

Sage mir welchen Wein Du trinkst...

Die neue Gesellschaft der Weintrinker, im Spiegel der Kulturgeschichte.

von Peter Hilgard

Peter Hilgard
Beethovenstr. 40
60325 Frankfurt
Tel.: 069-752816
Fax: 069-752816
e-mail: peter.hilgard@t-online.de

Seh´ ich, wie Narren
Sich glücklich preisen,
Seh´ ich die Weisen
Hungern und harren: -
Schnell möcht´ich laufen,
Den Verstand versaufen!

Jehuda Halevi (ca. 1083 - 1141)

Ein Blick auf die Kulturgeschichte des Weins

„Den Verstand versaufen“ wollte *Jehuda Halevi*, der große sephardische Philosoph, Dichter und Arzt, wenn er an die intellektuelle Ungerechtigkeit der Welt dachte. Die Spinner und Blöden sind glücklich, während die Wissenden und Weisen am Hungertuch nagen. Der Denker *Halevi* war nicht nur selbst ein bettelarmer Mann sondern auch ein großer Freund des Weines und in ihm wollte er wohl seinen Kummer ertränken, wenn er es sich hätte leisten können. Aber es war nicht nur das Vergessen der ungerechten Welt was den Wein so begehrt machte, es war auch immer der Genuss, der hinter dem Bedürfnis Wein zu trinken stand. Der große französische Gastrosoph des 19. Jahrhunderts *Anthelme Brillat-Savarin* äußerte einmal „Sage mir was du isst und ich sage Dir wer Du bist“. Nicht nur das Essen gibt präzise Auskunft über die soziale Stellung des Konsumenten, der Wein steht ihm in seiner soziologischen Aussagefähigkeit nicht nach. Schon seit seinen Ursprüngen ist der Wein nicht nur eine der grandiosesten Schöpfungen unserer Genusskultur, sondern auch ein gesellschaftliches Statussymbol. Er schmeckt, regt die Sinne an, lädt zur Diskussion über ihn und sein Umfeld ein und berauscht am Ende seine Liebhaber und macht sie so friedfertig, dass sie von jedwedem Streit über des Weines viele gute Eigenschaften schnell wieder ablassen. Welcher Weinliebhaber kennt nicht das beglückende Gefühl nach einem guten Tropfen mit sich und der Welt in völliger Harmonie zu sein? Nirwana, das Erlöschen jeden Leidens, ist dann nicht mehr weit. Diese seligen Erfahrungen sind nach der Ernüchterung, jederzeit wiederholbar, d.h. es gibt keinen Zustand der Sättigung, wenn man mal von der Zeit eines „Katers“ nach übermäßigem Genuss absieht. Das macht einen nicht geringen Teil des Reizes beim Weingenießen aus.

Das große Vorbild aller heutigen Weinschreiber, der Engländer *Hugh Johnson*, hat in seinen „Hugh Johnsons Weinwelt“ betitelten Memoiren im Vorwort in Anlehnung an *Brillat-Savarin* festgehalten: „Wein ist zuallererst ein soziales

Spiel und erst in zweiter Linie eine Liebhaberei wie die Musik oder das Sammeln. In seinem Mittelpunkt stehen Beziehungen, Gastfreundschaft, Nähe, Rituale ..., alles, was menschliches Miteinander eben ausmacht." Wer sich, wie ich, als Arzt und Forscher, am Ende seiner Karriere viele Jahre beruflich mit dem irdischen Nektar beschäftigt hat, nämlich als Händler, Winzer und Journalist, wird im Laufe der Zeit nicht nur unendlich viele Gespräche zum Thema Wein geführt, sondern auch viele der einschlägigen Bücher und Zeitschriften zur Weinkultur gelesen haben. Während dieser Lektüre in den vergangenen drei Jahrzehnten ist mir deutlich geworden, dass es keinen Bereich der Weinkunde gibt, über den nicht schon irgendwann einmal ausführlich geschrieben wurde. Dennoch lassen sich immer wieder Menschen motivieren zur Feder zu greifen um genau das so offensichtlich Redundante zu tun, nämlich wieder einmal über Wein zu schreiben. So sind im Laufe der Zeit unendlich viele Fakten, aber auch viel Philosophisches und Emotionales über den Wein in Schriftform zusammengetragen worden. Ich erkläre mir die Fülle der Buchstaben und Wörter, die sich zu diesem Thema bereits durch die Lektorate der Verlage gezwängt haben, dadurch, dass kaum etwas anderes die Phantasie und die Schaffenskraft im gleichen Maße anregt wie ein paar Gläser eines guten Weines.

Wer würde ernsthaft bestreiten dass die Erkenntnisse, die ein Weintrinker in der Zwiesprache mit seinem im Glase funkelnden Liebling gewinnt, großartig und wert mitgeteilt zu werden sind? Da aber nicht alle Weinfreunde die Musse haben zu schreiben, oder aber gelegentlich - trotz des Weines - unter Wort- und Satzfindungsstörungen leiden, hat in der Gemeinde der Weintrinker eine deutliche Rollendifferenzierung stattgefunden: sie teilt sich auf in solche, die schreiben, und solche die nicht schreiben. Letztere sind die potentielle Leserschaft der ersten. Der lesende Weinfreund ist auch bei dieser Beschäftigung im allgemeinen ein friedfertiger, geduldiger und gutmütiger Geselle. Er freut sich wenn er von Gleichgesinnten etwas bestätigt bekommt, was er schon längst gewusst, oder zumindest geahnt hat. Wie wäre es sonst zu erklären, dass all die vielen Publikationen, die selten essenziell Neues vermitteln, mit so viel Erfolg in den Buchläden und Zeitschriftenhandlungen verkauft werden? Vielleicht profitiere ich ja auch von dieser Ungereimtheit. Mir erschien es reizvoll einmal eine Darstellung der gesellschaftlichen Hintergründe unserer Liebe zum Wein in Geschichte und Gegenwart zu versuchen, und damit einen eher selten behandelten Aspekt unserer Weinkultur, nämlich eine Art Soziologie der Weintrinker, in den Vordergrund zu rücken. Die Quellen meiner Darlegungen ergeben sich aus meinem oben erwähnten Tätigkeitsfeld und der damit verbundenen Lektüre. Als Weinhändler habe ich viele Weinfreunde sowie ihre Vorlieben und Abneigungen kennen gelernt und daraus habe ich meine Schlüsse gezogen, die ich schließlich hier niedergeschrieben habe.

Wie hat die Weinkultur angefangen? Vergorenen Traubensaft hat unsere Spezies, der Mensch, schon in grauer Vorzeit als Getränk dem Wasser vorgezogen. Das ist verständlich, denn Wein hatte tatsächlich viele Vorzüge. Er war als Getränk hygienisch erheblich sicherer als das Wasser, das ja außerdem schon in frühester Zeit als Zeichen tiefster Armut galt. Vom Wein wurde man seit dem Beginn unserer Kultur seltener krank als vom Wasser. Gegenüber dem Brunnen- oder Flusswasser besaß Wein den Vorteil wesentlich geringerer Keimbelastung. Außerdem hatte er die bereits erwähnten psychotropen (berauschenden) Effekte und war noch dazu äußerst nahrhaft. Völlig berechtigt erhielt der Mensch aufgrund dieser Kenntnis das Attribut „homo sapiens“ (der wissende Mensch). Es gibt Historiker, die behaupten sogar, der Wein sei eine der treibenden Kräfte für die Entwicklung unserer westlichen, abendländischen Zivilisation gewesen. Sie begründen dies damit, dass Trinker von Wein, selbst wenn sie vielleicht öfter benebelt waren, auf Grund seiner gesundheitsfördernden Effekte länger lebten und sich wegen höherer sexueller Appetenz auch mit größerem Erfolg fortpflanzen konnten. Dies habe dann im Laufe der menschlichen Entwicklungsgeschichte, zumindest in unserem Kulturkreis, zu einer genetischen Selektion in Richtung auf eine (angeborene) Zuneigung zum Wein ergeben. Kaffee, Tee und Kakao, die anderen „Volksgetränke“ mit einer stimulierenden Wirkung, haben zwar ähnliche Verbreitung gefunden, sind aber nicht in der gleichen Weise in unserer Kulturgeschichte aufgegangen wie der Wein. Johann Sebastian Bachs scherzhafte Kantate „Schweigt stille, plaudert nicht“, die so genannte Kaffeekantate, gehört zu den wenigen Beispielen in denen der Kaffeegenuss zu einem Kunstwerk inspiriert hat. Möglicherweise liegt dies auch daran, dass der Ursprung von Kaffee, Tee und Kakao weit entfernt von Europa lag und alle drei Getränke ursprünglich zu einer anderen Lebenskultur gehörten.

Aufgrund ihrer komplexen Biologie und großen Pflegebedürftigkeit konnten Rebstöcke erst von sesshaften, nicht von nomadischen Gesellschaften angebaut werden. Weinbau wurde so auch zu einer Triebfeder des Menschen das ständige Umherziehen zu beenden und sich niederzulassen. Wein hatte immer etwas Mystisches, denn es grenzte an ein Wunder, dass durch einfaches Verstreichenlassen der Zeit aus süßem Traubensaft ein stimulierendes und berausches Getränk wurde. Dieser magische Prozess konnte nur göttlichen Ursprungs sein! *Victor Hehn*, ein Kulturhistoriker und Zeitgenosse *Goethes*, war wie dieser, beseelt von der Schönheit des Südens und bezeichnete seine nördliche Heimat als „Bier- und Butterregion“, während er den europäischen Süden eine „Wein- und Ölregion“ nannte. Bier und Butter waren in seiner Vorstellung nicht Ausdruck zivilisierter Sesshaftigkeit, sondern beides entstammte noch der Kultur des nomadischen Hirtendaseins. Erst „Bacchus' Gabe und Minervens Geschenk“, wie er Wein und Öl apostrophierte, brachten nach *Hehn* den Sieg über die Barbarei. Wir werden später, bei der soziokulturellen Beschreibung der „trockenen“ und „feuchten“ Länder, ähnlichen Begriffen wieder begegnen. Im *Gilgamesch-Epos*, der

ältesten erhaltenen Geschichte der Menschheit, die auf Tontafeln in babylonischer Keilschrift aufgeschrieben wurde, wird bereits vom Wein, dem Brot und dem Olivenöl, den drei „heiligen“ Nahrungsmitteln berichtet. Die Geschichte des wilden Mannes Engidu, der durch die drei erwähnten Kulturgüter zivilisiert wurde, ist auch die erste schriftliche Referenz an den Wein als Zivilisationsprodukt.

„Da aß Engidu Brot, bis er satt war,
Da trank er Wein, sieben Becher
Sein Geist löste sich, er wurde fröhlich
Sein Herz jubelte, und sein Antlitz strahlte..
Er salbte sich mit Öl und ward wie ein Edler...“

So heißt es in der Übersetzung von *Hermann Ranke*. Wie unglaublich und beglückend, dass ein Text dieses Inhaltes bereits vor vier Jahrtausenden geschrieben wurde!

Wein in all seinen vielen Spielarten hat über alle Zeiten die Geselligkeit erhöht, was dem jeweiligen sozialen Gefüge, in dem Wein getrunken wurde, sehr förderlich war. Wein war auch ein nicht zu unterschätzender ökonomischer Faktor, der den interkulturellen Warenaustausch beflügelte. Wohl aufgrund all der genannten Eigenschaften, die für das Leben und den Wohlstand der Menschen so wichtig waren, erhielt er eine bedeutsame Rolle in der Liturgie unter anderen des jüdischen und später auch des christlichen Glaubens. Nebenbei bemerkt, auch die Moslems waren keine Kostverächter, obwohl darüber aus verständlichen Gründen - der Islam verbietet den Alkoholgenuss - nur wenige literarische Quellen existieren! Auf diesen genannten Hintergründen baut unsere 7000-jährige Liebe zum Wein, der aus der Frucht einer gänzlich unscheinbaren Pflanze gemacht wird, die aus dem Nahen Osten stammt, und den prosaischen botanischen Namen „*vitis vinifera*“ trägt.

Der Wein soll auch schon zu einem kriegsentscheidenden Faktor geworden sein. Eine berühmte Geschichte ist die vom Rothenburger Bürgermeister *Nusch* im Dreißigjährigen Krieg. Seine Stadt musste sich den Truppen des kaiserlichen Feldherrn *Tilly* ergeben, der großmütig versprach, er werde die Stadt schonen, wenn sich ein Ratsherr fände, der einen Weinkrug mit dreieinhalb Litern Inhalt in einem Zug leeren könnte. *Nusch* traute sich diese Aufgabe selbst zu, schaffte es und bewirkte tatsächlich, dass Rothenburg nicht zerstört wurde. Was *Tilly* damit bezweckt haben mag, darüber können wir nur spekulieren. Vielleicht war es dem großen Feldherren und Nachfolger *Wallensteins* schlichtweg eine so große Freude einen, in Bezug auf die Liebe zum Wein, Gleichgesinnten unter den Feinden gefunden zu haben, dass er Großmut walten ließ. Die Bedeutung des französischen Weins im zweiten Weltkrieg haben *Don und Petie Kladstrup* in einem lesenswerten Buch

festgehalten. Die Bonzen des Dritten Reichs haben versucht sich mit den großen Lagen des zunächst unterlegenen Feindes einzudecken. Wie Wein und Macht dabei zusammenwirkten ergab eine sehr spannende Geschichte, in der Großmut allerdings überhaupt nicht vorkommt.

„Ich glaube dem Wein kommt heutzutage die gleiche Rolle zu wie vor etlichen Jahren den Uhren oder den Autos. Wein zeigt, dass man Geld hat, aber er zeigt auch, dass man Geschmack hat“. Dies schrieb der Chefredakteur des auflagenstärksten amerikanischen Weinmagazins „The Wine Spectator“ *Thomas Matthews*. Diese Aussage trifft mit angelsächsischer Einfachheit und Anschaulichkeit den aktuellen Kern eines Phänomens in der langen Geschichte des Weines, welches mich zu der Beschäftigung mit der Frage getrieben hat, wer, im gesellschaftlichen und historischen Kontext, die Weinfreunde eigentlich sind bzw. waren und was sie zusammenhält.

Der bekannte französische Altertumsforscher *Marcel Detienne* hat in seinem Werk über den griechischen Gott Dionysos geschrieben: „Die Medizin steht der Kunst, den Wein zuzubereiten, ebenso nahe wie der natürlichen Weisheit im Umgang mit dem Weinstock und dem Weinbau“. Hat der Arzt etwa grundsätzlich eine besondere Beziehung zum Wein? Wenn man, wie ich, als Arzt über den Wein schreibt, bereitet es jedenfalls Freude zu sehen, dass sich Medizinerkollegen früherer Jahrhunderte auch schon intensiv mit dem Wein beschäftigt haben. Außerdem stellen ihre, mit ausgebildeten Medizineräugen gemachten Beobachtungen häufig eine gute Grundlage für eigene Einsichten dar. So war es auch beim Thema dieses Buches. Ich hatte nämlich einen sehr deutlichen Hinweis auf die besonderen gesellschaftlichen Strukturen der Weinfreunde in einem meiner medizinischen Lieblingsbücher, der „Encyklopädie der Volksmedizin“ von *Georg Friedrich Most* aus dem Jahre 1843, gefunden. Der Autor beschreibt darin die Wirkungen verschiedener Getränke auf den menschlichen Organismus und bei seinem Vergleich des Kaffees mit dem Wein habe ich erstaunt gelesen: „Der Kaffee ist in seinen Wirkungen dem Wein entgegengesetzt; ersterer macht munter, letzterer schläferig; wirkt der Wein mehr aufs Gemüth und regt die Affekte an, so wirkt der Kaffee mehr auf den Geist, macht ruhig, besonnen, abgemessen, zurückhaltend, calculirend. Daher ist er das Lieblingsgetränk der Mathematiker, Astronomen, Philosophen, Historiker, Naturforscher, Diplomaten und Kaufleute. Den Wein dagegen lieben mehr Dichter, Musiker, Maler, Schauspieler und Krieger.“ Ich kann mir kaum vorstellen, dass der Rostocker Professor, der diese Zeilen schrieb, schon eine wirkliche Vorstellung von der Soziologie als Wissenschaft hatte. Dennoch, so scheint mir, steckt hinter seiner Beobachtung ein gewaltiges Quentchen gesellschaftlicher Wahrheit, obwohl auch seine aufgestellten Regeln zur Soziologie der Weingenießer Ausnahmen kennen. Eine der berühmtesten ist vielleicht der Mathematiker, Physiker und Weinfreund *Georg Christoph Lichtenberg*.

Dass Künstler den Wein lieben ist leicht zu begreifen, warum Krieger den Wein lieben sollten ist dagegen nicht sofort ersichtlich. Sicherlich war von *Most* nicht gemeint, dass sich die Krieger mit Wein Mut antrinken sollten bevor sie in die Schlacht zogen, obwohl es vereinzelt auch solche Gründe für das Weintrinken der Soldaten gab: im 1. Weltkrieg z.B. erhielten französische Frontsoldaten reichliche Weinzuteilungen um ihre Stimmung zu heben und ihren Kampfwillen zu stärken. In Bezug auf die Aussagen von *Most* muss man versuchen die Zusammenhänge von Krieg und Wein aus dem intellektuellen Gesichtswinkel der Zeit des Autors heraus zu verstehen. Die Kriegsführung wurde, insbesondere in Preußen, tatsächlich als eine hohe Kunst angesehen, ja man sprach auch noch im 19. Jahrhundert bewundernd von der „Kriegskunst“. *Napoleon Bonaparte* und seine „napoleonischen Kriege“, die Europa grundlegend verändert haben, sind zum Inbegriff dieser Kunst geworden. *Robert Walser*, ein geistiges Kind des 19. Jahrhunderts, der so wundervoll lyrische Prosa schrieb, bemerkte in seinem Essay „Der Spaziergang“ u.a.: „Ich bin in der letzten Zeit zu der Überzeugung gekommen, dass Kriegskunst und Kriegführung fast so schwer und geduldheischend sind wie Dichtkunst und umgekehrt.“ *Napoleon Bonaparte*, der unbestritten erfolgreiche Feldherr war ein großer Verehrer des Burgunders und es ist überliefert, dass er bei seinen strategischen Planungen und taktischen Überlegungen immer eine geöffnete Flasche Chambertin von der Côte de Nuits neben sich hatte, den er meist verdünnt mit Wasser zu sich nahm. Der Wein war ein Stimulans, der die Gedanken geschärft und das strategische Denken positiv beeinflusst hat. Erst die grauenvollen Kriege des 20. Jahrhunderts haben die Einstellung zur „Kriegskunst“ und den damals in gewisser Weise noch „humanen“ Aspekten der Kriegsführung, grundlegend verändert. Die maßlosen Diktatoren wurden zu Mördern an der Zivilbevölkerung und waren nicht selten fanatische Abstinenzler, der allertraurigste unter ihnen war sicherlich der „größte Feldherr aller Zeiten“, Deutschlands schnauzbärtiger „Führer“.

Wein trinken und genießen ist etwas Emotionales, und im Wein kann der Künstler Inspiration finden. Keiner hat dies schöner und treffender ausgedrückt als *Shakespeare* in seinem "König Heinrich der Vierte" (2. Teil, 4. Aufzug, 3. Szene), wo er den lebensfrohen Falstaff in der *Schlegelschen* Übersetzung ausrufen lässt: "(der Wein) steigt Euch in das Gehirn, zerteilt da alle albernen und rohen Dünste, die es umgeben, macht es sinnig, schnell und erfinderisch, voll von behenden, feurigen und ergötzlichen Bildern; wenn diese dann der Stimme, der Zunge, überliefert werden, was ihre Geburt ist, so wird vortrefflicher Witz daraus". Der vortreffliche Witz können natürlich auch die schönen Farben und Formen des Malers oder Bildhauers bzw. die harmonischen Klänge des Musikers sein. Der Alkohol wird in der deutschen Sprache ja gelegentlich auch liebevoll als „Weingeist“ apostrophiert, was auch schon die Römer, die das Weindestillat allerdings noch nicht kannten, mit dem Begriff „spiritus“ (der Geist) zum Ausdruck brachten und die Germanen

benutzten dieses Wort dann als Bezeichnung für alkoholischen Brennstoff. Von diesem Wort ist es nicht mehr weit zum französischen „esprit“, womit wir wieder bei „geistreich, erfinderisch“, also Begriffen, die ganz im Sinne Shakespeares, sind. Auch *Goethe* stellte in einem Brief vom 11. März 1828 an *Eckermann* fest: „Es liegen im Wein allerdings produktivmachende Kräfte sehr bedeutender Art; aber es kommt dabei alles auf Zustände und Stunde an, und was dem einen nützt, schadet dem anderen“. Ebenso deutlich hat *Georg Christoph Lichtenberg* in seinen „Sudelbüchern“ von den positiven (und negativen) Wirkungen des Weingenusses gesprochen. Dort lesen wir zum Thema Kreativität den begeisterten Ausruf: „Es sind wenig Dinge in der Welt, die eines Philosophen so würdig sind, als die Flasche, die cum spe divite durch die Gurgel eines Liebhabers oder eines Dichters fließt“ und etwas später im gleichen Absatz fährt er fort: „Gebraucht es, Menschen, als Philosophen und lernt erkennen was Wein ist.“ (Heft B 77). Der Göttinger Professor *Lichtenberg* (1742 - 1799) war Mathematiker und Physiker, in seinen Schmier- und Gedankenbüchern, den „Sudelbüchern“, hat er eine Sammlung Aphorismen hinterlassen, die berühmt wurden und entsprechend seiner Liebe zum Wein, finden sich viele, die sich mit diesem Thema befassen. „Der Mensch ersetzt oft durch Phantasie und Wein, was ihm an Naturkräften abgeht. Das muss notwendig ganz eigene Phantasie und Weingeschöpfe hervorbringen.“ schreibt er an anderer Stelle (Sudelbücher, Heft L, 33). *Lichtenberg* hat mehrfach beklagt, dass zwar viel über die Weinbereitung geschrieben wird und wurde, aber bis dato noch nichts über das Thema „ihn recht zu trinken“. Er war überzeugt, dass man mit den Wirkungen des Weins, dem Rausch, umzugehen lernen müsse, wenn man ein rechter Weinfreund sein wolle. Als Wissenschaftler wollte er daraus eine akademische Lehre machen und träumte davon selbst eines Tages der erste Professor für „Methyologie“ (vom griechischen „methýein“, „berauscht sein“) zu werden. Die Sauf- und Rauschlehre *Lichtenbergs* wurde leider zu seinen Lebzeiten nicht mehr fertig. Es wäre wohl eine würdige Aufgabe diese in seinem Sinne, nämlich mit einem gehörigen Schuss Satire, über 200 Jahre später zu vollenden.

Der maurische Dichter *Ibn Djafadscha* aus Granada verfasste im 12. Jahrhundert, der Hochzeit des Islam auf spanischem Boden, folgende Verse

Ihr nennt die Rebe sündig. Doch ich sage ihr:
 Du Schöne füllst meine Augen an mit Dunkelheit und Licht.
 Du machst zuweilen krank.
 Doch süße Töne formst du in meinem Herzen zum Gedicht.

Er wies damit in seiner alkoholfreundlichen, islamischen Welt, auf den Wein als Quelle der dichterischen Inspiration. Unübersehbar viele Anthologien haben die Aussagen berühmter Frauen und Männer zur schöpferischen Kraft des Weines gesammelt.

Die wissenschaftliche Aufarbeitung des menschlichen Verhaltens ist der akademischen Fachrichtung „Soziologie“ vorbehalten. Aber auch als Laien haben wir großes Interesse am Verständnis des Verhaltens unserer Mitmenschen, denn es hält uns einen Spiegel vor, in dem wir uns gegebenenfalls selbst wiedererkennen können. Die Soziologie ist eine typische „Bindestrich-Wissenschaft“, sie besteht aus vielen Untergruppierungen wie z.B. der Medizin-Soziologie, der Religions-Soziologie oder der Bildungs-Soziologie. Was mir im Wust der vielen Begriffe allerdings noch nicht begegnet ist, ist das Wort „Weintrinker“ vor dem Bindestrich. Also habe ich einen zaghaften Versuch unternommen, Material über die gesellschaftlichen Ausdrucksformen der Weintrinker in Vergangenheit und Gegenwart zu sammeln. Was dabei herausgekommen ist, stellt keinerlei Anspruch auf soziologische Wissenschaftlichkeit und ich wäre schon zufrieden, wenn berufener Autoren das Thema einmal zum Anlass einer gründlicheren Studie nähmen.

Woher stammt eigentlich die Liebe des Menschen zum Wein? Wie wir aus den einschlägigen Werken der Historiker erfahren, ist der Wein ein fester Bestandteil der abendländischen, vorwiegend der mediterranen Gesellschaft und Kultur. Aber die Geschichte der Zuneigung des Menschen für den Wein geht vielleicht sogar noch wesentlich weiter zurück. Wie *Robert Dudley* von der University of California in Berkeley uns lehrt, spielt in der Entwicklungsgeschichte vieler Lebewesen Alkohol (Äthanol) eine wichtige Rolle als Geruchssignal. Als Ergebnis von Gärprozessen, bei denen Zucker in Alkohol umgewandelt wird, findet sich Äthanol praktisch immer in reifen Früchten und zeigt damit an, dass das Obst zum Verzehr geeignet ist. Viele Vögel und auch manche Säugetiere ernähren sich bekanntlich von Früchten und benötigen in ihrer Nase dieses biologische „o.k.“ um sich dem Genuss hingeben zu können. Vom Gesichtspunkt der Evolutionstheorie wird daher verständlich warum der Alkohol zunächst vielleicht als „Reifesignal“ auch auf den Menschen so eine Anziehungskraft ausüben konnte und danach diese Bedeutung in unserer Kultur erlangt hat. Aus der langen Geschichte des Weins folgt, dass sich eine „Soziologie der Weintrinker“ schon durch die Jahrtausende ziehen muss. Zu allen Zeiten wurde der Wein nämlich von bestimmten gesellschaftlichen Gruppen getrunken und geliebt. Aber es gab immer auch Menschen, die seine Wirkung, den Rausch, und damit seinen Konsum, strikt ablehnten. Einer der prominentesten in der Kulturgeschichte des Weins war der Antwerpener Magistratsschreiber und Sittenlehrer *Jan van Boendale* (ca. 1279-1351). In seinem breit angelegten Lehrbuch „Der leken spiegel“ (der Laienspiegel), lehnt er den Genuss von Wein ganz explizit ab. Im Übrigen war er auch einer der ersten Vegetarier auf der Grundlage einer Rousseau vorwegnehmenden Zurück-zur-Natur-Ideologie (zit. nach Pleij, 1997).

Natürlich war es nicht ausschließlich der Wein, der den Menschen in grauer Vorzeit zum Siedeln bewog, aber er war ganz sicher eines von mehreren Motiven. Aus diesem Grund können wir ihn mit gutem Recht tatsächlich als einen Antrieb zum Entstehen von Zivilisation im weitesten Sinne betrachten. Auch das Alte Testament gibt uns Aufschluss: in der biblischen Darstellung war *Noah* der erste Weinbauer. Nach dem Zurückweichen der Sintflut landete er mit seiner Arche am Berg Ararat im Taurusgebirge, in der heutigen Osttürkei. Dort pflanzte er einen Weinberg. „Er trank von dem Wein, wurde davon trunken und lag entblößt in seinem Zelt.“, so ist im ersten Buch Mose zu lesen. Viele tausend Jahre später, auf *Tizians* grandioser Huldigung an den Wein, dem „Bacchanal von Andros“, genießen entblößte Menschen den Wein und symbolisieren damit die Sinnlichkeit beim Weintrinken, die offenbar auch schon Noah erfahren hatte. Sein Name stammt aus dem Hebräischen und heißt „Mann der Ruhe“, was vielleicht auf seine „Siesta“ nach dem Weingenuss im Zelt Bezug nimmt. Einen ersten Höhepunkt sollte die Weinkultur dann zwischen dem 3. und dem 2. Jahrtausend vor Christi in Ägypten erfahren. Der Wein war seinerzeit weitgehend das Getränk der Oberschichten, und blieb dies bis zu den Zeiten der Griechen und Römer. Wein tranken nur die Prinzen und Adligen am Hofe der Pharaonen sowie die reichen Privatleute und die Tempelpriester. Im religiösen Zeremoniell spielte der Wein auch schon in Ägypten eine bedeutende Rolle, sei es als Trankopfer für die Götter oder als Grabbeigabe für die Toten zum Gebrauch im Jenseits. Bereits in seiner Frühzeit wurde dem Wein demnach transzendente Bedeutungen zugeschrieben.

Als Zwischenbemerkung sei in diesem Zusammenhang erwähnt, dass wir vieles unserer Kenntnis von der Geschichte des Weins und anderer Getränke der s.g. „archäologischen Chemie“ verdanken, die sich in den vergangenen 20 Jahren rapide entwickelt hat. Jahrtausende alte Essensreste, Parfums, Farbstoffe und andere organische Materialien können heute mit empfindlichen Methoden entdeckt und analysiert werden. Das Spektrum dieser Untersuchungen reicht von der Natur des berühmten Purpur, das den Phöniziern ihren Namen gegeben hat, bis zu den ersten vergorenen Getränken wie Bier und Wein. So gelang es die biokulturelle und technologische Entwicklung unserer Lebensgewohnheiten bis in die Frühgeschichte der Menschheit zu verfolgen. Diese Entdeckungen helfen uns heute ganz wesentlich, auch die Gesellschaftsstruktur der Genießer von damals zu analysieren und zu verstehen. Die Art der Gefäße, die Häuser bzw. die Grabstätten in denen sich die Utensilien befanden und ihr einstiger Inhalt lassen ziemlich genaue Schlüsse zu, welche Personengruppen sie und wozu benutzt haben. So wurde langsam das Puzzle der Soziologie der Weintrinker früherer Jahrtausende zu einem wissenschaftlich fundierten Bild zusammengefügt und unserem Verständnis zugänglich gemacht.

Die Demokratisierung des Weintrinkens, wie wir sie auch heute kennen, fand zum ersten Mal im antiken Griechenland statt und erfuhr dann später in Rom ihre erste „Globalisierung“, d.h. ihre Ausdehnung über den ganzen Mittelmeerraum, die damals bekannte westliche Welt. Erstmals gab es Wein für alle sozialen Schichten, wenn auch mit z.T. erheblichen qualitativen Unterschieden. Sklaven und einfache Arbeiter bekamen häufig einen vergorenen Tresteraufguss zu trinken, der zu besonderen Gelegenheiten mit kleinen Mengen von richtigem Wein vermischt wurde. Derartigen Weinersatz tranken die armen Leute sogar noch am Beginn der Neuzeit. Unter dem Namen „Piquette“ stellte man in Frankreich ein alkoholisches Getränk her, welches unter Zusatz von Wasser aus dem Mark der nach dem Pressen übriggebliebenen Weintrauben gewonnen wurde. Wir können nur ahnen, dass nicht der Geschmack sondern der Alkohol, der ja wie bereits erwähnt, in unserer Sprache auch voll Hochachtung „Weingeist“ genannt wurde, die Triebfeder zum Genuss dieser fermentierten Aufgüsse war.

Demgegenüber genossen später die römischen Senatoren und ihresgleichen aus den höheren Gesellschaftsschichten am liebsten den von *Horaz* besungenen „Falerner“. In vielen Regionen des römischen Reiches, in denen aus klimatischen Gründen kein Wein produziert werden konnte, verhinderte sein hoher Preis, dass er ein ernsthafter Konkurrent des verhältnismäßig billigen - weil leicht, jederzeit und überall herstellbaren - Biers wurde. „Cervisia“ nannte man das Gebräu aus Getreide, ein Name, der, leicht verballhornt, auf seinen göttlichen Ursprung hinweist: „Cereris vinum“ (der Wein der Ceres). Ceres war die Schwester des Jupiter und Pluto und Göttin des Ackerbaus. Noch heute lebt das Wort im spanischen „cerveza“ (Bier) fort. Übrigens, auch das deutsche Synonym für Getreide „Zerealien“ bezieht sich auf die römische Göttin. In Rom stieg der Wein aufgrund der mit ihm verbundenen religiösen und kulturellen Assoziationen mit der Zeit wieder in den Rang eines exklusiven und in der Oberschicht begehrten Getränks auf. Selbst wenn er weiterhin quer durch alle gesellschaftlichen Schichten genossen wurde, zeigten sich erhebliche soziale Unterschiede bezüglich der Qualität, die man sich leisten konnte. Nicht anders war es bei den gesellschaftlichen Anlässen, zu denen man ihn trank. Bei der Hochzeit einer Senatorentochter wurde etwas ganz anderes gereicht als beim selben Anlass in unteren sozialen Schichten. So ist es ja bis heute geblieben: Anlässlich der Hochzeit des spanischen Thronfolgers und heutigen Königs *Felipe* mit *Letizia Ortiz* holte sich das spanische Fernsehen einen sehr berühmten Winzer ins Studio nach Madrid, damit er die Weine beim Galaessen ausführlich kommentierte! Nichts zeigt deutlicher, dass die Weine - wie im alten Rom - auch noch im Jahre 2003 ein wichtiger Bestandteil des gesellschaftlichen Ereignisses selbst waren.

Trotz aller Exklusivität des Weins gehörten alkoholische Getränke in der Antike auch zur regelmäßigen Ernährung. Ein nicht unbeträchtlicher Anteil des täglichen Kalorienbedarfs wurde durch sie gedeckt. Diese „nutritiven

Wirkungen" stellen eine notwendige Ergänzung der Kalorienzufuhr der Bevölkerung dar. Vergorener Getreideaufguss in Form von Bier lieferte wertvolle Nähr- und Mineralstoffe. Nicht anders war es beim Wein, der zudem weitere wohltuende Qualitäten aufwies. Man bedenke, dass ein Gramm Alkohol einen Nährwert von 7 Kilokalorien hat, und ein Glas Wein oder ein Glas Bier etwa 30 Gramm Alkohol entsprechen. Auf der Basis dieser Zahlen kann man übrigens gut verstehen warum es übergewichtigen Weinfreunden so schwer fällt abzunehmen. Aber auch unter diesen kalorienbeladenen, ernährungsphysiologischen Gesichtspunkten war Wein in der Antike keineswegs nur eine Alternative zum Bier. Er war viel mehr. Was ihn auszeichnete, waren die bereits erwähnten kulturellen Zuschreibungen, mit denen man ihn versehen hatte. Wein wurde zum Bestandteil vieler religiöser und kultureller Bräuche und Vorstellungen. Man denke an die Dionysos-Feste und die Bacchanalien während derer der Wein in einen Zusammenhang mit den grundlegenden Aspekten der menschlichen Existenz gebracht wurde. Dionysos war der Gott des Weines, der entfesselten Sinnlichkeit und der Lust. Sexualität und Fruchtbarkeit, das Leben mit seinen sozialen Beziehungen, und schließlich auch der Tod, fanden sich im Mysterium Wein wieder. Vieles von dem ist bis zum heutigen Tag ganz eng mit dem Wein und seinem Genuss verbunden geblieben. Es ist wohl nicht übertrieben zu behaupten, dass die Kultur im alten Rom das bislang positivste Verhältnis zum Wein hatte. Die von *Roderick Phillips* gebrauchte Verwandlung des lateinischen Sprichwortes „in vino veritas“ in „in vino societas“ hat eine tiefe Berechtigung und fordert geradezu die Beschäftigung mit der „Soziologie der Weintrinker“ heraus.

Die Gesellschaft der Weintrinker

Wie wir gesehen haben war der Rebbau ein wesentliches Motiv für die Aufgabe des Nomadentums und die Bildung einer sesshaften Gesellschaft. Da Wein aber nicht immer und überall verfügbar war, entwickelte sich sein Genuss zu einem Statussymbol für die höheren sozialen Schichten, die ihn sich leisten konnten. Annähernd ist es noch immer so und ich möchte versuchen herauszufinden wie sich in unserer heutigen Gesellschaft die Weintrinker darstellen und vom Rest der Bevölkerung abgrenzen. In der Wissenschaft namens Soziologie gibt es den wichtigen Bereich der Lebensstilforschung. Seine Ergebnisse sind besonders unter dem Aspekt des Marktes von großem Interesse. Wer konsumiert bzw. kauft eigentlich was und warum? Dies zu wissen ist für alle, die im Geschäft tätig sind von Wichtigkeit, denn sie können mit diesem Wissen ihre Werbung für ein Produkt auf ganz spezielle Zielgruppen ausrichten. Der Soziologe *Gerhard Schulze* hat ein gesellschaftliches Modell geschaffen, in dem soziale Milieus als

Personengruppen definiert werden, „die sich durch gruppenspezifische Existenzformen und erhöhte Binnenkommunikation voneinander abheben“. Das private Marktforschungs-Institut „Sinus Sociovision“ erforscht auf dieser Basis den soziologischen und kulturellen Wandel („Trendforschung“) innerhalb unserer Gesellschaft und hat dafür, in Anlehnung an *Schulze*, die s.g. „Sinus-Milieus“ entwickelt.

Da Wein ein bedeutendes Konsumgut von erheblicher ökonomischer Bedeutung geworden ist, hat man auch das Weintrinkverhalten der Bevölkerung untersucht. Dabei wurde die Gesellschaft nicht mehr nach den formalen Kriterien wie Schulbildung, Beruf oder Einkommen eingeteilt sondern nach Parametern, die zum Ausdruck bringen wie die einzelnen Menschen ihr Leben gestalten, abhängig von Werten und Zielen. Dazu wurden verschiedene Lebenswelten beschrieben und als „Milieus“ apostrophiert. Im jeweiligen „Milieu“ sind Personen zusammengefasst, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Für die Weinstudie wurden die s.g. „Basis-Milieus“ in vier Gruppen eingeteilt. Die erste Gruppe sind die „Traditionell-Gehobenen“ Weinkonsumenten, danach folgt der „Traditionelle Mainstream“. Entsprechend gibt es die Gruppe der „Modern-Gehobenen“ und den „Modernen Mainstream“. Auf der Grundlage einer Befragung von 10.000 Menschen wurden Daten erhoben, die dann durch Gruppendiskussionen und Einzelgespräche überprüft und psychologisch vertieft wurden. Ich habe versucht im Folgenden die Studienergebnisse etwas zu vereinfachen um dafür im Gegenzug mehr Transparenz der Daten zu erreichen.

Eine der ersten und wichtigsten allgemeinen Erkenntnisse der Studie war, dass die traditionellen Lebensweisen immer mehr verschwinden. Diese waren einst geprägt von klassisch preußisch-deutschen Werten wie „Pflichterfüllung, Sparsamkeit und Ordnung“. Die Sinus-Studie beschreibt den (1.) „Traditionellen Mainstream“, zu dem vorwiegend die sozialen Mittel- und Unterschichten gehören, mit den Merkmalen „Bescheidenheit, Anpassung und Sicherheitsdenken“. (2.) Demgegenüber repräsentiert die Gruppe der „Traditionell-Gehobenen“ die obere Mittel- und Oberschicht. Hier finden wir als Hauptcharakteristika „bildungsbürgerliches Selbstverständnis, mit dem Bewahren traditioneller Sitten und Werte, gepflegter Umgangsformen und betont vornehmer Lebensrahmen“. Den traditionellen Lebenswelten stehen die kontinuierlich wachsenden (3.) „modernen“ Lebenswelten gegenüber. Es stehen „Lebensqualität, Komfort und Genuss“ im Vordergrund. Wobei die Studie auch hier differenziert in „Mainstream“, in dem sich meist die mittleren Einkommensklassen, sehr häufig junge Familien mit Kindern, befinden, und in (4.) „Gehobene-Moderne“, die über ein hohes Bildungsniveau und hohe Einkommen verfügen und nach „Selbstfindung und Genuss“ streben.

Die vier, gerade beschriebenen, Milieu-Gruppen unterscheiden sich teilweise erheblich in ihrer Einstellung zum Wein. Es braucht nicht viel Phantasie sich

vorzustellen, dass die Stammtrinker für deutschen Wein in den traditionellen Segmenten wiederzufinden sind. Im Traditionellen Mainstream werden auch die Geschmacksrichtungen „halbtrocken“ und „lieblich“ eindeutig bevorzugt, während bei den „Traditionell-Gehobenen“ eine Vorliebe für trockene Weine festzustellen ist. Außerdem kann sich die letztere Gruppe auch besonders für die Klassiker aus Frankreich, Italien und Spanien begeistern. In dem weitaus größten Milieu, dem „Modernen Mainstream“ ist Wein überhaupt kein Alltagsgetränk, sondern fast ausschließlich ein Getränk für besondere Gelegenheiten. Hier besteht ein ausgesprochenes Preis-/Leistungsdenken. Die Weintrinker dieser Gruppe besorgen sich ihre Weine im Lebensmittelhandel und zunehmend auch bei den großen Supermärkten und Discountern. Gekauft wird auch nur sporadisch, je nach Anlass und es wird kein Weinvorrat angelegt. Die Studie hat herausgefunden, dass der „moderne Mainstream“ eine sehr starke Vorliebe für ausländische Weine entwickelt hat. Wie in den Interviews immer wieder festgestellt wurde, lieben diese Leute die „südländische Stimmung und Lebensart“, so wie sie sie auf den Pauschalreisen an die blauen Strände des Mittelmeers kennengelernt haben. In dieser Gruppe werden auch alle Berichte zur gesundheitsfördernden Wirkung von Wein meist völlig kritiklos akzeptiert und in das intellektuelle Repertoire übernommen, wo sie häufig nur dazu dienen, den Weinkonsum vor sich und seiner Umgebung zu rechtfertigen. Diese Gruppe der Weintrinker ist aus analytischer Sicht eigentlich recht uninteressant, aber aus markttechnischer Sicht stellt sie die absolut wichtigste Gruppe dar. Sie ist nämlich in hohem Maße manipulierbar und aus ihr rekrutieren sich viele der späteren „Genusstrinker“. Will man den Weinabsatz fördern muss man sich ganz offensichtlich bevorzugt an diese Gruppe wenden. In diesem Zusammenhang sei nochmals daran erinnert, dass die Einteilung in „Milieu“-Gruppen nicht unbedingt die ökonomische Kraft der Konsumenten widerspiegelt, d.h. auch im „modernen Mainstream“, gibt es durchaus recht zahlungskräftige Verbraucher.

