

03.01.2003

## Verein im Werden

-ju- Seit der Gründung hat sich im Verein noch kein richtiges ‚Vereinsleben‘ entwickelt – das soll im neuen Jahr anders werden. Offensichtlich sind die Vorstandsmitglieder beruflich sehr engagiert, sodass für die Vereinsarbeit nicht genügend Zeit geopfert werden konnte – aber beruflich engagiert zu sein erscheint mir eher ein gutes Zeichen.

Deshalb meine Bitte an alle Mitglieder: der Vorstand ist offen für Vorschläge für Aktionen – verbunden mit der Aufforderung, auch persönlich mitzuwirken. Dieser Newsletter ist ein erstes Kommunikationsangebot für die Mitglieder untereinander. Ich versende ihn aber auch an interessierte Dritte – z. B. an

das DWI und den VDP.

Der Newsletter versteht sich nicht als Zeitschrift, sondern als Vereinsforum. Dieses Forum steht natürlich allen Mitgliedern offen. Die Artikel geben nur die Meinung der Autoren wieder und müssen nicht der Meinung des Vereins entsprechen.

Der neue Vorstand hat Aktivitäten für das neue Jahr geplant, damit wir überhaupt mal gemeinsam etwas unternehmen. Daraus sollten sich auch konkrete Veranstaltungen ergeben, die gemeinsam umgesetzt werden.

Wichtig erscheint mir auch die Mitgliederwerbung: jedes Mitglied kann sich daran aktiv beteiligen.

## Termine

### **Vereins-Get-together mit Weinprobe:**

Donnerstag, 13. März 17:00 Uhr

Lockeres Treffen von Vereinsmitgliedern mit Weinprobe: jeder Teilnehmer/in bringt einen Wein für eine verdeckte Weinprobe mit.

Neues Weinverkostungsformular von Wilfried Moselt wird eingeführt.

Ort: Eulenmühle / Ingelheim bei Norbert Heine / Anmeldung:

Tel. 0 61 30 / 92 310

### **ProWein Düsseldorf:**

23. – 25. März 2003

### **Gutswein / Mainzer Weinbörse:**

26.-28. April 2003

### **Jahresmitgliederversammlung**

Weinfeder eV

27. April Rheingoldhalle Mainz

### **Weinfeder-Sommergrillfest**

Eulenmühle Ingelheim / Norbert Heine

Sommer 2003

### **Weinfeder Pressereise**

Herbst 2003: wir suchen Vorschläge für eine Weinfeder Pressereise in ein deutsches Weinanbaugebiet (Ahr??)

## *Kassenbericht*

Kassenwart Dr. Eckhard Supp kann folgenden Stand unseres Vereinskontos vermelden:

Ausgaben	Einnahmen	Saldo
195,53 €	975,00 €	779,47 €

Von dem Guthaben wird noch der Beitrag für die FIJEV überwiesen.

Eckhard Supp weist darauf hin, dass noch ein paar Mitgliedsbeiträge fehlen.

Bankverbindung des Vereins:

**SEB Wiesbaden**

**BLZ: 510 101 11**

**Kto. 1 689 944 700**

## *Neues von F.I.J.E.V.*

Jedes Mitglied von Weinfeder eV ist automatisch Mitglied der FIJEV. Diese Kooperation funktioniert sehr gut. Jedes Weinfeder-Mitglied müsste das FIJEV Jahrbuch 2002 mit dem Mitgliederverzeichnis und dem Presseausweis erhalten haben – wenn nicht bitte melden. Wir haben im Vorstand vereinbart, dass sich Wilfried Moselt um den Kontakt zur FIJEV kümmert.

In einer Email hat Jacques Giers (F.I.J.E.V.-Generalsekretär) mitgeteilt, dass seit der Generalversammlung im

April 2002 Ereignisse eingetreten sind, die die Kommunikation zwischen der F.I.J.E.V. und den Mitgliedern beeinträchtigt haben.

Offensichtlich sind diese Schwierigkeiten beseitigt. Kontakt zur FIJEV ist möglich per Email unter:

Secrétariat FIJEV Office  
[secretariat@fjjev.com](mailto:secretariat@fjjev.com)

Homepage der FIJEV: [www.fjjev.com](http://www.fjjev.com)

---

*Vorstandsmitglied Wilfried  
Moselt schreibt zum  
deutschen Wein*

---

## *Wie kriegen wir die deutsche „Wein-Kuh“ vom Eis*

In der internationalen Szene kommt das Projekt „Image-Verbesserung Deutscher Wein“ nicht recht in die Gänge.

