zuverlässige Anbieter, die ausschließlich Bioweine im Programm haben und Weinproben per Postpaket inklusive Weinbeschreibung offerieren.

Basisangebot

In der Regel kommen die Weine aus aller Welt, es gibt aber Versender, die sich auf ein Land spezialisiert haben. Meist werden die Sorten nur kistenweise (mit üblicherweise sechs oder zwölf Flaschen, manchmal sind aber auch gemischte Kisten möglich) geliefert.

Vor- und Nachteile

Die Preise sind (meist) anständig kalkuliert, doch kommen bei kleineren Bestellmengen schnell satte Versandkosten dazu! Seriöse Versender sind allerdings auch oft der einzige Weg, um an die besonders guten und raren Weine zu kommen. Lesen Sie die Kataloge mit kritischem Auge – so merken Sie, ob Sie sich auf den Anbieter verlassen können. Gute Versender schicken eine Rechnung und nehmen beschädigte wie auch fehlerhafte Weine zurück. Eine Rückgabe ist oft sogar möglich, wenn der Wein Ihnen nicht zusagt.

WEIN IM INTERNET

Die ganze Welt für Wagemutige. Vom kleinen Winzer bis zum Weinmulti, mit wenigen Mausklicks gehen Kisten auf die Reise. Viele Homepages sind professionell gemacht und bieten reichlich Informationen, andere sind karg und lieblos (was aber nicht unbedingt etwas über die Qualität der Weine aussagt). Für kleine Händler ist der Weinverkauf übers Internet meist wenig lukrativ, obwohl sie sehr engagiert sind. Das hat nichts mit der Qualität zu tun, sondern damit, dass Weinkauf auch Geschmackssache ist. Und Geschmack ist bekanntlich so vielfältig, dass er kaum durch Abbildungen von Etiketten und kurze Beschreibungen vermittelt werden kann. Allerdings findet man im Internet oft aussagekräftige Verkostungsnotizen von Weinbegeisterten zu speziellen Weinen.

Basisangebot

Im Vordergrund stehen einfache bis mittlere Qualitäten von Großhandelsunternehmen aus aller Welt. Jedoch bieten auch kleine Weingüter ihre Erzeugnisse auf diesem Weg an. Selbst über Ebay und Co. werden immer häufiger Spitzenweine an den Mann oder die Frau gebracht.

Vor- und Nachteile

Preise lassen sich im Internet leicht vergleichen. Auf die Versandkosten achten! Seriöse Anbieter geben ihre Adresse an, liefern mit Rechnung und nehmen den Wein sogar zurück, wenn er nicht den Erwartungen entspricht.



Geschenke kann man im Weinversand gegen Aufpreis oft in edlen Holzkisten verschicken lassen.

PROBIER-STRATEGIE

Ob Weinmesse, Kaufhaus, Weindepot oder Fachgeschäft – bloß nicht das ganze Sortiment auf einmal durchtesten! Überlegen Sie vorab, welche Weine Sie besonders interessieren könnten. Wenige Weine, aufmerksam probiert, bringen mehr Erfahrung als viele durcheinander. Testen Sie nicht Weiß- und Rotweine gleichzeitig, fangen Sie am besten mit den Rotweinen an, die besonders viel Konzentration und wache Sinne erfordern. Legen Sie anschließend eine kurze Pause ein, ehe die Weißweine an die Reihe kommen. Diese wirken jetzt erfrischend für den Gaumen und sind leichter zugänglich. Fangen Sie mit den preiswerteren Weinen an, die teureren kommen zum Schluss. Achten Sie auf den Alkoholgehalt: zuerst die leichteren, dann die gehaltvolleren. Schreiben Sie auf, welchen Wein Sie probiert haben, wie er Ihnen geschmeckt hat, was Ihnen aufgefallen ist.

Bei Weindepots beginnen Sie am besten mit den Aktionsweinen, sie sind meist nur kurze Zeit oder in kleinen Mengen erhältlich (oft dienen sie als »Testballons«, mit denen geprüft wird, ob Kunden einen Wein akzeptieren oder nicht). Konzentrieren Sie sich dann auf einen Weintyp (zum Beispiel Chardonnay) oder eine Region (zum Beispiel Burgund) und probieren Sie nicht mehr als drei oder vier Weine gleichzeitig.

Achten Sie bei Jacques und Co. auf das Datum, das der Depotleiter auf der Flasche notiert hat, es gibt an, wann er den Wein geöffnet hat, wie lange der Inhalt also schon belüftet wird. Vor allem Rotweine schmecken nach zwei oder drei Tagen bei Raumtemperatur ganz anders als frisch geöffnet.

In Weindepots wird Ihnen auch eine nicht zur Verkostung bereitstehende Flasche geöffnet, wenn Sie ernsthaftes Interesse daran haben. Wenn es sich zeitlich einrichten lässt, ist der Freitag der beste Probiertag: Da in der Regel am Samstag die meisten Kunden kommen, steht die Flasche dann nicht zu lange entkorkt herum.

Knabbern Sie zwischendurch ein kleines Stück Brot oder trinken Sie einen Schluck stilles Wasser, um den Geschmackssinn wieder zu neutralisieren. Meiden Sie aber kohlenensäurereiche Mineralwässer, sie lassen säurereiche Weine hinterher noch deutlich saurer schmecken.

PROBIERPAKETE

Weinversender und Winzer bieten fast immer auch Probiertpakete an. Diese können einen Querschnitt durch das Sortiment darstellen, damit später der Kunde die Sorten, die ihm schmecken, kistenweise nachordert. Oder sie sind nach einem bestimmten Motto zusammengestellt wie: Weißweine aus Italien, Riesling trocken gegen feinherb, Chardonnays aus Burgund und der übrigen Welt.