Aussagekräftig ist auch eine von *Pierre Bourdieu* zitierte Studie zum gesellschaftlichen Verhalten bei „Einladung, Empfang und Bewirtung von Gästen“. Hier ist die soziale Struktur der Gesellschaft in drei, am Beruf orientierte, Gruppen eingeteilt: (1) Arbeiter, (2) Untere und mittlere Angestellte und Beamte sowie (3) Leitende Angestellte und Beamte, Industrielle und Freie Berufe. Auf die Frage was die Einladenden von ihren Gästen am liebsten mitgebracht bekommen antworteten 18,6 % der Arbeiter „Wein“, das waren deutlich mehr als in der zweiten (16,9 %) und dritten (14,0 %) Gruppe. Dies bedeutet, dass in der niedrigsten sozialen Schicht, der Wein als Geschenk die höchste Wertschätzung erhält, mit Sicherheit deswegen, weil er bei diesen Menschen auch einen nicht unerheblichen Prestige-Wert besitzt. Dies ist in der dritten Gruppe naturgemäß nicht so, denn hier kauft man sich selbst nach Belieben den Wein, den man trinken möchte, außerdem ist man wesentlich misstrauischer fremdem Geschmack gegenüber. *Bourdieu* ist

übrigens einer der Begründer der sozialen Konsumverhaltensforschung. Seine Erkenntnisse zeichnen sich durch große Schärfe und Komplexität aus. Sein Werk von den „feinen Unterschieden“ ist allerdings für einen Nichtfachmann schwer zu lesen, weil er immer wieder über Fachbegriffe stolpert, deren Sinn sich ihm nicht sofort offenbaren. Nichtsdestotrotz eine Kernaussage des Autors scheint mir zu sein, dass der Geschmack der Konsumenten, also auch der der Weintrinker, von ihrer gesellschaftlichen Herkunft, ihrem Erziehungshintergrund und ihrem sozialen Ziel abhängt. Diese Differenzierung bestimmt schließlich die Zugehörigkeit zu einer gesellschaftlichen Gruppe oder Untergruppe. Ja, es ist geradezu das erklärte Ziel eines jeden einzelnen sich gesellschaftlich in eine Gruppe einzugliedern, d.h. auch von anderen als entsprechendes Mitglied dieser Gruppe erkannt zu werden. Dabei spielt der gruppenspezifische s.g. „gute Geschmack“ eine große Rolle. Folgt man *Bourdieu* weiter so ist gerade der Wein eine solche „Visitenkarte“, die uns Identifikation gibt, oder auch, umgekehrt, preisgibt zu welcher Gruppe wir definitiv nicht gehören. Der Weinkonsum sagt also Wesentliches über die jeweilige Person aus.

Kommen wir noch einmal zurück auf die Sinus-Gruppendefinition. Bei den „Gehobenen-Modernen“ Konsumenten hat sich der Wein zum Alltagsgetränk entwickelt. Im Gruppenvergleich ist hier der Weinkonsum am intensivsten. Wein wird buchstäblich zu allen Gelegenheiten getrunken. Neben einer ausgeprägten Probierfreudigkeit, zeichnet sich diese Gruppe auch durch eine hohe Ausgabebereitschaft aus. Dies drückt sich auch beim Weinkaufverhalten aus. Man kauft beim Winzer, beim Fachhandel, im Versandhandel und neuerdings gelegentlich sogar auch beim Discounter. In diese Gruppe gehören auch jene Weinfreunde, die sich einen privaten Weinkeller anlegen. Präferenzen bei der Weinherkunft gibt es eigentlich nicht. Entdeckerfreude lässt alle Herkünfte in Frage kommen, sowohl europäische als auch überseeische. Interessant ist immer noch eine gewisse Distanz auch der gehobenen Moderne gegenüber deutschem Wein. Dies belegt einmal mehr wie symbolträchtig Wein tatsächlich ist. Man lehnt deutschen Wein häufig deshalb ab, weil er unbewusst geprägt ist von einem Deutschland-Image, das sich mit den Begriffen „Arbeit, Pflichterfüllung, Ordnung, Perfektion, Kleinbürgerlichkeit und Bürokratie“ umschreiben lässt. So jedenfalls wurde es in den Interviews der Studie wiederholt erklärt. Moderne Menschen in Deutschland wollen anders sein. Sie haben eine Vorstellung von sich selbst, die durch Begriffe wie „Weltoffenheit, Aufgeschlossenheit, Lebensfreude, Genussorientierung, Ungezwungenheit“ umrissen werden kann. Im Wein sucht man ganz offensichtlich nach weiteren Identifikationsmöglichkeiten für sein gesellschaftliches Wunsch-Ego. Als Händler mit spanischen Weinen habe ich gelernt wie wichtig es für die Konsumenten ist, sich durch den Wein mit einem anderen Lebensstil identifizieren zu können. Immer dann haben wir gute Umsätze gemacht, wenn ein Probierangebot mit exakten Anweisungen

erschienen ist, zu welchen Gelegenheiten die Spanier genau diese Tropfen genießen und was sie wahrscheinlich dazu essen würden.

Neben den erwähnten, und von mir sehr bewusst etwas simplifiziert dargestellten sozialen Sinus-Milieus, verdient ein anderer soziologischer Aspekt im Zusammenhang mit Weinkonsum Beachtung, nämlich die s.g. „Erlebnisgesellschaft“. Dieser Begriff wurde vom bereits erwähnten Soziologen *Gerhard Schulze* eingeführt und besagt, dass die Industriegesellschaft am Beginn des 21. Jahrhunderts ganz entscheidend durch die Erlebnisorientierung ihrer Mitglieder gekennzeichnet ist. Die soziale Situation in unseren Breitengraden ist ja meist nicht mehr durch Knappheit sondern eher durch Überfluss gekennzeichnet. Wenn alles mach- und erreichbar ist, setzt bei vielen Menschen die Suche nach „dem ultimativen Kick“ ein. So erklärt sich die ungebremste Reiselust vieler Mitbürger, die fernab der Heimat ständig neue Bilder und Erfahrungen suchen. Im Extremfall begibt man sich auf gefährliche Wildwasserwege, springt an Gummiseilen von Brücken oder lässt sich von primitiven Flugmaschinen über Alpentäler tragen. Die Lust am Erlebnis zieht sich, soweit der ökonomische Hintergrund gegeben ist, durch alle sozialen Milieus.

Bei den Weintrinkern ergeben sich selbstverständlich auch viele Ansätze den Weingenuss in neue Erlebnismuster einzubauen. Organisierte Weinreisen in ferne Weinbauländer oder die europäischen Klassikerregionen werden zu Hauf angeboten. Eine ganz neue Reisebranche, die nur noch Weinreisen veranstaltet, ist mittlerweile entstanden. Restaurants und Hotels veranstalten in der ganzen Welt geführte Horizontal- und Vertikalverkostungen mit großen Namen. Sammler und Winzer präsentieren dabei für teures Geld ihre Schätze. Weinexoten aus bislang fast unbekanntem Weinbaugebieten erscheinen selbst in den Supermärkten und finden dort guten Absatz, das Ungewöhnliche ist „in“. Die Gastronomie tut das ihre, Wein und Speisen originell und unkonventionell zu kombinieren. Auch dabei scheint manchmal die Devise zu sein „je unerwarteter desto besser“. Das Ziel all dieser Aktivitäten ist nicht mehr alleine den Weinfreunden ein schönes und angenehmes Leben zu bieten, denn das reicht in der Erlebnisgesellschaft schon lange nicht mehr. Es muss auch interessant und faszinierend sein, jedenfalls aus der Sicht des jeweiligen Konsumenten. Für viele Weinfreunde ist dabei einer der wichtigsten Aspekte, dass man vom „Weinerlebnis“, wo immer es stattgefunden hat, berichten kann. Unter Gleichgesinnten möchte man sich durch seine „besondere“ Weinerfahrung eine soziale Stellung erobern bzw. eine schon vorhandene festigen.

Aber es ist nicht nur die gesellschaftliche Bedeutung, die den Wein begehrenswert macht, es ist auch seine Wirkung, der Rausch. Bei den Sinus-Milieus der „gehobenen Modernen“ finden sich naturgemäß auch viele „Intelligente und Intellektuelle“ und ich möchte in diesem Zusammenhang von

einem, wie ich glaube, ganz typischen Wienerlebnis berichten. Zusammen mit ein paar anderen Weinfreunden saßen wir um den großen Esstisch auf dem einige appetitliche „tapas“, spanische Appetithappen, herumstanden. Der Gastgeber erklärte was er da gerade in die großbauchige Dekantierflasche gekippt hatte. Einige Mitglieder der Tafelrunde stießen ein gequältes „Aaahhh“ aus und ließen ihre Nasen im Riedel-Glas verschwinden. Nach einer Weile unterbrach ein Mutiger die andächtige Stille und begann über die Rioja, Tempranillo, Holz und das Alter des Weins zu philosophieren. Mein Tischnachbar nickte beipflichtend und fing an von der Reblage zu reden. Das Getränk stamme aus dem Nachbardorf eines anderen Dorfes, durch das er vor zwei Jahren mit dem Fahrrad gekommen sei. Ich stellte mir vor, der etwas schwächliche Tischgenosse könne möglicherweise Volksschullehrer sein. Sein dozierender Tonfall und die vielen ungeordneten Wahrheiten über Spanien, die er ungeniert von sich gab, ließen mich das vermuten. Ich sah ihn radelnd vor mir, mit Hosenträgern an den Beinen und einer ziemlich lächerlichen Kopfbedeckung. Das Gespräch wurde grundsätzlicher und hochtrabender, einige Nasen hatten sich schon gerötet, die europäische Kultur wurde angesprochen, und welche Bedeutung der Wein in ihr hatte, Karl V. und der deutsche Einfluss auf die spanische Kultur wurden bemüht, und je weiter der feuchte Abend fortschritt, desto umfassender wurden die Aussagen. Die Runde glich einem Stammtisch. Anstatt über Politik oder Fußball wurde über Wein palavert. Man sprach kenntnisreich von den Geheimnissen der Winzer und Weinmacher und als wir uns voneinander verabschiedeten, taten wir dies im Bewusstsein heute Abend wieder stundenlang „gearbeitet“ zu haben. War die Veranstaltung mit ihren großartigen Weinen letztlich nicht doch nur eine Rechtfertigung für den begehrten Alkoholrausch? Was der Penner im Bahnhofsviertel durch Wermuth, Schnaps und Bier erlebt, besorgt beim wohlhabenden Bürger im „gehobenen“-Sinus-Milieu teurer Wein. Während der Säufer auf der Strasse wegen seines sozialen Verhaltens eigentlich ein schlechtes Gewissen haben sollte, ist der „gehobene“ Weinkonsument entschuldigt, denn er hatte sein Bewusstsein auf „Kultur-Konsum“ geschaltet. Die vielbelächelte Ernsthaftigkeit, mit der Weintrinken zu einem akademischen Diskurs wird, findet sich natürlich auch genau hier in dieser Gruppe.

Zusammenkünfte der Art wie ich sie eben geschildert habe, haben ihre Vorbilder in der Antike. Das griechische „Symposium“, in der heutigen Begrifflichkeit eine Versammlung von Wissenschaftlern, die dem Austausch von Gedanken und Erkenntnissen dient, war in seiner ursprünglichen Bedeutung ein Trinkgelage. Die überlieferten Bilder von Symposien stellen meist ein- bis zwei Dutzend Männer dar, die mit Efeukränzen geschmückt, sich auf Liegen räkeln, Gespräche führen und Wein trinken. Dabei werden sie von Knaben bedient und von Tänzerinnen, Musikantinnen oder Hetären unterhalten. Solche Symposien wurden vielfach idealisiert bzw. ihre Inhalte in der intellektuellen Bedeutung stark überhöht. Das Saufen, einschließlich der

offensichtlichen erotischen Komponente, war letztlich sicher ebenso wichtig wie die gepflegten Gespräche über alle möglichen Themen. Dass dem so war, dafür spricht auch der Kranz auf dem Haupte der Teilnehmer. Der kühl-dunkle Efeu sollte die Sinne klar halten und dem Rausch, sowie dem auf dem Fuße folgenden Kater, Einhalt gebieten. Ihrem Wesen nach waren die Symposien auf die Wohlhabenden der Gesellschaft beschränkt und es wurden, außer den weiblichen Bediensteten, ausschließlich Männer zugelassen. Selbstverständlich wurde die Trunkenheit bei einem Symposium mit völlig anderen Maßstäben gemessen als der Rausch der einfachen Leute. Bei den sozial besser gestellten Symposiumsteilnehmern war der partielle Verlust der Körperkontrolle die notwendige Begleiterscheinung einer kultivierten Zusammenkunft, während bei den unteren Schichten das gleiche als ein bedauerliches Zeichen dafür angesehen wurde, dass man nichts vertrug.

Als ich obiges niedergeschrieben hatte und nochmals durchlas, kam mir der Verdacht, dass ich das Thema „Symposium“ aus einem allzu zeitgebundenen Gesichtswinkel betrachtet habe, der ziemlich genau das heutige Verständnis der Gesellschaft, in der ich lebe, reflektiert. Übermäßiger Alkoholkonsum ist in unserer Gesellschaft negativ besetzt, wobei sich der Begriff „übermäßig“ an der Kontrolle unseres Verstandes und der Koordinationsfähigkeit unserer Bewegungen und Sprache orientiert. Im liegenden Zustand der Symposiumsteilnehmer mag letzteres nur eine geringe Rolle gespielt haben, die Trübung des Verstandes aber sollte sich in einem akzeptierten Minimalbereich bewegen. Sobald dieser verlassen wird, etwa im Shakespear'schen Sinne vom Wein, der im Gehirn die albernsten und rohen Dünste zerteilt, bewegt sich der „Trunkene“ des 21. Jahrhunderts außerhalb der gesellschaftlichen Grenzen. In anderen Gesellschaften, wie z.B. der geschilderten antiken griechischen, mag dies natürlich ganz anders gewesen sein. Man denke an den lateinischen Ausspruch „in vino veritas“ (im Wein liegt die Wahrheit); was war bei einem Symposium wohl wichtiger als ein geistreicher Kopf, der die Wahrheit spricht? So konnten die Symposiumsteilnehmer die wichtigsten Dinge verhandeln und auch entsprechende Beschlüsse fassen. Dem Hausherrn, der häufig gleichzeitig der „Symposiarch“, d.h. der Vorsteher des Gastmahls war, oblag es die im Rausch gefällten Entscheidungen den Teilnehmern am nächsten Tag nochmals vorzulegen und sie zu fragen ob sie noch immer zu ihren Entschlüssen stünden. Diesem Verhalten lag wohl die Auffassung zugrunde, dass der Weinrausch einem extatischen Zustand entspricht, der die Sinne schärft und das Bewusstsein empfänglich für göttliche Eingebungen macht. Somit konnten ganz andere Erkenntnisdimensionen als in nüchterem Zustand in die Entscheidungsfindungen mit einfließen. Diese Vorstellungswelt war nicht weit vom Dionysos-Kult entfernt und stößt heutzutage weitgehend auf Ablehnung. Schon die Sprache drückt es aus: das Wort „nüchtern“ ist gleichbedeutend mit rational und schnörkellos, Eigenschaften, die einer wissenschaftsorientierten und hochtechnisierten Welt durchaus entsprechen.

Die auf den Symposien einst konsumierte Menge an Wein drückt sich auch in der Entwicklung der griechischen Trinkgefäße aus. Gläser oder Metallbecher kannten die Griechen nicht, sie benutzten ausschließlich aufwendig verzierte Trinkschalen aus Ton mit zum Teil erheblichen Durchmessern. Eine Trinkschale maß zwischen 25 und 27 cm im Durchmesser und hatte eine Fassungsvermögen von rund zwei Litern. Diese Gefäße waren fast immer Gemeinschaftsgefäße, d.h. der Kelch ging von Syposiumsteilnehmer zu Symposiumsteilnehmer und jeder nahm entsprechende Schlucke. Es ist natürlich auch denkbar, dass man die Schale nur zu einem kleinen Teil füllte um einen Luftraum für die Duftentwicklung des Weines zu belassen. Im übrigen wurde der Wein praktisch immer mit Wasser verdünnt, wobei ein Verhältnis von 1/3 Wein zu 2/3 Wasser vom großen Dichter *Anakreon*, der in seinen Liedern der Liebe und dem Wein gehuldigt hat, empfohlen war. Häufig war das Getränk auch mit Honig gesüßt und mit Kräutern gewürzt. Die Symposiumsteilnehmer haben ausschweifenden Alkoholgenuss zu tiefst abgelehnt. Als Säufer hat man, meist feindliche, Völker abqualifiziert und sie den „Barbaren“ gleichgesetzt. Einer der bedeutendsten griechischen Philosophen *Poseidonius von Apameia*, einer kleinen Stadt in Syrien (135 v.Chr. bis 51 v. Chr.) beschreibt aus eigener Anschauung die Trinkgewohnheiten der südfranzösischen Kelten beim Mahle (zit. Nach Klaus E. Müller, 2003): „Das Getränk der Reichen ist Wein, der aus Italien oder Massilia (heute Marseille) kommt; man trinkt ihn aber unvermischt oder setzt, gelegentlich nur wenig Wasser zu. Diesem Trunk sind sie über die Maßen ergeben und trinken in ihrer Gier so reichlich, dass sie infolge des Rausches in Schlaf oder wahnsinnsähnliche Zustände verfallen. Auch geschieht es bei ihren Gelagen oft, dass sie um irgendeines unbedeutenden Anlasses willen in Wortstreit geraten, der bis zur Herausforderung und zum Zweikampf führt.“

Übermäßiger Alkoholgenuss wurde von den Griechen und Römern mit einem Mangel an Kultur gleichgesetzt. Da die Kelten nach landläufiger Meinung diese nicht hatten, ist der propagandistische Zweck der Aussage des *Poseidonius* allzu deutlich. Es ist auffallend wie in der antiken Gesellschaft der Wein und die Art und Weise seines Genusses, ein Maßstab für allgemeines moralisches Verhalten und Zivilisation geworden war. Diese Sichtweise haben später die Araber, immer dann, wenn sie sich nicht so streng um die Abstinenzgebote des Koran kümmerten, ebenfalls eingenommen und über die maurische Kultur ist sie nach Spanien gekommen. Noch im frühen 20. Jahrhundert war dort Trunkenheit völlig gesellschaftsunfähig. Es genügte einer Person in ihrer Vergangenheit Betrunkensein nachzuweisen, um sie für immer als Zeuge in einem Prozess auszuschließen. Jemanden einen „Borracho“ (Betrunkenen) zu nennen, gehörte zu den größten Beleidigungen und war Grund genug den Kontrahenten zum Duell zu fordern. Während in der Renaissance und im Barock die großen Maler überall in Europa einem gesellschaftlichen Bedürfnis folgten, und Bacchanalien und Trinkgelage

darstellten, kommen diese Motive in der spanischen Malerei kaum vor. Die berühmte „Anbetung des Bacchus“ von *Velazquez*, die im Volksmund auch „Los Borrachos“ (die Betrunkenen) genannt wird, stellt eine Ausnahme dar und wurde vielleicht nur deshalb akzeptiert, weil die Trunkenen - sofort erkennbar - zur niedrigsten sozialen Schicht gehörten. Der große *Goya* hat das Anstößige des Themas in seinem wunderbaren Gemälde „die Weinlese“ genial umschifft, indem er abstrahiert hat. Man sieht nur die Trauben, und ihre Verwandlung in freudespendenden Wein ist im Ausdruck der Menschen, die eindeutig höheren Gesellschaftsschichten angehören, auf dem Bild vorweggenommen. Die Szene ist beschwingt und heiter, eine geniale, indirekte Huldigung an das Getränk Wein.

Wenn ich vom Zusammenhang von Wein, Kunst und Gesellschaft spreche, muss ich auch einige der Bildergeschichten *Wilhelm Buschs* erwähnen. In dem Sittengemälde „Die fromme Helene“ ist nämlich ein Großteil der Soziologie der Weintrinker mit genialem Strich festgehalten. So schlabbern auf der Hochzeitsreise die Neuvermählten, der reiche Firmenchef Schmöck und seine junge Frau Helene, natürlich flaschenweise „Wittwe Klicko“ (Veuve Cliquot).

Wie lieb und lustig perlt die Blase
Der Wittwe Klicko in dem Glase.

Der Luxus in der jungen Familie geht so weit, dass sich Helene auch nicht scheut ihres Arztes Rat zu befolgen und in warmem Wein zu baden. Den bekommen hinterher die Armen, die sich vor der Villa Helenes an ihrem „Badewasser“ gütlich tun. Jean, der Diener und heimliche Weinfreund, wird entdeckt und muss seine in der Gesäßtasche versteckte Flasche abgeben. Als sich Schmöck an einer Fischgräte verschluckt und im Todeskampf am Tischtuch zerrt, hat der herbeigeeilte „Schang“ (Jean) nur die auf dem Tisch stehende Flasche im Sinn, fängt sie auf und legt sie an den Mund, während sein Herr qualvoll verscheidet. Nachdem Helene nach dem Ableben ihres Gatten mit dem Vetter Franz anbandelt wird Jean von Eifersucht gepackt und schlägt dem armen Franz die Flasche auf den Kopf:

Und - Kracks! Es dringt der scharfe Schlag
Bis tief in das Gedankenfach.

Der Lebensfaden des Veters reißt. Schließlich kann Helene selbst auch nicht mehr dem Alkohol widerstehen.

Nachdem sie ihrem lustvollen Lebenswandel abgeschworen hat und sich dem Wein ergibt, kost sie auf einer berühmt gewordenen Zeichnung eine Weinflasche zärtlich, wie einen Bräutigam, an ihrer Wange. Ein Happy End steht ihr der Dichter allerdings nicht zu. *Busch* macht seine Helene zur Metapher; mit ihr veranschaulicht er das Vorurteil, dass Frauen nichts

vertragen. Die Strafe für Helene folgt auf dem Fuße: Sie fällt betrunken auf den Tisch mit der angezündeten Lampe und verbrennt:

Umsonst! - Es fällt die Lampe um,
Gefüllt mit dem Petroleum.
Und hülflos und mit Angstgewimmer
Verkohlt dies fromme Frauenzimmer.

Die Zuordnung der verschiedenen Personen zu den unterschiedlichen Sinus-Milieus dürfte nicht schwerfallen und würde uns humorvoll demonstrieren, dass sich das soziologische Verhalten der Weintrinker in dem seit damals vergangenen Jahrhundert im Prinzip kaum geändert hat.

Aus dem Bisherigen geht deutlich hervor, dass der Rausch bzw. die „Ent-Hemmung“ durch alkoholische Getränke in allen Zeiten und Gesellschaftsformen unserer Kulturgeschichte genau definierten soziokulturellen Standards entsprechen musste. Die Menschen mussten im Laufe ihrer Geschichte lernen mit den psychotropen Wirkungen von Wein und anderen alkoholischen Getränken umzugehen. Eine der hervortretendsten pharmakologischen Eigenschaften des Alkohols, ist ja bekanntlich das Entstehen eines erhöhten Erregungsniveaus beim Genießer. Dies äußert sich in einer Verstärkung des Kommunikationswillens, in Folge dessen es zu gesteigertem Redefluss, Singen und ähnlichen Äußerungen kommt. Daneben erfahren die Betroffenen eine Steigerung der sexuellen Appetenz und insbesondere bei Bier und Schnaps auch eine höhere Aggressionsbereitschaft. Aber auch Trauer bzw. Traurigkeit können verstärkt werden. So ist es nicht selten, dass selbst hartgesottene Haudegen unter Alkoholeinfluss vor Rührung Tränen vergießen. All diese Wirkungen des Alkohols müssen in einer Gesellschaft strikt kontrolliert werden, um das reibungslose Zusammenleben der Menschen zu gewährleisten, auch wenn sie unter Alkoholeinfluss stehen. Wie dies im Einzelnen geschieht, wird von der jeweiligen Gemeinschaft bestimmt, die dann die entsprechenden sozialen Standards festlegt. Alkohol ist gerade in unserer nordeuropäischen Gesellschaft eine außerordentlich wertbefrachtete Angelegenheit. Gerade wir, die Weinfreunde, kommen recht oft in Konflikt mit den gesellschaftlichen Standards, insbesondere dann, wenn wir unsere Liebe zum Wein mit Argumenten verteidigen wollen.

Der Wein und die Frauen

Um die Soziologie der Weintrinker in ihrer Gesamtheit darstellen zu können wurde die Einteilung der Weintrinker in verschiedene Lebenswelten, „Milieus“ genannt, vorgenommen. . Diese Milieus beschreiben jeweils

unterschiedliche Lebensauffassungen und -ziele. Sie unterscheiden die Weintrinker nicht nach ihrem Geschlecht, obwohl uns gerade die Kulturgeschichte des Weins sehr deutlich zeigt, dass von Anfang an ein tiefer Riss durch die Gemeinschaft der Weintrinker geht: Frauen waren in vielen Gesellschaften vom Weingenuss ausgeschlossen. Eine Legende aus der Zeit der Sumerer, den Gründern von Babylonien, gibt eine poetische Erklärung des Grundes dafür. Die große Korngöttin *Ashnan* hatte, zusammen mit ihrer Freundin *Lahar*, die Aufgabe die anderen Götter mit Essen und Trinken zu versorgen. Leider sprachen die beiden dem Wein allzusehr zu und betranken sich regelmäßig. Dies führte schließlich zu einer groben Vernachlässigung ihrer Pflichten. Daraufhin wurde die Menschheit erschaffen, um die Rolle der Göttinnen zu übernehmen. Die Menschen aber grollten den beiden göttlichen Freundinnen seither und verfügten, dass sich ihre Geschlechtsgenossinnen auf Erden fürderhin der Abstinenz verschreiben müssten. Dies war vielleicht im 3. Jahrtausend vor Christi der Beginn der Diskriminierung der Frau beim Weingenuss. Aber es gab auch Sagen in denen der Wein den Frauen ausgesprochen gut tat. Die drastischste ist vermutlich die Geschichte der löwenköpfigen Kriegsgöttin *Sachmet* („die Mächtige“) im alten Ägypten, die durch Wein gezähmt wurde. Eines Tages war sie von der Menschheit so furchtbar angewidert, dass sie begann die gesamte Rasse zu töten und ihr Blut zu trinken. Da kam *Re*, der große Sonnen- und Schöpfergott und wollte den Rest der Menschen vor der blutdurstigen Göttin retten. Er vermischte 7000 Fässer Wein mit Granatapfelsaft und stellt sie in den Weg der mörderischen *Sachmet*, in der Hoffnung, dass diese den Inhalt für Menschenblut hielt, nach dem sie gierte. So geschah es auch, bald hatte sie sich bis zur Bewußlosigkeit betrunken und als sie aufwachte, war ihre Wut auf die Menschen für alle Zeiten vergangen. Welch wunderschöne Paraphrase: Der Wein hatte die Gottheit beschwichtigt und die Menschheit gerettet!

In der Tradition des jüdischen Glaubens spielte, wie übrigens in allen altorientalischen Religionen, die Verehrung weiblicher Gottheiten eine bedeutende Rolle. In der Babylonischen Gefangenschaft mögen die Juden auch vom Schicksal der Göttin *Ashnan* gehört haben. Aber erst als sich das Judentum zu einem einzigen Gott, nämlich dem alten Sonnengott Jahwe, bekannte, verloren die weiblichen Gottheiten ihre Bedeutung und die Männergesellschaft übernahm die Macht mit den bekannten Konsequenzen der Diskriminierung der Frauen. Man übernahm auch die Einstellung der Babylonier zum Wein und so kam es schließlich zum Ausschluss der Frau von den Genüssen des Weines, der sich dann im Christentum fortsetzte. Das Hohelied Salomos, jene großartige alttestamentarische Dichtung, in der zwar nicht dem Wein aber der sexuellen Lust beider Geschlechter intensiv gehuldigt wird, ist möglicherweise noch ein Rest der jüdischen Religiosität aus den frühen Tagen ihrer orientalischen Geschichte. "Meine Schwester, liebe Braut, du bist ein verschlossener Garten, eine verschlossene Quelle, ein versiegelter Born. Du bist gewachsen wie ein Lustgarten von Granatäpfeln mit edlen

Früchten, Zyperblumen mit Narden, Narde und Safran, Kalmus und Zimt, mit allerlei Weihrauchsträuchern, Myrrhe und Aloe, mit allen feinen Gewürzen. Ein Gartenbrunnen bist du, ein Born lebendigen Wassers, das vom Libanon fließt." schwärmt der Jüngling und "Mein Freund ist mir ein Büschel Myrrhen, das zwischen meinen Brüsten hängt"; träumt das Mädchen. Zu all den Düften und sinnlichen Worten hätte der Wein, der den Juden dieser Zeit ja sehr gut bekannt war, ebenfalls gut gepasst. Aber gleichberechtigten Weingenuss gab es nicht. Noch im Jahre 1911 beschrieb *Julius Preuss* in seinem imposanten Werk „Biblich-Talmudische Medizin - Beiträge zur Geschichte der Heilkunde und der Kultur“ sehr eindringlich die Gründe dafür. Sie hatten etwas mit der enthemmenden Wirkungen des Weins zu tun. *Preuss* schreibt am Ende des entsprechenden Kapitels: „Besonders gefährlich ist in dieser Beziehung der Wein für die Frau. Ein Glas Wein ist schön für die Frau, zwei eine Herabwürdigung, bei dreien fordert sie mit Worten (den Koitus), bei vierten fordert sie sogar einen Esel dazu auf, ohne sich zu schämen. Darum soll ein Mann, der nicht mit seiner Frau zusammen lebt, ihr zwar Naturalien aller Art, aber keinen Wein aussetzen. Großen Zorn erregt ein trunkenes Weib, ihre Schande kann sie nicht verhüllen, und nur ausnahmsweise wird eine schon berauschte Frau des Weines, den man ihr weiter einschenkt, sich enthalten.“ Das klingt wenig freundlich und man spürt sehr deutlich, dass hier mit ziemlich groben Worten versucht wird ein gesellschaftliches Phänomen, nämlich den traditionellen Ausschluß der Frau vom Weingenuss, in einen soziologisch begründbaren moralischen Zusammenhang zu bringen. In der gesamten abendländischen Gesellschaft unterdrückt das kollektive Männerdenken die Lustgefühle der Frauen, denn so bleiben sie - in der patriarchalen Vorstellung - für die Männer beherrschbar. Auf die gesellschaftliche Bedeutung der Interaktion von Wein und Sexualität werde ich später in einem eigenen Kapitel zu sprechen kommen.

Auch die Frauen in der römischen Antike unterlagen zeitweise einem strengen Verbot Wein zu trinken. So jedenfalls berichteten zahlreiche Schriftsteller aus dieser Zeit. Interessanterweise stand dies im Gegensatz zu den griechischen und den etruskischen Gepflogenheiten, zwei Hochkulturen, die ja bekanntlich beide von der römischen assimiliert wurden. Jeweils in der Spätphase ihrer Kultur nahmen sowohl bei den Griechen als auch bei den Etruskern Frauen, nicht selten gemeinsam mit Männern an Banketten teil und waren häufig als „gute Trinkerinnen“ bekannt. Frauen erschienen in griechischen Komödien nicht selten als Liebhaberinnen des Weins und Trunksucht galt als typisch weibliches Laster. War dies vielleicht auch der Grund warum sie von den Symposien ausgeschlossen waren? In der „*Lysistrata*“ des *Aristophanes* erfahren wir:

„Ein mächt'gen, schwarzen Humpen drehn wir um
Schlachten ein Faß voll Thasierwein und schwören:
Nie komm`ein Tropfen Wasser in den Humpen.“

Damit besiegeln Lysistrata und ihre Genossinnen den weiblichen Bund der Verweigerung gegenüber ihren Männern.

„Nie soll ein Buhler noch ein Ehemann
Mir nah`n mit steifer Rute
Zu Hause will ich sitzen unberührt
Im gelben Schal, geschminkt und schön geputzt
Will meinen Mann in helle Flammen setzen
Und nie, so viel an mir, mich ihm ergeben.“

So schwören die jungen Damen und bekräftigen ihren Pakt gegen die Männer mit ergötzlichen Schlucken des „Weihtrunks“ aus dem schwarzen Humpen. (Wein von der Insel Thasos vor Thrakien, der in Amphoren nach ganz Griechenland verschifft wurde, war übrigens ein sehr geschätzter, vermutlich leichter, Wein mit einem ganz typischen Apfelduft). Völlig im Gegensatz zu *Aristophanes* brachten andere Autoren im alten Griechenland immer wieder zum Ausdruck, dass „betrunkene Frauen alle moralischen Hemmungen verlieren“ - ein Vorurteil, das sich sowohl in unserer als auch in der jüdischen Kultur Jahrtausende lang hartnäckig hielt. Es waren besonders die Frauen, die der Weingott *Dionysos* immer wieder in seinen Bann zog. Einen interessanten Hinweis auf einen quantitativ tatsächlichen unterschiedlichen Weinkonsum der Geschlechter im alten Griechenland gibt ein Friedhof in Athen aus dem 8. vorchristlichen Jahrhundert. Die Gräber von Männern und Frauen wurden durch die auf den Grabsteinen befindlichen Keramikgefäße unterschieden: die Gräber von Männern sind mit dem typischen Mischkessel für Wein mit Wasser, die Gräber der Frauen dagegen mit einem großen Gefäß für die Aufbewahrung von Lebensmitteln geschmückt. Trotz aller Vorurteile gegenüber dem Weintrinken der Frauen in der antiken griechischen Gesellschaft, hat man es nie verboten oder die Frauen sonst irgendwie daran gehindert, wenn sie es denn tun wollten.

Demgegenüber griffen die Römer manchmal zu sehr drastischen Maßnahmen um das Weinverbot für Frauen durchzusetzen. Der römischen Frau unterstanden im allgemeinen zwar die gesamten Hausangestellten aber niemals der Kellermeister, er war ausschließlich dem Hausherrn gegenüber verantwortlich. Es ist überliefert, dass jung verheiratete Frauen auch von ihren Eltern auf die Einhaltung des Abstinenzgebotes kontrolliert wurden. Beim Zusammentreffen von Vater oder Mutter mit der Tochter wurde diese von ihnen auf den Mund geküsst. Nicht immer etwa aus zärtlicher Liebe, sondern aus Gründen der Geruchskontrolle, bei der insbesondere auf den typischen Geruch von Wein geachtet wurde. Dieses Vorgehen war noch ein Überrest einer Gruppen-Gerichtsbarkeit, bei der die Eltern die Einhaltung religiöser oder sozialer Bräuche ihrer Kinder, insbesondere ihrer Töchter, auch nach deren Fortgang aus dem Elternhaus zu überwachen hatten und für ein

eventuelles Fehlverhalten verantwortlich gemacht werden konnten, z.B. auch vom Ehemann ihrer Tochter. Aus den frühen Jahren der römischen Geschichte sind Berichte überliefert von Frauen, die, weil sie Wein aus dem Faß getrunken hatten, von ihren Ehemännern totgeschlagen oder von ihrer Familie gezwungen wurden, den Hungertod zu sterben. Noch im Jahre 194 v. Chr. wurde eine Frau in Rom von einem Richter wegen Trunkenheit verurteilt. Im Laufe der historischen Entwicklung hat sich das Weinverbot für Frauen dann auch im alten Rom immer mehr gelockert. Zunächst sprach man dem mäßigen Weingenuss auch für Frauen gesundheitsfördernde Wirkungen zu. Später, in der Kaiserzeit, muss es unter den römischen Damen sogar zu regelrechten Wein-Exzessen gekommen sein, die die Gesellschaft dann allerdings widerspruchslos tolerierte.

Ein im kulturhistorischen Zusammenhang nur schwer interpretierbares Phänomen war die Tatsache, dass trotz ihrer Diskriminierung im täglichen Leben, viele der geschichtlichen, mit Wein verbundenen Gottheiten weiblichen Geschlechts waren. *Gestin* oder *Gestinanna* war die „Weinrebe des Himmels“ bei den Sumerern. Einer der ersten, namentlich bekannte Weinmacher neben Noah, war eine Frau, nämlich *Siduri* aus dem Gilgamesch-Epos. Die ägyptische Göttin *Renenutet* war nicht nur für den Weinbau zuständig sondern für die gesamte Landwirtschaft. *Ganymeda* war eine griechische Göttin, die bei den olympischen Festen Ambrosia und Nektar, die Götterspeise und den Göttertrank, servierte; sie war die Mundschenkin der Unsterblichen und damit wohl die erste Sommelière. Die Römer verehrten in *Potina* eine merkwürdige Zwitter-Konstellation, nämlich die Göttin der Weberei und des Trinkens. Im Christentum haben dann verschiedene heilige Frauen diese Rollen übernommen. Allen voran *Maria*, die Gottesmutter. Darstellungen der *Maria* als „Traubenmadonna“ oder als „Muttergottes in der Weinlaube“ zeugen von der innigen Verehrung, die sie in manchen Gegenden als Schutzpatronin der Weinbauern und Winzer genoß. Man könnte dieses Thema mit vielen weiteren Beispielen untermauern. Die engen Beziehungen weiblicher Gottheiten und Heiliger zum Wein weisen daraufhin, dass die Geschlechtertrennung beim Weinkonsum in keiner Kultur absolut, ja vermutlich noch nichteinmal so streng, wie es manche Historiker sehen, war. Vielleicht steckt das schlechte Gewissen der Männergesellschaft wegen der Benachteiligung der Frauen beim Weingenuss dahinter und, gleichsam als moralische Wiedergutmachung, hat man deshalb weibliche Weingottheiten angebetet.

Die Klöster spielten beim Wiederaufbau der Rebkultur nach der Völkerwanderungszeit eine große Rolle. Den allgemeinen sozialen Bedingungen entsprechend, waren es fast ausschließlich männliche Orden, die sich des Weinbaus annahmen. Wenn man einmal von *Hildegard von Bingen* absieht, die sich als schreibende Ärztin viel mit dem Wein und seinen Wirkungen beschäftigt hat, gibt es nur sehr wenige Ordensfrauen, deren

Namen mit Wein in Verbindung gebracht werden können. Zwei der Ausnahmen sind die *Heilige Ottilia*, Stifterin der Klöster Odilienberg und Niedermünster bei Straßburg, und die *Heilige Huna* aus Hunaweiler im Oberelsaß. Beide haben in ihrer caritativen Tätigkeit die Armen ihrer Gemeinden mit Wein versorgt. Ob sie selber Wein getrunken und genossen haben ist allerdings nicht überliefert.

Einer der objektiven Hintergründe der in unserer Kultur praktizierten Diskriminierung der Frauen beim Wein- und Alkoholgenuss kann möglicherweise die schon seit alters in medizinischen Abhandlungen beschriebene empfängnisverhütende und abtreibende Wirkung des Weines sein. Unter diesem Aspekt ist das Verbot für Frauen Wein zu genießen als Ausdruck der patriarchalischen Gesellschaft zu deuten, in der die soziale Hauptaufgabe der Frau ausschließlich das Muttersein ist. In seinem hedonistisch-philosophischen Werk „Die genießerische Vernunft“ geht *Michel Onfray* mit der Erklärung dieses Phänomens noch einen Schritt weiter: „Dass die Frauen frei über sich selbst verfügen können, dass sie nach Vergnügen und Wollust streben, war den Männern nie ganz geheuer. Noch weniger den Institutionen, die sie eingerichtet haben, um ihre Herrschaft über die Frauen zu sichern. Die katholisch-apostolisch-römische Kirche hat natürlich in diesem Bereich kräftig reglementiert - wie in allen Bereichen, die dem Dasein etwas Würze zu geben vermögen: Ernährung, Sexualität oder, um es mit *Foucault* zu sagen, Gebrauch des Körpers und Sorge um sich.“ Ich bin geneigt, diese Gedanken bis in unsere Gegenwart weiterzuspinnen. Die ganzen Trinkrituale unserer Gesellschaft, vom studentischen Wettsaufen bis hin zum Stammtisch in der Vorstadtkneipe, sind Ausdruck der Vereinnahmung der „Trinkkultur“ durch die Macho-Gesellschaft. Nirgends wird dieses soziologische Phänomen besser karikiert als in der wein- oder bierseligen Wirklichkeit deutscher Gasthäuser: das Privileg des Rausches ist noch immer weitgehend den Männern vorbehalten und in unendlich vielen Liedern, die unter Alkoholeinfluss laut und dissonant gegrölt werden, wird seit Jahrhunderten der Männersuff verherrlicht. Die Party endet in der Karikatur meist mit dem hinter der Türe versteckten Nudelholz in der Hand der (vermutlich frustrierten) Ehefrau.

Wie Frauen auch in der Vergangenheit trotzdem gelegentlich genossen haben schildert *Alwin Schulz* in seinem 1903 erschienenen Buch „Das häusliche Leben der europäischen Kulturvölker“: „Auch Frauen tun sich, ganz besonders bei den Hochzeitsmahlen etwas an“, schrieb er. Die Rede ist vom 16. und beginnenden 17. Jahrhundert. „Heimlich essen sie die leckersten Speisen, und den Männern setzen sie Kraut und Suppe vor“ denn diese dürfen von den Veranstaltungen der „Fraß- und Saufschwester“ natürlich nichts erfahren. Bei diesen bürgerlichen s.g. „Krantz-Mahlen“ oder auch „Krantz-Fressereyen“ der Frauen wurde gut und viel getrunken. Übrigens waren diese Treffen, wie der Name bereits vermuten lässt, die Vorläufer der späteren „Kaffee-Kränzchen“.

Hierin war die Antwort der Frauen auf die Einrichtung der „Trinkstuben“ in den Zunfthäusern oder der städtischen „Wirtshäuser“ zu sehen, die ja ausschließlich den Männern vorbehalten waren. Auch „Weiberzechen“ gab es, dies waren Stiftungen, aus deren Mittel die Frauen ihre Trinkfeste finanzieren konnten. Wie die Männer, tranken die Frauen in jener Zeit in Deutschland und im gesamten nördlichen Europa im wesentlichen Bier. Charakteristisch für die Zeit war die strikt eingehaltene Geschlechtertrennung beim Trinken. Gelage an denen Männer und Frauen teilnahmen, waren praktisch unbekannt. Kinder tranken übrigens ebenfalls, allerdings nur leichtes, Bier.