Da schwirrt nach wie vor das Gespenst vom „Nischen-Süßling“ durch die Vorstellungswelt der Kritiker und Verbraucher im Ausland.

Nach Informationen des Deutschen Weininstituts in Mainz und des Verbandes Deutscher Weinexporteure in Bonn liegt der Anteil der lieblichen Weine bei den aus Deutschland ausgeführten Mengen bei weit über 80

%. Aus den USA wird berichtet, dass dort bei den Einfuhren aus Deutschland der Anteil von Weinen mit ausgeprägter Restsüße sogar bei über 90 % angesiedelt ist.

Von Anfang September 2001 bis Ende August 2002 beliefen sich die Weinausfuhren aus Deutschland auf 2.226.368 Hektoliter zu einem Wert von € 356,7 Millionen. Daraus errechnet sich über das Jahr ein Literpreis von ca. € 1,60 Euro. Das ist nicht viel, und die Preistendenz ist eher fallend (August 2001 € 1,66, August 2002 € 1,54).

Zieht man von der Gesamtexportmenge den Anteil lieblicher Weine ab, bleiben für die Kategorie trockener und halbtrockener Weine etwa 400.000 Hektoliter übrig. Das ist erschreckend wenig. Es entspricht beispielsweise nur knapp der doppelten Menge dessen, was allein die Moselland-Winzergenossenschaft, die größte Erzeugergemeinschaft in Rheinland-Pfalz, im Jahr 2002 in ihren Kellern ausgebaut hat.

### *Mehr Selbstbewusstsein wäre gut*

Deutschland hat in dem oben angegebenen Zeitraum Wein in 147 Länder exportiert, darunter 920.347 hl nach Großbritannien, 251.090 hl in die Niederlande, 143.461 hl in die USA, 122.260 hl nach Schweden, 110.255 hl nach Frankreich und 90.515 hl nach Japan, aber auch 10 hl nach Bangladesch, 8 hl nach Oman auf der arabischen Halbinsel, 6 hl nach Grönland, 4 hl auf die Malediven und jeweils 2 hl nach Ägypten und Ruanda.

Allzu oft werden deutsche Weine, zumal die trockenen Versionen, außerhalb Deutschlands eher mit einer gewissen Verklemmung und wenig Selbstbewusstsein präsentiert, sieht man einmal von wenigen erfolgreichen privaten Initiativen mit vergleichsweise sehr geringen Mengen ab.

Mir ist kein wichtiges Weinerzeugerland bekannt, das bescheidener auftritt und sein Licht dramatischer unter den Scheffel stellt als Deutschland.

Wohl nirgendwo sonst ist man so schnell bereit, seine Wein-Identität zu opfern, wenn bekannte und unbekannte „Weinpäpste“ sogenannte internationale Standards einfordern.

Verkostungsweine für den Fingerhut-Schluck mit explodierenden Alkoholgehalten oder extrem harten, geschmacksnervtötenden Barriquenoten, die dem Gaumen mit ihrer Holzüberfrachtung „stumpfe Freude“ bereiten, sind keine wirkliche Alternative zur genussreichen Vielfalt an fruchtigen, rassigen Weißweinen oder feinnervig strukturierten, samtigen Rotweinen, wie wir sie bei uns antreffen und von denen

man allemal ohne Reue das eine oder andere Glas mehr trinken kann.

Das, was Weine aus unseren Anbaugebieten auszeichnet, darf nicht auf der Strecke bleiben. Eine Anpassung des Weingeschmacks an französische oder kalifornische Vorgaben kann für die deutschen Winzer nicht der Weisheit letzter Schluss sein. Wenn weltweit eine Nivellierung des Weinangebots angestrebt wird, mit geringer Säure und höchstmöglichen Alkoholgraden, sollte man sich bei uns rasch von solchen Zielen verabschieden.

Chardonnays geraten andernorts in aller Regel besser als bei uns. Aber dort einen Riesling zu finden, der es mit unseren prächtigen fruchtigen, unschlagbar rassigen Exemplaren aufnehmen könnte, wird nicht gelingen. Es ist in der Tat vonnöten, die individuellen Stile unserer Weine einer breiten Öffentlichkeit im In- und Ausland deutlicher zu machen. Deutsche Weine sind mittlerweile unzweifelhaft so gut, dass sie sich mit der internationalen Konkurrenz überall messen können. Nur leider erfährt das so selten jemand.