Solche Pakete sind für die heimische Weinprobe mit Freunden gedacht. Sehr häufig liegen darum auch ausführliche Beschreibungen der Weine dabei, die Empfehlungen enthalten, in welcher Reihenfolge die Weine probiert werden sollten. In der Regel sind diese Probierpakete deutlich günstiger als die Summe der Einzelflaschenpreise, und oft ist der Versand inklusive.

VORSICHT, GLATTEIS!

Weine aus Internet-Versteigerungen sind fast immer zu teuer. Um auf diesem Weg an gute Qualitäten zu kommen, muss man sich sehr gut auskennen.

Deutsche Weingüter

Viele deutsche Winzer, Weingüter oder Winzergenossenschaften bieten über ihre Website die Möglichkeit, Probierpakete oder Probiersortimente zu bestellen. Das können Zusammenstellungen nach Geschmacksrichtungen wie »trocken«, »feinherb« oder »lieblich / mild«, aber auch nach bevorzugten Rebsorten wie Riesling von verschiedenen Lagen und Qualitätsstufen oder Spätburgunder sein, oder auch Pakete wie »rot« mit Rotweinen aus unterschiedlichen Rebsorten.

Vor- und Nachteile

Ein Probierpaket kann im Ergebnis einem Besuch bei einem Winzer sehr ähnlich sein, nur dass die interessanten Weine in Ruhe (und ohne Promillestress) zu Hause getestet werden können. Viele Weingüter stellen inzwischen auch gern ein Wunsch-Probiersortiment nach Ihren Vorlieben zusammen.

EIN GRUNDSORTIMENT FÜR EINEN NEUEN WEINKELLER

Wer sich schließlich die für ihn passenden Weinquellen erschlossen hat, kauft in der Regel bald mehr ein, als nur für den Verbrauch der nächsten Tage nötig wäre, und wird sich ein kleines Grundsortiment anlegen. Wie ein solches Sortiment aussehen soll, kann man kaum allgemeingültig beantworten. Der Keller eines Italienfreaks, der die Geselligkeit liebt und auf dessen Tisch die Weinflasche nie fehlt, sieht natürlich ganz anders aus als der Keller eines Paars, das nur am Sonntag eine (dann aber vielleicht ganz besondere) Flasche entkorkt. Der eine Weinliebhaber verfügt über einen geräumigen Keller, aber leider nur ein schmales Budget, und der andere über einen kleinen Keller und dafür über großzügige finanzielle Möglichkeiten.

Trotzdem sollte man einen Grundstock anlegen, aus dem sich dann Ihr individueller Weinkeller entwickeln kann:

Leichte frisch-fruchtige Weißweine wie leichter deutscher Riesling oder österreichischer Grüner Veltliner, Riesling x Sylvaner, Chasselas, Sauvignon blanc aus Frankreich, spanischer Albariño: 12 Flaschen

Körperreiche charaktvolle Weißweine wie gehaltvolle Chardonnays aus Frankreich oder der Neuen Welt, hochwertige Rieslinge aus Deutschland und Österreich, hochwertiger Grüner Veltliner, Petite Arvine, weiße Weine von der Rhône, Soave Classico: 12 - 18 Flaschen

Junge fruchtige Rotweine wie einfache Spätburgunder oder Lemberger, Beaujolais, Côtes-du-Rhône-Villages, Valpolicella, Barbera: 18 Flaschen

Charaktvolle komplexe Rotweine wie gehaltvolle Spätburgunder, Bordeaux, Burgunder, Rhône-Weine, Rioja, Penedès, Chianti Classico, Nero d'Avola, Barolo, Barbaresco, Cabernet und Syrah aus der Neuen Welt: 18 - 24 Flaschen

Schaumweine wie Prosecco, Cava, Crémant de Bourgogne, Franciacorta, Champagner: 6 Flaschen

Süßweine wie Spätlesen aus Deutschland, dem Elsass und aus Österreich, Sauternes, Vin Santo, Tokaj, Rivesaltes, Banyuls, Malaga, Portwein: 3 - 6 Flaschen

DIE HERSTELLUNGSKOSTEN

Wein hat seinen Preis. Um zu beurteilen, wie ein fairer Preis aussehen könnte, sollte man einmal die Herstellungskosten einer Flasche Wein überschlagen. Je nach Betriebsgröße, Lage und Gefälle der Weinberge können die realen Kosten variieren. Bei teuren oder steilen Lagen und / oder aufwendiger Kellerarbeit (zum Beispiel Barrique-Einsatz) kann sich dieser Preis leicht verdoppeln oder verdreifachen. Diese Kosten muss ein Winzer unbedingt decken. Mit der Marge des Handels darf eine Flasche deutschen Weins also nicht weniger als 3 bis 4 Euro kosten.

Auf der internationalen Ebene spielen viele andere Faktoren eine zusätzliche Rolle: Geringere Produktionskosten im Ursprungsland durch niedrigere Löhne, Wechselkursschwankungen in Nicht-Euro-Ländern, Transportkosten, Steuern und Zollabgaben. In den renommierten Weinbaugebieten sind die hohen Boden- und Traubenpreise ein zusätzlicher Kostenfaktor. So liegt der Hektarpreis für einen einfachen AC-Weinberg im Bordelais bei ca. 30 - 35 000 Euro, bei einem renommierten Château aber bei etwa 2 Mio. Euro und darüber.