Michel de Montaigne war ein großer Kenner der menschlichen Psyche. Er lebte in der Mitte des 16. Jahrhunderts und sein berühmtestes literarisches Werk sind die „Essais“, eine Textsammlung zu Fragen des Lebens, aus der eine enorme Lebenserfahrung und noch heute eine unverändert große Aktualität spricht. Darin hat er sich sehr ausführlich über die Trunksucht ausgelassen, aber auch in diesen Ausführungen geht es praktisch nur um den männlichen Aspekt. Immerhin beschreibt er ein Ereignis, das einen Hinweis darauf gibt, dass auch Frauen in dieser Zeit gelegentlich dem Alkohol sehr zugesprochen haben. Die Tatsache, dass seine Darstellung das Zitat der Aussage einer dritten Person ist, lässt vermuten, dass es sich bei der weiblichen Trunkenheit, zumindest in den Kreisen *Montaignes*, um eine seltene Begebenheit handelte, die man eigentlich nur vom Hörensagen kannte. Es ist eine so witzige Episode, dass ich sie hier in voller Länge wiedergeben möchte: „Ebensowenig hätte ich dem Glauben geschenkt, was mir eine Dame berichtete, wenn ich sie nicht als besonders vertrauenswürdig schätzte und verehrte: Nahe Bordeaux, gegen Castres hin (wo ihr Haus steht), gab es eine verwitwete Bauersfrau im Ruf der Keuschheit, die eines Tages, als sie die ersten Anzeichen einer Schwangerschaft bei sich entdeckte, zu ihren Nachbarinnen sagte, wenn sie noch einen Mann hätte, würde sie meinen, in anderen Umständen zu sein. Da nun aber der Anlaß für ihren Verdacht von Tag zu Tag größer wurde und schließlich bis zur Gewißheit heranwuchs, entschloß sie sich kurzerhand, von der Kanzel ihrer Kirche herunter bekanntgeben zu lassen, sie verspreche dem, der die Urheberschaft gestehe, zu verzeihen und ihn, wenn er es wünsche, zu heiraten. Durch diese Ankündigung ermutigt, meldete sich nun einer ihrer jungen Ackerknechte und erklärte, an einem Festtag habe er sie, nachdem sie überreichlich dem Wein zugesprochen, vor ihrem Herd derart tief in Schlaf versunken und in einer derart unzünftigen Stellung gefunden, dass er sich ihrer sogleich und ohne sie aufzuwecken bedienen konnte. Noch heute leben sie ehelich zusammen.“ Auch diese Geschichte hat, wie so häufig bei weiblicher Trunkenheit, einen sexuellen Hintergrund und ich werde später, in dem entsprechenden Kapitel, nocheinmal auf sie zurückkommen.

Die von *Montaigne* mitgeteilte, amüsante Geschichte eröffnet uns einen Schlüssel zum Verständnis der gesellschaftlichen Diskriminierung der Frauen

beim Alkoholgenuss. Die Vorstellung von der vermeintlichen sexuellen Verwundbarkeit der Frau unter Alkoholeinfluss, wie sie in der Geschichte dargestellt wurde, entspricht der typischen Denke männlich dominierter Gesellschaften. Der Mann ist der naturgegebene Herrscher über Frau und Kind und als solcher selbstverständlich auch der verantwortliche Beschützer der beiden. Sein Dominanzanspruch gegenüber der Frau wird allerdings in einer wichtigen Angelegenheit deutlich geschmälert. Nämlich bei einer Schwangerschaft seiner Frau erlebt er die naturgegebene Unsicherheit seiner Vaterschaft. Die Mutter weiß stets, welches ihr Kind ist, sie hat es schließlich zur Welt gebracht und als erste betrachtet. Beim Vater ist das nicht der Fall, das Kind seiner Frau könnte immer auch das Kind eines anderen sein. Daraus folgt, dass der Vater glaubt, um seine soziale Vormachtsstellung zu legitimieren, Kontrolle über das Sexualverhalten seiner Frau haben zu müssen. Wie wir aus den berufenen Mündern unserer Literaten und Künstler vernommen haben, können der Wein, und andere Alkoholika wirksame Stimulantien der sexuellen Appetenz, s.g. Aphrodisiaka, sein und als solche die Frau unter Umständen außerhalb die Kontrolle ihres Herrn und Gebieters bringen. Das muss aber unter allen Umständen vermieden werden und daher hat die Männergesellschaft jenes Trinkverbot für Frauen, von dem im vorangegangenen Kapitel die Rede war, geschaffen. Wir befinden uns gegenwärtig in einer geschichtlichen Situation, in der das Patriarchat in Auflösung begriffen ist und diesem Umstand ist vielleicht der heutzutage deutlich freiere Umgang der Frauen mit Alkohol zu verdanken.

Nach landläufiger Meinung findet eine offensichtliche Benachteiligung der Frauen beim Weinkonsum in unseren westlichen Zivilisationen heute nicht mehr statt. Endlich Gleichberechtigung auch auf diesem Lebenssektor? Bei genauerem Hinsehen entdecken wir, dass es doch noch subtile Unterschiede gibt. Frauen sollten auf jeden Fall weniger als Männer trinken, so lautet eine gesicherte medizinische Erkenntnis. Frauen vertragen einfach weniger, und dies ist jetzt sogar wissenschaftlich erwiesen! Heute, im Zeitalter der Molekularbiologie, wird der Unterschied zwischen den Geschlechtern in Bezug auf die Alkoholtoleranz, auf die genetische Ebene verlagert. Die s.g. Alkohol-Dehydrogenase, oder ADH genannt, ist eine Familie von Enzymen im Körper, deren Aufgabe u.a. darin besteht, Alkohol im Blut abzubauen. Alkohole entstehen nämlich ganz natürlich in kleinsten Mengen während einiger Stoffwechselprozesse. Nach Zufuhr von Alkohol ist es einleuchtend, dass derjenige, der viel von diesem Stoff im Blut hat, in der Zeiteinheit mehr Alkohol metabolisiert (abbaut) als derjenige, der nur wenig davon hat. Als Folge davon vertragen diejenigen, die viel von diesem Enzym im Blut haben mehr Alkohol. Forscher haben herausgefunden, dass Frauen im statistischen Mittel deutlich niedrigere ADH-Spiegel als Männer haben. Daraus wurde nun von fast allen nationalen und internationalen Gesundheitsorganisationen abgeleitet, dass für Frauen die maximale und vermutlich gesundheitsunschädliche Dosis von Alkohol um die Hälfte niedriger sei als bei

Männern. Wie kontrovers diese Behauptung allerdings selbst von Wissenschaftlern gesehen wird, zeigt sich in der Tatsache, dass viele ernstzunehmende medizinische Publikationen nur von einem Drittel, statt von der Hälfte, weniger Alkohol für Frauen als verträgliche Menge sprechen. Das Erstaunliche dabei ist, dass diese Empfehlungen von unserer Gesellschaft völlig widerspruchlos hingenommen werden. Es gibt außer den Frauen noch viele andere Bevölkerungsgruppen, z.B. die Japaner, die ebenfalls notorisch niedrige ADH-Werte haben. Dennoch gibt es für diese, beispielsweise von der Weltgesundheitsorganisation, keinerlei besondere gesundheitspolitischen Richtlinien in Bezug auf Alkoholkonsum. Die Vermutung liegt nahe, dass solche von den Betroffenen auch als diskriminierend, wenn nicht gar als „rassistisch“ empfunden würden.

Ich vermute, dass die Geschichte mit der Alkohol-Dehydrogenase Wasser auf die Mühlen des Männerwahns ist. Jetzt ist ein uraltes gesellschaftliches Vorurteil kein Vorurteil mehr, sondern eine „wissenschaftlich bewiesene“ Tatsache. Eine fast universelle Beobachtung, nämlich dass Frauen im Durchschnitt weniger trinken und weibliche Trunkenheit von der Gesellschaft schärfer sanktioniert wird, hat nun endlich eine „unumstößliche“ biologische Grundlage bekommen. So scheint es zumindest. Wissenschaft verkauft heutzutage eben nicht nur Waschmittel für blendend weiße Wäsche, sondern auch gesundheitspolitische Argumente. Ob hinter den gemessenen Tatsachen allerdings nicht doch wieder die bekannten kulturellen Ursachen stehen, ist völlig unbekannt. Wie jedes Enzymsystem zu erhöhter Aktivität stimuliert werden kann, wenn das Substrat im Übermaß vorhanden ist, so kann auch das ADH-System bei häufigem Alkoholenuss „hochgefahren“ werden, was erklären könnte warum Männer höhere Spiegel haben. Außerdem ist es denkbar, dass das ADH-System bei Frauen im Laufe ihrer biologischen Entwicklung verkümmert ist, gerade weil sie weniger tranken, bzw. trinken durften. Dass sich über viele Generationen die genetische bzw. wahrscheinlich wichtiger die „epigenetische“ Situation den Lebensumständen der Lebewesen, so auch des Menschen, anpasst, ist ein bekanntes und vielfach nachweisbares Phänomen. Eine identische Argumentation kann man, nebenbei bemerkt, auch für die bereits angedeutete Tatsache anführen, dass manche Bevölkerungsgruppen, wie die Semiten und Indoeuropäer, besonders viel Alkohol vertragen, bzw. ein sehr leistungsfähiges alkoholabbauendes Enzymsystem haben. Diese Völker hatten ja schließlich die ersten Kulturen hervorgebracht, in denen alkoholische Getränke in großem Stil produziert und getrunken wurden. Dies könnte eine genetische Selektion auf höhere ADH-Spiegel bewirkt haben. Auf der anderen Seite sind die erwähnten niedrigen ADH-Spiegel der Asiaten nicht etwa besonders niedrig, sondern nur deswegen geringer weil unsere einfach unverschämt hoch sind.

Die französische Psychoanalytikerin *Gisèle Harrus-Révidi* beklagt in ihrem Buch „Die Kunst des Genießens - Esskultur und Lebenslust“ die Situation der

Frau in Geschmacksfragen ganz treffend: „Die großen, international bekannten Köche sind Männer; erst seit kurzem haben die Frauen in Frankreich begonnen, unter der Bezeichnung „Mères“ (Mütter) das Kochpodium in der Öffentlichkeit zu erobern. Doch die gastronomische Kritik legt die Frau wieder auf die gleiche Position wie eh und je fest: Sie repräsentiert charmant und kostet naschhaft, doch die Beurteilung ist nach wie vor Sache des Mannes, das Aroma, die Beschaffenheit eines Bordeaux, die Würzen der Speisen fallen nicht in ihre Zuständigkeit.“ Dabei ist auch schon längst „wissenschaftlich erwiesen“, dass Frauen deutlich sensibler gegenüber Düften und Geschmäckern reagieren. Ob auch diese Unterschiede zwischen den Geschlechtern auch genetisch bedingt sind? Immer wieder hört man, dass Frauen Weißweine gegenüber Rotweinen bevorzugen würden. Bei Männern sei dies gerade umgekehrt. Statistiken, die so ein Verhalten belegen könnten, gibt es dazu, meines Wissens, allerdings nicht.

Trotzdem lassen zumindest die Konventionen unter den Weintrinkern vermuten, dass es geschlechtsspezifische Unterschiede gibt, man denke z.B. an die angebliche Vorliebe der Frauen für süße Weine, die ja dann auch häufig Weißweine sind. In vielen Gesellschaftsschichten wird es als selbstverständlich angesehen, dass Frauen süßere, oder etwas schmeichelnder ausgedrückt, liebliche Weine bevorzugen. Aus der Sicht des Liebhabers trockener Weine könnte man in dieser Feststellung problemlos wieder eine Diskriminierung der Frau erkennen. Die Geschmacksphysiologen haben längst erkannt, dass die Lust auf Süßes eine angeborene Eigenschaft des Menschen ist. Bereits das Neugeborene reagiert positiv auf etwas Süßes, wie man am Gesichtsausdruck eindeutig ablesen kann. Bitter oder sauer verursacht beim Säugling Abwehrreaktionen. Im Laufe des Lebens muss der Mensch lernen seinen Geschmack auszubilden und so kommt es, dass er eines Tages neben Kaffee oder Tabak auch Wein genießen kann. Wenn dem weiblichen Geschmack süßer Wein zugeordnet wird, kann dies in der Macho-Welt mancher Weingenießer unterschwellig bedeuten, dass die Frau sowieso nicht in der Lage ist die Komplexität eines Weines zu schätzen. Er muss also süß sein, damit wenigstens jener gering differenzierte Urgeschmack befriedigt wird. Ist die Liebe der Frauen zu süßeren Kreszenzen nichts anderes als ein Vorurteil, welches die Männerwelt sorgsam aufgebaut und in die Lebensumstände ganzer Gesellschaftsschichten integriert hat? Man kann dieses Thema ruhig in einem breiteren soziokulturellem Umfeld betrachten. Süße war bis zur Entdeckung des Rohr- und später des Rübenzuckers, eine große geschmackliche Rarität, die nur den sozialen Eliten vorbehalten war. Honig war limitiert verfügbar und Trockenfrüchte als Träger von Süße konnte man in den nördlichen Ländern Europas mit ihrem vielen Regen und ihrer geringen Sonneneinstrahlung, nur sehr schwer herstellen. Folglich war alles Süße sehr teuer. Süßen Wein hingegen erhielt man durch spätere Lese der Trauben oder durch ihren Befall mit Edelfäule (Botrytis) relativ einfach. Ab dem 16. Jahrhundert, als reiner Alkohol herstellbar wurde, konnte man die

Gärung auch durch Aufspritzen unterbrechen und so einen hohen Restzuckerhalt des Weines gewährleisten. Diese verschiedenen Techniken wurden ausgiebig genutzt und bis ins späte 19. Jahrhundert waren süße Weine von Männern und Frauen gleichermaßen bevorzugt. Dennoch: geschlechtsspezifische Aspekte beim Konsum von Süßigkeiten wurden schon lange vermutet. Angeblich besteht eine, vielleicht sogar genetisch bedingte, weibliche Vorliebe für Zucker. Da Frauen seit Jahrhunderten für den Haushalt ihrer Familien zuständig waren, und somit unbewusst den Geschmack der ganzen Gesellschaft beeinflusst haben, ist es denkbar, dass über diese Schiene das Süße schließlich auch Einzug in das bürgerliche und bäuerliche Leben hielt. Wie bereits angedeutet ist es eine historische Tatsache, dass am Beginn der Neuzeit süßer Wein der bevorzugte Essensbegleiter war - je höher der soziale Status, desto süßer war der Wein.

Da Marktforscher herausgefunden haben, dass in den heutigen Familien den Frauen eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung von Wein zukommt, hat man sich auch speziell mit der Käuferschicht Frauen und deren geschmacklichen Vorlieben beschäftigt. In Frankreich trinken mittlerweile 59 % der Frauen Wein, bei Männern liegt der Anteil noch etwas höher, nämlich bei 77 %. Die Statistiker sehen allerdings voraus, dass der Frauen-Markt weiter wächst, während der Konsum bei den Männern rückläufig ist. In Ländern wie Deutschland, Holland, Schweden und England, wo der gesamte Weinmarkt wächst, legen die Frauen überproportional zu, ja in England gibt es unter den Weinkonsumenten mittlerweile sogar mehr Frauen als Männer. Dass dies eine ganz logische Entwicklung ist, entlarvt mal wieder die Wissenschaft. Es gibt nämlich tatsächlich geschlechtsspezifische Unterschiede, insbesondere im Geruchsempfinden, die Frauen zum Weingenuss und folglich auch zur Entscheidung beim Weinkauf, geradezu prädestinieren. Wie eine groß angelegte Studie nachweisen konnte, reagierten weibliche Versuchspersonen mit deutlich höheren Empfindungsintensitäten auf bestimmte Geruchsreize als die männliche Vergleichsgruppe. Im Klartext bedeutet dies, dass Frauen im statistischen Durchschnitt den besseren Geruchssinn haben. Da der Geruchs- und der Geschmackssinn ganz eng miteinander verbunden sind, kann man die Empfindlichkeit gegenüber beiden miteinander gleichsetzen. Dies ist, natürlich schon länger bekannt, obwohl die Männergesellschaft ungerne darüber spricht: Frauen sind beim Benennen und Erkennen von Gerüchen und Geschmäckern den Männern weit überlegen und haben somit einen natürlichen Vorteil bei der Beurteilung von Weinqualitäten. Seit langem weiß man, dass Frauen, im Gegensatz zu Männern ausgesprochene Nasenmenschen sind. Sie können sich z.B. mit dem Geruch von Kleidungsstücken ihres Partners während dessen Abwesenheit „trösten“. Ähnliche Geruchsfähigkeiten haben Männer so gut wie nicht. Natürlich gibt es auch einen entwicklungsgeschichtlichen Grund dafür: da Frauen in den allermeisten Kulturen für die frühe Nahrung ihrer Kinder verantwortlich sind, sollen sie über den Geruchssinn besser erkennen können ob die Nahrung für ihr Kind frisch oder verdorben ist.

Die Sinnesphysiologie lehrt aber auch, dass ein und der gleiche Geruch bei Männern und Frauen unterschiedliche Empfindungen auslösen kann. Dies gilt nicht nur für die s.g. Sexualdüfte, wo es so sein muss, sondern auch für andere. Klassisches Beispiel hierfür ist der Moschusduft, der in einer Studie von einer Mehrzahl der Männer als angenehm empfunden wurde, von Frauen dagegen eher nicht. In der Parfümindustrie weiß man schon lange, dass Frauen und Männer unterschiedliche Geruchsempfindungen haben. Die Zahl von geschlechtsspezifischen Duftwässern, die entweder Männern oder Frauen verkauft werden, ist kaum zu zählen. Da die Sinnlichkeit dieser Düfte ja nicht unbedingt für den jeweiligen Träger oder die Trägerin bestimmt sind, sondern meist auf die gegengeschlechtliche Gesellschaft abzielt, wird im Lichte des gerade Ausgeführten deutlich, warum weibliche Parfüms schwer, süßlich und intensiv sind und männliche herb und schwächer duftend. Bei Frauen-Parfüms sind die Duftadressaten die Männer mit ihrer geringer ausgebildeten olfaktorischen Potenz; sie benötigen stärkere Düfte um eine Emotion hervorzubringen. Bei Männer-Parfüms verhält es sich genau umgekehrt. Frauen reagieren nämlich meist schon auf zarte, trockene Aromen von geringer Intensität und so sind die klassisch herben, männlichen Düfte entstanden.

Obwohl man wenig Verlässliches weiß, ist es nach dem bisher gesagten durchaus denkbar, dass es geschlechtsspezifische Duft- und Geschmacksvorlieben auch beim Wein gibt. Meine Erfahrung als langjähriger Weinhändler lehrt mich, dass Frauen deutlich häufiger nach filigranen, zartgliedrigen Weinen fragen als der männliche Weinkonsument. Für diesen kann es schon „eckiger und kantiger“ sein, was seinen geringer ausgebildeten Geschmackssinn sicher wesentlich weniger irritiert als dies vielleicht bei Frauen der Fall wäre. In der Beurteilung der Sensorik von Wein durch Männer und Frauen entzündet sich eine Diskussion häufig an der Frage des Barriqueausbaus. Frauen lieben, wenn überhaupt, eher zarte Holztöne, während Männer deftige Noten bevorzugen.

Hinter den angedeuteten Unterschieden in den Vorlieben für Wein stecken gelegentlich auch ganz „heiße“ Marketing-Überlegungen. Beispielsweise haben Strategen der deutschen Getränkefirma Rucke den Geschmack ihrer Klientel untersucht und dabei festgestellt, dass das „Vorurteil“ von der Vorliebe zur Süße bei Frauen tatsächlich stimmt. Ihr, schon am Etikett erkennbarer, „Frauenwein“ ist der berühmte „Amsfelder“, er enthält 30g/l Restzucker (je nach Säuregehalt darf sich ein Wein laut Gesetz bis 4 g/l bzw. bei entsprechender Säure noch bis 9 g/l noch als „trocken“ bezeichnen)! Dies ist vielleicht eine leichte Übertreibung an Süße, andere Hersteller von „Frauenweinen“ halten einen Restzucker zwischen 2,0 und 6,0 Gramm pro Liter (also praktisch noch „trocken“) für adäquat, vorausgesetzt der Wein verfügt über ausreichend Frucht und relativ wenig Säure bzw. Tannine.

Auch die Verpackung des Weins spielt im geschlechtsspezifischen Marketing eine offenbar bedeutsame Rolle. Wie uns Fachleute glauben machen wollen, ist der Hintergrund dieser Erkenntnis ein angeblich jeweils typisches Konsumverhalten von Frauen und Männern. Frauen treffen eine deutlich persönlichere Produktwahl als Männer und sind bei Kaufentscheidungen auch erheblich schneller. Aus diesem Grund wird die Verpackung wichtig, denn sie bereitet die Initiative zum Kauf ganz wesentlich vor. Die blümchenverzierten, in pink gehaltenen Auswüchse, die Flaschen- und Etikett-Designer den weiblichen Kunden gelegentlich zumuten, sprechen Bände über die Klischeevorstellungen von der vermeintlichen Zielgruppe. Vergessen wir bitte nicht, dass wir im vorliegenden Zusammenhang von der großen Gruppe des weiblichen „modernen Mainstream“ geredet haben, und nicht von den wirklichen Weinkennerinnen.

Obwohl es, zumindest in Deutschland, immer noch so ist, dass Frauen weniger Wein trinken als Männer, hat die weibliche Emanzipation dennoch die Weinbranche schon längst erreicht. In den Kellereien, im Weinhandel und in der Gastronomie finden sich heute mehr Frauen in wichtigen Positionen als je zuvor. In Weinzeitschriften sind Winzerinnenportraits der große Publikumserfolg. Sicher wäre es interessant der Frage nachzugehen, ob weibliche Weinmacher auch einen entsprechend anderen Weintypus hervorbringen als ihre männlichen Kollegen. Solchen Feinheiten bei der riesigen Bandbreite des Geschmacks und des Geruchs der Weine nachzuspüren und daraus dann eine Gesetzmäßigkeit abzuleiten, würde die Fähigkeiten fast aller Weinkritiker sicher übersteigen. Damit dies schwierige Unterfangen überhaupt gelingen kann, müsste außerdem wenigstens eine Voraussetzung erfüllt sein, nämlich die Existenz echter Prototypen männlicher und weiblicher Weine. Bislang gibt es diese, bis auf die erwähnten süßlichen „Amsfelder & Co.“ noch nicht. Hier sei nur der Vollständigkeit halber erwähnt, dass man die landläufigen Bezeichnungen „männlich“ oder „weiblich“ für den Charakter eines Weins nicht mit den genannten Zusammenhängen verbinden sollte. Diese Eigenschaftswörter grenzen nämlich nur herbe und kantige Weine von solchen mit samtig-seidiger Struktur und feiner Milde ab und haben mit einer geschlechtsspezifischen Sensorik nichts zu tun..

Frauen als Weinmacherinnen sind offenbar auch ein effizientes Marketinginstrument. So habe ich in Südafrika eine Coupage von Cabernet Sauvignon, Merlot und Pinotage aus Stellenbosch namens „The Three Cape Ladies“ getrunken auf deren Rückenetikett folgendes vermerkt war: „Eine würzige, körperreiche Mischung mit dem Charme der roten Beeren aus der alten Welt, mit der die Rolle der Frauen in der lebendigen Weinindustrie der Kap-Region geehrt wird“. In vielen Weinbauländern, so auch in Deutschland und in Österreich, haben sich Winzerinnen zu losen Vereinigungen

zusammengeschlossen, um auf diese Weise ihrer Macht im Markt Nachdruck verleihen zu können. Noch sind in der übrigen Industrie Frauen in leitenden Positionen eher eine Seltenheit, in der Weinbranche hat sich dies schon längst geändert - sehr zum Wohle des Produktes!

Auch im Bereich der Fortbildung machen sich die Frauen unabhängig. *Volker Elstner*, ein unterrichtender Weinprofi, hat eine interessante Erfahrung gemacht: „Bei Weinkursen hat sich durch entsprechende Befragung der Teilnehmerinnen herausgestellt, dass Männer häufig als zu laut und zu dominant empfunden werden, sie konzentrieren sich nicht ausreichend auf die tatsächlich vorgestellten Weine sondern fangen schnell an von den großartigen Weinen zu reden, an die sie die im Glas befindlichen erinnern.“ Dies war der Hintergrund seiner Idee: Weinkurse für Frauen. Mittlerweile veranstalten vielerorts Volkshochschulen und Weinhändler solche Seminare, in denen Frauen unter sich sind und Weine nach ihrem Gusto probieren und diskutieren können. Die Veranstalter versichern, dass dies fast immer sehr erfolgreiche Veranstaltungen sind.

Ein ewiges Thema: Wein und Eros

Im vorangegangenen Kapitel, in dem es über die Diskriminierung der Frau beim Weingenuss und deren Gründe ging, wurde bereits auf die enge Verbindung von Wein und Erotik bzw. Sexualität hingewiesen. In den Augen patriarchalischer Gesellschaften sind Frauen aufgrund ihrer Biologie durch die enthemmende Wirkung des Weins, bzw. des Alkohols ganz allgemein wesentlich gefährdeter als Männer. Diese Sichtweise, die ja keine medizinische sondern eine soziologische ist, beginnt sich in der modernen Industriegesellschaft zu ändern. Unverändert bleibt aber die enge Verbindung zwischen Wein und Liebe bzw. Sexualität. In der europäischen Kunst- und Literaturgeschichte wurden diese Zusammenhänge vielfach thematisiert. *Friedrich Schiller* z.B. schrieb in seiner "Dithyrambe", einem Weihelied für den griechischen Gott *Dionysos*,

Kaum dass ich Bacchus den lustigen habe,
Kommt auch schon Amor, der lächelnde Knabe

und hält uns damit die genannte Beziehung von Wein und Liebe vor Augen. Zum besseren Verständnis der Kausalität, die sich zwischen Wein und Eros entwickelt hat, sei mir eine kurze Einführung in die Grundlagen des Themas gestattet.

Die kleinste soziale Einheit ist die Partnerschaft zweier Menschen und findet in unserer Gesellschaft meist als Ehe ihre Erfüllung. In der Partnerwahl spielt die Begierde, bzw. der Trieb der beiden Liebesobjekte, seien sie hetero- oder homosexuell, eine zentrale Rolle. Demgegenüber gibt es eine Vielzahl von gesellschaftlichen Hemmungen bzw. sozial tabuisierten Sexualwünschen, die einer Triebbefriedigung sehr oft im Wege stehen. Eines der wichtigsten Kennzeichen unserer abendländischen Kultur ist zweifelsohne das Vorhandensein der Schuld, bzw. des Gefühls der Schuld. Wir alle bekommen mehr oder weniger Schuldgefühle bereits in frühester Kindheit eingeflößt, die dann lebenslang als Selbstregulativ eines jeden Individuums fungieren. Nicht wenige dieser Schuldgefühle sind sexuellen Ursprungs. Die Tatsache, dass das Sexualleben unserer gesamten westlichen Gesellschaft im Geheimen und Verborgenen stattfindet, ist, glaube ich, ganz bezeichnend für das Schuldhafte, das damit verbunden ist; man sorgt peinlich dafür, dass die Mitmenschen nicht daran teilhaben, bzw. zu Zeugen davon werden. So ist es verständlich, dass auch in der frühen Phase einer beginnenden Partnerschaft der Schuld und deren immer wieder aufs Neue stattfindenden Überwindung eine ganz wichtige Rolle zufällt.

Einer der größten Wünsche der Menschheit war schon immer, über Mittel zu verfügen, die die Liebe so fördern, dass sie sich wie von selbst erfüllt, unter Überwindung aller Schuldgefühle und ohne alle die Hemmungen.

„Wie sich die Herzen
Wogend erheben!
Wie alle Sinne
wonnig erbeben!
Sehnender Minne
schwellendes Blühen,
schmachtender Liebe
seliges Glühen!“

So klingen die etwas schwülstigen Worte zu der ekstatischen und erotischen Musik *Richard Wagners* als Tristan und Isolde vom Liebestrank getrunken haben. Der Traum ist in dieser Legende von den beiden Liebenden aus königlichem Geschlecht wahr geworden: ein Mittel das die Liebe zwischen zwei Menschen erweckt und so stark werden lässt, dass tatsächlich alle Hemmungen und soziale Schranken überwunden werden. In der Wirklichkeit der Naturwissenschaft gibt es dies in dieser einfachen Form natürlich nicht. Unendliche Generationen von Rezeptmischern haben trotzdem immer wieder versucht liebesfördernde Mittel, sogenannte Aphrodisiaka, herzustellen und manchmal scheinen sie sogar gewirkt zu haben. Sie haben gewirkt, weil das wichtigste Geschlechtsorgan des Menschen der Geist ist. Die Einbildung und die Phantasie spielen in der Sexualität eine kaum überschätzbare Rolle.

Dabei hilft ganz eindeutig auch der Wein. Das wussten schon viele Generationen vor uns. „Aphrodisiacon, wird diejenige Artzeney genennet, so Lust zum Beyschlaff macht: Dahero gehören so wohl die Stimulantia und Confortantia, als die Excitantia und Rubfacientia. Unter den Stimulantia werden verstanden: ein kräftiger Wein...“ liest man im „Großen Universal Lexikon Aller Wissenschaften und Künste“ von 1734 (nach *L. & R. Thuß*). „Der Wein ist flüssige Liebe, ein flüssiger Kuss“ schrieb der ungarische Schriftsteller *Béla Hamvas* in seiner etwas skurrilen „Philosophie des Weins“. Eine der hervorragenden pharmakologischen Wirkungen des Weins ist, wie wir wissen, der Abbau psychischer Hemmschwellen. Die enthemmende Wirkung bewirkt indirekt jene Stimulation des Geistes von der ich schon gesprochen habe und auf diese Weise kann der Wein zu einem regelrechten Aphrodisiakum werden. Der bereits erwähnte Physiker und Mathematiker *Georg Christoph Lichtenberg* weist in seinen Ende des 18. Jahrhunderts verfassten „Sudelbüchern“ auf diesen Zusammenhang. In einem schon an anderer Stelle und in anderem Zusammenhang zitierten Text heißt es: „es sind wenig Dinge in der Welt, die eines Philosophen so würdig sind, als die Flasche, die cum spe divite durch die Gurgel eines Liebhabers oder eines Dichters fließt“ (Sudelbücher I, 77). Aus dem Nachfolgenden wird deutlich, dass mit Liebhaber, derjenige gemeint ist, der seine Leidenschaft an die physische Liebe vergeben hat.

Vom engen Zusammenhang von Wein und Eros haben die alten Griechen natürlich auch schon gewusst, wie sich bei einem Besuch im Londoner British Museum leicht nachvollziehen lässt. Dort findet man die s.g. Terrakotta-„Herme“ aus Myrina, einem Ort in der Nähe von Pergamon. Eine Herme ist ein archaisches Kultmal, das einen bärtigen Hermeskopf auf einem vierkantigen Pfeiler trägt. Eine nur mit einer offenen Tunika bekleidete nackte Aphrodite umschlingt in diesem besonderen Fall mit ihrem linken Arm die Säule, in deren Mitte ein erigierter Phallus dargestellt ist und an deren Fuß eine Weintraube, wie eine Opfergabe liegt. Solche Hermen, meist ohne die Begleitung von Aphrodite, waren im alten Griechenland eine Art Wegweiser, Hermes war schließlich der Weggott und Beschützer der Reisenden und Boten. Vielleicht stand die Herme des British Museums einst am Rande des Weges zu einer antiken Kellerei? Der Phallus war das Symbol der Gotteskraft sowie der Lust des Hermes und auf der dargestellten Statue steht er genau auf der Höhe des Schamhügels der Aphrodite, der großen Göttin der Liebe, der Schönheit und der Verführung. Der überaus erotische Ausdruck dieses schönen antiken Ensembles ist unübersehbar, ebenso wie seine direkte Bezugnahme auf den Wein.

Das Tête-à-tête, das vertrauliche Beisammensein, eines jungen Paares in einem kleinen Restaurant bei Kerzenschein und einer Flasche Wein, ist ein beliebtes Thema Hollywoods sowie anderer Traumfabriken und in unzähligen Filmen

dargestellt. *Jean Baptiste Bernard Coclers*, ein Maler des 18. Jahrhunderts hat eine sehr ähnliche Szene mit dem Titel „Ein Austernessen zu zweit“ in einem reizvollen Ölgemälde festgehalten. Damit es zwischen den beiden am Tisch auch wirklich funkt, hat er ihnen zum Essen, neben dem Wein, auch Austern, ein anderes, bekanntes (und wirkungsloses!) Aphrodisiakum, verordnet. Um jeden Zweifel über den Fortgang der Szene im Bild zu zerstreuen hat er zusätzlich gleich ein gemachtes Bett in den Hintergrund gestellt. Ebenso deutlich wird das Genre-Gemälde des jungen *Jan Vermeer van Delft* mit dem Titel „Bei der Kupplerin“. Der große Niederländer zeigt auf diesem Bild zwei junge Freier aus gutem Hause, das sitzende Mädchen als Subjekt der Begierde und im Hintergrund die alte Kupplerin. Der hinter dem Mädchen stehende Mann umfasst mit seiner linken Hand zärtlich ihre linke Brust und mit der rechten Hand entlohnt er sie mit einer Goldmünze für die ihm erwiesenen Liebesdienste. Derweil steht der zweite Mann links im Vordergrund, schaut uns, die Betrachter der Szene in Vorfreude auf das kommende Vergnügen hämisch lächelnd an und macht uns damit zum Komplizen der Kuppelei. Ihn verbindet mit dem Mädchen der Wein. Beide halten nämlich in ihrer linken Hand je ein volles Glas Weißwein. Es scheint als versuchten sich die beiden dadurch in Stimmung zu bringen. Gerade weil sich die Handlung auf einige wenige Gebärden beschränkt, wird die Phantasie des Betrachters stark angeregt. Das Gemälde strahlt Erotik aus, bei der allerdings jede Frivolität oder gar Laszivität fehlt, *Vermeer* bietet eine gelungene, durch und durch bürgerliche Huldigung an das Aphrodisiakum Wein.

José Ortega y Gasset, der große spanische Philosoph, Historiker und Dichter, beschreibt und interpretiert Tizians, im Zusammenhang mit dem biblischen *Noah* schon erwähntes, Bild „Das Bacchanal von Andros“, in dem der enge Zusammenhang von Wein und Erotik sehr deutlich ist, folgendermaßen: „Der Himmel mit seinem kräftigen Blau, eine weiße Wolke in seiner Mitte, ist die Hauptperson. Von ihm zeichnen sich die Bäume, der kleine Berg, die Arme und Köpfe einiger Gestalten ab, und was immer er anrührt, wird frei von den Peinlichkeiten des Materiellen. Diesen friedlichen Winkel des Universums haben Männer und Frauen zur Daseinsfreude ausersehen. Man trinkt, lacht, plaudert, tanzt, tauscht Zärtlichkeiten und schlummert. Sämtliche biologischen Funktionen scheinen hier zur Würde zu gelangen, alle scheinen sie das gleiche Recht zu genießen. Nicht weit von der Mitte des Bildes hebt ein kleines Büblein sein Hemdchen hoch und macht ein Geschäftchen. Oben auf dem Hügel nimmt ein nackter Alter sein Sonnenbad, und vorne rechts reckt sich Ariadne im Schlaf, hüllenlos und weiß.“ Der Dichter fährt dann fort: „Die Zechenden haben ihre Kleider abgetan, um auf warmer Haut die Liebkosung der Elemente zu verspüren, vielleicht auch aus dem heimlichen Trieb und Wunsch heraus, noch mehr mit der Natur eins zu werden. Und je mehr sie einschenken, mit um so klarerem Blick sehen sie die letzten Geheimnisse des Alls, die schöpferischen Formen aller Dinge sich ihnen offenbaren... Bei *Tizian* erhebt der Wein die rein organische Materie zu einer geistigen Kraft“.

Ein großer Freund des Weins und ein profunder Kenner der Zusammenhänge von Alkoholgenuss und Liebe war *William Shakespeare*. Die nachfolgende Szene aus *Macbeth* (erster Aufzug, zweite Szene) weist ihn als scharfen Beobachter und Analytiker menschlichen Verhaltens aus. Der Edelmann Macduff kommt morgens früh im schottischen Schloss Inverness an und findet den Pförtner noch schlafend. Es entwickelt sich folgender Dialog, der in der großartigen Übersetzung von August Wilhelm von Schlegel und Ludwig Tieck folgenden Wortlaut hat:

Macduff: „Kamest du so spät zu Bett, Freund, dass du nun so spät aufstehst?“

Pförtner: „Mein Seel, Herr wir zechten, bis der zweite Hahn krächte; und der Trunk ist ein großer Beförderer von drei Dingen.“

Macduff: „Was sind denn das für drei Dinge, die der Trunk vorzüglich befördert?“

Pförtner: „Ei, Herr, rote Nasen, Schlaf und Urin. Buhlerei befördert und dämpft er zugleich: er befördert das Verlangen und dämpft das Tun. Darum kann man sagen, dass vieles Trinken ein Zweideutler gegen die Buhlerei ist: es schafft sie und vernichtet sie; treibt sie an und hält sie zurück; macht ihr Mut und schreckt sie ab.“

Die Beobachtungsgabe des Pförtners beschreibt die Pharmakologie des Wein- und des Alkoholgenusses in Bezug auf sexuelle Aktivität haargenau. In kleinen Dosen wirkt er erotisierend und anregend, in größeren Mengen dämpfend, stumpf- und müde machend.

Auf eine besondere Form der künstlerischen Darstellung von Wein und Erotik möchte ich noch hinweisen. *Karl-Diether Gussek* hat in seinem netten Büchlein „Vom Wein der Liebe einen Tropfen“ eine Sammlung erotischer Wein-Exlibris vorgestellt. Viele Künstler haben diese Thematik als Auftragswerke auf Ex-libris festgehalten. Man sieht Satyrn, Faune und Nymphen von Weinstöcken umrankt oder erotische Szenen in der freien Natur mit Rebbergen im Hintergrund. Nixen und hüllenlose Bacchantinnen räkeln sich in Weingläsern und so weiter. Was war Sinn und Zweck dieser Ex-libris? Man kann nur vermuten, dass es den Auftraggebern um die Darstellung ihrer sexuellen Sehnsüchte ging. Diese Kleinkunstwerke sind ein Bekenntnis zur Sinnlichkeit, im Ausdruck von Eros und Wein. Zwischen den Buchdeckeln sind sie vor der Neugierde der Nachbarn geschützt. Die, häufig recht intimen, Bilder erwecken eine liebenswerte, aber kleinbürgerliche Erlebniswelt zu farbig schillernden Leben.

Um die Verbindung von Wein mit Erotik drehte sich vor einiger Zeit auch eine Provinzposse und hat das Thema, zumindest lokal, allen Weingenießern mal wieder bewusst gemacht. Der Sachverhalt war einfach. Eine Künstlerin hatte in Photographien nackte Busen und ebensolche Hintern mit Weintrauben dekoriert und diese dann etwas unscharf und verfremdet abgelichtet. In just

diesem Ausstellungsraum im verschlafenen Weinstädtchen Oppenheim, in dem die Bilder der Öffentlichkeit zugänglich gemacht waren, sollte ein Kabinetts-Essen der rheinland-pfälzischen Regierung stattfinden. Ein Abgeordneter fand die Bilder so anzüglich, dass er deren Entfernung vor dem Essen forderte. Der Skandal war da. Schließlich musste der Ministerpräsident des Landes selbst intervenieren. Die Bilder blieben hängen und alle Welt hatte gelernt, dass man Wein von Erotik nicht einfach nach Belieben trennen kann, ja dass dies Verhältnis selbst ein Teil des Kulturgutes Wein darstellt.

Das Thema vom Wein, der Erotik und dem Sex zieht sich, wie wir gesehen haben, durch viele Lebensbereiche und erscheint mir persönlich die Quintessenz des Weins überhaupt zu sein. Dabei spielt, neben der enthemmenden Wirkung, ganz sicher auch die Vorstellung vom Luxus, die mit dem Wein assoziiert ist, eine wichtige Rolle. Obwohl, nach dem bisher Gesagten, theoretisch ja jede Art von Alkohol aphrodisische Wirkungen haben sollte, sind sie in der Vorstellung unserer Gesellschaft fast nur mit Wein oder Champagner, bzw. Sekt verbunden. Bier und Schnaps vermitteln nichts Erotisches, diesen beiden Getränken haftet etwas schwerfällig-dumpfes und alltägliches an. *Goethe* stellte im Jahr 1768 fest: „Das schwere Merseburger Bier verdüsterte mein Gehirn.“ In einem kleinen Büchlein eines anonymen Autors aus dem Jahre 1784, das sich mit der Braukunst beschäftigt, habe ich folgendes gelesen: „Es ist auch die Trunkenheit von Bier nachteiliger, schädlicher und langwährender, dann der Wein, sintemal sie viel gröber aufriechender Dämpfe machet, und zähe Schleim, die schwerlich und langsam verzehret werden.“ Das klingt nicht besonders erotisch, nicht wahr? Ich habe weiter oben vom Geist gesprochen, der unser wichtigstes Sexualorgan ist, und dieser lässt sich von einem funkelnden Wein oder den im Glase emporsteigenden Bläschen eines Champagner eher verführen als von trübem Gerstensaft und stechend riechendem Brantwein.

Bei diesem Thema fällt mir ein Witz aus meiner Studentenzei ein, und ich bitte die geneigten Leser mir zu verzeihen, dass ich ihn an dieser Stelle zum Besten gebe, um meine oben gemachte Aussage noch zu akzentuieren: Bei einem NATO-Manöver liegen Pierre, ein französischer Soldat und Herbert, ein deutscher, bei trostlosem Regenwetter durchnässt im Schützengraben und nichts passiert. Da beginnt Pierre zu sinnieren: „Wenn ich jetzt zuhause in meinem warmen Schlafzimmer wäre, würde ich eine Flasche Champagner öffnen und über den nackten Körper meiner Freundin gießen und ihn genüsslich von ihrer Haut schlürfen“. Herbert, dem es bei dieser Vorstellung ganz warm ums Herz wurde, fragt: „Pierre, kann man das auch mit Bier machen?“

Ich möchte dieses Kapitel mit dem Beginn eines Gedichtes von *Gotthold Ephraim Lessing* abschließen. Darin huldigt er sehr humorvoll dem antiken

griechischen Dichter Anakreon, dessen anmutige Reime einst die Liebe und den Wein besungen haben.