In eben der ziemlich ineffektiven Vermittlung der Vorteile deutscher Weine gegenüber den übrigen auf dem Markt angebotenen Weinen liegt das Problem – und es besteht nicht nur jenseits unserer Grenzen. Zahllos sind gestandene Weinfreunde in unserem Land, die von deutschen Weinen nichts wissen wollen und (nicht nur aus preislichen Gründen) stets ausländische Erzeugnisse aus den Regalen angeln wie zum Beispiel der Chef einer bekannten Werbeagentur, die unter anderem schwerpunktmäßig Weine bewirbt, auch solche aus deutschen Anbaugebieten. Er wunderte sich über mein Loblied auf deutsche Weine und gestand unumwunden ein, dass er grundsätzlich keinen deutschen Wein trinke.

Heimische Politiker, die bei mancherlei Anlässen Champagner im Glas schwenken und von Bordeaux und Barolo schwärmen und noch nichts von den großartigen deutschen Sekten,

---

“Mehr Selbstbewusstsein wäre gut.”

---

*Lust auf einen Beitrag im Newsletter?  
Newsletter 2 erscheint  
Anfang April – Manuskripte  
rechtzeitig an den Vorstand  
schicken!*

“*Ressentiments gegen deutsche Weine.*”

“*Verdeckte Verkostung mit trockenen Spitzenweinen aus aller Welt.*”

Rieslingen und Spätburgundern gehört zu haben scheinen, tun der Sache des deutschen Weins wahrlich keinen Gefallen. Dass eine „öffentliche Person“ in Frankreich oder Italien in ihrem Heimatland jemals ein Loblied auf deutsche Weine angestimmt hätte, ist mir noch nicht zu Ohren gekommen. Veranstaltungen mit deutschen Weinen in exotischen Botschaften mögen gelegentlich Sinn machen. Ob sie der Reputation und dem Bekanntheitsgrad deutscher Weine wirklich förderlich sind, kann bezweifelt werden. Und ob Werbekampagnen mit populären, als thekenfeste Biertrinker ausgewiesenen Galionsfiguren ein probates Mittel sind, dem deutschen Wein auf der internationalen Bühne auf die Sprünge zu helfen, möge dahingestellt bleiben.

#### *Ressentiments gegen deutsche Weine*

Bei Besuchen in fremden Ländern ständig auf Ressentiments gegen deutsche Weine zu treffen, insbesondere wenn sie von Weintrinkern kommen, die in ihrem ganzen Leben noch keinen Tropfen eines deutschen Weins probiert haben, ist irritierend. Man gewinnt allzu leicht den Eindruck, dass deutscher Wein prinzipiell abgelehnt wird, wie mir sicherlich mancher bestätigen wird, der sich häufig in Weinkreisen im Ausland aufhält. In diesen Kontext fügt sich eine Begebenheit ein, liebe Weinfreunde, die sich vor Jahresfrist in einem renommierten Hotel in Brüssel zugetragen hat. Wir trafen uns nach drei Verkostungstagen als Mitglieder einer internationalen Jury zum Abschlussbankett in einem der Festsäle des Hotels. An dem großen Tisch, an dem ich meinen Platz gefunden hatte, saßen ein halbes Dutzend Kollegen von der Presse und mehrere Önologen. Sie kamen aus Belgien, den Niederlanden, Dänemark, Frankreich, Italien, den USA, Kanada, Chile, Südafrika, Australien und Japan. Ich war der einzige Deutsche in der Runde. Als es um die Auswahl der Weißweine ging, war der Trend eindeutig. Kalifornischer Chardonnay sollte es sein, dazu ein Chablis (der bekanntlich aus Frankreich kommt) und ein australischer Sémillon (in Australien Semillon, also

ohne Akzent über dem „é“). Ein deutscher Wein war nicht im Angebot. Eine Vorsprache beim Sommelier bescherte mir schließlich einen deutschen Riesling, den ich nach einem Probeschluck auch meinen Tischnachbarn zur Verkostung empfahl. Die anfängliche Skepsis auf den Gesichtern wich einer gewissen Fassungslosigkeit. Das sollte ein Wein aus Deutschland sein, wo es doch nur langweilig weiche und entsetzlich süße Weine gibt? Das Glas mit dem kalifornischen Chardonnay wurde zur Tischmitte gerückt, den Chablis und den Sémillon vergaß man vollends. Der Kellner wurde gebeten, von dem deutschen Wein Nachschub zu liefern. Er brachte eine zweite Flasche von diesem herrlichen halbtrockenen säurebetonten, fruchtigen Mosel-Riesling, den auf einmal jeder am Tisch trinken wollte. Eine dritte Flasche gab es nicht. Die Bestände des Nobelhotels an deutschen Weinen waren mit den beiden geleerten Exemplaren erschöpft.