Anakreon trank, liebte, scherzte,
Anakreon trank, spielte, herzte,
Anakreon trank, schlief, und träumte
Was sich zu Wein und Liebe reimte,
Und hieß mit Recht der Weise.

Wir Brüder trinken, lieben, scherzen,
Wir Brüder trinken, spielen, herzen,
Wir Brüder trinken, schlafen, träumen
Wozu sich Wein und Liebe reimen,
Und heißen nicht die Weisen.

Was uns normale Weinfreunde von Anakreon unterscheidet, und weswegen wir uns nicht die „Weisen“ nennen dürfen, ist Anakreons tiefe Erkenntnis des Wesens des Trinkens und der Liebe. Zur Weisheit in Sachen Wein und Liebe gehört deutlich mehr als ein paar alltägliche Gefühls- und Lusterlebnisse. Lessing hat uns in den kurzen Zeilen auf subtil humorvolle Art die enorme Komplexität des in diesem Kapitel behandelten Themas vor Augen geführt. Unweigerlich ist man wieder an *Lichtenberg* und seine Methyologie erinnert, die ja genau diese Zusammenhänge erforschen sollte.

Rotwein ist für alte Knaben...

Es ist bereits sprichwörtlich: die Liebe zum Wein nimmt im Alter zu. In der Sprachkultur aller weintrinkenden Völker gibt es unzählige Sprichwörter, die auf die Verbindung von Wein und Alter hinweisen. „Guter Wein ist der Alten Milch“ findet sich schon in der Sprichwortsammlung des *Karl Simrock* aus dem Jahre 1846. Dort sind auch noch viele andere Volksweisheiten zum gleichen Thema aufgeführt. *Wilhelm Busch* hat sie später auf einen humorvoll poetischen Punkt gebracht:

„Rotwein ist für alte Knaben
Eine von den besten Gaben.“

Im folgenden möchte ich versuchen aufzuzeigen, dass es sich bei der Vorliebe alter Knaben für den Wein um einen besonderen Aspekt des Themas Wein und Erotik handelt *Erasmus von Rotterdam*, der große Humanist um die Wende zum 16. Jahrhundert, schreibt 1510 in seinem satirischen Meisterwerk „*Encomium moriae*“ (Lob der Torheit): „Ich habe die Quelle der ersten und

vornehmsten Freuden des Lebens aufgedeckt. Ja, es fehlt an einigen nicht, die man eben so weibisch nicht nennen kann; es sind alte, durstige Brüder, welche höchste Wollust beim Weine finden.“ Obwohl auch *Erasmus*, genau wie das Zitat von *Wilhelm Busch*, den Weingenuss entsprechend dem Jahrtausende alten Klischee, in die Domäne des Mannes verlegt, weist seine Aussage wiederum erneut auf den in den vorangegangenen Kapiteln mehrfach aufgezeigten Kernpunkt. Die erotische Komponente beim Genuss des Weines durch die „durstigen Brüder“ ist unübersehbar.

Das „Lob der Torheit“ wurde von Erasmus auf lateinisch geschrieben, und die erste von ihm autorisierte Übersetzung ins Deutsche wurde noch zu seinen Lebzeiten angefertigt. Schon in der damaligen Sprache, dem Frühneuhochdeutsch, bezeichnete das Wort „Wollust“ etwas moralisch anrüchiges im Sinne von sexueller Lust, Ausschweifung und Laster. Diese Bedeutung hat der Begriff ja bis heute behalten. Erasmus deutet demnach an, dass sich die sexuelle Lust der alten, durstigen Brüder auf den Wein verlagert hat. Damit bekommt der Wein noch eine ganz andere soziale Bedeutung, nämlich, die einer „Ersatzbefriedigung“. Er kann ein sinnlicher Ersatz für die frustranen sexuellen Bedürfnisse der „alten Knaben“ sein. Über die Inhalte solcher sinnlichen Erfahrungen haben sich viele Dichter in vielen Sprachen ausgelassen, und dieses Thema zu einem festen Bestandteil unserer Kultur gemacht.

In einem volkstümlichen Wiener Singspiel aus der frühen Romantik heißt es nach *Simrock*:

Was ist des Lebens höchste Lust?
Die Liebe und der Wein.

Obwohl in diesen Zeilen die Liebe mit einem „und“ und keinem „oder“ mit dem Wein verbunden ist, und auch vermutlich weniger die Liebe der Alten gemeint war, weisen sie auf eine gewisse Austauschbarkeit von Liebe und Wein zur Lustbefriedigung. In meiner Erfahrung als Weinhändler hat sich oft gezeigt, dass sich Männer im Alter immer mehr für jüngere Weine begeistern können. Während sie in ihrer „önologischen Jugend“ von den „alten Burgundern“ und ähnlichen Kreszenzen schwärmten, fangen sie später an, sich für die „Ecken und Kanten“ und das jugendliche Ungestüm eines Weines zu entflammen. Ob dies wohl parallel geht mit der Bevorzugung junger Frauen? In jedem Fall ist die Ähnlichkeit der Verhaltensmuster bemerkenswert. Auf dieses Phänomen angesprochen, haben die Betroffenen jedoch meist eine andere Erklärung. Sie rasonieren, dass sie nicht mehr genug Zeit haben zu warten bis die Flaschenreife eines Weines auf ihrem Höhepunkt angekommen ist und deshalb seien sie gezwungen jüngere Weine zu trinken. Das klingt zuweilen nach einer mittelmäßig gut ausgedachten Entschuldigung. Dazu fällt

mir ein spanisches Sprichwort ein: „was ist die Jugend, wenn nicht Hoffnung, was ist das Alter, wenn nicht Verzicht?“. Wenn man im Alter schon auf einige Freuden verzichten muss, soll man doch wenigstens einen Ersatz dafür haben, und dieser kann der Wein, übrigens selbstverständlich für beide Geschlechter, doch durchaus sein.

Auf die Bevorzugung junger Weine durch ältere Weintrinker bin ich bereits kurz eingegangen. Dieses Phänomen hat möglicherweise sogar einen allgemeineren gesellschaftlichen Hintergrund. Am beginnenden 21. Jahrhundert leben wir in einer Art von „Jugendwahn“. Jugend ist zu einer Ideologie geworden, die vom Kommerz schamlos ausgenutzt wird. Schönheitschirurgen haben, zusammen mit der Kosmetikindustrie bei Frauen und Männern Hochkonjunktur. Die Werbung hat längst herausgefunden, dass man ein Produkt mit dem Image der Jugendlichkeit wesentlich besser verkauft als mit einer Marke die Alter und Reife ausdrückt. Viele Weinfreunde beklagen sich tatsächlich darüber, dass Weine heutzutage im allgemeinen viel zu jung getrunken werden. Ist auch das Ausdruck eben jener Mode der zwanghaften Huldigung der Jugend?

Sigmund Freud hat den Begriff der „Sublimierung“ popularisiert und meinte damit - sehr vereinfacht ausgedrückt - die Verwendung des Geschlechtstriebes, den er bekanntlich Libido nannte, für kulturelle Tätigkeiten. Die Theorie von der Umwandlung libidinöser in kulturelle Energie hinkt beim Weintrinken natürlich, da dieser Prozess nicht eigentlich schöpferisch ist, also eigentlich keiner kulturellen Energie bedarf. Es sei denn, man sieht den Wein als Medium schöpferischer Tätigkeit, wofür sich auch viele Beispiele in der Kulturgeschichte finden. Lässt man gelten, dass Weintrinken, eine kulturelle Tätigkeit ist, wäre es vielleicht die Sublimation des Geschlechtstriebes der Älteren. Ich möchte noch ein wenig bei dem hellichtigen *Freud* verweilen, und in seinem Sinne die Vorliebe der Alten für den Wein, ganz bewusst etwas boshaft, als „Regression“ interpretieren. Mit diesem Begriff hat der Vater der Psychoanalyse den Rückfall auf frühere Stadien sowohl der Psychosexualentwicklung als auch der Objektbeziehungen und des Verhaltens bezeichnet. Sehr vereinfacht und plakativ könnte man im *Freud'schen* Sinne auch sagen: Wein ist „orale“ statt „genitale“ Triebbefriedigung. Selbstverständlich fehlt es nicht an Versuchen, die vielen Beispiele der „Fresssucht“ in unserer täglichen Umgebung genauso zu interpretieren. Die Psychoanalyse hat gelehrt, dass die Freude am Essen und Trinken bedeuten kann, einen Teil der Welt in den eigenen Körper aufzunehmen und ihn sich dadurch zu eigen zu machen. Dies wäre dann eine Ersatzhandlung für mangelnde Kommunikationsfähigkeit der übermäßig essenden Person in ihrer Gesellschaft. „Kummerspeck“ nennt man dies verharmlosend. Die sinnliche Freude des Weingenusses als Ersatz für sexuelle Freuden? Plausibel ist das, wie wir gesehen haben, schon.

Bereits im 5. Jahrhundert vor unserer Zeitrechnung gab es Regeln für das altersabhängige Weintrinken. Kein geringerer als *Platon* hatte sie formuliert. Er wurde ja bekanntlich der Schirmherr der idealisierten, nicht-sinnlichen Liebesbindungen, eben der „platonischen Liebe“, und Abstinenz war auch beim Trinken weitgehend seine Empfehlung. Knaben unter achtzehn Jahren sollten ganz auf den Wein verzichten, einem Mann um die dreißig wurde angeraten den Wein nur in Maßen zu genießen und sich nie zu betrinken. Geht er auf die vierzig zu, konnte er nach Herzenslust trinken, denn der Wein war das Heilmittel gegen den „strengen Ernst des Alters“. Noch ältere Personen schienen zu *Platons Zeiten* sehr selten anzutreffen gewesen sein, denn er geht nicht auf sie ein. Auch war es vom Beruf, bzw. dessen Ausübung, abhängig, wer trinken durfte und wer nicht. Immer dann, wenn eine Eintrübung des Geistes Probleme mit anderen verursachen konnte, sollte der Mann lieber zum Wasser greifen. *Platon* nennt die Soldaten, Steuermänner und Richter als Beispiel von Berufsgruppen für die ein relatives Abstinenzgebot gilt. Grundsätzlich verurteilte er in seinen „Gesetzen“ die Trunkenheit, aber älteren Menschen könne der Rausch durchaus zuträglich sein, denn durch ihn käme die jugendliche Spontaneität zurück, schrieb er. „Im Rausch singen und tanzen sie wieder“ und dies, fand *Platon*, würde ihnen helfen aufgeschlossener und tugendhafter zu sein. Was für eine weise Einsicht, die eines großen Philosophen wahrhaft würdig ist!

Die Kehrseite der Medaille: Gesundheitsprobleme

In der gesellschaftlichen Zusammensetzung der Weintrinker spielen die Älteren und Alten unverändert eine ganz bedeutende Rolle. Die Statistik besagt nämlich, dass in fast allen Ländern ein Großteil des Weines von Personen über 40 Jahren getrunken wird. Dies klingt wie eine Bestätigung der Lehren Platons. Und das ist aus medizinischer Sicht auch gut so, denn in jungen Jahren ist der Mensch sehr viel anfälliger für die Suchtpotentiale des Alkohols. Die Statistiker haben aufgezeigt, dass in unseren westlichen Industrieländern um die 7 % der Jugendlichen alkoholabhängig sind, wobei auch hier die Männer wieder die Nase weit vorne haben. Insgesamt 20 % dieser Bevölkerungsgruppe dürften zu den s.g. „Problemtrinkern“ gerechnet werden. Diese sind Jugendliche, die in irgendeiner Weise negative Konsequenzen aus ihren Trinkgewohnheiten erfahren haben, als da waren Verkehrsunfälle, Gesetzesverstöße, Familienkrach und andere Beziehungsschwierigkeiten. Natürlich steht in diesen Fällen nicht der Genuss, den das alkoholische Getränk vermitteln kann, im Vordergrund sondern der Rausch. Rausch als Mittel der Problembewältigung. Die sozialen Hintergründe dafür, wie z.B. Arbeitslosigkeit, fehlende familiäre Bindungen u.a. sind in den

vergangenen Jahren hinreichend beschrieben und analysiert worden und sollen daher nicht Gegenstand meiner Betrachtungen sein.

Wie in fast allen Bereichen der Entwicklung junger Menschen spielt für den positiven wie für den negativen Umgang mit Alkohol das Verhalten der Eltern oder der Erzieher eine ganz wichtige Rolle. Bereits in der Kindheit prägt sich die Einstellung zu alkoholischen Getränken am vorgelebten Beispiel der Erwachsenen. Es ist einsichtig, dass junge Leute, die während ihrer Jugend nur Bier und Schnaps in ihrer häuslichen Umgebung gesehen haben, sehr viel schwerer Zugang zum späteren Weingenuss, und vielleicht überhaupt zum gemäßigten Trinken, haben als jene, in deren Jugend der moderate Weinkonsum zur Genussskultur der Familie gehörte.

Ein großes, weltweit präsent Problem im Zusammenhang mit Jugendalkoholismus stellen die bereits erwähnten, sogenannten „RTD´s“ dar. Diese „Ready To Drink“ oder auch „Alkopops“ genannten Mixgetränke, präsentieren sich als Softdrinks, enthalten aber Alkohol und sind für viele Jugendliche als „Einstiegsdroge“ zu betrachten. Um ihre Verbreitung einzudämmen haben Gesundheitspolitiker in vielen europäischen Ländern eine besondere Steuer empfohlen und teilweise auch durchgesetzt. Diese Politik hat Früchte getragen denn der Konsum dieser zuckerhaltigen Alkoholika, deren Basis Wasser ist, ist in den letzten Jahren wegen ihres überhöhten Preises erheblich zurückgegangen.

Zur Zeit entwickelt sich ein völlig neuer und vermutlich sehr zukunftsreicher Getränkemarkt. Ein cleveres, deutsches Unternehmen hat ein RTD-Weingetränk unter einem griffigen Namen in eine modern aufgemachte, frostige Flasche gefüllt und propagiert es als das Getränk für „die moderne Frau“. Dieser, mit ein wenig Kohlensäure versetzte „White Wine Crush“ in der 275 Milliliterflasche schmeckt tatsächlich nach Wein, hat aber „nur“ 5.5 Vol.-% Alkohol und soll den jungen, dynamischen Frauen, nach Wunsch der Werbestrategen, den Eintritt in die Weinwelt erleichtern. Ein Getränk für Blondinen? In jedem Fall zeigt auch diese Entwicklung wieder wie wichtig heute Frauen als spezifische Gruppe im Wein- und Getränkemarkt sind. Was gut für junge Frauen ist, muss auch gut für junge Männer sein, so die Überlegung der großen Getränkekonzerne. Die Jugend trinkt neuerdings Mischgetränke, die mittels Wein oder Bier auf die gewünschte hohe Zahl an „Umdrehungen“ Alkohol kommen. Wein wird, wie ich schon mehrfach angedeutet habe, gerne zum europäischen Kulturgut stilisiert, dementsprechend das Bier zum deutschen Nationalgetränk. Und etwas Ähnliches gilt dann, nach dem Willen der Werbeleute, auch für die entsprechenden Cocktails. „Korea-Schorle“, Rotwein und Cola, und „Diesel“ bei dem Bier mit Cola versetzt wird und dann der Farbe wegen so heißt. „Radler“ dagegen - Bier mit Limo - ist heute noch so populär wie eh und je. Auch der erste Alkopop vor Erfindung des Begriffs, der berühmt-berüchtigte

Apfelkorn, kam in den siebziger Jahren relativ bieder daher und war sehr weit verbreitet.

Wenn wir von der Alkoholabhängigkeit reden ist ein Blick in die Medizingeschichte aufschlussreich. Unter „Alkoholismus“ versteht man heute ein krankhaftes, süchtiges Trinkverhalten. Keine Frage, dies muss es, solange der Alkohol ein integraler Bestandteil unserer Kultur war, schon immer gegeben haben. Aber in der Medizingeschichte beginnt die „Trunksucht“ erst am Beginn des 19. Jahrhunderts als Krankheit aufzutauchen. Davor wurde sie entweder verharmlosend als „Fehlverhalten“ oder deutlicher als „Laster“ bezeichnet. Immer war sie Ausdruck des persönlichen Willens, bzw. eigentlich viel mehr der persönlichen Willensschwäche. Der Süchtige war an seinem Zustand selbst schuld und konnte jederzeit dafür zur Rechenschaft gezogen werden. Erst mit der modernen Sichtweise, dass zwanghaftes Trinken - der Begriff Alkoholismus erschien erst später im medizinischen Vokabular - ein krankhafter Zustand war, kam ein den Trunksüchtigen entlastendes Moment in die gesellschaftliche Beurteilung; zuerst moralisch und danach auch juristisch. Schließlich machte die Erhebung der Trunksucht zur Krankheit sie auch therapierbar. Fälschlicherweise haben viele Gesundheitspolitiker, deren Aufgabe ja u.a. auch in der Schaffung und Durchsetzung krankheitsvorbeugender Maßnahmen liegt, vereinfachend angenommen, dass es einen positiven Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Vorkommens der Trunksucht und dem Pro-Kopf-Verbrauch an Alkohol geben müsse. Wie die mediterranen Länder mit ihrem hohen Alkoholkonsum aber ihrer gleichzeitig geringen Inzidenz von Alkoholismus sehr deutlich zeigen, ist dies nicht so. Es sind die Muster der Trinkgewohnheiten der jeweiligen Gesellschaft, die das Alkoholismusrisiko wesentlich mitbestimmen. Auch das Erbgut wurde schon als kausaler Faktor für die Trunksucht beschuldigt und führte in der Nazi-Zeit zu furchtbaren Konsequenzen für die Betroffenen. Zwangssterilisationen und Konzentrationslager standen leider allzu häufig am Ende des Lebens dieser bedauernswerten, alkoholsüchtigen Menschen.

Die nur kurz angerissene Problematik jugendlicher Alkoholkonsumenten wird noch überlagert von einer teilweise sehr aggressiv geführten Gesundheitsdiskussion. Manch ein Mediziner warnt vor jeglichem Alkoholgenuss, da dieser, egal in welchen Mengen, potentiell gesundheitsschädlich und suchtfördernd sei. In letzter Konsequenz steht sogar die Forderung nach einer staatlich verordneten Restriktion der Rauschdroge Alkohol im Raum. Aus rein medizinischer Sicht ließen sich tatsächlich ein paar starke Argumente für diese Sichtweise anführen. Demgegenüber haben sich aber andere Ärzte und Wissenschaftler profiliert, die diese Thematik, Gott sei Dank, differenzierter sehen möchten. Auf der Basis von neueren klinischen Studien führen sie an, dass gerade Wein durchaus auch gesundheitsfördernde Wirkungen haben kann. Im Prinzip

beleben sie damit eine uralte Erkenntnis der Menschheit neu. Auch in den Märchen der *Gebrüder Grimm* finden sich Hinweise auf die gesundheitsfördernden Wirkungen des Weins. So überbringt Rotkäppchen auf Geheiß seiner Mutter der Großmutter Kuchen und eine Flasche Wein mit der Begründung die Alte sei „krank und schwach“.

Wenn von den guten und schlechten Wirkungen des Alkoholgenusses gesprochen wird, sind sich alle „Zuständigen“ einig, dass ausschließlich der „moderate“ Konsum all jene gewünschten, positiven Eigenschaften zum Tragen bringt. Was jedoch „moderat“ unter quantitativen Gesichtspunkten zu bedeuten hat, darüber wird unendlich diskutiert. So hat z.B. das britische Gesundheitsministerium folgende Richtlinien festgelegt, die neuerdings auch auf dem Rückenetikett alkoholischer Getränke erscheinen (UK Governments Sensible Drinking Limits): Männern wird empfohlen nicht mehr als 3 - 4 Einheiten (typische Gläser) pro Tag zu trinken. Frauen sollten es bei 2 - 3 Einheiten belassen (www.drinkaware.co.com). Derartige Festlegungen auf bestimmte Mengen getrunkenen Alkohol pro Zeiteinheit als Empfehlung von Wissenschaftlern und Politikern für die medizinische Verträglichkeit erscheinen mir allerdings häufig Ausdruck einer unzulässigen Verallgemeinerung und Vereinfachung zu sein. Gerade beim Alkoholkonsum spielt die individuelle Toleranz ja eine ganz entscheidende Rolle. Es gibt bekanntlich Leute, und die sind nicht nur unter den Winzern zu finden, die täglich zwei und mehr Flaschen Wein verdrückt und dabei ein biblisches Alter erreicht haben. Auf der anderen Seite stehen diejenigen, die nach zwei Gläsern am Tag bereits akute Gesundheitsprobleme bekommen.

Wie bereits erwähnt ist auch die Tatsache, dass das Trinkmuster eine entscheidende Wirkung bei den positiven Effekten des Wein- bzw. Alkoholkonsums hat. Das „Sichbesaufen“, d.h. der übermäßige Alkoholkonsum, stellt fraglos ein Gesundheitsrisiko dar. In einer dänischen Studie konnte gezeigt werden, dass eine Menge von 14 bis 21 Portionen Alkohol über einen Zeitraum von 5 bis 7 Tagen zu sich genommen, das Sterberisiko um 50 % senken konnte, im Vergleich mit einer Gruppe Menschen, die die gleiche Menge in nur ein bis zwei Tagen tranken. Was immer diese „Wochenendtrinker“ von der anderen Gruppe noch unterscheiden mag, eines wird sehr deutlich: regelmäßiges, mit Betonung auf „mäßig“, Trinken ist der Gesundheit wesentlich zuträglicher.

Die Zahl der jugendlichen „Besäufnis-Trinker“ steigt unaufhaltsam. „Binge“-Trinken ist das neue Problem: Immer mehr Jugendliche zwischen 12 und 17 Jahren trinken mindestens einmal im Monat fünf Gläser und mehr an einem Tag. Der Anteil der Binge-Trinker hat sich von 20 Prozent im Jahr 2005 auf 26 Prozent im Jahr 2007 erhöht, mit ständig steigender Tendenz. Das englische Wort „binge“ bedeutet Besäufnis oder Gelage - der Name dies Trinkverhaltens ist offenbar Programm. Im Deutschen ist man bei der bildhaften Beschreibung

noch einen Schritt weiter gegangen und hat es „Kampftrinken“ oder „Koma-Saufen“ genannt.

Weitere Studien konnten übrigens auch belegen, dass es deutlich besser ist, Alkohol mit dem Essen zu trinken. Die Alkoholspiegel derer, die gleichzeitig gegessen und getrunken hatten, lagen um die Hälfte unter denen der alleinigen Trinker. All diese Befunde sprechen dafür, dass das mediterrane Ess- und Trinkverhalten nicht nur eine Masche von nostalgischen Urlaubern oder geldgierigen Marketingexperten der Lebensmittelbranche ist, sondern vielleicht die tatsächlich adäquate Art des modernen Menschen den Genuss von Wein und Speisen zu verbinden.

Selbstverständlich muss man sich fragen, ob hinter dieser auf breiter Basis geführten Diskussion über die Wohltaten des mäßigen Alkoholgenusses nicht vielleicht auch die Interessen einer ganzen Industrie stehen. Insbesondere in den USA und in Großbritannien, den Ländern der Mega-Getränkekonzerne, liegt diese Vermutung nahe. Es wäre sicher am überzeugendsten, wenn es gelänge eine regelrechte „Kosten-Nutzen-Analyse“ des Alkoholkonsums nach einer adäquaten Studie zu erstellen. Wiegen die Ersparnisse durch einen mäßigen Weinkonsum vielleicht die durch exzessiven Genuss entstandenen Kosten im Gesundheitswesen wieder auf? Derartige Studien gibt es nicht und man würde auch mit Recht fragen ob ihre Ergebnisse tatsächlich eine gesellschaftliche Konsequenz hätten, die z.B. sein könnte, dass mäßige Trinker geringere Krankenkassenbeiträge zahlen? Dies wäre aber wohl sozialpolitisch kaum durchsetzbar.

Bei der Frage welche Wirkungen der Weingenuss auf die Gesundheit der Konsumenten hat, spielt das Lebensalter eine ganz entscheidende Rolle. Wie jeder exzessive Genuss, ist selbstverständlich auch das übermäßige Weintrinken potentiell gefährlich. Der Genießer muss sich des individuellen Gesundheitsrisikos sehr bewusst sein. Das gilt aber in gleichem Maße für fast alle Aktivitäten im Leben. Nicht mehr Auto zu fahren weil das Unfallrisiko höher als beim Wandern ist, wäre so töricht wie keinen Wein mehr zu trinken, weil sich das Risiko einer Lebererkrankung dadurch potentiell erhöht. Erwachsene Menschen haben im Allgemeinen gelernt die Risiken ihres Lebens abzuschätzen und das gilt auch für ihre Trinkgewohnheiten. Ältere und erfahrene Weintrinker haben es naturgemäß leichter als ihre jüngeren Freunde ohne spezifische, langjährige Trinkerfahrungen. Der verantwortungsvolle Umgang mit der eigenen Gesundheit beinhaltet auch das Wissen um die positiven und negativen Wirkungen des Alkoholgenusses. Erfahrene Weintrinker sind mündige Menschen, sie brauchen keine globalen Empfehlungen über Quantitäten die sie genießen dürfen. Die kennen sie für sich selbst sehr genau. Gerade deswegen kommt den Weintrinkern und auch all denen, die an der Verfügbarkeit des Weines mitarbeiten, wie den Winzern und den Händlern, eine ganz besondere gesellschaftliche Verantwortung zu.

Sie dürfen auf keinen Fall aus ökonomischen Erwägungen die Gefahren des Alkoholkonsums herunterspielen, sondern müssen aktiv an deren Überwindung und an der Aufklärung über die Zusammenhänge mitarbeiten. Dieses Gebot sollte von keinem der Beteiligten auf die leichte Schulter genommen werden, denn seine strikte Befolgung durch jeden einzelnen, dem der Wein am Herzen liegt, ist die Voraussetzung für den Fortbestand der Weinkultur in der modernen Gesellschaft. Auch der Wein zeigt jene janusköpfigen Eigenschaften des Alkohols, die für den Menschen nur bei ausgewogenem Konsumverhalten zuträglich sein können. Es sei daran erinnert, dass schon *Lichtenberg* eine Wissenschaft des Trinkens forderte, weil er erkannte, dass die Wirkungen alkoholischer Getränke sehr komplex sind.

Gruppen und Grüppchen

Je tiefer wir in die Zusammenhänge zwischen Weinkonsum und Gesellschaft eindringen, desto deutlicher wird es, dass sich Weintrinker tatsächlich deutlich von anderen Bevölkerungsgruppen unterscheiden. Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass sie selbst eine Art Zusammengehörigkeitsgefühl entwickeln und dieses auch auszuleben versuchen. Dieses Phänomen werde ich versuchen näher zu analysieren. Fangen wir bei der größten denkbaren Gruppe an: der Nation. Nicht nur das Bewusstsein einer politischen Einheit innerhalb genau festgelegter Grenzen, sondern in ganz besonderem Maße auch das Gefühl einer kulturellen Eigenständigkeit prägt die Gesellschaft einer Nation. Nationen sind meist eine soziologische Einheit, d.h. eine große Gruppe mit einer gemeinsamen Gesellschaftsordnung. Aus dem Gesichtsfeld anderer Nationen betrachtet, werden sie oft mit individuellen Eigenschaften charakterisiert und wie ein Individuum beschrieben. Daraus ergibt sich, dass immer wieder versucht wurde einen Nationalcharakter bzw. nationale Typizitäten zu definieren. Aussagen wie, die Schotten seien geizig, die Deutschen arbeitsam, die Italiener faul, die Spanier stolz und die Franzosen säßen vor dem Essen, sind natürlich grobe Verallgemeinerungen und würden einer wissenschaftlichen Untersuchung niemals standhalten. Man vermutet zunächst gar nicht, dass es in Bezug auf das Weintrinken ebenfalls große kulturelle Unterschiede zwischen den verschiedenen Nationen gibt. Beim Stellen der Frage wer wir, die Gesellschaft der Weintrinker, denn eigentlich sind, ist es daher sehr wohl von Bedeutung festzustellen, welcher Kulturkreis, d.h. welche Nationalität betrachtet werden soll. Anhand verfügbarer Statistiken möchte ich versuchen einigen dieser nationalen Besonderheiten nachzuspüren.

Gehen wir am Beginn dieses Abschnittes noch einmal kurz zurück zu den bereits zitierten „Essais“ von *Montaigne*, dort finden wir nämlich eine schöne

Einführung in die Thematik. Voller Erstaunen lesen wir, dass sich die Deutschen ganz besonders gerne dem „ganz und gar leiblichen und erdgebundenen“ Laster der Trunksucht hingeben. „Der ärgste Zustand des Menschen ist der, in dem er das Bewusstsein und die Beherrschung seiner selbst verliert. Und man sagt davon unter anderen Dingen, wie der gärende Most in einem Fasse alles, was auf dem Boden liegt, in die Höhe treibe, so bringe der Wein bei denen die sich ihm übermäßig hingegen haben, die verborgensten Geheimnisse zum Vorschein“. Aus diesen Zeilen klingt unverhohlenen Kritik am übermäßigen Weinkonsum heraus. Aber *Montaigne* hat auch einen guten Ratschlag für den Vieltrinker, „Feinschmeckerei und sorgfältiges Kosten der Weine sind dabei fehl am Orte. Wenn ihr eure Lust darin sucht, zur Gaumenweide zu trinken, so setzt ihr euch der Unlust aus, oft sauer zu trinken. Man muss eine gemeinere und anspruchslosere Zunge haben. Um ein guter Trinker zu sein, darf man keinen so zarten Gaumen besitzen.“ Und er fährt fort: „Die Deutschen trinken sozusagen jedes Gewächs mit dem gleichen Vergnügen. Ihnen kommt es mehr darauf an, es durch die Gurgel zu jagen, als es zu schmecken. Sie kommen dabei weit besser weg. Ihre Lust ist üppiger und leichter zur Hand“. Die verfeinerte Art der Franzosen Wein zu trinken erfährt hier eine deutliche Absage. Sie unterdrückt nämlich das Lustprinzip und macht von den Gaben des Weingottes „zu kümmerlichen Gebrauch“, wie *Montaigne* schrieb.

Er musste es wissen, denn er hatte Deutschland oft bereist. Ob die von ihm aufgezeigten Unterschiede zwischen französischem und deutschem Weingenuss heute noch existieren mag dahingestellt sein, eines wird aus dieser Gegenüberstellung jedoch ganz deutlich: es gab und gibt erhebliche nationale und kulturelle Differenzen zwischen den europäischen Weintrinkern. Schließlich gibt *Montaigne* uns sogar noch einen Hinweis auf die Quantität, die einige Menschen im 16. Jahrhundert wohl mühelos trinken konnten: „Ich habe zu meiner Zeit einen großen Herren gekannt, einen Mann von hohen Taten und glanzvollen Erfolgen, der ohne Anstrengung und im Zuge seiner gewöhnlichen Mahlzeiten nicht weniger als seine fünf Lot Wein (ca. 20 Liter) leerte.“ Dies sind gewaltige Dimensionen, und ich frage mich, wie der Körper jener Menschen mit diesen Flüssigkeits- und Alkoholmengen fertig werden konnte.

Berechtigerweise sprechen die Historiker in Deutschland vom 16. Jahrhundert als dem „Zechjahrhundert“. Nicht nur der Weinverbrauch (auf etwa 120 Liter pro Kopf und Jahr geschätzt) sondern auch der Bierkonsum hatte unerhörte Ausmaße angenommen. Der größte Zecher genoss gesellschaftlich das allerhöchste Ansehen und es entstanden vielerorts Sauforden in denen die Oberherrschaft und alle anderen Posten der Hierarchie „ertrunken“ werden mussten. Der lebenslustige *August der Starke*, König von Polen und Kurfürst von Sachsen, gründete noch im 17. Jahrhundert eine „Gesellschaft zur Bekämpfung der Nüchternheit“. Übrigens, die große Liebe der Germanen zum

alkoholischen Getränk wurde uns schon vom Römer *Tacitus* in seinem Buch „De origine et situ Germanorum“ aus dem ersten Jahrhundert nach Chr. überliefert. Darin heißt es „dem Durst gegenüber beachten sie nicht die sonstige Mäßigkeit“. Etwas weiter heißt es in der gleichen Schrift, dass man die Germanen leichter mit ihrer Trinklust schlagen könne, als mit Waffen, wenn man ihnen nur so viel Wein herbeischaffte, wie sie begehrten. Dies kann man gut verstehen, denn die Nordlichter waren an dünnes Bier oder Met gewohnt und tranken dann, mangels einschlägiger Erfahrung, vom viel stärkeren Wein die gleichen Mengen, mit den entsprechenden Folgen.

Was war der Grund für dieses unmäßige Trinkverhalten am Beginn der Neuzeit? Die Lust am Rausch war sicher, wie zu allen Zeiten, eine wichtige Komponente. In jenen Tagen waren Glück und Zufriedenheit, so wie wir beides heute definieren, vermutlich eine Seltenheit. Der Tod war den Menschen ständig vor Augen und aufgrund der geringen Möglichkeiten medizinischer Diagnostik und Therapie starb man sehr häufig jung, lange bevor man alle Genüsse des Lebens auskosten hatte. Dies musste zwangsläufig zu einer ganz anderen Lebensauffassung als wir sie heute kennen, führen Da jeder Tag der letzte sein konnte, versuchte man, mehr schlecht als recht, ihn zu genießen. Weil die äußeren Umstände dies aber aus materiellen oder sozialen Gründen meist nicht zuließen, verfiel man nur allzu gerne dem Rausch und den damit verbundenen, lebensbejahenden Illusionen.

Aber es gibt auch viel banalere Erklärungen für die damalige Trunksucht großer Bevölkerungsgruppen. Man hatte vermutlich einfach sehr großen Durst. Dies ist gut vorstellbar angesichts der Vielzahl mit Salz konservierten Nahrungsmittel in jener Zeit. Wir kennen gut den durststeigernden Effekt von Salzmandeln oder Kartoffelchips, die ja deswegen in den Kneipen häufig umsonst verteilt werden. Die Unkenntnis der Hygiene und der daraus resultierende Mangel an alternativen Konservierungsmethoden, räumte dem Salz eine überragende Bedeutung ein, die man eigentlich gar nicht überschätzen kann. Der gleiche Mangel an Hygienekenntnissen bewirkte, dass das verfügbare Wasser meist keine Trinkqualität hatte und man deshalb zum Stillen des Durstes auf die bakteriologisch unbedenklicheren, vergorenen Getränke zurückgreifen musste.

Sind die Deutschen noch immer ein Volk von Säufern? Die Statistik scheint dies auch fast 500 Jahre nach *Montaigne* zu bestätigen, aber sie sind nicht alleine. In Deutschland wurden im Jahr 2002 im Durchschnitt pro Person 151,6 Liter alkoholische Getränke konsumiert. Auf die Menge Alkohol heruntergebrochen ergibt dies einen Pro Kopf-Verbrauch von 10,8 Litern reinen Alkohols im Jahr. Dies unterscheidet sich praktisch nicht von der Menge, die ein Franzose jährlich konsumiert (10,9 Liter!). Zusammen mit den Portugiesen (11,3 Liter) führen die Deutschen und ihre französischen Nachbarn die Statistik an. Wenn man aber genauer analysiert in welcher Form

der Alkohol in diesen Ländern konsumiert wird, wird der nationale Unterschied sehr deutlich. Franzosen (57 Liter) und Portugiesen (50,2 Liter) konsumieren über doppelt so viel Wein pro Kopf wie die Deutschen (23,9 Liter). Deutschland hat beim Weinkonsum auf der Weltrangliste nur Platz 13 inne und steht deutlich hinter Ländern wie u.a. der Schweiz (41,3 Liter), Österreich (31,8 Liter) und sogar Dänemark (29,3). Was mögen die Deutschen denn wirklich? Bier und Schnaps natürlich! 60 % aller konsumierten alkoholischen Getränke in Deutschland gehören in diese beiden Kategorien. Aber es beginnt sich etwas zu ändern. Während der Weinkonsum in allen klassischen Weintrinkerländern (Frankreich, Italien, Portugal, Spanien, Argentinien) rückläufig ist, steigt er in Deutschland, wie übrigens auch in England und den USA, langsam, aber kontinuierlich, an.

Was besagen die erwähnten statistischen Daten? Die Antwort darauf hängt, wie immer, in erster Linie vom Blickwinkel des Betrachters ab. So meinte z.B. die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, dass die genannten Verbrauchszahlen, deutlich zeigen, dass der Alkoholkonsum „nach wie vor eines der großen gesundheitlichen Probleme in Deutschland darstellt“. Aus der Perspektive des Weinliebhabers ergibt sich eher das Bild eines enormen Potentials für den Wein in unserem Lande. Bis vor kurzem war es so, dass der pro Kopf-Verbrauch an Wein in den weinanbauenden Ländern mit der Weinproduktion im Lande parallel ging. Die größten Weinkonsumenten waren auch die wichtigsten Weinhersteller, jedenfalls galt dies für Frankreich, Italien, Spanien und Argentinien. Mit beinahe 9 Mio. Hektoliter im Jahr steht Deutschland auf Platz 7 der Produzentenliste (nach den gerade genannten Ländern und den USA, Australien und Chile). Heutzutage werden 2,3 Mio. Hektoliter aus Deutschland exportiert und im Gegenzug über 12 Mio Hektoliter importiert. Die Schere hat sich weit aufgetan, mittlerweile ist das Weinbaugebiet Deutschland auch das Weinimportland Nummer 1 auf der Welt. Das zeigt den enormen Stellenwert, den der Wein in der deutschen Gesellschaft mittlerweile genießt.

Erstaunlicherweise steht aber das reiche Deutschland, gemäß einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), in Sachen Preisorientierung der Verbraucher vor Polen an vorletzter Stelle. Der Weinmarkt präsentiert sich so international wie nirgends auf der Welt, aber auch so billig wie nirgends. *Hermann Pilz*, Chefredakteur der Fachzeitschrift „Weinwirtschaft“, kam in einem Leitartikel zu dem humorvollen Schluss: „Deutsche Konsumenten outen sich mehr und mehr als Discount-Primaten der Gattung *Homo sapiens aldiensis*.“ Dort ist auch zu lesen: „Deutsche Konsumenten lieben es international. Während sich Franzosen, Italiener, Spanier und Amerikaner lieber an den Weinen ihrer Heimat laben und sich bei den vertrauten Gewächsen offenbar auch ganz gut auskennen – zumindest sind die Weinkonsumenten offener für erstklassige Weine ihrer Länder und bereit tiefer in die Tasche zu greifen - haben deutsche Konsumenten ihre Scheu vor

fremden Weinen abgelegt und trinken, man möchte fast meinen egal woher, Hauptsache es ist billig.“ Der deutsche, kleinbürgerliche Traum von viel Ware für wenig Geld scheint hier abermals seinen Ausdruck zu finden. Tatsächlich aber hatten deutsche Weintrinker niemals Scheu vor fremden Weinen. Bereits im s.g. „*Spießschen Faustbuch*“, der „*Historia von D. Johann Fausten*“ von 1587, einem der literarischen Vorläufer von *Goethes* Meisterwerk, lesen wir, dass Faust seinem Famulus Wagner zur Fastnachtsfeier den Auftrag erteilt „ein newen Tisch zubereiten“ und „zum Tischwein brachte er Welschwein / Ehrwein/ Vngerischen vnd Hispanischen“. Der „Ehrwein“ (= Ehrenwein) war wohl die besondere Gabe, vermutlich in Form des genannten ungarischen und spanischen Weins. In jedem Fall kann man diesem Text entnehmen, dass Doktor Faustus, und mit ihm seine Freunde, schon im 16. Jahrhundert sehr kosmopolitische Weintrinker waren.

Erstaunlicherweise scheinen heute die Weinkenntnisse der Verbraucher in umgekehrtem Verhältnis zur Vielfalt des Angebotes zu stehen. Eine Zielgruppenstudie eines renommierten Weinmagazins hat dies jedenfalls zutage gebracht. Nur eine Minderheit der Weinkäufer hat auch eine ausreichende Kenntnis über Wein. Nach der Sinus-Definition sind es lediglich die „gehobenen“ Trinker, die auch Bescheid wissen. Weinkäufer beim Lebensmittel-Einzelhandel und bei den Discountern sind im Großen und Ganzen ahnungslose Individuen in Sachen Wein. Verwundert oder beunruhigt dies? Ich glaube kaum. Schließlich war es immer so in der Geschichte des Weins, dass wenn seine Verfügbarkeit ausreichend war, sich alle Schichten an ihm ergötzt haben. Dass dabei das Wissen um Herkunft, Weinbau- und Kellertechnik im großen Durchschnitt eher gering war, versteht sich von selbst. Wir haben es hier mit einer Marketing-Studie zu tun, deren Botschaft ganz klar ist: nur mehr Produktinformation kann zu gesteigerten Umsätzen höherwertiger Weine führen. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch eine Strategie des englischen Getränkemultis „Constellation“. In dem Bewusstsein, dass die Vielfalt der Weinherkünfte einen starken Reiz auf den Konsumenten ausüben kann und in ihm den Wunsch entstehen lässt, das auch alles probieren zu wollen, hat die Firma eine Marke mit dem Namen „Stowells Taste the World“ geschaffen. Ohne die Marke wechseln zu müssen und damit der Qual der Wahl ausgesetzt zu sein, kann der Weinfreund Kreszenzen aus Chile, Frankreich, Australien, Spanien, Südafrika, Italien, Bulgarien, Argentinien und Deutschland, alle mit einheitlich gestyltem Etikett, durchprobieren. Alle Weine liegen in einer unteren Preisklasse und verkaufen sich, wie ich gelesen habe, blendend.

Nicht nur die Bewohner von Weinbauländern haben einen natürlichen Bezug zum Wein. Dass ein Volk sich selbst zum Weintrinken erziehen kann wird am Beispiel Dänemarks sehr deutlich. Dort existiert praktisch kein Weinbau und so waren bis in die frühen 70iger Jahre des 20. Jahrhunderts bei den Dänen Aquavit und andere Schnäpse sowie Bier die favorisierten Alkoholika. Um den

übermäßigen Konsum von destillierten Getränken einzudämmen entschloss sich die Regierung diese höher und den Wein niedriger zu besteuern sowie gleichzeitig eine entsprechende Aufklärungskampagne durchzuführen. Dänemark ist aufgrund einer zielgerichteten und konsequent verfolgten Politik zu einem Eldorado für Weintrinker geworden. Mit 29,3 Litern pro Kopf im Jahr ist der Verbrauch dort jetzt deutlich höher als im Weinbaugebiet Deutschland. Die Schlussfolgerung aus diesem Lehrbeispiel kann eigentlich nur sein, dass der Weinkonsum einer Nation zwar historische Wurzeln haben, aber auch manipuliert werden kann. Die Niederlande sind ein anderes Beispiel dafür. Ebenfalls ein Land ohne eigenen Weinbau, hat man dort bereits im Mittelalter seine Liebe für den Wein entdeckt. Als die niederländische Stillebenmalerei im 15. und 16. Jahrhundert ihre ersten Höhepunkte erreichte, wurden vielfach Weingläser zu den Arrangements gestellt und darin befand sich meistens Weißwein; dieser stammte fast ausschließlich vom Rhein. Der Fluss war ein idealer Transportweg für die Fässer aus den deutschen Winzerbetrieben in die holländischen Kneipen und Haushalte. Noch heute scheint die Liebe der Holländer zum Rheinwein ungebrochen; im Sommer strömen sie in großen Scharen nach Rüdesheim und anderen Orten des Rheingaus um sich am Rebsaft zu erfreuen. Auch statistisch drückt sich dies aus: mit beinahe 19 Litern Wein pro Kopf und Jahr gehören sie eindeutig zu den weintrinkenden Nationen.

In der europäischen Kulturgeschichte des Weinkonsums, oder besser gesagt, des Alkoholkonsums, lassen sich zwei Grundtypen des Trinkverhaltens scharf voneinander abgrenzen. 1.) Der nördliche Bier- und Schnaps-Typus in den „trockenen Ländern“ zeichnet sich durch eine restriktive und ambivalente Trinkkultur aus. Was damit gemeint ist, werde ich gleich näher erläutern. 2.) Beim südlichen Wein-Typus in den „feuchten Ländern“ handelt es sich um eine frei gewähren lassende, integrierte Trinkkultur. Getrunken wird hier völlig gleichberechtigt privat und öffentlich, vor allem zu den Mahlzeiten. Abstinenz ist beinahe ein Fremdwort in diesem Kulturkreis. Die individuelle Varianz des täglichen Verbrauchs ist in den feuchten Ländern eher gering und eine exzessive Berausung selten. Alkoholismus stellt, trotz des vergleichsweise hohen Durchschnittsverbrauchs, ein geringes gesellschaftliches Problem dar. Demgegenüber sind hier die direkten somatischen Alkoholschäden, wie etwa die Leberzirrhose, relativ häufig. In den nördlichen, „trockenen Ländern“ findet sich beinahe das Gegenteil. Hier trinkt man vorzugsweise in der Freizeit und überwiegend in häuslicher Umgebung. Das Muster des Alkoholkonsums entspricht der „Dipsomanie“ (siehe weiter unten), d.h. dem sporadischen und exzessiven Trinken. Die individuelle Varianz des täglichen Verbrauchs ist daher sehr groß. Es gibt viele Abstinente, andererseits ist die Prävalenz des Alkoholismus hoch und stellt ein nicht zu übersehendes gesellschaftliches Problem dar. Somatische Alkoholschäden bei den Trinkern sind in den „trockenen Ländern“ demgegenüber verhältnismäßig selten. Eine ähnliche Einteilung der

europäischen Trinkgewohnheiten wurde, wie schon erwähnt, bereits vom *Goethefreund Hehn* vorgenommen, der von den „Bier- und Butterregionen“ im Norden und von den „Wein- und Ölregionen“ im Süden sprach.

Ich habe mich manchmal gefragt, ob es in Europa nicht zwischen der Trinkkultur und der Religionsausübung einen Zusammenhang gibt. Die „trockenen Länder“, d. h. die im Trinkverhalten restriktiven und ambivalenten Länder Nordeuropas, wie Deutschland, die Niederlande oder Skandinavien, sind auch jene in denen der evangelische Glaube mit all seinen puritanischen und genussfeindlichen Varianten, am weitesten verbreitet ist. Die katholische Kirche war, trotz ihrer sonstigen Ablehnung von Sinnenfreuden, dem Wein gegenüber immer überaus tolerant. Man denke nur an die Zeiten der Renaissance oder des Barock, in denen die Päpste und der Klerus ganz offen unter den Augen der Gläubigen einem weltlich-fürstlichen Leben frönten und ausgedehnte Weingüter besaßen. Das katholische Abendmahl mit dem Wein war zu jeder Zeit auch allen Teilnehmern des Gottesdienstes zugänglich. Demgegenüber wurde in vielen protestantischen Gruppierungen das Abendmahl nur noch vom Pfarrer alleine vor der Gemeinde zelebriert. Der Katholik kam also während des Gottesdienstes mit dem Messwein in direkten sensorischen Kontakt, während dies den Protestanten vielfach verwehrt blieb. Martin Luthers wortgewaltiger Feldzug gegen den „Saufteufel“ mag ein Übriges getan haben, die Freude am Trinken in den protestantischen Ländern nachhaltig zu beeinflussen. Ob diese Feststellungen tatsächlich in einem kausalen Zusammenhang mit dem Trinkverhalten der Mitglieder einzelner Konfessionen stehen, oder gar den ökokulturellen Unterschied zwischen den „feuchten“ und „trockenen“ Ländern ausmachen, muss dahingestellt bleiben, ein interessanter Gedankengang ist es allemal.

Die Verwurzelung des Weins in der Kultur eines Landes ist wohl nirgends so ausgeprägt wie in Frankreich. Zum Image eines Franzosen gehört irgendwie ein Glas Rotwein in der Nähe zu haben. Wein ist in diesem wie in keinem anderen Lande ein Teil der nationalen Identität. Ähnliches findet man auch in anderen Ländern, allerdings nur wenn man sich auf regionaler Ebene bewegt. Im Rheingau oder an der Mosel finden wir den Wein als einen wesentlichen Faktor im Regionalcharakter der Menschen. Das Gleiche gilt natürlich mehr oder weniger für die meisten Weinbauregionen in Europa. Interessant ist, dass die kulturelle Nähe eines Landes zu einem anderen auch die Vorlieben für die gegenseitigen Weine beinhaltet. Deutschland und Österreich sowie Spanien und Portugal sind gute Beispiele dafür. Selbst in Finnland, wo kein Wein angebaut wird, importiert man in großen Mengen Tokaier aus Ungarn, möglicherweise weil die beiden Sprachen der gleichen Familie angehören und damit eine gewisse kulturelle Verwandtschaft dokumentiert wird.

Neben den Mengen an Wein oder Alkohol im allgemeinen, die in einem Volk statistisch gesehen pro Jahr die Kehlen seiner Bürger hinunterfließen, ist das

Zeitmuster des Alkoholkonsums von großer Bedeutung. Bemühen wir noch einmal die Statistik: Franzosen, Italiener und Spanier sind, weiß Gott, keine Abstinenzler, sie trinken so viel Alkohol wie wir oder mehr als die Schweden, Norweger oder Finnen. Und trotzdem, man wird in den mediterranen Ländern praktisch zu keiner Tageszeit Betrunkene auf den Straßen sehen. Allerdings kann man zum Espresso Brandy schlürfende Angestellte und Arbeiter bereits morgens in den Bars ausmachen. Es wird zwar viel getrunken, aber über den Tag verteilt in kleinen Dosen. Demgegenüber ist in den wenig konsumierenden Ländern, der Anblick von Bier- und Schnapsleichen auf den abendlichen bzw. nächtlichen Straßen der Großstädte ein gewohntes Bild. Hier haben wir es mit einer gesellschaftlichen Gruppe zu tun, die - nicht ganz korrekt - als „Quartalsäufer“ apostrophiert wird. Die Mediziner haben dafür den Begriff „Dipsomanie“ geprägt, der eine periodische Trunksucht bezeichnet, bei der wiederholt auftretender, exzessiver Alkoholkonsum mit zwischenzeitlicher Abstinenz abwechselt. Die Ursachen der Dipsomanie können in seltenen Fällen in immer wieder auftretenden psychischen Verstimmungen liegen. Wesentlich häufiger sind dafür aber äußere Anlässe verantwortlich. Diese können das Überreichen der Lohntüte, Geburts- und andere Festtage, Siege der heimischen Fußballmannschaft, oder beliebige andere Anlässe sein. Die Dipsomanie ist die vorherrschende Art des Alkoholkonsums in den trockenen Ländern nördlich der Alpen und erstreckt sich über alle sozialen Schichten bzw. Milieu-Gruppen. Sehr oft unterliegt die Dipsomanie auch einem Gruppenzwang. Man trifft sich unter Gleichgesinnten und beginnt sich „zu besaufen“. Verbindungsstudenten früherer Zeiten waren ein geradezu klassisches Beispiel dafür. Einen über die Stränge schlagen, aus dem sozialen Zwang ausbrechen, Aggressionen abreagieren, Frustrationen abbauen und Ängste vergessen, mögen einige individuelle Gründe für diese Verhaltensmuster sein. Unter den „Dipsomanen“ wird man bei oberflächlichem Hinsehen eher weniger Weintrinker finden. Bei näherer Betrachtung, aber das wird unter kultivierten Weintrinkern natürlich meist zu vertuschen versucht, sind auch sehr viele von ihnen der Dipsomanie verfallen. Die Freude an einer gelungenen Weinprobe am Wochenende mit großen Tropfen hat schon aus manchem Weingenießer, gemessen an der konsumierten Menge, einen richtigen „Quartalsäufer“ gemacht.

Schließlich möchte ich noch auf einen Zusammenhang hinweisen, der gewisse gesellschaftspolitische Bedeutung hat. Die ist die Verbindung von Alkohol und Imperialismus. Was ich damit meine, lässt sich am Beispiel Mexikos gut demonstrieren. Dort gab es bereits in den alten, einheimischen Kulturen alkoholische Getränke, nämlich die aus Agaven gewonnenen „Pulque“ und „Mescal“. Ihr Genuss war mit speziellen Riten verbunden, die den Konsum einschränkten und somit einer Abhängigkeit vorbeugen halfen. Im Rahmen der Kolonisation des Landes durch die Spanier wurde der Herstellungsprozess für Branntwein eingeführt der der Trunksucht im Lande erheblichen Vorschub leistete. Noch heute spielt der landeseigene „Tequila“ eine überragende Rolle

als „long drink“ oder pur in Form von so schmackhaften Zubereitungen wie der „Margarita“ geschlürft. Die Verbreitung einfacher alkoholischer Getränke mag sozialpolitischem Willen entsprochen haben, denn Menschen, die vom Alkohol abhängig waren, waren einfach zu regieren, man musste ihnen nur das begehrte Getränk als Belohnung für ihre gesellschaftliche Konformität versprechen.

Die kontinuierliche Ausbreitung westlicher Standards führte in vielen Kulturen zu einer langsamen Verdrängung nationaler Ess- und Trinkgewohnheiten. Gleichzeitig findet eine - für viele Gesundheitspolitiker besorgniserregende - weltweite Zunahme des Alkoholkonsums statt. In den Ländern Afrikas oder Asiens hat der ursprünglich praktisch unbekannte Alkoholgenuss mittlerweile bereits europäische Dimensionen angenommen. Vor allen anderen Getränken wird dort momentan noch dem Bier der Vorzug gegeben. Als kuriose Beispiel sei das kleine zentralafrikanische Land Gabun genannt, dessen Bevölkerung sich vorwiegend aus Bantu-Stämmen zusammensetzt, die in der Land- und Forstwirtschaft tätig sind. Dort besteht der jährliche Pro Kopf-Konsum von Alkohol aus 130 Litern Bier, das ist mehr als in Deutschland. Aber auch der Weinkonsum war, bzw. ist weiterhin auf dem Vormarsch, man denke an die weinproduzierenden Länder in Südamerika, bzw. an Japan, China oder Südafrika. Was sich dort abspielte war eine exakte Reproduktion der europäischen Entwicklung, nämlich u.a. die soziologische Trennung der Bier- von den Weintrinkern. Die Asiaten sind heute die größten Preistreiber für die hochwertigen Weine aus Europa, denn für viele von ihnen ist der Besitz einer Flasche mit großem Namen in höchstem Maße zum gesellschaftlichen Prestige avanciert. Auf einer anderen gesellschaftlichen Ebene lässt sich der Zusammenhang von Getränk und Imperialismus am Beispiel Coca-Cola und „american way of life“ illustrieren. Nach dem zweiten Weltkrieg war dieses Süßgetränk in den Ländern des s.g. Ostblocks zu einer meist unerreichbaren Ikone westlicher Freiheit geworden, für deren Besitz man bereit war große Opfer auf sich zu nehmen. Dies war ein Schritt zur späteren Kolonisierung dieser Länder im Sinne Amerikas. Wir haben es hier ganz offensichtlich mit einer sehr subtilen Art der euro-amerikanischen Welteroberung zu tun.

Bis zu diesem Punkt habe ich mich mit den großen Gruppen der Weintrinker, die sich als Nation zusammengeschlossen haben, beschäftigt. Aber auch auf kleinerem, nationalem Niveau schließen sich Weinfreunde auch zu Gruppen zusammen. Menschen, die sich zum gemeinschaftlichem Genuss zusammenfinden sind im wahrsten Sinne des Wortes „Genossen“. Genossen sind tatsächlich, etymologisch betrachtet, ursprünglich Mitglieder einer Gruppe, die gemeinsam „genießen“, d.h. einen bestimmten Genuss, sprich auch Nutzen, teilen. Die weitere sprachgeschichtliche Entwicklung hat den Sinn dieses Wortes schließlich so verändert, so dass man heute bei Weinfreunden nicht mehr von Genossen spricht. Trotzdem gründen Weinfreunde nicht selten Vereinigungen und auch das ist ein Spezifikum ihrer

Soziologie. Weinclubs, Weingesellschaften und Weinverbände, Bruderschaften, Fördervereine der Weinkultur usw. sind die äußeren Rahmen in denen sich Menschen, die Freude am Wein haben, zusammenfinden. Diese Gruppen können ein sehr ausgeprägtes Gruppenbewusstsein entwickeln, dabei spielt die Interaktion der Mitglieder untereinander, z. B. beim Verkosten von Weinen, eine ebenso große Rolle wie die gemeinsame Identifikation gegenüber Dritten. Der psychologische Sinn solcher Gruppenbildungen ist zweierlei: erstens, Erleichterung der Befriedigung eigener Bedürfnisse und zweitens, Verteidigung gegen die Bedrohung gemeinsamer Ziele durch Außenstehende. Die gemeinsamen Ziele können progressiv sein, d.h. die Mitglieder einer Weinvereinigung suchen bessere und effizientere Wege zu ihrer Lustbefriedigung oder aber es können konservative Ziele vorherrschen: den status quo erhalten, bzw. Vergangenes wiederbeleben. Diese letztgenannte, konservative Grundhaltung der Mitglieder findet sich bei fast allen Weingesellschaften. Das Konservative ist häufig allein durch die Altersstruktur und gesellschaftliche Zusammensetzung des Vereins bedingt. Ältere, erfolgreiche Herren - und das gilt in zunehmendem Maße auch für Frauen - sind nun mal aus verständlichen Gründen eher konservativ. Eine weitere Komponente im Hintergrund, die Weinfreunde zur Gruppenbildung animiert, ist die gegenseitige Kontrolle beim Trinken und damit die Vermeidung von sozialem Fehlverhalten. Die Weinvereine, egal welcher Couleur, setzen sich aus allen Berufen zusammen. Manchmal sind es auch Winzer und andere Weinfachleute, die sich zusammenfinden um die Güte und den guten Ruf der Weine einer bestimmten Region besonders zu pflegen. Auf dem Programm stehen dann auch solche Punkte wie die Förderung des traditionellen Brauchtums, Verbesserung des Verständnisses für den Wein und seine Geschichte, die Kultur beim Trinken und die Beziehungen der Kunst zum Wein. Auf keinen Fall würden die Mitglieder solcher Gruppen sich gleichsetzen lassen mit den Trinkgesellschaften des Mittelalters, schon deshalb nicht, weil heute auch immer mehr Frauen an der Gemeinschaft der Weinfreunde teilhaben.

Die klassischen Weinbruderschaften, sind wohl im weitesten Sinne aus den mittelalterlichen Sauforden hervorgegangen und haben in ihrer heutigen Form ihren Ursprung in Frankreich. Dort gibt es zur Zeit mehr als 50 sogenannte „Confréries Vineuses“. All diese Bruderschaften, die sich über ganz Europa verbreitet haben, sind an ein Statut gebunden. Mit feierlichem Eid erfolgt die Aufnahmezeremonie, bei der sich die Mitglieder verpflichten, ihrem Anbaugebiet verbunden zu bleiben, die Traditionen zu wahren, die Qualität ihrer Weine zu erhalten und zu verbessern, seinen Absatz zu fördern und ihn selbst immer zu lieben. Oft tragen die Mitglieder besonderen Trachten und geben sich einen speziellen Namen wie z.B. die „Gentilhommes de Fronsac“ (Edelleute von Fronsac). Manche extravaganten Weinbruderschaften halten Versammlungen mit glanzvollen Gastmählern ab, auf denen die Eleganz und Vorzüglichkeit der Weine, Speisen und Garderoben miteinander wetteifern.

Die berühmteste aller Weinbruderschaften ist vermutlich die „Confrérie des Chevaliers du Tastevin de Bourgogne“ (Ritter der Feinschmecker aus Burgund). Sie hat ihren Sitz in den Gebäuden des Clos de Vougeot, einer Weinberglage, die seit 1098 bis zur französischen Revolution den Mönchen von Cîteaux, dem Mutterkloster der Zisterzienser, gehörte. Die Chevaliers de Tastevin haben heute an die 10.000 Mitglieder, die über die ganze Welt verstreut sind. Aus soziologischer Sicht gehören die meisten dieser Weinorden in das Sinus-Milieu der „Traditionell-gehobenen“-Gruppe. Ihre geistige Ausrichtung ist, wie erwähnt, immer konservativ. Befremdend wirkt der große Ernst, mit dem das Weintrinken zelebriert wird. Zumindest auf den ersten Blick ist nicht viel von der heiter und entspannten Atmosphäre zu spüren, die den Weingenuss sonst umgibt. Es scheint als hätten tatsächlich die alten Klostergenossenschaften der katholischen Orden bei manchen Weinbruderschaften Pate gestanden. Das asketisch wirkende Ritual steht in merkwürdigem Gegensatz zum sinnlich genussfreudigen Ziel der Vereine. Wird hier möglicherweise hinter dem Schilde einer elitären Gesellschaft eine Art Rechtfertigung ihrer Mitglieder für den Suff betrieben? Da sie dies alles so anders als das „gemeine Volk“ und auf hohem kulturellen Niveau vollziehen, sind sie in ihren eigenen Augen von jedem Vorwurf unbotmäßigen Genusses entschuldigt, im Gegenteil, sie leisten in ihren Augen sogar einen positiven gesellschaftlichen Beitrag.

Den Vereinigungen der Weintrinker stehen die Solitärtrinker gegenüber. Ich habe von der sozialisierenden Wirkung des Weins gesprochen und davon wie der Wein Brücken über gesellschaftliche Barrieren schlagen kann. Für sich alleine Wein zu trinken wird im Verständnis der meisten Mitbürger mit der Erkenntnis Wilhelm Buschs in der „Frommen Helene“ gleichgesetzt:

„Es ist ein Brauch von Alters her:
Wer Sorgen hat, hat auch Likör!“

Alleine Wein zu trinken wird häufig mit dem Vorstadium des Alkoholismus gleichgesetzt; man tut dies nur, zumindest in der Vorstellung der bürgerlichen Gesellschaft, um irgendwelche psychischen Schwierigkeiten zu überwinden, eben die „Sorgen“ zu vergessen. Eine andere Ansicht rückt den „stillen Genießer“ in die Nähe des Autismus, denn Weingenuss sei nun eben ein gesellschaftliches Ereignis. Aber Selbstbezogenheit und In-sich-gekehrt-sein mit einer Flasche Wein und einem Glas vor sich muss nichts mit einem asozialen Säufer oder einer psychotischen Persönlichkeitsstörung zu tun haben. Wenn man die in einem vorausgegangenen Kapitel geäußerte Vermutung ernst nimmt, dass das Verhältnis zum Wein einer Liebesbeziehung ähnlich sein kann, wird man verstehen, dass sich ein „ganz normaler“ Genießer durchaus in ein intimes Zwiegespräch mit dem köstlichen Inhalt einer Flasche verwickeln lassen kann und dabei ungestört bleiben möchte.

Der Wein, ein multikulturelles Anliegen

Neben den Nationalitäten und kleinen Gruppen von Weinfreunden, über die ich im vorangegangenen Kapitel gesprochen habe, gibt es noch andere überregionale Zusammenschlüsse von Menschen, die im Zusammenhang mit dem Thema dieses Buches von Interesse sind. Ich meine die Glaubens- bzw. Religionsgemeinschaften. Ihre jeweiligen Einstellungen zum Wein sind Gegenstand dieses Kapitels. Dabei werde ich einen Schwerpunkt auf den Islam legen, denn seine lange, lustvolle Tradition im Zusammenhang mit Wein ist ja in unserem Kulturkreis weitgehend unbekannt.

Nach dem Zusammenbruch des Weströmischen Reiches widerfuhr dem Weinbau in Europa zunächst etwas ganz Erstaunliches und eigentlich Unerwartetes: die Kirche bemächtigte sich des Weines. Die religiösen Motive für die Angliederung von Weinbergen an Kirchen und Klöster liegen auf der Hand. In der Liturgie wurde dem Wein eine große symbolische Bedeutung zugeschrieben. Die Größe der klösterlichen oder bischöflichen Rebflächen übertraf aber in den allermeisten Fällen den Bedarf an Messwein bei weitem. Die Weinberge der Orden wurden mehr und mehr zu ertragreichen Wirtschaftsunternehmen, die auch Nebenprodukte des Weinbaus wie Essig, Öl aus Traubenkernen und Saft vertrieben. Zwar gab es auch fürstliche und andere private Weinberge, aber im frühen Mittelalter verschwanden viele davon wieder, weil sie häufig durch die gesetzlichen Erbschaftsregelungen in immer kleinere, wirtschaftlich nicht mehr rentable Parzellen verfielen. Demgegenüber hatten die Klöster und Diözesen es deutlich besser: ihr Grundeigentum wurde nicht durch Erbteilung auseinandergerissen, sondern vergrößerte sich vielfach noch durch Schenkungen.

Die Ordensmänner, ob sie nun Mönche waren oder den höheren Rängen der kirchlichen Hierarchie angehörten, stellten sicher keine allzu hohen Ansprüche an die Qualität der Getränke und so kann man davon ausgehen, dass das allgemeine Niveau der Weine im frühen Mittelalter eher niedrig war. Auch was die konsumierten Quantitäten betraf, benahm sich der Klerus keineswegs besser als das Volk. Der berühmte Geschichtsschreiber und Bischof, *Gregor von Tours*, klagte gegen Ende des 6. Jahrhunderts, dass die Mönche mehr Zeit in den Tavernen verbrachten als beim Beten in ihren Zellen. Im übrigen fanden sich häufig kirchliche Anlässe zu einem Gelage. Weit verbreitet war z.B. das s.g. „Minne-Trinken“. Unter Anrufung eines Heiligen brachte man diesem einen Heilstrunk dar, was meist in einer fröhlichen Zecherei endete. Eine ähnliche Institution mit der gleichen Endzielsetzung war das „Caritas-Trinken“. Im Zeichen der Nächstenliebe wurde an kirchlichen Festtagen, einschließlich bestimmter Sonntage, am Geburtstag des Abtes oder des

Bischofs, aber auch beim Tod eines Ordensbruders oder einer kirchlichen Autorität, dem Konsum von Wein - und in gesellschaftlich niedrigeren Kreisen gelegentlich auch dem Bier - gehuldigt.

So viel anders als bei den frommen christlichen Mönchen ist es auch bei den Juden nicht zugegangen. Schließlich hat das Christentum die Verehrung des Weines aus dem Alten Testament übernommen und in der jüdischen Liturgie spielte er schon immer eine sehr große Rolle. In dem 1734 erschienenen Buch von *Paul Christian Kirchner* „Jüdisches Ceremoniel oder Beschreibung derjenigen Gebräuche, welche die Juden sowohl inn als auch außer dem Tempel... in acht zu nehmen pflegen“ liest man voll Erstaunen, dass zum Purimfest „der Thalmud ausdrücklich gebeut, es solle sich der Jud an diesem Freuden-Tag so voll trinken, dass er den Unterschied zwischen Haman und Mardochai nicht erkennen kan; welches andere also auslegen, dass er trinken solle, bis er seine fünf Finger nicht mehr zu zehlen weiß.“ Selbst wenn dies eine übertriebene Forderung ist, zeigt sie doch, dass sich betrinken auch bei den Juden nicht als Sünde angesehen wurde und, dass sie sich der Dipsomanie mit ebensolcher Freude wie ihre christlichen Brüder hingaben. Wein spielte zu allen Zeiten bei den Juden eine große Rolle und war auch nach talmudischem Gesetz ein „erlaubtes“ Vergnügen. Interessant, dass der Genuss von Wein in Gesellschaft von Heiden den Juden in der Antike verboten war. Man wollte damit vermeiden, dass Juden das Trankopfer an die Götter mitmachten. Sehr fromme Juden trinken aber bis auf den heutigen Tag Wein nur in jüdischer Umgebung. Das mag auch damit zusammenhängen, dass genau diese Gruppe der Gläubigen großen Wert auf koscheren Wein legt, den man eben am besten unter jüdischen Glaubensgenossen genießt.

Der exzessive Alkoholkonsum der Christen und auch der Juden, hatte ebenso das Oströmische Reich erfasst. Mit dem erheblichen Einfluss von Byzanz auf die arabische Halbinsel begann auch dort die Verbreitung alkoholischer Getränke. Der Genuss von Alkoholika war bei den Arabern in ihren heidnischen Zeiten tatsächlich sehr weit verbreitet. Man kannte unzählige Rezepte für wohlschmeckendes Gebräu: meist wurden Datteln, Gerste oder Rosinen mit reichlich Wasser bedeckt und man wartete bis der Überstand ausgegoren war und sich die Trubstoffe abgesetzt hatten. Im Gegensatz dazu, wurde der begehrte Traubenwein („hamr“) hauptsächlich von jüdischen und christlichen Händlern aus Syrien, dem Jemen oder dem Libanon eingeführt. Es gab umherziehende Kneipen, die von Ort zu Ort fuhren und neben ihrem Wein auch Tänzerinnen und Sängerinnen bei sich hatten. In den Städten Mekka und Medina oder in den größeren Beduinenlagern machten sie teilweise wochenlang Station. Dabei wurde in diesen Etablissements auch dem Glücksspiel gefrönt und manch ein arabischer Familienvater hat in einer durchzechten Nacht Haus und Hof verspielt. Es ist kein Wunder, dass der Koran sehr konkret auf diese Missstände eingeht. „Sie werden dich befragen nach dem Wein und dem Spiel. Sprich: `In beiden liegt große Sünde und

Nutzen für die Menschen. Die Sünde in ihnen ist jedoch größer als ihr Nutzen“. Ein wirkliches Weinverbot liegt in dieser Koranstelle noch nicht vor, sondern lediglich eine Warnung vor seinem übermäßigem Genuss und vor den Hasardspielen. Ein ähnlicher Hinweis findet sich in der 4. Sure (46): „Oh ihr, die ihr glaubt, nähert euch nicht trunken dem Gebet sondern wartet bis ihr wisset, was ihr sprecht.“ An dieser Stelle wird eigentlich nur davor gewarnt in nicht nüchternem Zustand zu beten. Wesentlich deutlicher wird der Koran dann allerdings in der 5. Sure (92): „Der Satan will nur zwischen Euch Feindschaft und Hass werfen durch Wein und Spiel und Euch abwenden von dem Gedanken an Allah und dem Gebet.“ Diesen Satz interpretierten moslemische Theologen schließlich als vollständiges Alkoholverbot. Man kann sich vorstellen, dass die Durchsetzung des Alkoholverbotes (al-kuhl, arab.= das Berauschende) bei den Anhängern der neuen Lehre anfangs auf große Schwierigkeiten gestoßen ist. Der Prophet Mohammed wurde immer wieder gefragt welche der gewohnten Getränke, außer dem Wein, zugelassen seien. Ein wichtiges Thema war auch die Frage wie lange man ein Getränk denn der Gärung aussetzen dürfe bevor es als berauschend galt. Die „Hadit“-Sammlungen, in denen die Aussprüche und Handlungen des Propheten aufgezeichnet sind, sind voll von zusätzlichen Anweisungen zum Umgang mit dem Alkohol. In der Sammlung des *Sahih al-Buhari*, der im 9. Jahrhundert lebte, wird zum Beispiel nochmals bestätigt „dass der Genuss von Wein verboten ist“. Dort finden wir auch eine sehr pragmatische Definition des Begriffes Wein: „Er kann aus Trauben, Datteln, Honig, Weizen und Gerste hergestellt werden. Und als Wein bezeichnen wir jedes Getränk, das den Verstand trübt!“

In vielen Büchern liest man, dass es im Islam aufgrund des dem moslemischen Glauben eigenen Alkoholverbotes überhaupt keine Weinkultur gab. Dass dem nicht so war, habe ich in meinem kleinen Buch „Der maurische Traum“ ausführlich dargelegt. Um dem weit verbreiteten Vorurteil entgegenzuwirken und damit den Blick für die islamische Kultur zu schärfen, werde ich einige Argumente aus diesem Buch hier aufführen. Das Alkoholverbot wurde nicht nur vom Volk sondern auch von vielen Kalifen und hohen Würdenträgern zeitweise ganz offen missachtet. Das Gebot kein Schweinefleisch zu essen war bei allen islamischen Völkern eigentlich ohne Problem akzeptiert, während man mit dem Gebot keinen Alkohol zu trinken fast immer und überall Schwierigkeiten hatte. Als Kalif *Jezid I.* (gestorben 683), aus dem Geschlecht der Omaiaden, einmal einen Zwist mit Rivalen in Mekka auszutragen hatte, lud er sie in seine Hauptstadt Damaskus ein. Im Palast des Kalifen wurden sie verwöhnt und reich beschenkt. Raffinierte Delikatessen nach byzantinischen Rezepten und schwere Weine aus Samos sollten sie gefügig machen. Aber die offizielle Prasserei bewirkte hier einmal genau das Gegenteil: Die Kunde dass der Kalif ein Weintrinker sei brachte die frommen Bürger in den heiligen Städten Mekka und Medina gegen *Jezid* auf und der Kalif musste den Aufstand schließlich mit Waffengewalt niederschlagen.

Für mein Thema von besonderem Interesse ist das islamische Spanien. Hier kamen die drei großen monotheistischen Religionen, das Judentum, das Christentum und der Islam, in ganz engen Kontakt miteinander. Obwohl auch hier das mohammedanische Alkoholverbot bestand, waren die Herrscher meist tolerant genug, die seit der Römerzeit ungebrochene Winzertradition nicht sterben zu lassen. Die Juden und die Christen, die ja ein fester Bestandteil der von den moslemischen Eroberern bestimmten Gesellschaft waren, durften ungehindert Alkohol trinken und sie waren es, die den Weinbau auch weiter betrieben. Die andalusischen Dichter jener Zeit haben, wie übrigens auch ihre Kollegen in Persien, eine sehr reiche Wein-Dichtung hervorgebracht, die uns heute deutlich zeigt, dass das Abstinenzgebot in diesen islamischen Ländern nur relative Bedeutung hatte. Im Übrigen war Wein natürlich zu medizinischen Zwecken zugelassen, und von Umschlägen bis hin zu Klistieren gab es alle Anwendungsarten, so dass ein „Missbrauch“ schon vorprogrammiert war.

In der jüdischen Tradition bedeutete der Rebstock, wie uns das Alte Testament lehrt, Wohlergehen und Glück. Die Christen haben ihn zur Veranschaulichung der durch die Taufe erlangten Gemeinschaft dargestellt und auch im Koran finden sich viele Hinweise auf den Weinstock. In der 6. Sure (142) erfahren wir sogar etwas über die Rebbautechnik: "Und Allah ist es welcher wachsen lässt Gärten mit Rebspalieren und ohne Rebspaliere...". Einer Übertretung des moslemischen Alkoholverbotes verdanken wir eines der bedeutendsten Werke der Reiseliteratur. Ibn Dschubair, ein gebürtiger Valenzianer trat in der Mitte des 12. Jahrhunderts in den Dienst des Gouverneurs der Stadt Granada, mit dem er gut befreundet war. Die Geschichte, die dazu führte, dass er sich, wie man heute wohl sagen würde, dem Reisejournalismus widmete hingab, ist erzählenswert weil sie uns einen kleinen Einblick in die Lebensumstände von damals ermöglicht: Die zu jener Zeit das moslemische Spanien regierenden Almohaden, huldigten einem sehr orthodoxen Islam und nahmen das Alkoholverbot des Koran einmal wieder besonders ernst. Der illustre Freund des rechtgläubigen *Ibn Dschubair* hat diesen eines Tages in furchtbare Gewissensnot gebracht, als er ihn nämlich zu einem Weingelage einlud. Vom Alkohol benebelt und nicht mehr wissend was er tat, soll *Dschubair* sieben Becher des verbotenen Getränkes geleert haben. Als er am nächsten Tag wieder bei vollem Bewusstsein war, quälten ihn nicht nur Kopfschmerzen sondern auch furchtbare Gewissensbisse. Dies kam dem Gouverneur zu Ohren und er bereute, dass er seinen redlichen Beamten mit dem Wein verführt hatte. Als Wiedergutmachung ließ er dem armen *Dschubair* die sieben Becher, die er geleert hatte, mit Gold gefüllt zukommen. In seinem plötzlichen Wohlstand erkannte *Ibn Dschubair* ein deutliches Zeichen Allahs und um seine Sünde zu büßen, trat er die Pilgerfahrt von Granada nach Mekka an. Er war über zwei Jahre unterwegs und noch heute liest sich seine Reisebeschreibung wie ein spannender historischer Roman.

Nicht selten waren die luxuriösen Weingelage an den muslimischen Höfen, bzw. in der vornehmen Gesellschaft, auch Anziehungspunkt für Dichter und Lyriker. Sie erinnerten ein wenig an die griechischen „Symposien“. Die arabischen „Trinklieder“ (hamrijjat), die dabei gedichtet und vorgetragen wurden, waren bereits in der vorislamischen Zeit außerordentlich beliebt und blieben dies auch das ganze Mittelalter hindurch. Sie wurden meist von berufsmäßigen Sängern und Sängerinnen vorgetragen und von Instrumentalmusik und Tanzdarbietungen begleitet. Einer der berühmtesten Dichter von Trinkliedern war *Abu Nuwas* aus Bagdad. Sein ungezügelter Hang zum Trinken und seine Ausschweifungen haben ihn in seinem Leben öfter in Schwierigkeiten gebracht, jedoch hat ihm sein dichterisches Können immer wieder die Gunst der Kalifen gesichert. Der große Abbassiden-Kalif und legendäre Herrscher aus „Tausend und einer Nacht“, *Harun ar-Raschid*, machte ihn zu seinem Hofpoeten. In al-Andalus fand übrigens der Weingenuss vorwiegend im Freien statt, in den nicht einsehbaren Gärten oder Innenhöfen der maurischen Häuser, wie sie noch heute in Form der „carmenes“ in Granada zu finden sind.

Als mich die Trunkenheit auf's Lager zwang,
Schief auch die Sonne ein.
Sanft deckte mich ein Baum
Mit Duft und Schatten zu.
Der Tauben Sang
War wie mein Lager weich - fern - ferner als ein Traum"

So beschrieb der bereits zitierte *Ibn Chafadscha* seinen Rausch, den er sich bereits am Tage angetrunken hatte. In der Dichtung der Sufi-Mystiker galt der weingefüllte Kelch als Symbol des Göttlichen und es ist überliefert, dass der Rausch gelegentlich dazu diente sich in einen Zustand zu versetzen in dem mystische Erfahrung möglich wurde.

"Der Küsse Duft ist süßer als der Wein" weiß die schöne *Hafsa*, Erzieherin im Harem des Sultans von Granada, zu berichten. Sie liebte den unglücklichen Dichter *Abu Dschafar*, der damit zum Konkurrenten des Prinzen wurde und dies am Ende mit seinem Leben bezahlen musste. Aber vorher huldigte er in den Armen der Schönen dem Wein:

Und trunken tanzten wir zum Klang der Tamburine
Die ganze Nacht, bis wir beim Morgengrauen die Falken warfen...

Am Abend vor seiner Hinrichtung im Frühjahr des Jahres 1164 soll er noch folgendes Gedicht an *Hafsa* niedergeschrieben haben:

Warum beweinst du mich?
Ich hab auf dieser Erde

Die herrlichsten Vergnügungen genossen:
Aß weißes Hühnerfleisch, sooft ich es begehrte,
Und hab den besten Wein in mich hineingegossen."

Warum berichte ich das alles in dieser Ausführlichkeit? Ich wollte lediglich verdeutlichen, dass auch Teile der islamischen Gesellschaft mit ihren kulturellen Traditionen fest mit unserem Europa verankert waren und, dass der Wein dabei eine nicht unbedeutende Rolle spielte. Die provenzalischen Troubadoure und die deutschen Minnesänger sind direkte Nachfahren der maurischen Poeten und ohne diese nicht denkbar. Im Umgang mit dem vergorenen Rebensaft und in seiner Bewunderung unterschieden sie sich nicht grundlegend voneinander. Genau wie im heiligen Buch der Mohammedaner, dem Koran, die inhaltlichen und sprachlichen Einflüsse aus dem Judentum und dem Christentum sehr deutlich werden, kann man auch in der islamischen Kultur sehr viele Einflüsse aus unserer europäischen Historie ausmachen. Al-Andalus, das islamische Spanien, war im Mittelalter der große Schmelztiegel der Religionen und der Kulturen. Die Gründe für das Scheitern dieses originären europäischen Experiments nach jahrhundertelanger Blüte sind außerordentlich komplex und teilweise widersprüchlich. Wir, die wir diese großartige Geschichte kennen, können nur hoffen, dass es nach der Befriedung der gegenwärtigen Konflikte zwischen den drei genannten Religionsgemeinschaften, wieder möglich sein wird, die gemeinsame Vergangenheit und die gemeinsamen Wurzeln sichtbar zu machen und erneut in eine schöpferische Koexistenz zu führen. Ist es zu euphemistisch bei diesem Prozess der Zukunft auch an eine vermittelnde Rolle des Weins zu glauben? Der gemeinsame Genuss von Wein würde die Toleranz dem Andersgläubigen gegenüber fördern, weil dieser Genuss, während dessen sich ja vieles - zumindest im Geiste - relativiert, mit Fundamentalismus und Fanatismus nicht zu vereinbaren ist.

Der Wein im Volksglauben

Nicht nur in den drei Weltreligionen spielt der Wein eine bedeutende Rolle, auch im „Volksglauben“ finden sich viele Bezüge zu ihm. Wen wundert es, dass einem gesellschaftlich so hoch geschätzten Produkt wie dem Wein auch allerlei magische Eigenschaften zugeschrieben wurden? Gerade in den ärmeren und ungebildeten Bevölkerungsschichten, in denen kein materieller Überfluss herrschte und in denen der Wein begehrte Mangelware war, entwickelte sich ein blühender Glaube an die Wunderkräfte des schwer erreichbaren Getränks. An einigen deutschen Universitäten gibt es bekanntlich ein Fach namens „Volkskunde“; es fällt unter den Oberbegriff „empirische

Kulturwissenschaft“. Im Rahmen der Volkskunde wird meist auch über den Volksglauben gelehrt. Dieser ist das, was wir landläufig auch Aberglaube nennen. Dabei muss man wissen, dass das was heute als Aberglaube abgestempelt wird, vermutlich einmal gängige Wissenschaft war. Aderlass, Blutegel und Schröpfköpfe sind aus der naturwissenschaftlichen Medizin völlig verschwunden und in den Bereich der „Paramedizin“, d.h. des mystischen Aberglaubens, gerückt. Dabei war die Therapie des Blutentfernens bei einem Kranken jahrhundertlang anerkannte „Schulmedizin“. Auch bestimmte Sichtweisen der Wettervoraussage gehören in diesen Bereich. Die Anzahl so genannter Bauernregeln, die einen kausalen Zusammenhang mit bestimmten Naturphänomenen und dem kommenden Wetter, aufgestellt haben, ist schier unendlich. *Franz Strunz* hat in seiner berühmten Schrift von 1909 „Beiträge und Skizzen zur Geschichte der Naturwissenschaften“ geschrieben: „aller Aberglaube ist alte Wissenschaft, alle Wissenschaft neuer Aberglaube“ und „was heute Aberglaube ist, war einst Wissenschaft“. So sind auch viele Erkenntnisse zum Thema Wein fest im Volksglauben verankert und waren wohl einst, trotz aller Kuriosität, bei heutiger Betrachtung völlig ernst gemeint. Aus diesen volkstümlichen Weisheiten lässt sich einmal ableiten, dass dem Wein eine sehr große Bedeutung, gerade bei den unteren Gesellschaftsschichten, zugemessen wurde. Daraus lassen sich dann auch gewisse soziologische Einsichten ableiten.

Einer der interessantesten Aspekte des Aberglaubens beim Thema Wein ist die enorme Kraft, ja sogar Zauberkraft, die das Getränk verleihen soll. Der Legende nach war Wein der Lieblingstrunk des waffenstarken *Odin*, oder zu deutsch *Wotan*. Odins Name war abgeleitet von der nordischen Bezeichnung für „Wut“ oder „Erregung“ und er war der Gott der Ekstase und des Krieges, also einer Gottheit, die mit dem Dionysos der Griechen durchaus Gemeinsamkeiten hatte. Dies macht seine Vorliebe für den Wein, ein im Norden teures und schwer verfügbares Getränk, verständlich. Der Wein wurde durch Odins Vorliebe in göttliche Sphären verlagert. Von einer sehr kuriosen Anwendung berichtet eine alte mecklenburgische Quelle: „Auf welche Art der Mensch große Stärke erreichen kann: Setze guten, klaren, roten Wein in einen Ameisenhaufen, lasse ihn ein ganzes Jahr darin stehen an einem Donnerstag im Glas wohl verwahrt; hernach nimm es an dem darauffolgenden Freitag des verflossenen Jahres wieder heraus und trink selbigen Wein, so wirst du Riesenstärke gewinnen und unerhörte Wunder tun.“ (zitiert nach Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens). Die Vorschrift besagt ausdrücklich, dass es guter, klarer, roter Wein sein müsse, also Qualitätskriterien, die auch heute noch gelten. Ameisen sind übrigens ebenfalls mit dem Zauber belegt Kraft zu verleihen.