Diese Geschichte bedarf wohl keines weiteren Kommentars.

#### *Verdeckte Verkostung mit trockenen Spitzenweinen aus aller Welt*

Man möge sich bitte das folgende Geschehen vorstellen:

In einem renommierten Haus, zum Beispiel im Frühling oder Sommer auf einer Nordseeinsel (etwa bei Jörg Müller auf Sylt) oder im Herbst oder Winter in den bayrischen Alpen (etwa bei Heinz Winkler in Aschau), also dort, wo sich Großkopferte, Schickimickis und Gertrud Koslowski aus Bottrop ein Stelldichein geben, spielt sich ein Wein-Ereignis ab, das es in dieser Konstellation noch nirgendwo gegeben hat. Zur internationalen Jury gehören zur Hälfte gestandene Weinfachjournalisten, die in ihren Ländern in der Weindarstellung meinungsbildend und in ihren Redaktionen Entscheidungsträger sind (eine „ausgereifte“ Liste mit solchen Kollegen der Führungsebene aus Europa und Übersee liegt vor). Die andere Hälfte der Jury setzt sich aus einer gesellschaftlichen „Crème“ vinophiler

Prominenz zusammen, die vorzugsweise mit dem Dünkel lebt, deutsche Weine seien nur dann zu trinken, wenn gerade kein „Ausländer“ greifbar ist. Es handelt sich um eine Auswahl von Künstlern, Politikern und „Repräsentanten der Schickeria“, die sich als erfahrene Weinfreunde geoutet haben und für die es eine Auszeichnung ist, im ersten derartigen „Jury-Mix“ der Welt bei der Positionierung trockener deutscher Weine im internationalen Blindvergleich gerne und selbstverständlich honorarfrei mitzuwirken. Über einen Zeitraum von drei halben Tagen – der jeweilige Rest des Tages ist zur Belohnung für die anstrengende Mitarbeit mit kulturellen und kulinarischen Verwöhnungsprogrammen ausgefüllt – wird eine verdeckte Verkostung mit ausschließlich trockenen Spitzenweinen aus aller Welt durchgeführt (die Definition von „trocken“ ist weitgehend nach deutschen Kriterien ausgerichtet und sieht vor, dass Weine mit bis zu 9 g/l Restsüße zugelassen sind, was manchem trockenen Wein durchaus zu einer optimalen Abrundung und Harmonisierung verhelfen kann). Eine Unterscheidung nach Ausbauarten wird nicht vorgenommen. Es macht wenig Sinn, Barriqueweine getrennt zu beurteilen. Der von Erzeugern „knochenharter“ Weine gern vorgetragene Hinweis, solche Weine würden sich eines Tages noch zu großartigen Weinen entwickeln, ist dem Reich der Sagen und Legenden zuzuordnen. Ein Barriquewein, der bei einer Probe angestellt wird und sich als wenig genießbar erweist, ist abzulehnen (die Devise muss lauten: Entweder er schmeckt bei der Anstellung, so wie er ist, oder er tut es eben nicht). Die Verkostung beschränkt sich auf die beiden Sparten „Weißweine“ und „Rotweine“, die nach folgenden Preiskategorien gestaffelt sind und sich an den Durchschnittspreisen im Handel orientieren: ≤ € 3,00; > € 3,00 - € 5,00; > € 5,00 - € 8,00; > € 8,00 - € 12,00; > € 12,00 - € 17,00; > € 17,00 - € 23,00; > € 23,00 - € 30,00; > € 30,00.

Jede Preiskategorie wird gesondert

bewertet (Roséweine bleiben bei dieser Verkostung außen vor).

Zum Abschluss dieser Weltpremiere werden die Siegerweine der acht Preiskategorien – diesmal ohne Unterscheidung der Preise – erneut einer Blindprobe unterzogen, um den jeweiligen Gesamtsieger in den beiden Sparten „Weißwein“ und „Rotwein“ zu ermitteln. Die notariell überwachte Auswertung der verdeckten Verkostung ergibt, dass deutsche Weine in allen Preiskategorien vordere Plätze belegen und in einigen sogar die Sieger stellen. Bei der Wahl der beiden Gesamtsieger („Weißwein“ und „Rotwein“) kristallisiert sich heraus, dass keineswegs die teuersten Weine den Sieg davontragen. Die internationale Presse kann nicht umhin, in den Heimatländern von den hervorragenden Placierungen der trockenen deutschen Weine im Wettbewerb mit internationaler Spitzenkonkurrenz zu berichten. Der Weg zur Neubetrachtung deutscher Weine im Ausland ist bereitet. Die Verbraucher dort lassen sich auf den Versuch ein, deutschen Wein unvoreingenommen zu probieren und ihn nicht gewissermaßen automatisch, wie bisher noch weitgehend gehandhabt, mit Blue Nun (Liebfrauenmilch) gleichzusetzen. Das Ausland stellt fest, dass Deutschland auch trockene Weine erster Güte zu bieten hat. Die internationale Presse berichtet aus geändertem Blickwinkel über den deutschen Wein. Der Wandel im Erscheinungsbild deutscher Weine wird einer breiten Öffentlichkeit bekannt. Einwirkungsvoller Schritt zur Image-Verbesserung ist getan. Ist ein solches Szenario weltfremd? Ich glaube es nicht. Der finanzielle Aufwand für die Anreise und Unterbringung der Jury-Mitglieder und für die anzustellenden Weine würde sich in überschaubarem Rahmen halten. Der Einsatz wäre einen Versuch wert, um die deutsche „Wein-Kuh“ vom Eis zu bringen. Teure kleinstmütige Aktionen über Jahrzehnte sind für die deutsche Weinwirtschaft ohne Nachhall geblieben. Die Budgets für Weinwerbung, die ja bekanntlich nicht unbedeutend sind, würden durch eine solche „massive

---

*„Der Einsatz wäre einen Versuch wert, um die deutsche „Wein-Kuh“ vom Eis zu bringen.“*

---

---

„Jammern hilft nicht.“

---

---

*Ideen, was im Newsletter  
stehen sollte? Sofort an  
den Vorstand schicken –  
wir freuen uns auf  
Anregungen!*

---

Aktion“ nicht überstrapaziert werden. Darüber hinaus wären Einnahmen aus begleitender Werbung durch Institutionen, Unternehmen und Privatleute geeignet, einen Teil der Kosten aufzufangen. Und die Aussicht, dass neben der Presse auch die Rundfunk- und Fernsehanstalten nicht zuletzt dank der Prominenten-Präsenz ausgiebig über ein derart herausragendes Medien-Ereignis berichten würden, ist außerordentlich groß. Eine preisgünstige – in diesem Fall sogar kostenlose – Werbung für den deutschen Wein wäre ein angenehmer Nebeneffekt der Veranstaltung.

### *Jammern hilft nicht*

Aus Deutschland ist ein Land von Jammerern geworden. Das Bild, mit dem sich unser Land nach außen „profilieren“, ist bedrückend – nicht wegen der wirtschaftlichen Lage, die so schlimm gar nicht ist, sondern vor allem wegen der Schwarzmalerei, die heute zum Handwerkzeug der professionellen Lamentierer aus Politik und Gesellschaft gehört. Solidarität ist nicht, Anpacken und Ärmel-Hochkrepeln ist nicht. Dafür sind Wehklagen und Schuldzuweisungen allenthalben an der Tagesordnung. Das

## *Reisen*

Unter der Rubrik ‚Reisen‘ möchten wir gerne geplante Reportagereisen der Weinfeder-Mitglieder abdrucken.

Vielleicht ergibt sich daraus eine ‚Tipp-Börse‘, oder jemand sucht Informationen oder einen bestimmten Artikel und/oder Fotos aus einer bestimmten Weinregion bzw. Weingut.