Im Volksglaube soll Wein Blut erzeugen, also blutbildend wirken. Diesem offensichtlichen Irrglauben verdanke ich persönlich vermutlich meine Liebe zum Wein. Als ich ein Kind von vielleicht 4 oder 5 Jahren war hat mir meine

Großmutter gelegentlich ein Eigelb mit Zucker und Rotwein in ein Glas geschlagen und mir diese Köstlichkeit eingeflößt. „Damit Du gutes Blut bekommst“ war ihr Begleitkommentar. Die Assoziation von Wein mit Blut geht zurück auf den Dionysoskult. Bei den Festen zu seinen Ehren waren die Trinkgelage nicht nur Besäufnis sondern ein wirkliches Sakrament, durch das die Teilnehmer das Blut des Gottes zu sich nahmen und so seiner Seele teilhaftig wurden. Wein tritt in verschiedenen kultischen Handlungen an die Stelle des Blutes, des Lebensaftes. Das Blut wurde beim Schließen der Blutsbrüderschaft oft durch Wein ersetzt und wahrscheinlich ist das deutsche „Brüderschaftstrinken“ eine Reminiszenz dieses Volksglaubens. Die Kirche hat beim Abendmahl den gleichen Glauben aufgegriffen, hierbei stellt der Wein das Blut Christi dar.

Wein spielte überall in Europa auch bei Fruchtbarkeitsriten eine Rolle. Älteren Jungfern goß man bei einem Umtrunk im Wirtshaus Wein in den Schoß, was als eine Art Fruchtbarkeitssegen aufgefasst wurde. Aber auch das Besprengen mit Wein von Äckern und Getreidefeldern hat einen ähnlichen Hintergrund. Dass Wein bei unzähligen Hochzeitsriten in vielen Gegenden große Bedeutung haben kann, basiert vermutlich auf seiner bereits diskutierten aphrodisischen Wirkung, bzw. als deren Symbol. Entsprechend wird meist der gemeinsame Trank von Braut und Bräutigam zelebriert.

Wie sehr der Wein auf Gedeih und Verderb an den Menschen gebunden war zeigen einige abergläubische Vorstellungen wie der Wein beim Tode eines Menschen reagiert. In manchen Regionen glaubte man, dass man bei einem Sterbefall im Hause das Weinfass im Keller beklopfen oder rütteln müsse um ein sofortiges Verderben seines Inhalts zu vermeiden. Wein als Totenopfer ist ebenso weit verbreitet. Vermutlich gehen diese Riten bis auf die alten Ägypter zurück, wo man in den Königgräbern immer auch eine Karaffe Wein fand. Es gab die Vorstellung, dass der Tote im Totenreich gut versorgt sein sollte. In Europa gab es vielerorts die Sitte entweder in das ausgehobene Grab Wein zu gießen oder das fertige Grab mit Wein zu besprenkeln. Aus Slowenien ist bekannt, dass man noch um 1820 einem Toten einen Laib Brot und eine Flasche Wein unter den Kopf legte. All dies zeigt die hohe Wertschätzung, die man dem Wein gab. Selbstverständlich konnten Hexen auch den Wein verderben. Die Akten der Hexenprozesse sind voll von ihren vermeintlichen Untaten, sie reichen vom Erzeugen von Nebel um die Weinberge zu schädigen, bis zur zauberischen Art Wein zu rauben. Wein war bei Hexen ebenfalls sehr begehrt, denn er galt ja als Trank des Lebens. Hexen hatten auch ihre besondere Art Wein selbst zu machen, so z.B. aus Totenköpfen. Bei einem Hexenprozess im Jahre 1673 sagte eine Hexe aus, dass der Wein beim Hexenmahl wie Rosenwasser schmecke. Nicht zu vergessen ist natürlich, dass Wein öfter als Grundlage sogenannter Zaubertränke diente, die dann noch die abstrusesten Beimischungen enthielten. Weit verbreitet waren auch die s.g. Liebesaugurien, d.h. die Erkundungen des Schicksals einer Person in der

Liebe. Ein ganz typischer Test zur Ergründung des Wohlstandes eines Liebhabers und künftigen Gatten war, dass man ihm drei Gläser gefüllt mit Wein, Bier oder Wasser vorsetzte; ergriff er zuerst den Wein war er reich, ergriff er das Bier war er nur mittelmäßig betucht, das Wasser signalisierte Armut. Der Hintergrund dieses Aberglaubens ist aus soziologischer Sicht sehr leicht zu verstehen.

Ein ganz anderer Aspekt sind die vielen Umstände und Zeichen, die die Quantität und Qualität des Weines im kommenden Jahr voraussagen sollen. Meist ist es die Witterung an einem bestimmten Tag des Jahres, die zu solchen Prognosen herangezogen wird. Von besonderer Bedeutung ist dabei der 25. Mai, der St. Urbanstag. An ihm wird Papst Urban I., der im 3. Jahrhundert lebte, gefeiert. Er ist der Patron des Weines und der Winzer. Er wird als Papst mit Weintraube in der Hand oder auf einem Buch dargestellt. Zu dieser Ehre ist er vermutlich dadurch gekommen, dass sein Festtag direkt nach den „Eismännern“ lag und den Beginn der wirklich warmen Jahreszeit signalisierte, mit der ja auch die Weinblüte einsetzte. Andere und wesentlich schwerer zu interpretierende Riten sagen z.B., dass der Wein im nächsten Jahr gut gerät, wenn in der Christnacht ein Schoppen gärenden Weines überläuft. Auch Kobolde zeigen gelegentlich an, wie die nächste Weinlese wird. So hört man beispielsweise in bestimmten Teilen Schwabens in der Christnacht um 12 Uhr ein Klopfen an den Butten der Kelter wenn es ein gutes Weinjahr gibt. Auch das Blühen und Fruchten des Efeus spielt eine Rolle als Orakel für die Qualität der Weinlese im kommenden Jahr. Blüht und fruchtet der Efeu schön wird es auch viel Wein geben. An dieser Aussage lässt sich übrigens demonstrieren, dass auch der s.g. Aberglaube gelegentlich naturwissenschaftliche Hintergründe haben kann, denn Efeu fruchtet nur in warmen Lagen. Ein anderes Datum welches für die Prognose der Weinlese von Bedeutung ist, ist der Tag des Heiligen Matthäus am 21. September. Bei schönem Wetter an Matthäi können die Winzer auf eine gute Ernte hoffen. „Matthies macht die Trauben süß“ sagt der Volksmund in Tirol.

Auch als Medium zur Wahrsagerei wurde der Wein gelegentlich gebraucht. Analog zur „Hydromantie“, der Wasserweissagung, gibt es auch eine „Önomantie“ (Weinweissagung). Die Verwandlung von Wasser in Wein, ist ein seit Urzeiten geglaubtes Wunder und fest im Volksglauben verwurzelt. Später hat es sogar Eingang in das Neue Testament der Bibel gefunden. Eine kuriose Weissagung wird vom römischen Schriftsteller *Petronius Arbiter* in seinem „Satyricon“ berichtet. Danach wirft eine Wahrsagerin eine Anzahl Haselnüsse in einen Weinkrug um aus ihrem Versinken oder Aufsteigen die Zukunft zu verkünden. Allerdings handelte es sich dabei, wie *Petronius* selbst schrieb, um krassen Betrug, da die Alte nach Bedarf taube oder volle Nüsse verwendete. Es ist verständlich, dass Aberglauben, der ja definitionsgemäß völlig irrational ist, jede Art von Scharlatanerie begünstigt.

In manchen Ländern ist es Brauch bei der sog. Leichenwache ein Trinkgelage zu veranstalten. Die Leichenwache ist vermutlich noch eine Reminiszenz aus heidnischen Zeiten, in denen man Angst hatte mit einer Leiche im gleichen Haus zu sein. Also trank man sich Mut an. Nicht anders war es, gemäß des Aberglaubens, mancherorts in der Hölle, auch da fanden Trinkgelage statt. Bereits in der Edda wird das Vorhandensein von Met, jenem aus Honig gemachten „Bier“, in der Unterwelt erwähnt. Überhaupt, zu manchen Zeiten im Mittelalter wurde die Hölle als ein großes Wirtshaus, das dem Teufel gehört, empfunden. Dort wurden die ankommenden Toten noch am gleichen Abend bewirtet. Der Volksglauben hat das Grauensvolle der Hölle abgeschwächt, wohl um die Vorstellung der Zeitgenossen, dass sie der Teufel eines Tages holen werde, etwas erträglicher zu gestalten.

Ein letzter Aspekt bei der Betrachtung des Weines im Zusammenhang mit dem Volksglauben soll dem Heilzauber und der Volksmedizin gewidmet sein. Grundsätzlich scheint es so, dass an bestimmten Heiligtagen geweihter Wein eigentlich das sicherste Mittel gegen eine Vielzahl von Krankheiten war. Der direkte Kontakt kranker Ohren und Augen mit Messwein übt eine heilende Wirkung aus. Auch der Kreuzwein, das ist Wein in den ein Kreuz getaucht wurde, hat heilende Wirkung bei vielen krankhaften Zuständen. Gegen das Fieber empfiehlt ein Rezept aus der französischen Schweiz: „Man füllt ein neues Glas mit dem besten Rotwein, bevor die Sonne aufgeht; dann stellt man es unter das Dach und unter einen Dachziegel; die Sonne darf das Glas nicht bescheinen; vor Sonnenaufgang gibt man dem Kranken den Wein; dann muss man das Glas zerbrechen“. Italienischen Glühwein gegen Influenza gibt es abgewandelt ja heute noch vor allem als vorbeugendes Mittel bei übermäßiger Kälte. Überhaupt, das Ansetzen von Kräutern mit Wein war ein probates Mittel bei vielen krankhaften Zuständen. Hier erkennen wir einen ersten Ansatz in Richtung moderner Phytopharmakologie. Alkohol war ein gutes Lösungsmittel für viele wasserunlösliche Stoffe in Pflanzen, die in den sonst üblichen Aufgusszubereitungen nicht enthalten sein konnten. Man sollte also das hier geschilderte nicht in Bausch und Bogen als unwissenschaftlich abtun, manch ein belegbarer Kern von naturwissenschaftlicher Wahrheit mag sich im Aberglaube finden. Außerdem wissen wir nur zu genau, dass Glaube Berge versetzen kann - und sei es „nur“ der Aberglaube. Daher wird es immer wieder Heilungen gegeben haben, die die Richtigkeit der Behandlungsmethode bewiesen. Bedenkt man außerdem, dass das genaue Wissen um die Entstehung und die Wirkungen des Weines erst etwas älter als hundert Jahre ist, dass es Wein aber seit tausenden von Jahren gibt, versteht man vielleicht wieso sich so viele verschiedene mystische Vorstellungen um ihn ranken konnten.

Weinkultur zwischen Armut und Reichtum

Es gab Zeiten in unserer Geschichte da galt als soziologisches Gesetz, dass die gesellschaftliche Hierarchie der Menschen strikt mit einer Hierarchie der Nahrungsmittel einherging. Danach bedurften arme Leute einer anderen Ernährung als reiche und dies galt selbstverständlich auch für den Wein. Dass alle Menschen gleich seien und gleiche Bedürfnisse haben galt als ketzerisches Denken. Die Einteilung in arm und reich war im Verständnis unserer Vorfahren gottgegeben. Weil nicht nur dem Essen sondern auch dem Wein eine bedeutende Rolle als Statussymbol zufiel, gab es über die Jahrhunderte immer Methoden einen einfachen Wein durch verschiedene Zusätze oder Manipulationen zu verbessern um aus einem billigen Tropfen einen begehrten zu machen bzw. ihn als solchen erscheinen zu lassen.

Die gesellschaftliche Bedeutung des Weins ist eng mit der des Essens verknüpft und es lohnt sich deshalb diesem kulturellen Hintergrund in unserer Vergangenheit einmal nachzuspüren. Dabei werden wir immer wieder auf den bereits vielfach erwähnten Kontrast zwischen arm und reich stoßen. Aus dem Jahre 1338 sind uns die Haushaltsbücher der Kommandatur von Saliers in Frankreich erhalten geblieben. Darin wurden akribisch die Ausgaben für Essen und Trinken der verschiedenen, arbeitenden Berufsschichten festgehalten. Es schien damals beinahe selbstverständlich zu sein, dass für die Präzeptoren, also die Lehrer, mehr als doppelt so viel ausgegeben wurde als für die Landarbeiter. Die Verwaltungsangestellten nehmen eine Mittelstellung ein. Während die Hauptunterschiede zwischen den Gruppen in der Fleischkost liegen - je höher die soziale Stellung, desto mehr wurde für Fleisch und entsprechend weniger für Brot ausgegeben - sind die Aufwendungen für Wein bei den Lehrern am geringsten. Wenn man davon ausgeht, dass diese sicher besseren, sprich teureren, Wein getrunken haben, so gab es ein erhebliches quantitatives Gefälle von oben nach unten. Die Gebildeten haben deutlich weniger als die Arbeiter getrunken. Ein Phänomen, das sich seit der Antike, d.h. nach der ersten Demokratisierung des Weinkonsums, in den „feuchten Ländern“ wie ein roter Faden durch die Geschichte der Weintrinker-Soziologie zieht. In den „trockenen Ländern“ gibt es ähnliche Verhältnisse in Bezug auf den Konsum von Bier und später auch Schnaps bzw. Branntwein. Dies hat etwas mit der bereits beschriebenen sozialen Abwertung, bzw. dem negativen gesellschaftlichen Image des „Säufers“ zu tun.

Geoffrey Chaucer war ein spätmittelalterlicher Dichter in England. Auf dem Höhepunkt seines Schaffens schrieb er die „Canterbury Tales“, ein dichtes, realitätsnahes Panorama des Lebens seiner Zeit an dem er seit 1387 gearbeitet

hat. Die Beschreibung der Witwe in der Erzählung des Nonnenpriesters ist eine der klassischen literarischen Dokumente zum Thema Armut.

Von Rauch geschwärzt war Stube und auch Halle,
Worin sie aß ihr spärliches Gericht.
Pikante Tunke kannte man da nicht.
Durch ihre Kehle ging nie leckres Essen;
Die Nahrung war der Hütte angemessen.
An Überladung litt sie keine Zeit;
All ihre Medizin war Mäßigkeit,
Bewegung und ein sehr bescheidnes Herz.
Es hielt vom Tanz sie ab kein Gliederschmerz,
Noch drohte ihr im Kopf Apoplexie.
Auch Rotwein oder Weißwein trank sie nie;
Aus Schwarz und Weiß bestand meist ihr Gericht,
Schwarzbrot und Milch, denn daran fehlt's ihr nicht,
Bisweilen Speck, manchmal ein Ei, auch zwei;
Denn sie gehörte zu der Meierei.

Zunächst einmal erstaunt bei diesen Zeilen ihre große gesundheitspolitische Aktualität. Sie klingen wie aus einem modernen Ratgeber für Patienten. Mäßigkeit beim Essen und Bewegung stellen bekanntlich heute die Grundpfeiler der Umstellung des Lebensstils zur Therapie der Volkskrankheiten Bluthochdruck und Diabetes dar. Wir erfahren aber in diesem Text auch was die arme Witwe alles entbehren musste und daraus können wir umgekehrt schließen, was die Begüterten im England des 14. Jahrhunderts alles zur Verfügung hatten. Man differenzierte ganz offensichtlich zwischen Rot- und Weißwein und alleine aus dieser Tatsache kann man ableiten, dass es für jeden dieser Weintypen auch eine besondere Anwendung im Zusammenhang mit kulinarischen Freuden gab, die den Armen verwehrt waren. Zu *Chaucers* Zeiten war der Bierkonsum erheblich und, da er das Bier in dem vorliegenden Zusammenhang überhaupt nicht erwähnt, kann man davon ausgehen, dass es in England tatsächlich auch das Getränk der armen Leute und mehr oder weniger billig sowie ubiquitär verfügbar war. Armut war auch die Mutter vieler Märchen und Sagen. Das „Schlaraffenland“ gab es in fast allen europäischen Kulturen (wo es vielfach auch „Cocagne“ genannt wurde). Wie es in einem mittelalterlichen Prosatext heißt, gab es dort „sehr viele schöne Brunnen von Malvasierwein und anderen süßen Getränken, so einem jeden, so will, von selbst in den Mund sprudeln“. Eine andere Quelle spricht von Muskateller und „Romeny“ (offenbar schon damals ein berühmter Burgunder aus der Lage La Romanée), der in Flüssen fließt, an deren Ufern Gläser und Schöpflöffel bereit stehen.. In dem bekannten Märchen „Tischlein, deck dich!“ der *Gebrüder Grimm* brauchte man nur die drei magischen Worte zu sagen und schon standen auf dem Tisch Schüsseln voll von Gesottenem und Gebratenem und - als Zeichen besonderen

Luxus´ - ein großes Glas mit rotem Wein. Hier spüren wir sehr deutlich, dass im Mittelalter Wein ein Attribut des Paradieses war. Die karikaturhaften Darstellungen vom Wohlstand und der Völlerei deuten einerseits auf die ständige Bedrohung der Menschen durch Hungersnöte. Andererseits zeigen sie aber auch den Überfluss, der vermutlich in manchen Gesellschaftsschichten herrschte, die als Vorbilder der Träume vom Schlaraffenland dienten. Wir finden eine Parallele zur mündlichen und schriftlichen Überlieferung dieser Zustände in der niederländischen Malerei, wo z.B. *Bruegel der Ältere*, diese kontrastierenden Situationen von Armut und Reichtum immer wieder eindringlich dargestellt hat.

Eine Alternative zum Wein waren in unseren Breitengraden, neben dem überall gebrauten Bier, im Spätmittelalter, also im 15. Jahrhundert, die Obstweine. Der Bedarf an Wein war so groß und die Verfügbarkeit, vorwiegend aus logistischen Gründen, nämlich weil er so schwierig zu transportieren war, gering, dass man wieder auf die überlieferten Rezepte der Vorfahren zurückkam. Apfelwein war in manchen Gegenden Europas, in denen Weinbau nicht möglich war, zum Lieblingsgetränk der ärmeren Schichten geworden. In der Normandie, im Süden Englands, in Südhessen und im unwirtlichen Asturien entwickelte sich eine regelrechte Apfelwein-Kultur. Cidre, Cider oder Sidra nannte man das Apfelgebräu in den romanischen Ländern (vom lateinischen „sicera“ abgeleitet). Im 16. Jahrhundert trat in Frankreich ein seinerzeit sehr bekannter Arzt namens *Julien de Paulmier* auf, der sich vehement für die gesundheitsfördernden Eigenschaften des Apfelweins engagierte. In seinen Augen war Wein aus Trauben schon in geringen Mengen schädlich, während der Cidre nur gute Eigenschaften hatte. Seine Argumentation war wohl ein Versuch den Apfelwein der unteren Schichten auch auf anderen sozialen Ebenen gesellschaftsfähig zu machen. Auch der Most von Birnen und verschiedenen Beeren diente zur Gewinnung von Obstwein. Erwähnung verdient in diesem Zusammenhang natürlich auch der Met, ein aus Honigwasser vergorenes Getränk mit langer Geschichte, das insbesondere in den nördlichen Ländern Europas heimisch war. Um 1500 begannen allerdings die „Metsieder“ immer mehr aus den Städten zu verschwinden. Wer einmal nachgebrauten Met getrunken hat, versteht sehr gut warum sich dies Getränk gegenüber dem Wein und auch dem Bier nicht halten konnte.

Aus dem 18. Jahrhundert sind von der Wagnerschen Druckerei in Ulm eine Unzahl von Akzidenzdrucke erhalten geblieben. Diese wurden von *Elmar Schmitt* 1987 gesichtet und herausgegeben. Daraus ist ein getreues Abbild des Ulmer Lebens im 18. Jahrhundert entstanden. Aus diesen Drucken erfahren wir, dass in Ulm und Umgebung zu dieser Zeit das Bier den Wein als tägliches Getränk verdrängt hatte. Nicht, weil die Leute etwa ärmer wurden, sondern schlichtweg weil die Qualität der Weine erheblich schlechter geworden war. Der s.g. „Schwäbische Kreis“ (Kreistag) hatte sich auf seinen Sitzungen

mehrfach mit der Einfuhr schlechter und gepanschter Weine aus der Schweiz zu befassen. Ganz offenbar war es nicht gelungen, trotz Androhung empfindlicher Strafen, diese zu unterdrücken. Ein Großteil der Bürger reagierte auf ihre Weise: das kleine Ulmer Nachbarstädtchen Leipheim wurde zu einem Zentrum des Hopfenanbaus und die schwäbischen Biere erlangten mehr als nur lokalen Ruhm. Man höre und staune, Bier wurde wegen seiner höheren Qualität zu einer echten Alternative des Weins! Dies dürfte in der Geschichte der Getränke wohl eine einmalige Entwicklung gewesen sein und wirft ein bezeichnendes Licht auf manche Weine, die es in dieser Zeit in die Regale der Händler schafften, und auf die große Unbedarftheit bzw. Indolenz seiner Konsumenten. Böse Zungen behaupten, der Trollinger sei noch ein Relikt aus jener Zeit und nur für Schwaben wirklich genießbar.

Pedro IV. war im 14. Jahrhundert über 50 Jahre lang König von Aragón. Unter ihm wurden das Roussillon und die Balearen dem Königreich wieder einverleibt, aber in unserem Zusammenhang wurde er durch die 1344 herausgegebenen „Ordenaciones“ bekannt. In diesen „Maßregeln für die Stände“ wurden die Rangunterschiede auch bei Tisch mit mathematischer Genauigkeit festgeschrieben. So liest man z.B., dass es „beim Bedienen richtig ist, dass einige Personen dem Verhältnis ihres Standes entsprechend mehr als andere geehrt werden“. Das Wichtigste bei dieser Ehrung war die Quantität des Essens und Trinkens, sie wurde für jeden sozialen Stand genau festgelegt. Auf dem Teller des Königs sollte Platz für Speisen von acht Personen sein, für die Prinzen und Erzbischöfe waren sechs Portionen vorgesehen, während Prälaten und Ritter mit nur vier Vorlieb nehmen mussten. Diese Verfügungen sind ein gutes Beispiel dafür, dass zunächst einmal die Menge von Essen und Trinken, und in erster Linie nicht ihre Qualität, ein Statussymbol war. Ähnliche Vorstellungen findet man auch heute noch in vielen mediterranen Ländern. Eine Tafel für Gäste muss verschwenderisch reichhaltig sein und so viel enthalten, dass es unmöglich gegessen werden kann. Nur der Überfluss des Angebotes ehrt den Gast. Aber auch die Qualität wird in Bezug auf die soziale Schicht der Konsumenten in den „Ordenaciones“ angesprochen. So erfahren wir, dass sich die Armen mit dem Abfall zu begnügen hatten: *Pedro IV.* verfügte, dass man für sie den sauer gewordenen Wein, das harte oder verschimmelte Brot, das faule Obst oder den verdorbenen Käse beiseite legen solle. Dies war vermutlich noch schlimmer als der bereits erwähnte „Piquette“, jenes Gebräu für die Armen, das aus einem Aufguss des beim Pressen übriggebliebenen Traubenmarkes hergestellt wurde. Bereits unter Karl dem Großen gab es eine strikte Hierarchie wer Wein trinken durfte und wer nicht. Es ist aus dem Jahre 791 überliefert, dass vor Beginn des Awarenfeldzuges man sich das Recht Wein zu trinken „erkaufen“ konnte. Der Adel und die Vornehmen des Reiches mussten viel Geld an die Staatskasse zahlen, wenn sie Wein trinken wollten. Demgegenüber verwies man diejenigen, die nicht so affluent waren auf das Bier.

Nicht gerade den Abfall sollten die Armen in biblischen Zeiten bei den Juden essen; wie uns die Bibel im Alten Testament (2. Mose 10 und 11) überliefert, hatte man eine andere Lösung parat: „Sechs Jahre sollst du dein Land besäen und seine Früchte einsammeln. Aber im siebenten Jahr sollst Du es ruhen und liegen lassen, dass die Armen unter deinem Volk davon essen; und was übrigbleibt, mag das Wild auf dem Felde fressen. Ebenso sollst du es halten mit deinem Weinberg und deinen Ölbäumen“. Diese Regel gilt übrigens bei orthodoxen Juden im biblischen Land noch immer: alle 7 Jahre müssen die Rebärten ruhen, es darf dann kein Wein produziert werden. Nur aus solchen, periodisch stillgelegten, Rebärten kann koscherer Wein stammen. Dieses Gesetz ist schwierig einzuhalten, denn ein guter Rebgarten würde durch ein 12 monatiges Nichtbearbeiten schweren Schaden nehmen. Da helfen sich die Strenggläubigen mit jüdischer Schlauheit: sie verkaufen den Rebgarten am Ende des sechsten Jahres pro forma an einen nichtgläubigen Nachbarn und kaufen ihn im darauf folgenden Jahr wieder zurück.

In den Zeiten, in denen Piquette gebraut wurde, war eine Vorstellung in allen Köpfen, egal ob arm oder reich: die Parallelität von Essen, Trinken und Gesellschaft. Es war völlig akzeptiert, dass die Hierarchie der Menschen strikt mit einer Hierarchie der Nahrungsmittel einherging. Dies galt selbstverständlich auch für die Getränke, wobei dem Wein, insbesondere dem Süßwein, die Rolle des exklusiven Essensbegleiters zukam. Welche soziale Stellung ein Weintrinker einnahm, konnte man u.a. an der Süße der von ihm getrunkenen Weine festmachen. Zur Bekräftigung solcher Rangordnungen haben Ärzte und andere Gelehrte immer wieder versucht die „natürliche“ soziale Hierarchie mit einem besonderen Bedürfnis an Nahrungsmitteln zusammenzubringen. Danach war für Bauern und die armen Leute Knoblauch, Zwiebeln, Hülsenfrüchte und Bier die ihrer Konstitution perfekt angepasste Ernährung, während die verfeinerte Aristokratie und der Klerus nur Fleisch, Fisch, Pasteten, Konfekt und Wein vertrugen. Dass alle Menschen gleich seien und gleiche Bedürfnisse haben war ketzerisches Denken in jenen Tagen. Historiker gehen davon aus, dass, zumindest im Spätmittelalter, ein nicht unbedeutender Anteil des Weinkonsums auf seine Verwendung in der Küche fiel. Auch dies war, wie die Verwendung der Gewürze, ein Statussymbol. Man wollte zeigen, dass man ausreichend zur Verfügung hatte und den begehrten Stoff auch zum Kochen verwenden konnte.

Heutzutage glauben wir nicht mehr an einen biologischen Unterschied von Arm und Reich, der unterschiedliche Ernährung erfordern würde, und trotzdem existieren die mittelalterlichen Vorstellungen noch fast unverändert. Die Hierarchie ist zwar nicht mehr eine Hierarchie der physischen Macht sondern eine Hierarchie des Geldes und der Bildung. Eines ist völlig gleich geblieben: Essen und Trinken sind weiterhin Statussymbole der wohlhabenden Gesellschaftsschichten. Ein Blick in manche Wein- und Gourmetzeitschriften entlarvt es überdeutlich: neben Anzeigen von Lebensmittelhändlern und -

Fabrikanten sowie Kellereien und Importeuren finden sich ganzseitige Annoncen von Luxuskarossen, die nur einer kleinen wirtschaftlichen Elite unter den Lesern zugänglich sind, weil nur von der überhaupt bezahlbar. Die kulturhistorisch begründete Theorie vom sozialen Wandel des deutschen Soziologen Professor *Norbert Elias*, der 1933 nach Holland und später nach England emigrieren musste, besagt, dass die Keimzelle aller Modernisierungs- und Innovationsprozesse in der europäischen Oberschicht lag. Was an den Königs- und Fürstenhöfen getan bzw. geschätzt wurde, wurde zunächst von der adligen und später auch von der bürgerlichen Oberschicht imitiert, die es dann an die Mittelschicht und diese an die Unterschicht weitergab. Ein derartiger Diffusionsprozess, von dem selbstverständlich auch Weinmoden erfasst werden, findet natürlich auch heute noch statt, nur dass die gesellschaftlichen Schichten sich entsprechend geändert und andere Attribute haben.

Im Zusammenhang mit Geld und Wein möchte ich gerne von einer höchst amüsanten Literaturstelle aus dem 19. Jahrhundert berichten. *Johann Wolfgang Döbereiner*, geb. 1780 und gestorben 1849, war einer der großen Chemiker seiner Zeit. Er gilt als der Vater der systematischen Ordnung der chemischen Elemente, seine „Triadenlehre“ war eine wichtige Vorarbeit zur Aufstellung des Periodensystems der Elemente, einer der Grundlagen der modernen Chemie. *Döbereiner* stand in ganz engem Gedankenaustausch mit seinem Vornamensvetter *Goethe*. Er schrieb 1822: „Wein - das Produkt der Gärung derjenigen zuckerreichen Obst- und Beerenfrüchte, welche sich durch angenehme Wirkung auf die Geruchs- und Geschmacks-Organen auszeichnen - ist für jeden Menschen, welcher mehr eine geistige als mechanische Tätigkeit übt, ein unentbehrliches Bedürfnis geworden - ein Bedürfnis, dessen Befriedigung jedoch manchem braven Manne oft mehr Geld kostet, als er nach seiner Einnahme für sich verwenden sollte. So ist z.B. ein Professor der Chemie auf irgend einer Universität im nördlichen Deutschland nur selten so gut besoldet, dass er, besonders wenn er Familienvater ist, sich erlauben könnte, täglich eine Flasche oder so viel guten Wein zu trinken, als zur Erhaltung seines Frohsinns und seiner Gesundheit, die fast täglich durch die Einwirkung der schädlichen Potenzen gestört wird, erforderlich ist.“ Das sagt uns etwas über die soziologische Struktur der Weintrinker am Beginn des 19. Jahrhunderts. *Goethes* Vorliebe für den Wein ist ein Indiz, dass er begütert genug war sich diesen leisten zu können. Professor *Döbereiner* war ein Kind seiner Zeit, in der der Fortschrittsglaube keine Grenzen kannte und er weissagte im erwähnten Schriftsatz: „Dieser Umstand (Anm.: die geringe Verfügbarkeit von Wein) und das Bestreben der gebildeten Menschen, alles was die Natur versagt, oder, nach unserer Meynung, nicht vollendet hat, durch die Kunst zu ersetzen, musste die Chemiker veranlassen, zu versuchen, jenen herrlichen Trank überall da, wo die Natur keinen Stoff zu seiner Bereitung darbietet, künstlich nachzubilden“. Es scheint als hätte er geahnt, dass man einmal chaptalisieren, chemisch entsäuern, konzentrieren oder Aromahafen

verwenden würde, und dies tatsächlich um der Natur nachzuhelfen. Dabei darf man sich nicht der Illusion hingeben, dass nicht auch schon zu früheren Zeiten Weine in großem Stil manipuliert wurden. Insbesondere im 18. Jahrhundert erschienen Bücher wie „Der curieus- und offenhertzige Wein-Arzt (1753)“, eine Sammlung von Methoden zur Verbesserung des Weines, oder wie es im Untertitel heißt „Sicher- und unschädliche Mittel, wie man dem Wein von der Kelter an, sorgfältig warten, wann er zu Schaden gekommen, ihm wieder helfen, und den Einheimischen in Fremde und andere Weine verwandeln könne.“ oder „Johann Wallbergs Sammlung Natürlicher Zauberkünste (1748)“, in denen das Verbessern von Weinen sehr ausführlich beschrieben wird. Im Inhaltsverzeichnis des letzteren Buches finden wir Kapitel mit u.a. folgenden Überschriften, die für sich selbst sprechen: „Alten verdorbenen Wein wieder frisch und gut zu machen“, „Sauer gewachsene Weine durch Kunst ganz natürlich und ungezwungenerweise zu erhöhen und zu versüßen, dass der beste Wein daraus werde“, „Weintinktur, die alle saure und geringe Weine exaltiert und lieblich machet“, bis hin zu Rezepten bzw. genauen Anleitungen „Spanischen Wein zu machen“ und „Guten Malvasier zu machen“. Man muss wohl davon ausgehen, dass dies nicht nur kuriose Weisheiten von Spinnern waren, sondern Manipulationen am Wein, die tatsächlich, und vermutlich sogar sehr häufig, ausgeführt wurden. Nicht selten waren solche Tätigkeiten und deren Publikation im Grenzbereich zur Magie, die im 18. Jahrhundert eine erneute Blüte hatte, angesiedelt.

Dass Wein einen besonderen materiellen Wert darstellt, den man zu schätzen wissen muss, hat *Goethe* wohl verstanden. In einem Brief an *Christiane Vulpius* schrieb er: „Nach dem Gelde ist wohl der Wein am ersten wert, dass man sein gedenkt.“ Damit hat er ihn ganz eindeutig in einen soziologischen Zusammenhang gestellt. Die Geldwirtschaft war selbstverständlich auch zu Goethes Zeiten die feste Grundlage des Wirtschaftssystems. Sein Besitz signalisierte, wie heute, soziale Macht. Dass Goethe den Wein in einen ähnlichen Status wie das Geld hebt ist historisch nur konsequent, denn auch er war ja lange genug ein Attribut der Macht.

Blicken wir noch einmal zurück in die Zeit des Mittelalters. Im Königreich Burgund hatte sich eine höfische Kultur entwickelt, die noch lange in die Neuzeit hineinwirken sollte. Eine der faszinierenden Persönlichkeiten jener Tage war der 1340 geborene *Jean I., Herzog von Berry* (Duc de Berry), ein Bruder des französischen Königs *Karl. V.* Er war ein außerordentlicher Kunst- und Bücherliebhaber und wahrscheinlich auch einer der ersten Kunstsammler im neuzeitlichen Sinn. Die für ihn geschaffenen Stundenbücher, eine Art immerwährender Kalender, sind Höhepunkte der europäischen Buchmalerei und in ihnen finden sich Darstellungen zum Weinbau, die sehr deutlich zeigen auf welchem hohem Standard sich die Technik, zumindest in Frankreich, schon damals befand. Das schönste und malerischste aller Bilder ist das Monatsbild zum September in dem Buch „*Les Tres Riches Heurs*“. Vor dem Hintergrund

eines azurblauen Himmels erhebt sich das schneeweiße „Château de Saumur“, während im Vordergrund die Lese purpurfarbener Trauben stattfindet. Vermutlich sind es die Loire-typischen Cabernet Franc, die da in kleinen Strohkörben gesammelt werden. In dichten Abständen werden die Stöcke als Büsche erzogen. Aus dem Schloss kommt über die Zugbrücke ein Esel mit leeren Körben und weist darauf hin, dass sich die Kelter im Château befindet. Eine offensichtlich höher gestellte Person mit einem Dreispitz auf dem Kopf, scheint die Lese in einiger Ferne zu überwachen. Ist er der Weinmacher? Die Lesehelfer und -helferinnen sind gut und farbenfroh gekleidet, aber sie bleiben draußen, man sieht sie nirgends auf dem Wege ins oder aus dem Schloss. Das Bild setzt den Rebgarten und die sich darin abspielende Arbeit in ein durch und durch aristokratisches Umfeld. Es ist eine Huldigung an das exklusive Kulturgut Wein und an seine damaligen Konsumenten, die hinter den Schlossmauern einem verfeinerten Lebensstil frönten. Der Wein wurde in jenen Tagen ja noch vorwiegend dort konsumiert, wo er entstand.

Weinglobalisierung oder „terroir“?

Wer die Diskussion um den Charakter moderner Weine verfolgt, könnte glauben, dass um diese Frage ein regelrechter „Kulturkampf“ ausgebrochen ist. Die eine Seite der Kontrahenten steht für moderne Technologie im Rebgarten und in der Kellerei, deren Ergebnis fruchtig-würzige, leicht verständliche Weine sind. Ihre Gegner interessiert mehr der lokale Charakter in dem man das jeweilige „terroir“ am Gaumen und in der Nase entdecken kann. Was ist der Hintergrund dieser Fehde?

Als Prozess der „Delokalisation“ kann man jenes Phänomen bezeichnen, was die wirtschaftlichen und kulturellen Bindungen des Weins, oder anderen Produktes, an einen bestimmten Wohnort, bzw. an eine umschriebene Region aufgehoben hat, d.h. der Wein wird auch an anderen Orten als seiner geographischen Heimat konsumiert. In gewissem Rahmen gab es dieses Phänomen schon seit den Zeiten der Römer, Wein wurde bekanntlich in Amphoren aus Kolonien wie Spanien ins Mutterland verschifft. Nicht weinbauende Nationen wie die Engländer und die Holländer stillten ihre Bedürfnisse schon frühzeitig durch den Import aus den Nachbarländern. Voraussetzung für diese Entwicklung war allerdings, dass der Wein einigermaßen haltbar und damit reisefähig gemacht werden konnte. Um dies zu erreichen, experimentierten pfiffige Winzer schon seit Jahrtausenden und die von ihnen entwickelten Methoden würden ein eigenes Buch füllen. So richtig glücken wollte es allerdings erst, als *Louis Pasteur* die Bedeutung der Mikroorganismen für die Gärung und für die Haltbarkeit des Weins entdeckte

und entsprechende hygienische Maßnahmen zu deren Kontrolle erforscht und umgesetzt hatte.

Gemessen an den Zeitläufen der Geschichte des Weins gibt es den Weingenuss, wie ihn heute die Weinfreunde rund um den Globus zelebrieren, erst seit relativ kurzer Zeit. Die wichtigste Voraussetzung dafür war nämlich die Möglichkeit einer Flaschenabfüllung und ihr effektiver Verschluss. Kork als Verschluss von Gebinden, die Wein enthalten, ist im Prinzip eine uralte Angelegenheit. Schon in der Antike wurden die Amphoren nach der Gärung zum Transport mit Kork und Teer verschlossen. Im Mittelalter ist diese Kunst dann wieder in Vergessenheit geraten. Die meisten Illustrationen zeigen, dass die Spundlöcher der Fässer - damals die einzigen Aufbewahrungsbehälter für Wein - mit Holzbolzen und ggf. einem dazwischenliegenden Tuch, verschlossen wurden. Ein Grund für das Verschwinden des Korkens war seine geringe Verfügbarkeit. Die einzigen, nennenswerten Korkeichenwälder lagen nämlich auf der iberischen Halbinsel und dort herrschten die Mauren, denen man nur wenige Waren im Tausch für Kork anbieten konnte. Im 17. Jahrhundert begann langsam der Siegeszug der Glasflasche und mit ihr auch der des Korks. Zunächst wurde der Kork nur teilweise in die Flasche gedrückt, so dass ein natürlicher Griff zum Öffnen vorhanden blieb, so etwa wie heute noch beim Sekt oder Champagner. Erst am Beginn des 18. Jahrhunderts, als der Korkenzieher erfunden war, wurden die Korken komplett in den Flaschenhals versenkt. Damit war ein Verschluss geboren, der erstmals eine längere „Flaschenreife“ des Weins zuließ und der die Verschiffung des immer gleichen Weins einer bestimmten Lage und eines bestimmten Jahrganges über die ganze Welt ermöglichte - eine unabdingbare Voraussetzung für die spätere Globalisierung. Die Entwicklung des Korkens als Flaschenverschluss ist ein gutes Beispiel dafür, wie eine neue Technologie zu einem ganz neuen, bis dato unbekanntem Genusserlebnis und, bis zu einem gewissen Grade, auch zu einer Veränderung der Weintrinker-Soziologie, führen konnte.

Wen wundert es, dass bei diesem gewaltigen historischen Hintergrund von vielen Weinfreunden heute jede Art von Alternative zum Korken als Weinflaschenverschluss abgelehnt wird? Die Diskussion ist in vollem Gange, und wird teilweise sehr emotional geführt, ob man den klassischen Korken, wegen seiner limitierten Verfügbarkeit und seiner häufig inadäquaten Qualität (Korkschmecker!) nicht durch Schraubverschlüsse, Kronkorken oder Glasstopfen ersetzen sollte. Der Korken sei, trotz seiner Mängel, ein Stück Weinkultur, auf das man nicht verzichten könne, ohne den vollen Genuss des Weines einzubüßen, argumentieren die Traditionalisten. Und wie wird sich ein Wein in der alternativ verschlossenen Flasche entwickeln? Bedenken gibt es zu Hauf, ob sie sich aber bewahrheiten wird die Zukunft zeigen, denn ein paar progressive Winzer haben die ersten Schritte zu neuen Flaschenverschlüssen für ihre Weine bereits vollzogen.