Hier könnten also bald auch Ihre geplanten Pressereisen stehen.

trifft auch für den Weinbau zu, wo man Jahr für Jahr die gleiche Litanei anstimmt und über die Fassweinpreise stöhnt, die immer tiefer „in den Keller fallen“. Bemerkenswert ist dabei, dass die niedrigen Erzeugerpreise nicht bis zum Verbraucher „durchschlagen“. Der zahlt nämlich jedes Jahr mehr für seinen Wein. Die Handelsspannen bei immer niedrigeren Fasswein-Einkaufspreisen und jahraus, jahrein steigenden Flaschenwein-Verkaufspreisen wachsen ungebremst, und die Fassweinerzeuger fügen sich resignierend drein. Es ist übrigens schade, dass die Väter des Euro nicht vorausschauender gewesen sind, als sie die Paritäten der EU-Währungen zum Euro festlegten. Das für den Euro angestrebte ehrgeizige 1:1-Verhältnis zum Dollar war eine unglückliche Lösung. Hätte man es bei der Umstellung von der D-Mark auf den Euro bei den gewohnten Gegebenheiten gelassen, die D-Mark also im Verhältnis von 1:1 gegen den Euro getauscht (und das gilt analog auch für die anderen betroffenen europäischen Währungen), wären die unmotivierten Preisanhebungen und die unselige Konsumverweigerung ausgeblieben. Es würde uns besser gehen. Auch dem deutschen Wein.

Bisher bekannte Termine:

Wolfgang Junglas berichtet mit einem TV-Team und einem Stern-Reporterteam Ende Februar / Anfang März über Weingüter in Tasmanien und Victoria/Australien.

Zuschauer-Weinreisen der SWR-Sendung ‚Fröhlicher Weinberg‘ führen im Juni in die Wachau, im November nach Südafrika.

## Riesling Renaissance

Ob man von einer Riesling-Renaissance sprechen kann, ist schwer zu sagen. Tatsache ist, dass die "neuen" Rieslinge durch den Einsatz von Technologie, der Verwendung von "Aroma-Zuchthefen" und Kaltvergärung eine andere Qualitäts- und Geschmacksrichtung bringen. Neue Kelterungsmethoden sorgen dafür, dass Rieslingweine ihre Trinkreife früher erreichen und neue geschmackliche Facetten aufweisen, die beim Weintrinker gut anzukommen scheinen. Die Weine sind in ihrer Jugend wesentlich fruchtiger, schmecken stark nach Pfirsich und Aprikose, und die klimatischen und geologischen Unterschiede werden zum Teil verwischt. Die Rieslinge schmecken gut, haben aber einen Teil ihres ursprünglichen Charakters verloren. Hier liegt kurz- und mittelfristig die Gefahr, da andere Weinregionen Europas und der Welt auch in diese Richtung gehen, dass sich die Rieslingweine immer ähnlicher werden.

Die Zukunft liegt eindeutig in der Unverwechselbarkeit des Rieslings nach Region, Klima, Boden, Art der Vergärung und der Reifung. Dies ist vor allem durch einen ökologischen und biodynamischen Anbau gegeben, bei dem die Natur respektiert und die Anwendung von Herbiziden und Pestiziden nach wenigen Jahren überflüssig wird.

Woran liegt es, dass Industriekäse einheitlich schmeckt und nicht nach dem, was die Kuh gefressen hat, wie es bei Rohmilchkäse der Fall ist. Und welcher Käse schmeckt besser und entspricht mehr der Natur? Auf den Weiden wachsen Pflanzen unterschiedlichster Art, die zu gewissen Zeiten "reif" werden und den Kühen gut schmecken. Die Pflanzen leben in einer Osmose mit Enzymen und Bakterien, die ihnen letztendlich ihren Geschmack geben und auch der Milch über die Kuh.

Was passiert aber, wenn die natürlichen Hefestämme, die auf den Traubenbeeren sitzen vernichtet und durch einseitige Aromen-Zuchthefen ersetzt werden? Kann man noch von "Terroir" sprechen? Eigentlich nicht, wenn man ehrlich sein will. Der Höhenflug des deutschen Rieslings fand zu einer Zeit statt, in der man mehr Respekt vor der Natur hatte, und die Menschen bereit waren, auf den richtigen Reifezeitpunkt eines Weines, je nach Alter und Jahrgang, zu warten.

Wann werden wir lernen, dass die Natur unser Meister ist und dass jeder Versuch, Wachstum oder Reife zu beschleunigen, zu einer Qualitätsminderung führt. Haben etwa z.B. Obst- und Gemüsesorten Zukunft, die schnell heranreifen müssen und folglich so fade schmecken, dass die Nahrungswirtschaft sie nur mit sogenannten "naturidentischen Aromen" zur Verwendung bringen kann?

Die Zukunft des deutschen Rieslings liegt sowohl in den Händen der Winzer als auch in denen der Verbraucher, die wieder an Qualität herangeführt werden müssen und lernen, woran man diese erkennt. Dass Weinkenner tiefer in die Tasche greifen und gleichzeitig bereit sein müssen, Weine zum Lagern zu kaufen, ist Voraussetzung. Wenn dies geschieht, hat der deutsche Riesling sehr viel Zukunft. Schuster bleib bei deinen Leisten, der deutsche Winzer muss sich wieder zurückbesinnen auf die Rebsorten, die sich seit Jahrzehnten in seinem Anbaugebiet akklimatisiert haben und Spitzenqualität bringen, wenn sie naturgerecht angebaut und gekeltert werden.

---

*Guy Bonnefoit:*

*„Die Zukunft liegt eindeutig in der Unverwechselbarkeit des Rieslings.“*

---

**Weinfeder eV**  
**Vereinigung**  
**deutschsprachiger**  
**Weinpublizisten**

1. Vors.: Wolfg. Junglas  
Postfach 11 03  
65370 Oestrich-Winkel

Telefon:  
0 67 23 - 88 55 45

Fax:  
0 67 23 - 88 55 46

E-Mail:  
junglas@t-online.de

---

Sie finden uns auch im  
Web!

Besuchen Sie uns unter:  
[www.weinfeder.de](http://www.weinfeder.de)

---

**Seminarangebote von**  
**Weinfeder Mitglied Guy**  
**Bonnefoit:**

**1.) Fortsetzungsseminar**  
**„Die Harmonie von Wein**  
**und Speisen II“**

**Montag, den 3. Februar 2003**  
**von 9.00 - 18.00 Uhr**

Der Seminar behandelt die  
Weinsensorik:

- Wie kann man besser riechen und schmecken?
- Weinbeschreibung anhand der Duft- und Geschmacksstoffstabellen
- Wie kann man mit Hilfe der Duft- und Geschmacksstoffe ein Gericht komponieren?
- Oder umgekehrt: Welcher Wein passt zu einem vorgegebenen Gericht?

Es werden ca. 18 Weine verkostet, davon drei zu einem 3-Gang-Menü. Jeder Teilnehmer erhält eine Seminarmappe sowie ein Zertifikat.

**2.) Seminar „Die Harmonie**  
**von Wein und Käse“**

**Montag, den 10. Februar 2003**  
**von 9.00 - 18.00 Uhr**

Das Seminar gibt viele Antworten und Anregungen zur sorgfältigen Auswahl, Pflege und Präsentation von Käse.

Seminarinhalt:

- Wie entsteht Käse?
- Wie erkennt man die Qualität?

**Personalien**

Wir begrüßen herzlich die neuen Mitglieder Yvonne Heistermann und Carsten Henn.  
Buchtipp: Carsten Henn hat einen Krimi geschrieben!

- Von der gustativen Analyse von Käse bis zur passenden Vermählung mit Weinen
- Wie stellt man eine Käseplatte zusammen?
- Optimale Lagerung von Käse
- Welche Brotsorte zu welchem Käse?

Den Teilnehmern wird das Thema durch praktische Verkostung von 18 Käsesorten und 14 verschiedenen Weinen erläutert. Alle erhalten eine Seminarmappe sowie ein Zertifikat

Die Käse kommen vom bekannten **Käseaffineur G. Waltmann**, Erlangen.

Seminarort: **Käfernberg**  
Hotel Restaurant GmbH  
Mömbriser Straße 7 - 9  
63755 Alzenau - Hörstein  
Kosten: € 123,-- (€ 113,-- für Mitglieder der Sommelier-Union Deutschland)  
(€ 93,-- für Mitglieder des Vereins 'Weinfeder')

Teilnehmerzahl: max. 25 Personen  
Anmeldung: für das Seminar "Die Harmonie von Wein und Speisen " bis 27. Januar 2003, für das Seminar "Die Harmonie von Wein und Käse" bis 3. Februar 2003 bei:

**Guy Bonnefoit**

**Tel.: (0 60 23) 10 03**

**Drosselweg 2 a**

**Fax: (0 60 23) 3 03 93**

**63755 Alzenau-Wasserlos**

**E-mail: [beratung@bonnefoit.de](mailto:beratung@bonnefoit.de)**