Die Erweiterung der interkulturellen Beziehungen und die Kenntnisse von anderen Ländern durch internationale Arbeitsverhältnisse oder durch den Tourismus haben heute eine bis dato nie gekannte gesellschaftliche Mobilität geschaffen. Hinzu kommt eine, ebenfalls über kulturelle Grenzen hinweg wirkende Werbeindustrie, die gelernt hat ihre Zielgruppen auf sehr subtile Weise anzusprechen. Für die Weinkultur bedeutete dies weltweit eine zunehmend große Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem und gleichzeitig - so merkwürdig dies zunächst klingen mag - eine immense Vereinheitlichung des Geschmacks der Weintrinker. Die Exporteure versuchten nämlich schon immer mit den ausgeführten Weinen auch den Geschmack der Käufer in der Fremde irgendwie zu treffen. Symptomatisch dafür waren z. B. die Verhältnisse in Chile. Moderner chilenischer Wein ist mittlerweile in der ganzen Welt zu erwerben und beliebt, weil er einen verkaufsträchtigen, internationalen Stil trifft aber in seiner Heimat wurden noch vielfach ganz traditionelle, leicht oxydierte Weine bevorzugt, die sonst niemand mochte. Hier hatte sich eine Exportindustrie völlig von der althergebrachten, heimischen Industrie losgelöst und zeigte die damit verbundenen Probleme sehr deutlich, nämlich den Zwang zur Uniformität eines internationalen Produktes. *Stuart Pigott* nennt dies in seinem kritischen Buch „Schöne neue Weinwelt“ die „Infantilisierung unseres Geschmacks“, weil die internationalen Weingenießer heutzutage, wie Kinder, auf die einfachen, süßen, unkomplizierten und spannungslosen Gerüche und Geschmäcker abfahren. Großproduzenten in fast allen Weinbauländern sind inzwischen völlig von den globalen Märkten abhängig und müssen sie eben deswegen mit allgemein verständlichen, d.h. von der jeweiligen spezifischen Weinkultur unabhängigen, Produkten bedienen. Der wirtschaftliche Faktor, und nicht mehr die geographische Gegebenheit, ist vielfach zum Maß der Persönlichkeit und des Charakters eines Weins geworden. Gelegentlich wird die Debatte um den Charakter der Weine reduziert auf die schlagwortartigen Antipoden „Neue“ gegen „Alte“ Welt. Der Begriff der „Neuen Welt“ steht dabei für die Technologisierung der Vinifikation. „High Tec“-Weine sind entpersonalisiert, der alte Winzer mit dem braungebrannten Gesicht und der Baskenmütze, der noch in gewisser Weise den Landwirt verkörpert, ist zum „Winemaker“, zum Weinmacher mit akademischer Ausbildung geworden, der komplizierte Maschinen und elektronische Schaltkreise bedienen muss. Während sich der Winzer mit dem Duft von Most und Kellerschimmel umgibt, gibt es im High Tec-Sektor, der Welt der „Weinmacher“, keine Gerüche mehr. Gelegentlich findet man, dass sich auch die Architektur der Kellereien den jeweiligen Weinstilen angepasst hat. Ästhetisch beeindruckende Gebäude verraten den modernen Geist. Das „Was-ist-besser-für-den-Wein“ steht wie ein imaginäres, riesiges Fragezeichen neben diesen Bildern. Einiges wirkt tatsächlich befremdend. Was hat ein futuristisches Gebäude des Stararchitekten Frank Ghery, das eher in die Schluchten zwischen den Hochhäusern von Chicago passt, in der lieblichen Landschaft der Rioja zu suchen? Das mag sich mancher

Besucher der Kellerei des Marqués de Riscal in Elciego beim Anblick der Titanverkleidung fragen.

In Gesprächen mit australischen oder kalifornischen Winzern bekam ich öfter das Gefühl als tobe um den Wein der eingangs erwähnte „Kulturkampf“. Auf der einen Seite stehen die Verfechter des reproduzierbaren Qualitätsproduktes, dem alle verfügbaren wissenschaftlichen Erkenntnisse und Methoden zu dienen haben. Die Kontrahenten sind die Verfechter des landwirtschaftlich gefertigten Weines, der seine Individualität aus den klimatischen Jahrgangsschwankungen und aus der Winzertradition bezieht. Es ist schlichtweg unmöglich eine Lösung dieses „Konfliktes“ zu finden, den man als Konflikt zwischen industrieller und landwirtschaftlicher Weinkultur definieren könnte, und in dem beide Parteien sicher vernünftige Argumente haben. Wie immer in solchen Fällen führt ein Mittelweg vermutlich zum gemeinsamen Ziel, nämlich charaktervolle Weine zu produzieren. Mir persönlich gefällt die englische Beschreibung des Winzers als „wine-farmer“ sehr gut. Ich habe sie vielfach in Südafrika gehört, einem Land mit langer Weinbautradition, allerdings heute vom Weinstil aus gesehen eher der „Neuen Welt“ zurechenbar.

Reinhard Löwenstein, selbst ein Winzer, schrieb einmal in der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“: „Der Wein ist angekommen in der modernen Industriegesellschaft. Die Entwicklung, die sich bei anderen Getränken wie Fruchtsaft und Bier schon vor vielen Jahren vollzog, hat den Wein erreicht. Food Design statt Vinifikation. Nur - wo ist das Problem? Wen stört es, wenn Wein billiger wird und besser schmeckt?“ fragt er. Offenbar nur wenige. Der zweite Demokratisierungsprozess in der Weingeschichte, der mit dem endgültigen gesellschaftlichen Sieg der Bourgeoisie in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts einherging, bewirkte die völlige Globalisierung des Weins. Diese Entwicklung wird von vielen, auch sehr seriösen, Weintrinkern stürmisch gefeiert. „Noch nie hatten wir ein so vielfältiges Angebot von so guten Weinen wie in unseren Tagen!“ rufen sie euphorisch aus und quälen sich dann in manchen Gourmettempeln durch Weinkarten, deren schiereres Gewicht die physische Kraft sie in der Hand zu halten übersteigt. Es ist der Sieg der städtischen Kultur. Die Ernährungsweise und Trinkkultur der Städter hat die der ländlichen Bevölkerung endgültig abgelöst. Es scheint als sei dies die Krönung eines uralten Traums der Menschheit. Was sich einst nur Fürsten leisten konnten, ist mittlerweile zur allgemein verfügbaren, ja zur Kaufhaus-Ware geworden.

Prompt hat auch die Gegenbewegung eingesetzt. Das latente Unbehagen, das der uniforme, städtische Lebensraum bei den Menschen auslöst, hat vielerorts zu einer „Sehnsucht nach dem Lande“ und nach der „verlorenen“ bäuerlichen Welt geführt. Nur eines darf man dabei nicht vergessen, nämlich, dass diese Sehnsucht ausschließlich auf der Basis städtischer Wertmaßstäbe aufbaut.

Niemand möchte wirklich zurück in vorindustrielle Verhältnisse, denn nur eine sehr reiche Gesellschaft kann es sich erlauben von der Armut und Einfachheit zu schwärmen. Diese Romantik hat sich nicht nur über die Nahrungsmittelindustrie ausgebreitet und damit den Öko- und Bio-Bauern ungeahnten Wohlstand gebracht, sondern sie hat auch einen Teil der Weintrinker erfasst. Hier heißt das Zauberwort „terroir“. Für den oben erwähnten *Löwenstein* liegt die Zukunft des Weins genau dort. Das „terroir“ ist die oft mystifizierte Summe von Böden, Mikroklima und Rebsorten, die nach landläufiger Meinung den besonderen Charakter eines Weins ausmachen. Der Konsument sollte das „terroir“ am Gaumen spüren und nachvollziehen können. Dies ist, wenn überhaupt, natürlich nur in sehr beschränktem Umfang möglich. Der Genießer muss nicht nur die Gegend und die Jahrgangsschwankungen eines Weins sondern insbesondere auch die Eigenarten des jeweiligen Winzers und seines Kellers gut kennen um ein „terroir“ wirklich erriechen und erschmecken zu können. Das können die erfahrenen Winzer selbst in ihrem eigenen Gebiet vielleicht gerade mit Mühe, aber der global orientierte Weinfreund ist in jedem Falle völlig überfordert. Nach welchen Kriterien soll er die ihm vielleicht völlig unbekanntes „terroirs“ von Stellenbosch in Südafrika oder dem Maipo-Tal in Chile erkennen? Häufig simplifiziert daher der bewusste Weintrinker den umfassenden Begriff des „terroir“ zu „Mineralität“, d.h. wenn ein Wein das Mineralische eines Bodens schmecken lässt, zeigt er „terroir“, ein Begriff der dann in dieser verkürzten Form nicht mehr seinem ursprünglichen Inhalt entspricht. In Wirklichkeit, scheint mir, drückt der Begriff „terroir“ etwas Metaphysisches aus. Das Terroir ist der große Traum von der Individualität des Menschen in der Massengesellschaft. Terroir hat natürlich auch etwas mit der „Typizität“ eines Weines zu tun. Was aber ist das nun schon wieder? Selbstverständlich weiß niemand wie Schiefer-, Lehm oder Lössböden bzw. ein verregneter Sommer schmecken. Es scheint aber als hätten sich Generationen von Weintrinkern das „Typische“ einer Reblage in das kollektive Gedächtnis eingepägt. Nur so ist zu verstehen, dass „offizielle“ Verkoster in Weingegenden mit garantierter Herkunftsbezeichnung die Typizität eines Weines aus diesem Gebiet bestätigen bzw. ablehnen können.

Hier ist nicht der Platz die Diskussion ums Terroir zu Ende zu führen, geben wir uns vielleicht mit der „Typizität“ als hinreichende Definition eines lokalen Charakters zufrieden. Im Gegensatz zur eingangs erwähnten Delokalisation des Weines, die in seiner Globalisierung mündete kann man als Gegenbewegung von einer „Patrimonialisierung“, d.h. von der Wiederbesinnung auf der Väter Erbe beim Weinbau, sprechen. Dabei ist unter Erbe tatsächlich die Parzelle zu verstehen. Hier ist für den Weinfreund allerdings äußerste Vorsicht geboten, denn längst haben die Marketingexperten großer Getränkekonzerne entdeckt, dass man Kenner ködern kann indem man ihnen eine Geschichte und eine „alteingesessene“ Familie, die sich um das Erbe der Väter und Großväter Sorgen macht, vorgaukelt. Vergilbte Fotos

traditioneller Vinifikationen mit Mauleseln und schönen Landschaften vermitteln das Image der guten alten Zeit, in der der Wein noch ganz „natürlich“ war. Der Konsument nimmt unwissend mit einer Authentizität vorlieb, die es in Wirklichkeit in der angepriesenen Form gar nicht gibt. Sein Weinerlebnis bleibt in gewissem Sinne ein „Pseudoerlebnis“. Es gibt keine sichere Methode mit der man derartige Machenschaften erkennen kann. Skepsis ist immer dann angebracht, wenn hinter einem sehr individuell anmutenden Produkt ein riesiges, multinationales Unternehmen steht, oder wenn sonst wie die Plausibilität des Dargestellten infrage gestellt werden muss.

Die „Terroiristen“ à la *Löwenstein* fordern im Wein nicht das Perfekte, sondern die Ecken und Kanten, das an ihren Gaumen „Authentische“ und „Komplexe“. Dem Kritiker sei erlaubt festzustellen, dass auch die geübteste Zunge gelegentlich einen wirklichen Fehler im Wein dem „terroir“ zurechnet. Das klassische Beispiel sind die ubiquitären Infektionen mit *Brettanomyces*, einem Pilz, der die unglaublichsten, und nicht immer schlechten, Aromen in den Wein bringt. Darin liegt die ganze Crux des Terroirgedankens. „Terroir“ auf der Zunge ist kaum definierbar. Es ist, wie bereits erwähnt, ein metaphysischer Begriff, und zwar im Sinne des letztlich nicht Erfahrbaren und nicht Erkennbaren. Der aufgeschlossene Weintrinker braucht ihn auch eigentlich gar nicht. Manches Gedankengut der „Terroiristen“ liegt in der Nähe des ökologischen Weinbaus und dennoch sind diese beiden Richtungen nicht mit einander zu verwechseln. Gemein ist ihnen jedoch gelegentlich die Emotionalität, mit der sie jeweils gegenüber ihren vermeintlichen Gegnern verteidigt werden. Der wahre Genießer ist immer ein sehr toleranter Mensch, denn er hat längst gelernt, dass seine Sinneswahrnehmungen äußerst subjektiv sind und diese Subjektivität gesteht er natürlich allen anderen Menschen in gleichem Maße zu.

Die Frage wer denn die „Terroiristen“ innerhalb der Soziologie der Weintrinker eigentlich sind, ist, auf den ersten Blick, nicht einfach zu beantworten. Terroir hat etwas Elitäres und Überhebliches, so jedenfalls sehen es manche Weinschriftsteller in der Neuen Welt. Ich habe einen Kritiker der „terroir“-Vorstellung fragen gehört: „wer will denn eigentlich diese teuren und unverständlichen Weine, zu denen man sich erst einen akademischen Vortrag anhören muss, bevor man das Genussvolle erkennt“? Andererseits fragen die Verfechter gerade dieser Weine: „wer möchte denn die gemachte Wein-Limonade der Großproduzenten aus Europa und Übersee trinken“? In der zitierten Sinus-Einteilung in Milieus finden wir die „terroir“- Verehrer vornehmlich, aber weiß Gott nicht ausschließlich, in der Gruppe der „Traditionell-Gehobenen“ während die „Limonadentrinker“ vermutlich unter dem „modernen Mainstream“ ihre Bastion haben. Wenn man diese Pauschalisierung als grobe Regel akzeptiert, kann man die soziologische Zugehörigkeit eines Weinfreundes zu einer Gesellschaftsgruppe eigentlich

schon an seiner Vorliebe für bestimmte Weine erkennen. „Sage mir welchen Wein Du trinkst, und ich sage Dir wer Du bist“, dies ist nicht nur eine Abwandlung des berühmten Satzes von *Brillat-Savarin* und der Titel dieses Buches, sondern wohl auch ein wichtiger Grundsatz der Weintrinker-Soziologie.

Von Konventionen, Moden und Weinpunktern

Unser aller Leben wird mehr oder weniger stark von Konventionen geregelt und beeinflusst. Jede soziale Gruppe hat ihre Verhaltensregeln, die auf einer meist stillschweigenden Übereinkunft unter den Gruppenmitgliedern basieren. Die Hintergründe dieser Regeln sind gemeinsame Traditionen oder schlichtweg die sich über lange Zeit herausgebildete Gewohnheit. Konventionen haben den großen Vorteil, dass sie denen, die sie als soziale Umgangsformen akzeptieren, das Nachdenken ersparen und sie vor groben gesellschaftlichen Fehlern bewahren. Was solche Konventionen tatsächlich sind, kann man auch ganz gut bei den sogenannten „Grundregeln“ der Kombination von Wein und Essen studieren. Seit es eine gehobene Küchenkultur gibt gilt der Satz „zu weißem Fleisch und Fisch trinkt man Weißwein“, bzw. seine Umkehr „zu dunklem Fleisch und Wild trinkt man Rotwein“. Nur wenige Menschen brechen in unserem Kulturkreis gerne mit diesen Konventionen, denn auch für die meisten Gourmets gilt das alte Sprichwort „Was der Bauer nicht kennt, das mag er nicht“, d.h. ein Abweichen von der Regel steht meist außer Frage. Wenn die Ratlosigkeit beim Zusammenfügen von Essen und Wein ein Höchstmaß erreicht, greifen ganz Wagemutige gelegentlich zum Champagner oder zum Roséwein - aber das sind die wirklichen Ausnahmen. Dass es auch anders gehen kann beschrieb schon *Marcel Proust* in seinem Klassiker „Auf der Suche nach der verlorenen Zeit“. Bei einem großbürgerlichen Mahl um die Wende zum 20. Jahrhundert, wurde zu einer Barbe mit „Sauce blanche“ ein „ganz außergewöhnlicher Léoville“, also ein Rotwein aus dem Medoc, gereicht. Man sieht, dass ein gelungener Bruch von Konventionen offenbar auch schon früher seinen sinnlichen Reiz hatte.

In den Vereinigten Staaten hat man die Geschmackserfahrungen von Weintrinkern untersucht und dabei festgestellt, dass die genannten Grundregeln überhaupt keinen physiologischen Hintergrund haben. Es stellte sich heraus, dass ein weißer (= weiß gekelterter) Zinfandel den Studienteilnehmern zum Rindersteak deutlich besser geschmeckt hat als ein

starker Cabernet Sauvignon. Der gleiche Cabernet passte aber hervorragend zu einer feinen Seezunge. Die Studie hat deutlich gemacht, dass sehr oft die persönlichen Wertvorstellungen beim Essen und Trinken die tatsächliche geschmackliche Erfahrung unterdrücken. Diejenigen, die sich vom Diktat ihrer Geschmackskonventionen lösen konnten, berichteten übereinstimmend, dass der Fisch vom Cabernet Sauvignon nicht erschlagen wurde, sondern im Gegenteil, feiner und sogar süßer schmeckte. Nun muss man aufpassen, dass das Brechen der Grundregeln nicht selbst zu einer Mode wird. Es gibt genügend Hobbyköche, und auch Gastronomen, die glauben eine unkonventionelle Kombination von Essen und Trinken sei der Zeitgeist. Dass das Ergebnis vielleicht unharmonisch und für den Gaumen wenig befriedigend ist, stört sie dabei weniger, denn sie sehen es als ein notwendiges Opfer an den Fortschritt. Diese Experimentatoren haben leider auch unter den wirklichen Weinfreunden und Sommeliers viele Anhänger, die deren sensorischen Kapriolen vehement verteidigen. Demgegenüber fällt es in der Tat gelegentlich schwer von den eingefahrenen gastronomischen Vorstellungen zu lassen und sich etwas Neuem zu öffnen, denn Geschmack ist im Grunde eine äußerst konservative Angelegenheit.

Wer bestimmt eigentlich welcher Wein getrunken wird? Unzweifelhaft ist auch der Weingenuss Moden unterworfen. Moden haben nichts mit dem Stil einer Epoche zu tun sondern sie reflektieren den sich schnell wandelnden Geschmack in Kultur, Zivilisation oder Lebensweise. Moden sind definitionsgemäß kurzfristig, unvorhersagbar und scheinbar willkürlich verursacht. Gelegentlich werden sie von Produzenten oder deren Interessenverbänden gemacht und gesteuert. Im Gegensatz zu den relativ dauerhaften sozialen Verhaltensweisen, die die Essens- und Trinkgewohnheiten einer Gesellschaft regeln, kommen und gehen die Moden, die bestimmte Gerichte oder Weine favorisieren. Ein gutes Beispiel für die dauerhafte Änderung eines Weinstils im Laufe der Historie liefert das Beispiel Bordeaux. Bis ins 18. Jahrhundert war der Bordeaux ein „Claret“, ein heller Rotwein („Bleicher“). Der englische Begriff „Claret“, der noch heute auf den britischen Inseln synonym für Bordeaux-Weine benutzt wird, weist darauf hin. Diese Weine hatten keine genaue Ursprungsbezeichnung und waren auch nicht lagerfähig. Dann erschienen die ersten Terroir-Weine und Chateau Haut Brion wurde zum begehrten Inbegriff der Qualität. Im 19. Jahrhundert hat man dann die Terroirs in der berühmten Klassifizierung von 1855 festgeschrieben. Man bevorzugte damals, in Anlehnung an die Tradition, leichte, elegante Weine („vins fins“). Dies war die große Zeit von Chateau Margaux. Dann setzten sich die schweren Weine durch, der Geschmack schwenkte zu Saint-Estèphe und Pomerol. Im Gegensatz dazu waren die plötzliche Popularität des „Prosecco“ in den 90-iger Jahren des 20. Jahrhunderts und des „Beaujolais Nouveau“ ein Jahrzehnt vorher, gute Beispiele für Moden. In beiden Fällen standen starke Marketing-Organisationen hinter dem Boom. Eines ist sicher: es waren nicht die ersten Weingeschmacksmoden. Aus dem 13. Jahrhundert ist

uns ein sehr humorvoller Dreizeiler überliefert, der sich auf eine Weinmode jener Zeit bezieht. Er stammt von *Cecco Angiolieri*, einem bedeutenden italienischen Dichter aus Siena:

Und ich möchte nur griechischen Wein und Vernaccia,
Lateinischer Wein ist scheußlicher
Als meine Frau, wenn sie mit mir zankt.

Damals war Wein aus Griechenland, bzw. aus Kreta oder Zypern, der allerhöchste Luxus. Aber auch der weiße Vernaccia aus San Gimignano muss schon jene Rasse und Substanz gehabt haben, die wir heute noch verehren. Nicht ohne Grund war er auch der Lieblingswein *Michelangelo*!

Die große Veränderung bei der Wahrnehmung der Weine in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts war das Auftreten der Weinkritiker, der Gurus des Geruchs- und Geschmackssinnes. Wer heute von maßgeblichen Weinkritikern redet, dem fällt unweigerlich der Name *Robert Parker* ein. Er scheint in seiner Machtfülle, jedenfalls was den sensorischen und kommerziellen Wert eines Weines angeht, fast einzigartig zu sein. Aber auch er hat Vorgänger und der vielleicht bedeutendste war der Römer *Plinius der Ältere* im ersten Jahrhundert n.Chr. Im Gegensatz zu seinem amerikanischen Epigonen zweitausend Jahre später, war Plinius ein universaler Geist. Er hat als erster versucht die Erscheinungen der Natur in einer überlegten Ordnung darzustellen. Wen wundert es, dass er dabei in seiner „Naturgeschichte“ auch auf den Wein zu sprechen kam. Er bewertete als erster in der Geschichte der Weinkritiker nach einem 100-Punkte-Schema. Der Caecuber-Wein erhielt seinerzeit 95 und der Falerner 90 Punkte. Natürlich hatte *Plinius* gegenüber unseren Weinkritikern heute ein leichtes Spiel. Es gab im römischen Reich vielleicht drei Dutzend Weine, die es wert waren beschrieben und bewertet zu werden. Dies ist in unseren Tagen ganz anders. *Robert Parker* bewertet an die 10.000 Weine im Jahr, verkostet häufig an allen sieben Tagen der Woche und das während etwa 9 Monaten im Jahr. Die meisten Notizen stammen aus Parkers eigener Feder, da er die Weine auch selbst bei sich zuhause in Maryland probiert. Er hat noch nie als Juror an öffentlichen Weinwettbewerben teilgenommen und bislang ist es, trotz vieler Versuche neidischer Konkurrenten, noch nicht gelungen ihm Geschäftsabhängigkeiten zu Weinproduzenten nachzuweisen. Das Geheimnis seines Erfolges liegt ganz sicher nicht nur an seiner Objektivität mit der präzisen, schnörkellosen Art der Weinbeschreibungen sondern auch an der genialen Einfachheit und Verständlichkeit des von ihm wiederentdeckten 100-Punkte-Systems. *Parker* lässt nie die Frage offen ob der Wein gut oder schlecht sei. Seine Beurteilungen sind eindeutig und für jeden verständlich. Damit hat er einen wichtigen Beitrag zur "Demokratisierung" des Weingeschmacks geleistet, denn das Verständnis des Weingeschmackserlebnisses und die Möglichkeit dieses auch beschreiben zu können war Voraussetzung für die gegenwärtige,

weltweite Popularität des Weins. Die Kehrseite ist natürlich, dass *Parkers* Begriffe, in Kombination mit dem 100-Punkte-System, zu einem Standard wurden, den auch die Weinmacher letztlich bedienen mussten, da er gute Umsätze ihrer Kreszenzen versprach. Dies war u.a. eine der Voraussetzungen für die viel geschmähte "Globalisierung des Geschmacks".

Die Sinnesphysiologie, d.h. die Lehre von den körperlichen Wahrnehmungen, unterscheidet zwischen dem primären und dem erworbenen Geschmack. Das positive Geschmacksempfinden beim Weintrinken ist, wie beim Kaffee, dem Tabak, dem Kaviar und unendlich vielen anderen Genussmitteln, erworben. „Acquired taste“ nennt man dies in der englischen Fachsprache. Wie bei vielen Geschmäckern, die der Mensch erst im Erwachsenenalter so richtig zu schätzen beginnt, bedarf es auch beim Wein sehr viel Übung und Wissen um in die Höhen vorzudringen. Und wie kommt man dazu? Nur durch Probieren. Sehr oft sind Geschmackserlebnisse und Düfte mit Situationen verbunden in denen wir glücklich oder unglücklich gewesen sind während wir dem Geruch ausgesetzt waren. Außerdem können die persönlichen Gefühls- und Stimmungszustände das Duft- und Geschmackserlebnis wesentlich beeinflussen. Jedem Weintrinker sind diese Zusammenhänge bekannt. Man muss sich, gerade beim Genießen von Wein, immer über die enorme Subjektivität von Geruchs- und Geschmackserlebnissen bewusst sein. Dann wird man auch verstehen, dass selbst die „Weinpäpste“, die ja sicher auch Stimmungen unterworfen sind, nicht unfehlbar sein können. Welch eine Welle der Entrüstung hat *Robert Parker* hervorgerufen, als er wagte deutsche Riesling-Weine in sein 100 Punkte-Schema zu pressen! Der große Kenner von Bordeaux oder Kalifornien hat daran Schiffbruch erlitten, weil er die Weine und ihre Hintergründe nicht kannte. Dies ist aber ganz besonders wichtig für eine der wesentlichen Funktionen des Weinkritikers, nämlich die „Prospektion“. Er sollte die Qualität eines Weines prospektiv beurteilen, d.h. er muss eine Ahnung haben wie sich der Wein entwickeln wird. Die Trinkqualität eines Weines ist an einem bestimmten Zeitpunkt nicht absolut objektiv. Viele Kreszenzen erreichen erst nach einer längeren Lagerzeit ihre Trinkreife, ein Umstand der sich zum Zeitpunkt des Genusses einem ungeübten Weintrinker nicht unbedingt zu offenbaren braucht. Der Kritiker aber muss das Potential des Weins aus seinem Erfahrungsschatz beurteilen können. Damit legt er auch in gewissem Sinne den Wert eines Weines fest.

Noch ein abschließender Gedanke zur „Benotung“ von Weinen. Mir ist aufgefallen, dass es auch dabei kulturelle Unterschiede gibt. Das 100-Punkte-System ist dem amerikanischen Schulsystem entliehen und wird daher auch vorwiegend in der angelsächsischen Weinszene angewandt. Es suggeriert so etwas wie Prozente. 100 Prozent bzw. Punkte ist das absolut perfekte, es kann definitionsgemäß nicht verbessert werden. Das 20-Punkte-System entstammt dem französischen Schulbetrieb und wird vornehmlich in Kontinentaleuropa angewandt. In Deutschland benotet man ja auffallend gerne nach einem 6-

oder 5-Punkte- bzw. Sterne-Schema, umgekehrt analog den Schulnoten. Diese Einstufungen suggerieren bei den Konsumenten in den entsprechenden Ländern eine objektive Beurteilung der „Leistung“ des Weins, etwa wie der Klassenlehrer die Leistungen seiner Schüler objektiv mit Noten dokumentiert. Übereifrige reden dann tatsächlich auch gerne von einem „Preis-/Leistungsverhältnis“ beim Wein. Mir scheint aber, dass dieser Vergleich hinkt. Natürlich ist es möglich die Leistung eines Schülers bei einer Mathematikarbeit objektiv zu beurteilen, was aber ist mit einem Aufsatz über ein philosophisches Thema? Wein ist sicher eher mit Philosophie als mit Mathematik zu vergleichen. Und noch etwas kommt hinzu: der Modegeschmack, dem natürlich auch der Kritiker unterworfen ist. Es ist ja kein Geheimnis, welche Kriterien z.B. ein Rotwein heute erfüllen muss um mit Sicherheit hohe Noten bei Verkostungen zu erreichen: tiefe Farbe, intensive Vanille oder vergleichbare Würzaromen vom Holz, samtige Struktur am Gaumen und einen soliden Tanninfonds. Wozu so ein Wein-Protz dann getrunken werden soll, bleibt offen und interessiert den Kritiker auch gar nicht, denn er verkostet ja auf leeren Magen und üblicherweise in einem sonst völlig genusslosen Ambiente. Mein persönliches Fazit aus diesen Überlegungen ist, dass die numerische Beurteilung von Weinen nach Schulnoten ein eigentlich nicht zulässiges Verfahren ist, denn es stellt eine ungehörige Simplifizierung höchst komplexer Geschmacks- sowie Geruchempfindungen und sehr individueller Assoziationen dar.

Die Frage wer den Geschmack der Weintrinker eigentlich bestimmt ist, trotz des Hinweises auf *Robert Parker*, noch weitgehend unbeantwortet. Wie bei allen Moden, liegt es nahe die s.g. „Medien“ dafür mitverantwortlich zu machen. Weinzeitschriften erleben z.Z. einen Boom sondergleichen. Es gibt solche, die sich mit eher technischen Informationen an den Handel wenden, wie z.B. „Weinwirtschaft“ und „Wein + Markt“, und solche die für die Endverbraucher, also den Weinkonsumenten, gemacht sind. Im deutschsprachigen Raum sind dies z. B. „Vinum“, „Weinwelt“, „Wein-Gourmet“, „Falstaff“ und „Vinaria“. Ihre Bedeutung als Meinungsbildner und Modemacher ist aber eher gering. Sie sind mehr die Verkaufsgehilfen der Händler und Winzer, die bestehende Trends aufgreifen und beschreiben. Grund für die relativ geringe Bedeutung der Weinpresse in Deutschland ist - von einigen rühmlichen Ausnahmen abgesehen - die allzu häufig mangelnde Professionalität der deutschsprachigen Wein-Journalisten und Herausgeber von Weinzeitschriften. Ich vergesse nicht, dass einmal ein wirklich neutraler Artikel von mir von einem renommierten Herausgeber abgelehnt wurde, mit der Begründung ich sei im Weinhandel tätig und daher nicht ausreichend objektiv. Dem Herausgeber war es wohl lieber auf eine fachlich kompetente Darstellung zu verzichten als in den Geruch zu kommen mit dem Weinhandel gemeinsame Sache zu machen. Ganz anders ist die Situation im angelsächsischen Bereich, wo Journale wie der „Wine Spectator“ in den USA oder „Decanter“ in Großbritannien die besten und erfahrensten Schreiber in

ihren Reihen haben. Mit ihrer geballten Kraft und dem entsprechenden „Backup“ der Weinindustrie, schaffen sie tatsächlich Trends. Namen wie *Thomas Matthews, Jancis Robinson, Serena Sutcliff, Hugh Johnson* und *Michael Broadbent* sind zu internationalen Ikonen des Weinjournalismus geworden, obwohl, oder vielleicht gerade weil auch sie teilweise ökonomische Interessen am Wein haben.

Längst ist das Thema Wein von solch universeller Bedeutung, dass auch die Tageszeitungen und Wochenzeitschriften sich ihm nicht mehr entziehen können. Regelmäßige Glossen in den regionalen und überregionalen Blättern, ja ganze Sonderbeilagen, sollen den Wissenshunger der ständig zunehmenden Weinfreunde stillen. Es gibt keine Statistik über die kommerzielle Bedeutung des Weinjournalismus, aber aus der Tatsache, dass alle großen Kellereien und Weinhändler über Presseabteilungen und entsprechende Werbebudgets verfügen, kann man unschwer die Signifikanz dieser Branche ablesen. Vergessen wir nicht, dass nicht jede Flasche eines großen Weins auch getrunken wird. Längst ist das Objekt der sinnlichen Begierde auch zu einem Objekt ökonomischer Spekulationen geworden. Woher sollten die Investoren denn ihr Wissen über die zukünftige Preisentwicklung der großen Namen bekommen, wenn nicht aus der Presse? Es ist kein Zufall, dass einige der größten, schreibenden Weinkenner in leitenden Positionen bei renommierten Auktionshäusern für Weine wie Sothebys und Christies tätig sind.

Neuerdings hat das Internet als Quelle des Informationsaustausches erheblich an Bedeutung zugelegt. Private Chat-rooms und Foren widmen sich emphatisch dem Wein. Sie sind eine großartige Möglichkeit die Soziologie der Weintrinker samt ihres intellektuellen Horizonts zu studieren. Dort gibt es wirklich Interessierte, die fragen und nachhaken. Es gibt die Mini-Parkers, die alles wissen und beurteilen können und es gibt die deutschen Schulmeister, deren Lebenszweck die Belehrung der Unwissenden in Grundsatzfragen ist.

Vom Kommerz, von Etiketten und von Simulanten

Eine gute Weinbeurteilung in einer auflagenstarken Zeitschrift kann die Regale der Händler innerhalb von kürzester Zeit leerfegen. Aber die Verbraucher werden zunehmend kritischer und nehmen nicht mehr alles unreflektiert. Auch die Qualifikation der Händler ist in den vergangenen Jahren erheblich gestiegen. Heute sind einige Weinhändler einflussreicher als so manch bekannter Weinschreiber. Das Vertrauen der Kunden in „ihren“ Händler relativiert ihre Hörigkeit gegenüber der Fachpresse, denn bei ihm

kann man nachfragen, man traut auch dem Fachhändler Gespür und Verständnis für die wirklichen Bedürfnisse der Weinfreunde zu. Und dies häufig mit Recht. Ein erfahrener Händler kennt am besten den Geschmack seiner Kunden und weiß wie er ihnen einen neuen Wein präsentieren muss, damit er verstanden und am Ende auch gekauft wird. Der Weinhändler kann zwar die Wünsche seiner Kunden kurzfristig manipulieren, aber dies zahlt sich meist nicht aus. Wenn der Kunde vom Weinladen nachhause kommt und die erstandene Flasche öffnet und sie ihm nicht mehr so schmeckt wie noch vor kurzem beim Händler, ist er mit Recht verärgert und womöglich bereit sich beim nächsten Weinkauf bei der Konkurrenz umzusehen. Die Wahl eines Händlers durch einen potentiellen Kunden geschieht zunächst auf einer emotionalen Grundlage. Vielleicht hat er einen bekannten, und ihm lieb gewonnenen Wein im Sortiment entdeckt und besetzt dann die restlichen, ihm unbekannt, Marken a priori schon positiv. Vielleicht gefällt ihm die Ästhetik der Präsentation im Geschäft bzw. des Katalogs, oder die besondere Art des Händlers über Wein zu reden spricht ihn an. Die Interaktion des Händlers mit seinen Kunden erreicht, trotz der kommerziellen Aspekte, gelegentlich eine Intimität, die es in anderen Branchen selten gibt. Manchmal scheint es, als teilten sich der Kunde und sein Weinhändler tatsächlich eine Geliebte. All das gibt es im anonymen Supermarkt nicht. Unsichere Kunden ziehen diesen allerdings häufig der Vertrautheit im Weinladen vor, denn man kann sich nicht durch Unwissenheit und vermeintlich dumme Fragen blamieren.

Im Übrigen kommt dem Weinhändler auch eine immense Bedeutung als Mittler zwischen dem Winzer und dem Kunden zu. Viele Weinfreunde würden am liebsten ihre Vorräte direkt in der Kellerei kaufen. Denn wenn man die Weinberge, den Herkunftsort und die Persönlichkeit des Weinmachers kennt, gewinnt das Produkt jene irrationale Überhöhung, die für echte Weinbegeisterung eigentlich immer erforderlich ist. Da man nicht ständig durch die ganze Welt reisen und den Kontakt mit seinen Lieblingskellereien suchen und pflegen kann, benötigt man jemand, zu dem es möglich ist, gleichsam stellvertretend, diesen Kontakt aufzubauen. Diese Rolle sollte ein Weinhändler übernehmen - und, auch das muss gesagt werden - der Kunde muss bereit sein dafür zu bezahlen. Die Kellereien sind ja nicht immer vor der Haustüre, d.h. die erwünschte Kontaktpflege des Händlers mit seinem Lieferanten kann sehr zeitaufwendig und teuer werden. An rein ökonomischen Parametern gemessen, lohnt sich dieser Aufwand für den Händler meist nicht, d.h. auch er muss ein gerüttelt Maß an Enthusiasmus und Freude für das Produkt mitbringen. Die Werbeagenturen der großen Handelsunternehmen haben diese Zusammenhänge auch längst erkannt und so wird auch dort mit entsprechenden Mitteln die Illusion eines direkten Winzerkontaktes aufgebaut. Selbst Aldi hat sich einen namhaften Sommelier gekauft, der in einem Hochglanzprospekt von seinen Begegnungen mit den Weinmachern fabuliert. Man braucht aber nur an die 5 Millionen Flaschen (das sind 250 Lastzüge!) zu

denken, die dieses Unternehmen während einer typischen Werbeaktion innerhalb von ein paar Wochen absetzt, um sich der ganzen Absurdität des Inhalts einer solchen Werbung bewusst zu werden.

Gerade habe ich im Zusammenhang mit der Kaufentscheidung der Konsumenten von der Bedeutung und Wertschätzung des Winzers gesprochen. Dabei fiel mir eine Begegnung ein, die mir einen eher unerwarteten soziologischen Aspekt sehr deutlich vor Augen führte. Einmal hatte ich einen guten und sehr fachkundigen Kunden, der in Südafrika selbst ein kleines Weingut besaß, einem zufällig anwesenden anderen Kunden als „Winzer“ vorgestellt. Die Reaktion des ersten darauf war für mich völlig unerwartet. Er verneinte vehement diese Berufsbezeichnung und wies darauf hin, dass er der Besitzer des Weingutes sei und dort einen Winzer beschäftigt habe, im Übrigen arbeite er im Bankgewerbe. Es war mehr als deutlich, dass er den Winzer als eine sozial geringer gestellte Person betrachtete und vor anderen Leuten nicht als solche identifiziert werden wollte, insbesondere da er mit einem vermeintlich höheren sozialen Status aufwarten konnte. Dieser kleine „Zwischenfall“ hat mir zu denken gegeben, nämlich weil ich mich selbst als Quereinsteiger mit gewissem Stolz gerne „Winzer“ nenne. Der vermeintliche soziale Unterschied zwischen einem Winzer und einem Bankdirektor liegt wohl darin, dass dem Winzer noch der „Weinbauer“, und damit tatsächlich der „Bauer“, anhaftet, also eine gesellschaftliche Stellung die traditionell weit entfernt vom bürgerlichen Direktor liegt.

Der Winzer als besonderer Repräsentant des Bauern hat aber noch einen anderen Aspekt, und der hat etwas mit seiner Beziehung zu den engagierten Konsumenten zu tun. Ein nicht zu leugnender Umstand ist, dass viele, auch der großen, Winzer tatsächlich aus dem bäuerlichen Milieu stammen. In unseren Tagen wird Weinmachen allen Ernstes ja gelegentlich als „Kunst“ bezeichnet, nicht etwa im primitiven Sinne des Wortes, das von „können“ kommt und die auf technische Fertigkeit und Erfahrung des Weinmachers deutet, sondern der Wein wird definiert als ein transzendentes Werk der schöpferisch-gestalterischen Umsetzung eben dieser Fertigkeit und Erfahrung. Für manchen Weinfreund klingen Namen wie *Angelo Gaja*, *Alexis Lichine*, *Robert Mondavi*, *Miguel Torres* oder *Philippe de Rothschild* wie für den Kunstfreund die Namen *Picassos*, *Gaughins*, *van Goghs*, *Noldes* oder *Lichtensteins*. Zu diesem Sachverhalt möchte ich nachfolgend ein paar Gedanken zu Papier bringen.

Kunst ist im eigentlichen Sinne die Umsetzung äußerer und innerer Erfahrungsinhalte durch den Künstler in eine konkrete Form, wie Musik, Poesie, Bild oder Skulptur. Als Wurzel aller Kunst wird die Einbildungskraft, die Imagination, die Phantasie und die Kreativität des schaffenden Künstlers angesehen. Was dabei am Ende herauskommt muss vom Betrachter als ein ästhetischer Wert, als ein Gefühlsausdruck oder eine geistige Erfahrung empfunden werden, wenn wir von einem Kunstwerk sprechen wollen. Nicht

selten vermittelt die Kunst auch nur eine Illusion von diesen Dingen. Es wird schwierig den Wein in solche Zusammenhänge zu drängen, am ehesten gelingt dies noch wenn wir ihm das Adjektiv ästhetisch zubilligen. Die Ästhetik ist ja eigentlich die Lehre von der Sinneserkenntnis, wird aber meist nur auf die visuelle und akustische Wahrnehmung bezogen. Der Geruchs- und der Geschmackssinn werden in der Erforschung des Wesens des Schönen nur sehr stiefmütterlich behandelt. Unzweifelhaft gehören diese beiden Sinne aber auch zur Ästhetik. In der modernen Kunst verwischen sich die Grenzen zwischen dem klassischen Kunstbegriff und Design oder Ornament immer mehr. Etwas Schönes muss nicht mehr geistige oder emotionale Inhalte vermitteln sondern kann aus sich selbst heraus existieren. Ich denke, dass wir in einer dermaßen erweiterten Kunstbegrifflichkeit durchaus auch Platz für den Wein finden können - insbesondere dann, wenn er ein authentisches Produkt ist. Darüber habe ich ja in dem Kapitel über Globalisierung und Terroir bereits gesprochen. Da dem Durchschnittsweinfreund die Weinmachergrößen dieser Welt meist nicht persönlich zugänglich sind, werden die anderen, „kleineren“ Winzer, die auf ihren Weingütern auch ihn empfangen und bewirten, in den Rang der ganz Großen gehievt. Das Bäuerliche im Winzer bzw. das daraus resultierende soziale Gefälle zwischen ihm und dem Liebhaber seines Produktes, garantiert meist eine mühelose, vom Weinfreund häufig in jovialem Gönner-ton geführte Kommunikation zwischen den beiden. Der Weinfreund hat keine Scheu mit dem Winzer zu reden und zu „fachsimpeln“. Andererseits zieht er seine Befriedigung aus der sozialen Überhöhung des Winzers zum Künstler, denn er wird dadurch auf eine magische Art und Weise selbst in den schöpferischen Prozess des flüssigen Kunstwerkes einbezogen. Ich kann mir keine andere Situation vorstellen in der die Beziehung zwischen Künstler und Kunstkonsument so einfach und komplikationslos ist. Natürlich sind auch diese Zusammenhänge schon längst ein subtiles Marketinginstrument vieler Kellereien geworden. Manche haben dabei vielleicht noch so etwas wie ein schlechtes Gewissen und versuchen die Relation von Wein und Kunst nicht nur durch entsprechende „Künstler“-Etiketten, sondern durch zusätzliche künstlerische Darbietungen, seien es Ausstellungen oder Musikveranstaltungen in ihren Kellereien, aufzupeppen. Bedeutende Festspiele in Weinbauregionen haben den gleichen ideellen Intergrund und leben davon, manchmal sogar sehr erfolgreich.

Nach diesem Exkurs zur gesellschaftlichen Stellung der Winzer bzw. Weinmacher bleibt die Frage noch offen was Menschen überhaupt dazu bringt sich beruflich mit Wein zu beschäftigen. Für diejenigen, deren Familien bereits aus der Weinbranche stammen, ist die Antwort natürlich recht einfach. Beim Rest der „Weinassoziierten“ scheint es als gäbe es zwei deutlich voneinander trennbare Gruppen: Erstens, jene die im Wein ein Produkt sehen mit dem man gutes Geld verdienen kann und zweitens, jene, die aus Liebe zum Wein und zum Lebensstil um den Wein herum in das Geschäft eintreten. Ich spreche hier von der primären Motivation. Dass sich zu einem späteren

Zeitpunkt die unterschiedlichen Motive der beiden Gruppen vermischen können, liegt in der Natur der Sache. Der „Quereinsteiger“ in die Weinbranche hat meist mehr oder weniger romantische Vorstellungen von der Herstellung seiner flüssigen Lieblinge, die oft von den landläufigen Winzerklischees geprägt sind. Nicht selten erhofft er sich auch mehr gesellschaftliche Anerkennung und Bewunderung als „Hobby-Winzer“.

Bei der Beschreibung und Wertschätzung eines Weines durch einen Kritiker oder einen leidenschaftlichen Weinfreund kann ich mich häufig nicht des Eindrucks erwehren, dass es sich dabei um ein klassisches Beispiel von „Warenfetischismus“ handelt. Der Wein, eigentlich ein Konsumgegenstand *par excellence*, wird in den Augen derer, die ihm huldigen, über seine eigentliche Bestimmung erhöht. Seine Bedeutung für die Person geht dann weit über den Gebrauchszweck hinaus und erreicht einen hohen Grad von Irrationalität. Die kapitalistische Maxime vom „Preis-/Leistungsverhältnis“ wird bewusst außer Kraft gesetzt oder gelegentlich zu einem verschwommenen „Preis-/Genussverhältnis“ stilisiert und entzieht sich dadurch jeglicher objektiven Bewertung. So kommen die Phantasiepreise für die hochgejubelten Weine zustande. Für ihre Eigentümer, die außerdem nicht selten einem Sammelwahn verfallen sind, werden diese Flaschen zu wahren Fetischen, die höchstes Glück allein durch ihren Besitz versprechen. An das Öffnen und Genießen des Inhalts denkt dabei zunächst niemand. Ich gebe zu, dass ich selbst solchen Verhaltensweisen auch schon zum Opfer gefallen bin.

Einmal habe ich bei *Christie´s* sechs kleine Flaschen eines weißen *Marqués de Murrietta* aus dem letzten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts ersteigert. Seither liegen sie, überzogen vom Kellerschimmel eines ganzen Jahrhunderts, in meinem Weinkeller. Gelegentlich nehme ich eine mit den verwitterten Etiketten vorsichtig in die Hand, schnuppere an ihr und wie durch einen Zauberstab öffnet sich *Luciano Murrietas* Gewölbe in Ygay und gibt den Blick in eine ferne Epoche frei. Ich erkenne den kleingewachsenen *Marqués* im Gehrock in den Gängen und halte meine noch gut gefüllte Flasche gegen das Licht, als wollte ich sie ihm zeigen und ihn fragen, ob ihr Inhalt wohl noch nach Vanille und der feinen Fruchtsäure schmeckt? Diese Flaschen sind wie schwimmende Planken eines untergegangenen Schiffes in einem großen Meer von Alltäglichem. Sie regen meine Phantasie an und geben mir das Gefühl selbst ein Teil ihrer Geschichte zu sein. Nichts anderes als das ist ihre Bestimmung, und mit diesem Bekenntnis habe ich mich als ein ziemlich Verrückter geoutet, gleichsam als Entschuldigung für mein fetischistisches Verhalten.

Wie bei vielen Konsumgütern, spielt auch beim Wein die Marke des Produktes eine wichtige Rolle. Vergleichbar mit Polohemden, Armbanduhren, Autos oder Kameras muss beim Wein nicht nur die Qualität sondern auch die Marke sofort und leicht identifizierbar sein. Um dies zu erreichen haben sich die

Hersteller immer wieder etwas Neues einfallen lassen. Man denke an die phantastische Präsentation des auf durchsichtiges Glas gebrannten Emails der „Belle Époque“ von Perrier-Jouët oder das bräunlich-grünliche Etikett in Schildform auf der dickbauchigen Flasche der Edelmarke „Dom Pérignon“ um zu ermessen, welche Bedeutung dem Image einer Marke beim Champagner zukommt. Beim Wein ist es nicht anders: das schlichte Weiß mit den abgeschnittenen Ecken und dem edlen, doppellinigen Rahmen um das Etikett des „Chateau Margaux“ ist unzählige Male in der ganzen Welt kopiert worden. Viele Marken, einschließlich der sie repräsentierenden Etiketten, sind zum Synonym für Qualität bzw. Prestige geworden, und so ist es nicht erstaunlich, dass sich manche Konsumenten ausschließlich an diesen orientieren. „Etiketten-Trinker“ nennt man sie etwas abfällig. Sie haben ihren Keller voller Flaschen mit klingenden Namen, wissen aber manchmal nicht was ihr Inhalt wirklich darstellt. Hauptsache berühmt und prestigeträchtig, schließlich möchte man die Freunde im gleichen sozialen Milieu beeindrucken. Der Etiketten-Trinker kümmert sich weniger um die Meinung der Kritiker, für ihn spielt der Name die größte Rolle. Gelegentlich entlarven die Etiketten-Trinker ihre Ignoranz, wenn sie nämlich den Keller mit einem vermeintlichen Schnäppchen füllen, das dann nichts anderes ist als ein kleiner, armseliger und preisgünstiger Jahrgang „ihrer“ großen Marke. Hauptsache ist, dass das Etikett stimmt.

Auf eine besondere kalifornische Spielart der Etiketten-Trinker hat *Stuart Piggot* hingewiesen.: es sind die „California Cult Cabernet“- Konsumenten. Weinfreunde, die sehr viel Geld ausgeben um den neuesten Garagenwein kistenweise im Keller zu haben. Aufgrund der niedrigen Produktion ist die Verfügbarkeit dieser Präziosen immer sehr limitiert und es gibt Geschichten in denen die Hersteller solcher Weine, meist ebenso reiche Industrielle oder Filmleute, bzw. andere Repräsentanten der Schickeria aus Los Angeles oder San Francisco, mit geldwerten Leistungen bestochen werden damit sie eine bestimmte Person auf ihren Verteiler für die Weinzuteilung setzen.

Beinahe das Gegenteil der gerade beschriebenen Verhaltensweisen legen die deutschen „Schnäppchenjäger“ an den Tag. Der Weinkonsument in unserem Land ist nämlich häufig zu einer schizophrenen Persönlichkeit mutiert. Er mokiert sich heftig über die moderne Technologie des Weinmachens, wie sie in der Neuen Welt angewandt wird und schwört auf traditionelles „terroir“, gleichzeitig geht er aber zum Discounter und besorgt sich dort einen angeblich preisgünstigen Wein, der im Zweifelsfall natürlich auf genau die verpönte Art hergestellt wurde, anders könnte er den Preisvorteil kaum haben. Ich habe sehr ernsthafte Weinfreunde erlebt, die regelmäßig bei Proben mit großer Erwartung einen Aldi-Wein hineinschmuggeln und sich diebisch freuen, wenn dieser nicht sogleich als solcher erkannt wird. Auch Weinfreunde können große „Schnäppchenjäger“ sein und es bereitet ihnen Freude wenn sie etwas Genießbares für einen Schleuderpreis bekommen haben. Damit kann man

heutzutage nämlich manchmal genauso imponieren wie mit einem Luxusprodukt. Die „Geiz-ist-geil-Gesellschaft“ hat aus dem Schnäppchen ein absolutes Prestigeobjekt gemacht und man schwärmt mit der gleichen Inbrunst davon, wie über den 29-Euro-Flug nach Rom oder den preisreduzierten Restposten aus der Escada-Boutique. Dieses Verhalten ist heute Teil unserer Konsumgesellschaft und die Einstellung des Weinliebhabers zum Objekt seiner Begierde unterscheidet sich da in keiner Weise von der des Autofreundes oder des modebewussten Dandys zu ihren Lieblingen. Wie alle Schnäppchenjäger, verlassen auch die Weinfreaks ohne Skrupel ihre Qualitätsideologie, wenn der schnöde Mammon es opportun erscheinen lässt. So werden feurige und überzeugend klingende Stellungnahmen zur Natürlichkeit und Reinheit des Weines zu wertlosen Worthülsen, die die ganze Zwiespältigkeit des heutigen Verbrauchers offenbaren. Das Traurige an der Geschichte ist, dass sich beinahe jeder Weinfreund vehement für den unverfälschten Wein einsetzt, sich beim Einkauf aber u.U. völlig konträr dazu verhält.

Die Kategorie „Etikettentrinker“ gehört im weiten Sinne zu den s.g. „Wein-Snobs“. Unter Snob wird im allgemeinen Sprachgebrauch ja ein Mensch bezeichnet, der sich durch Wichtigtuerei, Überheblichkeit und Blasiertheit auszeichnet. Ursprünglich bezeichnete der Begriff Snob (Abkürzung des lateinischen „sine nobilitate“ = ohne Adel) eine Person, die durch Äußerlichkeiten und Benehmen den Eindruck erwecken will, einer anderen, höheren Gesellschaftsschicht anzugehören. Analog zu dieser Definition will der „Wein-Snob“ zeigen, dass er zu den großen Weinkennern bzw. Weinfachleuten gehört. Seine Äußerungen lassen dem wirklich Eingeweihten aber sofort klar werden, dass dem nicht so ist. In Karikaturen werden diese Leute häufig mit einem Weinglas in der Hand dargestellt, wobei der Stil des Glases zwischen dem Zeigefinger und dem Daumen liegt und der kleine Finger der gleichen Hand, lächerlich abgespreizt, nach außen zeigt, gleichsam als Zeichen äußerster Vornehmheit. Sie reden von allen möglichen Winzern mit großen Namen und benutzen dabei deren Vornamen, als seien sie intimste Freunde. Demgegenüber sind die echten aristokratischen Weintrinker abzugrenzen. Sie wissen all das was die Snobs auch wissen und sind mit den Álvarez von „Vega Sicilia“ so bekannt wie mit den Villaine und Leroy von der „Domaine de La Romanée-Conti“. Einziger Unterschied ist, dass ihr Wissen und ihr Geschmack angeboren zu sein scheint. Sie reden nicht darüber sondern sind - völlig geräuschlos - wie sie sind.

Die Weinindustrie selbst hat bereits im 19. Jahrhundert die „Snobs“ mit der berühmten Klassifizierung der Medoc-Weine von 1855 bedient. Eineinhalb Jahrhunderte lang werden die „crus classé“, vom „premier“ zum „cinqüième“, bereits sehr erfolgreich gehandelt. So erfolgreich, dass sie sogar von Kriminellen kopiert werden und als Fälschungen den Markt überschwemmen, nicht unähnlich den großen Luxusmarken unter den Uhren, Handtaschen oder

Bekleidungsstücken, die in Billiglohnländern preisgünstig hergestellt werden.. Die Bordeaux-Freaks kennen selbstverständlich die Zugehörigkeit eines jeden Château zur entsprechenden Klassifizierung auswendig. Natürlich steckt auch dahinter ein sehr wirksames Marketing-Instrument und andere Weinbauregionen haben sich immer wieder mit Klassifizierungen ihrer Weine beschäftigt. Interessant ist, dass man dabei konstant der französischen Vorgabe folgt: es werden nur die Reblagen klassifiziert, nicht die Weine der Kellerei. So kam es ja, dass z.B. das bekannte Château Lafite in den 70-iger Jahren des 20. Jahrhunderts relativ mittelmäßige Weine machen konnte, ohne, dass jemand ihre Klassifizierung als „premier cru“ in Frage gestellt hätte. In Deutschland hat der Verband der Prädikatsweingüter (VDP) eine Klassifizierung auf den Weg gebracht, die in ihrer Komplexität und Intransparenz bester deutscher akademischer Tradition entspricht.

Unter soziologischen Gesichtspunkten ist der Jahrgang des Weines vermutlich noch wesentlich wichtiger als die Klassifizierung der Reblagen. Bedingt durch Klimaschwankungen gibt es in fast allen Weinbaugebieten Europas sehr deutliche Unterschiede in Qualität und Charakter innerhalb verschiedener Jahrgänge. Der Weinkenner kennt natürlich die guten und die weniger guten Jahrgänge und handelt beim Bestellen bzw. Kaufen eines Weines entsprechend. Für den Gelegenheitsgenießer oder Investoren gibt es, z.B. von Weinzeitschriften herausgegebene Tabellen in denen die Jahrgänge, nach Regionen aufgeteilt, in Form von Sternchen oder Ziffern klassifiziert sind. Der wirkliche Kenner weiß im allgemeinen auch warum ein Jahrgang die jeweilige Bewertung hat. Er redet von Frösten im Frühjahr, Wassermangel und Hitze im Sommer oder dem furchtbaren Regen während der Lesezeit. Nicht selten hat dieser Wissensvorsprung demonstrativen Charakter, er dient dazu seine tiefe Kenntnis und Kompetenz in Sachen Wein anderen gegenüber zu dokumentieren. Ich möchte aber nicht missverstanden werden, das Wissen über Jahrgänge und ihre Qualität hat ursprünglich nichts mit „Snobismus“ zu tun, es ist, im Gegenteil, eine wichtige Komponente einen Wein wirklich wertschätzen zu können. Man vergesse nicht, dass auch die „crus classés“ und andere Ikonen der Weinkultur erheblichen Jahrgangsunterschieden unterliegen und damit auch unterschiedlichen materiellen Wert besitzen. Eine Flasche eines guten Jahrgangs ist meist haltbarer als die eines mittelmäßigen und hat daher größere Chancen in etlichen Jahren mit Gewinn verkauft zu werden.

Verwandt mit den oben beschriebenen Etikettentrinkern ist auch eine kuriose kleine Gruppe von Weinfreunden, deren Weinflaschen am liebsten überhaupt keine Etiketten tragen. Der Sinn solchen Verhaltens ist einfach nachvollziehbar: man überhöht die Einfachheit auf das Niveau einer eingebildeten Ursprünglichkeit. Wie auf den gedeckten Tischen der Weinbauern oder in den Weinkneipen der Weinbauregionen gerade abgefüllte Flaschen ohne Etikett auf den Tischen stehen und Originalität suggerieren, tut die blanke Flasche auf der Tafel des „Wein-Snobs“ den gleichen Dienst und

markiert die die Nähe zum Winzer und die vermeintlich hohe Kennerschaft des Gastgebers. Die unetikettierte Flasche verbreitet das Image einer extra für den persönlichen Gebrauch gemachten Abfüllung. Andererseits darf man natürlich nicht übersehen, dass sich in solchen Flaschen auch allzu oft armselige Tröpfchen verbergen. Wer Bescheidenheit und Einfachheit als Image einer persönlichen Originalität verbreiten möchte, muss - wenn es glaubwürdig sein soll - dies sehr gekonnt tun, und vor allem, es muss zu seinem übrigen Lebensstil passen.

Auf ein soziologisch interessantes Phänomen möchte ich in diesem Zusammenhang schließlich auch noch hinweisen. *Rolf Breitenstein* hat es die „Simulationsgesellschaft“ genannt. In einer vermutlich eher satirisch anmutende Studie hat er die in unserer Industriegesellschaft vorherrschende Lehre des STAO, was „so tun als ob“ heißt, definiert. Der Manager lässt seine Sekretärin den Brief mit dem Vermerk „nach Diktat verreist“ unterschreiben, um seinem Partner zu zeigen, wie vielbeschäftigt er ist. Dabei sitzt er im Chefsessel und liest den Klatschteil der Tageszeitung. Auch dieser Menschentyp hat etwas vom Snob. Worüber man im gesellschaftlichen Rahmen noch lächeln kann, das hat sich in der Soziologie der Verbraucher tatsächlich schon längst unter dem Begriff „Surrogat-Konsumenten“ etabliert. Was damit gemeint ist, lässt sich an einem Beispiel einfach demonstrieren: Automagazine veranstalten und publizieren umfangreiche Tests von Automodellen, die für den überwiegenden Teil der Leserschaft unerreichbar bleiben. Die detaillierten Beschreibungen des Luxus eines Ferrari, Porsche, Bentley oder Maybach nehmen überproportional viel Raum ein und werden gierig gelesen. Die Informationen, die die Leser über diese Ikonen der Branche erhalten, sind für viele Nachfrager offenbar „selbstgenügsam“, d.h. sie reichen zur Befriedigung des Konsumenten, der nun mitreden bzw. so tun kann als ob er eigene Erfahrungen mit dem Objekt der Begierde gemacht hat. Solche „selbstgenügsamen“ Informationen werden besonders im Genusssektor sehr hoch gehandelt.

In Zeitschriften, die, auf den ersten Blick bereits erkennbar, für weniger begüterte Zielgruppen gemacht werden, erscheinen Reportagen und Rezepte von den großen Restaurants im In- und Ausland. Kaum ein Leser dieser Blätter wird sich jemals dorthin begeben und trotzdem ist er irgendwie mit von der Partie und kann mitreden! Reiseführer verfolgen häufig den gleichen Zweck. Es gibt Menschen, die ziehen Befriedigung bereits aus der Lektüre über potentielle Genüsse. Das Wissen darüber ist zum Genussersatz (Surrogat) geworden. Nicht viel anders ist es beim Wein. Ich kenne Weinfreunde, die die Bewertungen *Robert Parkers* sämtlicher Bordeaux grand crus aus den letzten beiden Jahrzehnten auswendig kennen und darüber referieren können, als seien es ihre eigenen Verkostungsnotizen. Mancher Weinfreak kennt alle Details von den großen Weingütern und ihren Weinen ohne jemals einen Tropfen davon am Gaumen gehabt zu haben. Ich habe mich auch selbst schon ertappt,

über Weine geredet zu haben, die meinen Geschmacksnerven noch nie begegnet sind, über die ich aber so viel gehört hatte, dass sie mir offensichtlich bekannt waren. Solche „Surrogat-Trinker“ gibt es in allen sozialen Schichten der Weintrinker, sicher kommen sie aber in den „gehobenen“ Gruppen deutlich häufiger vor, denn nur dort finden sich ja ausreichend Adressaten für das Surrogat-Wissen.

...zu guter Letzt: der Wein selbst

Bislang habe ich vorwiegend über die Weintrinker und deren gesellschaftliches Verhalten gesprochen. Am Schluss möchte ich ein paar Worte über den zweiten Hauptdarsteller in der Kulturgeschichte von Mensch und Wein verlieren. Auch der Wein ist keine fixe, objektive Größe, er unterliegt in hohem Maße der Interaktion mit seinem Konsumenten. Bereits bei der Abfüllung auf Flaschen und bei der nachfolgenden Etikettierung des Weins in der Kellerei beginnt sein langer Weg der „Sozialisierung“, d.h. bis zu seinem Verschwinden in den Kehlen der Genießer durchläuft er eine Vielzahl von Prozessen, die ihm seinen endgültigen Wert beim Verbraucher verleihen. Über vieles auf dieser Strecke, z.B. der Wertschätzung durch die Kritiker oder die Bedeutung des Marketing, habe ich bereits gesprochen, aber es bleiben noch ein paar wichtige Details, die erforderlich sind, um einen Wein schließlich in die Form zu bringen, in der er die größtmögliche Freude bereitet. Bekanntlich lassen sich einige Inhaltsstoffe des Weins, wie Restzucker, Alkohol, Tannine, Farbstoffe usw. messen, aber sämtliche Ergebnisse von Laboruntersuchungen zusammengenommen, auch die kompliziertesten, ergeben niemals ein eindeutiges Bild von dem Genuss der den Weintrinker erwartet, wenn er das Glas zum Munde führt. Selbst die aufwendigste Computer-Datenanalyse schafft dies nicht. Was sind es dann für Faktoren, die einen guten Wein unter Umständen zu einem so außerordentlichen sinnlichen Erlebnis machen? Man kann diese Frage auch etwas anders formulieren: „wer oder was beeinflusst den individuellen Weingenuss?“

Die Antwort kann bedeutsam bei unserer persönlichen Einschätzung der Güte eines Weines sein, und ich habe im Folgenden ein paar Faktoren zusammengetragen, die vielleicht dabei helfen können eine möglichst übersichtliche Antwort zu finden. Speziellen, individuellen Vorlieben des Lesers entsprechend, mag es selbstverständlich sehr viel mehr Gründe geben, die das Weintrinken zum Genuss, oder gegebenenfalls auch nicht, machen können. In jedem Fall wird deutlich werden, wie sehr der Weingenuss von Äußerlichkeiten, zu denen auch andere Menschen gehören, manipuliert werden kann.

Die Beschaffenheit des Wein selbst ist logischerweise einer der wichtigsten Faktoren, die zum Genuss führen. Diese Erkenntnis ist eine Binsenweisheit und wird wahrlich niemanden überraschen. Wie man Weine beurteilt und erkennt ist Gegenstand unzähliger Bücher, die meist genaue Anleitungen dazu vermitteln wie man von Farbe, Geruch und Geschmack auf Alter und Vinifikationsmethoden oder die geographische Herkunft des Weins und seiner Rebsorten schließen kann, was Fehlöne sind und was sie bedeuteten. Lernen, bzw. wirklich in sich aufnehmen, wird man diese Dinge allerdings nur durch jahrelange Übung.

Ein weniger offensichtliches Thema ist die Erwartungshaltung des Weintrinkers, die das Genusserlebnis ganz wesentlich beeinflussen kann. Was haben Weinkritiker oder PR-Leute der Kellerei in ihrem Prospekt über den Wein im Glas gesagt oder veröffentlicht? Dieser Faktor spielt eine so große Rolle, dass bei professionellen Weinproben immer blind probiert wird: derjenige, der den Wein beurteilen soll, weiß nicht was für ein Wein das ist, d.h. er kann keine vorgefassten Meinungen mit ihm assoziieren, es sei denn er erkennt ihn im Glas wieder. Bei dieser Prozedur sind schon die erstaunlichsten Urteile herausgekommen. Große, sonst hochgelobte „crus“ wurden von bekannten Kritikern hinter kleine „Piraten“ gesetzt. Hätten sie gewusst was sie im Glas haben, wäre ihre Beurteilung ganz sicher anders ausgefallen. Solche Blindverkostungen sind auch ein beliebtes Gesellschaftsspiel unter Weinfreunden, mit besonders hohem Unterhaltungswert, wenn ein Aldi-Wein unerwartet gut abschneidet. Ich persönlich mag dieses Spiel überhaupt nicht, denn es fördert nicht den ungezwungenen Genuss sondern eher die Schulmeisterlichkeit mancher Genossen in der Runde, und ein erhobener Zeigefinger ist dem unbeschwerten Weingenuss sehr abträglich.

Ein weiterer Bestandteil der Suggestion, bzw. Autosuggestion, ist, wie anziehend oder auffallend das Etikett bzw. die Flasche selbst sind. Dieser Faktor hängt eng mit dem vorangegangenen zusammen. Das Etikett verrät ja den Inhalt und den zu erwartenden Charakter des Weins. Die Flaschenform und ihr Gewicht sagt etwas über den Wert des Inhaltes und bei Genießern mit einer gewissen Vorliebe fürs Optische, können gute Etiketten-Designs eine enorme Erwartungshaltung aufbauen. Unerfahrene, meist junge Weintrinker lassen sich vom Etikett zum Kauf verleiten, insbesondere wenn darauf zusätzliche qualitätssuggestierende Merkmale beschrieben sind, wie z.B. „Reserve“, „Gran Reserva“. „Erstes Gewächs“, „grand cru“ „grand vin“, „Selektion“ etc.

Von nicht zu unterschätzender Bedeutung für den Genuss ist das Behältnis, in dem der Wein serviert wird. In früheren Jahrhunderten legte man besonderes Augenmerk auf den Wert eines Glases, d.h. die Weingläser waren häufig aufwendig geschliffen und mit teurem, farbigem Glas angereichert. Erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhundert hat sich die Einsicht durchgesetzt, dass

Gläser vor allem dem Wein die Chance geben sollten sich in Ihnen richtig zu präsentieren und zu entfalten. Die österreichische Familie *Riedel* hat auf diesem Gebiet Pionierarbeit geleistet und den großen Weinboom als Gläserproduzent kommerziell sehr geschickt ausgenutzt. In vielen Blindverkostungen konnte immer wieder gezeigt werden, dass die Form, die Transparenz und das Material eines Glases tatsächlich Geruch und Geschmack des Weins erheblich beeinflussen können. So kam es, dass „Rebsortengläser“ entwickelt wurden. Wie sich schon seit Urzeiten Bordeaux- von Burgundergläsern unterschieden, wurden nun zusätzlich „Chardonnay-“, „Riesling-“, „Sangiovese-“, „Tempranillo-“ und anderen Gläser konzipiert. Gemeinsam war allen die große Luftkammer, die über dem Wein lag und durch entsprechendes Schwenken, das Bukett des Weines auffangen und der Nase zugänglich machen konnte. Großvaters schöne alte Weinpokale, die ja häufig kunstvoll aus buntem Glas gefertigt waren und somit eine Beurteilung der Farbe und der Klarheit des Weins gar nicht zuließen, haben ausgedient und sind in die häuslichen Vitrinen verbannt worden.

Es wird niemanden verwundern, dass auch das Ambiente, in dem der Wein genossen wird, eine erhebliche Rolle für den Genuss spielt. Ein festlich gedeckter Tisch mit entsprechenden Gläsern steigert die Erwartungshaltung. Aber auch stimmungsvolle Weinkeller in Kellereien, in denen womöglich Jahrhunderte alter Moder das Gefühl von Ewigkeit vermittelt, kann die Identifikation mit dem Glashalt fördern. Jeder Weingenießer wird sich ohne Schwierigkeiten ein Ambiente vorstellen können, in dem er seine besondere Stimulation bekommt Wein zu genießen. Das kann das Bistro um die Ecke, ein plüschiges Schlafzimmer, ein Picknick im Walde oder ein Frühschoppen in einem Ruderboot sein. Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt.

Welcher Weinliebhaber kennt nicht die enttäuschte Feststellung „dem Wein ist die Reise nicht bekommen“. Die Situation ist sehr einfach vorstellbar: man sitzt an einem lauen Frühlingsabend beim Mondenschein zu zweit oder mit Freunden auf der Terrasse am rauschenden Meer und genießt einen gut gekühlten Weißwein. Dieses himmlische Getränk scheint, wie nichts anderes, die Stimmung des Abends und die Landschaft einzufangen und alle sind sich einig, selten einen besseren Tropfen genossen zu haben. Man erkundigt sich nach Namen und Jahrgang und am nächsten Tag besorgt man sich ein paar Flaschen dieses Weines. Wieder zuhause, an einem schönen Sommerabend wird eine Flasche auf dem Balkon in der Großstadt geöffnet und selbst der Vollmond macht mit, aber was sich da auf der Zunge ausbreitet ist eine scharfe, saure Brühe, die nichts mit dem Wein der Erinnerung zu tun hat. Zunächst ist man vermutlich geneigt, dieses geschmackliche Fehlverhalten der langen Reise des Weins zuzuschreiben, in Wirklichkeit hat das andere Ambiente unsere Geschmacksnerven so beeinflusst, dass die Stimmung am Meer nicht mehr aufkommen mag. Der Wein, der der gleiche wie in jener Frühlingsnacht war, ist nicht mehr wiederzuerkennen.

Zum Ambiente gehören ja meist auch Menschen. Wenn wir als Gäste Wein serviert bekommen, kann der Gastgeber uns in höchstem Maße zum Genuss des eingeschenkten Weines motivieren indem er Geschichten vom Winzer und der Kellerei oder aus dem Herkunftsland erzählt, bzw. wo und unter welchen Umständen er den Wein erstanden hat. Selbstverständlich kann auch genau das Umgekehrte passieren. Ein Gast ist ein Miesepeter und Nörgler und redet den Wein kaputt, bis er tatsächlich niemandem mehr schmeckt. Dies passiert öfter als man denkt, nämlich wenn jemand in der Runde einen leichten Korkschmecker entdeckt hat und ihn dem Rest der Gruppe aufschwätzen möchte. Einer nach dem anderen wird, schon um sich nicht eventuell zu blamieren, von seiner ursprünglich guten Weinbeurteilung abspringen und den Kork ebenfalls riechen und schmecken. Wie wichtig die zwischenmenschliche Kommunikation beim Weintrinken ist, habe ich bei professionellen Weinproben vielfach erlebt. Dabei gibt es ja häufig irgendwelche Teilnehmer, die in Sachen Verkostung eine natürliche Autorität besitzen. Nachdem ein Wein ausgeschenkt und der erste Schluck getan ist, starren die übrigen Teilnehmer mehr oder weniger heimlich auf genau diese Person. Ein Verziehen der Augenbrauen oder ein skeptisches Kopfwackeln beim ersten Schluck reichen dann schon aus um eine bestimmte Benotung des Weines zu suggerieren. Persönlich habe ich diese Interaktionen zwischen Menschen bei der Beurteilung von Weinen immer wieder bei unseren „Tagen der Offenen Türe“ erlebt. Da machen wir immer ein Dutzend neue Weine aus unserem jeweiligen Sortiment auf und stellen sie zur Verkostung an. Häufig passiert es da, dass sich eine Art „Massenpsychose“ entwickelt, weil ein Gast plötzlich zu schwärmen anfängt und von einem Wein behauptet er sei einer der Besten überhaupt. Wenn dies dann von einer zweiten und einer dritten Person aufgegriffen wird, kann es dazu führen, dass ohne eigenes Zutun dieser Wein an diesem Tag bis auf die letzte Flasche verkauft wird.

Die Schlussfolgerung aus diesen Zeilen, die sich um viele Beispiele erweitern ließen, lautet natürlich: das Erlebnis Weingenuss ist eine außerordentlich komplexe, multifaktorielle Angelegenheit und von so vielen äußeren Faktoren abhängig., dass man wahrscheinlich ganz berechtigt, grundsätzlich die Objektivierbarkeit der Qualität von Weinen in Zweifel stellen kann. Dies ist natürlich keine neue Einsicht, denn im Grunde ist sie im Sprichwort „über Geschmack lässt sich streiten“ schon zur Volksweisheit geworden. Der Weinfreund muss sich dieser Zusammenhänge nur bewusst sein, wenn er sich ein eigenes Urteil über einen Wein bilden möchte.

Die Frage „warum wird überhaupt Wein getrunken?“ erscheint am Ende dieses Buches vielleicht ein wenig absurd, denn im Grunde sollte sie eigentlich schon längst beantwortet sein. Dennoch ist es vielleicht sinnvoll sich ihr ein wenig systematisch zu nähern und die vielen Gründe, die bislang versteckt oder expressis verbis genannt wurden, ein wenig zu ordnen. Dies kann auch den

Sinn verfolgen die soziologische Klassifizierung der Weintrinker nochmals aus einem etwas anderen Gesichtswinkel aufzuzeigen und zu verdeutlichen. Nach der Lektüre eines Großteils der Bücher, die im Literaturverzeichnis genannt sind, erscheint es mir, als könne man drei große Gruppen von Weintrinker definieren, die Rationalisierer, die Hedonisten und die Gesellschaftsorientierten. Jede dieser Gruppen hat ihre eigenen Gründe für ihr Verhalten. Zuerst sollen

(1.) die Rationalisierer erwähnt werden, deren Motivation Wein zu trinken rein auf utilitaristischen (utilis = lat.: nützlich) Vorstellungen beruht. In ihren Augen muss alles einen Nutzen bringen, auch das Weintrinken. Gründe für ein derartig „nutzbringendes“ Trinkverhalten können u.a. folgende sein:

- Alkoholabhängigkeit, d.h. durch den Wein wird eine Sucht befriedigt.
- Der Wein wird zum Essen zu sich genommen, damit die Speisen besser durch die Speiseröhre gleiten.
- Der Wein wird als Medizin zur Vorbeugung von Krankheiten (z.B. Herz-Kreislauf) gesehen.
- Der Wein dient, alleine oder als Getränkemix, als Erfrischungsgetränk
- Der Wein hilft Speisen zu verdauen.

(2) Die zweite Gruppe der Gründe Wein zu trinken kann als „hedonistisch“ (hedone = griechisch: Lust) bezeichnet werden und hat etwas mit Gefühl und Genuss zu tun.

1- Der Wein schmeckt und riecht gut, er ist daher ein klassisches Genussmittel.

- Der Wein verträgt sich gut mit Speisen, d.h. Bei dieser Verbindung kommt ein sensorischer Synergismus zustande
- Der Wein hilft zu entspannen
- Der Wein legt eine Grundlage für soziale Kontakte
- Der Wein wirkt in einem bestimmten Ambiente außerordentlich erotisierend.

(3) Die dritte Gruppe von Gründen Wein zu trinken kann man vielleicht als „gesellschaftsorientiert“ überschreiben. Hierhin gehören u.a. folgende Motivationen:

- Man trinkt Wein aus Gewohnheit bzw. weil der kulturelle Hintergrund Weintrinken zur Selbstverständlichkeit gemacht hat.
- Weintrinken als religiöser oder weltlicher Ritus
- Wein zu Feiern aller Art
- Man trinkt Wein um in bestimmten Gesellschaftsgruppen akzeptiert zu werden.
- Wein als Statussymbol

- schließlich der banalste von allen Gründen: man wurde durch entsprechende Werbung motiviert, diese wiederum hat meist einen oder mehrere der hier genannten Gründe Wein zu trinken angesprochen.

Die hier aufgezeigte Dreiteilung der Gründe zum Konsum von Wein, gilt nicht nur für diesen, sondern, in etwas abgewandelter Form, auch für fast alle anderen Konsumgüter. Solche Systematiken dienen den Konsumforschern als Basis für ihre Studien zur der Konsummotivation. Die Bedeutung derartiger Untersuchungen ergibt sich aus der Bedeutung der jeweiligen Märkte für die wirtschaftliche Entwicklung der Gesellschaft.

Was bringt die Zukunft?

Wie wird sich der Wein-, und der Alkoholkonsum im Allgemeinen, in Europa und der übrigen Welt entwickeln? Ich glaube, dass wir uns mitten in einem Wandlungsprozess befinden, der die Richtung der langen Kulturgeschichte alkoholischer Getränke verändern wird. Während in den „trockenen Ländern“, allen voran Deutschland, Großbritannien und Skandinavien, der Weinkonsum zunächst weiter steigt und der Bier- und Schnapskonsum entsprechend rückläufig ist, passiert das Umgekehrte in den „feuchten Ländern“. In Frankreich, Italien und Spanien wird erheblich weniger Wein getrunken als noch vor 20 Jahren. Das spanische Landwirtschaftsministerium veröffentlichte am Beginn des 21. Jahrhunderts eine alarmierende Statistik: der Bierkonsum hatte erstmals in der spanischen Geschichte den Weinkonsum überholt. Jeder Spanier trank im Durchschnitt 33 Liter Wein und 54,4 Liter Bier im Jahr. Dabei gab es ganz erhebliche jahreszeitliche Schwankungen. Im Januar wurden, auf das Jahr hochgerechnet, „nur“ 34 Millionen Liter Bier getrunken, diese Menge erhöhte sich im Juli auf 54 Millionen. Bier dient also vorwiegend als Erfrischungsgetränk, dies zeigte auch der ungewöhnlich hohe Anteil an alkoholfreien bzw. sog. „light“-Bieren. Ganz ähnliche Veränderungen im Konsumverhalten finden sich in Portugal, Italien und Frankreich.

Mit dem neuen Verbraucherverhalten geht auch eine veränderte Einstellung gegenüber alkoholischen Getränken insgesamt einher. Insbesondere der erheblich zunehmende Alkoholgebrauch Jugendlicher schreckt die Gesellschaft auf. Wiederum Spanien liefert dafür am Beginn des 21. Jahrhunderts ein trauriges Beispiel. „Botellón“ (Flaschenfest) heißt das jugendliche Kontrastprogramm. Es ist eine Huldigung der jungen Generation an den Alkohol und seine pharmakologische Fähigkeit soziale Kontakte aufzubauen. Um die Mitternachtsstunde treffen sich in Spaniens Städten unzählige Jugendliche an einer zentralen Stelle und holen aus ihren mitgebrachten Plastiktüten Pappbecher, Getränkeflaschen und Knabbergebäck.

Die große Party kann beginnen. Man steht friedlich auf der Straße, lehnt an Häuserwänden, redet und flirtet miteinander während aus den zuführenden Seitenstraßen immer mehr Menschen auf das spontane Fest drängen. Der nächtliche Straßenverkehr bricht vielfach zusammen, da wegen der herumstehenden Menschenmassen kein Durchkommen mehr ist. Die Wirte der umliegenden Bars und Kneipen sind sauer, weil niemand zu ihnen kommt, sie verkaufen nichts, da die Partygäste Selbstversorger sind, d.h. sie haben sich alles was sie für diesen Abend benötigen im Supermarkt zusammengekauft. Die Stadtverwaltungen sind sauer, weil die leeren Flaschen, Becher und Tüten völlig hemmungslos auf dem Bürgersteig und auf der Straße liegengelassen werden. Wenn sich der „botellón“ in den frühen Morgenstunden auflöst, gleicht die ganze Gegend einem Schlachtfeld und es kostet die Städte viel Mühe wieder ein wenig Ordnung zu schaffen. Am nächsten Abend findet das gleiche Spektakel erneut statt. Die Anwohner beschwerten sich und die Stadträte überlegen sich Alternativschauplätze, die man den jungen Leuten für ihr nächtliches Stelldichein anbieten kann. Der botellón ist ein soziologisches Phänomen, bei dem der Alkohol eine wichtige Rolle spielt, aber es wird meist kein Wein und auch kein Bier getrunken sondern Longdrinks bzw. „Alkopops“ aller Art. Limonaden gemischt mit exotischen Likören oder Schnäpsen scheinen wohl eher dem Lebensgefühl der jungen Generation zu entsprechen. In machen Städten, zum Beispiel in Madrid, hat man durch spezielle, lokale Gesetzgebung diesen Veranstaltungen einen Riegel vorgeschoben. Der Alkoholkonsum auf der Straße wurde kurzerhand verboten. Dieses, heute von allen gutgeheißene Verhalten der Obrigkeit, hätte noch vor einem Jahrzehnt zu einem Aufschrei der Entrüstung in der Bevölkerung geführt und zeigt deutlich, dass sich etwas Grundsätzliches ändert: das mediterrane Spanien ist auf dem Weg zu einer restriktiv-ambivalenten Trinkkultur. Aber auch in vielen nordeuropäischen Ländern bieten die Innenstädte im Sommer zur Nacht ein vergleichbares Bild. Jugendliche rotten sich zusammen um gemeinsam alkoholische Getränke zu konsumieren. Meist verlaufen diese Veranstaltungen friedlich, aber gelegentlich kann es zu Ausschreitungen kommen, wie in englischen Städten vereinzelt geschehen.

In allen europäischen Mittelmeerländern beginnt sich die Politik in einen Lebensbereich einzuschalten, der sich noch bis vor kurzem völlig selbst reguliert hatte. Es ist offensichtlich, dass die nordische Trinkkultur der „trockenen Länder“ die permissiv-integrierte Trinkkultur der „feuchten Länder“ ablöst. Es bleibt die Frage der Bewertung dieser Entwicklung. Man spricht häufig, analog zum ökonomischen Nord-Süd-Gefälle, von einem gesellschaftlichen „Modernisierungsnachholbedarf“ in den südlichen Ländern, wobei der Alkoholkonsum als Hemmnis für den industriellen Fortschritt gesehen wird (wir erkennen unschwer das alte Vorurteil gegenüber dem Alkoholmissbrauch). Demgegenüber wird, insbesondere in den trockenen Ländern die „mediterrane Lebensart“ verteidigt und ihre im allgemeinen gesundheitsfördernden Eigenschaften werden hervorgehoben. Die Situation

beginnt sich zu verkehren, man hat den Eindruck, dass die Alkoholabstinenz im Süden mittlerweile einen sozialen Wert darstellt, den die aufstrebende Gesellschaft benötigt, während die postkapitalistischen Gesellschaften der nördlichen Länder, dem moderaten Alkoholkonsum unter der Überschrift „Lebensstil“ einen festen Platz einzuräumen beginnen. Diese Entwicklung wird mittlerweile auch in der Kultur reflektiert: der Filmregisseur *Alexander Payne* hat mit seinem Opus „sideways“ eine poetische Huldigung an den (kalifornischen) Wein geschaffen. Der Wein spielt eine Hauptrolle, fast wie in dem dokumentarfilmischen Werk von *Jonathan Nossiter* namens „Mondovino - Die Welt des Weines“, und *Ridley Scotts* charmante Geschichte „Ein gutes Jahr“ ist eine spielerische Huldigung an die Weine der Provence, dazu kommt der sympathische Film „Der Wein und der Wind“ von *Cédric Klapisch*. Der Publikumserfolg dieser vier Filme lässt vermuten, dass sie einen Nerv der Zeit getroffen haben. Wir, die Weinfreunde, hoffen, dass „sideways“ und „Mondovino“ Schule machen und, dass die neuen sozialen Entwicklungen auch die historischen Erfahrungen im Umgang mit dem Alkohol, insbesondere dem Wein, berücksichtigen werden. Restriktion bis hin zur Prohibition ist im 20. Jahrhundert ja schon einmal kläglich gescheitert, wie das Beispiel der Vereinigten Staaten eindrucksvoll demonstriert hat. Schließlich sollten wir auch die Dimensionen des Themas im Auge behalten und nicht vergessen, dass der Pro-Kopf-Verbrauch an Wein und anderen Alkoholika, gemessen an zurückliegenden Epochen unserer Kulturgeschichte, heutzutage sowieso schon äußerst niedrig ist. Dass wir im Laufe unserer Entwicklung gelernt haben mit Alkohol umzugehen gehört zweifelsohne zu den großen kulturellen Leistungen des Abendlandes.

Wie sieht die Zukunft speziell für den Wein in unserer Gesellschaft nun aus? Er ist ein Genussmittel und als solches anfällig für die variable Akzeptanz durch die Verbraucher und ihrer jeweiligen Kultur. Ein klassisches Beispiel dafür, was ich meine, ist der Zucker. Aufgrund seiner geringen Verfügbarkeit war er Jahrhunderte lang, ähnlich dem Wein, ein begehrter Luxus für jene, die ihn sich leisten konnten - und das waren wahrhaftig wenige. Mit seiner industriellen Herstellung im 19. Jahrhundert begann sein Siegeszug als Nahrungs- und Süßungsmittel. Plötzlich fand er sich in fast allem Ess- und Trinkbaren als Geschmacksverstärker oder -verbesserer, bis seine gesundheitsschädigenden Eigenschaften bekannt wurden. Heute hat er seinen Glanz völlig verloren, nirgends findet dies einen deutlicheren Ausdruck als in der Werbung für „zuckerfreie“ Produkte. Zuckerfreie, sprich auch „light“-Produkte, sind neuerdings „in“ und Zucker ist „mega-out“. Nicht viel anders ergeht es dem Genussmittel Tabak. Vor gar nicht langer Zeit waren Raucher die „Großen“, sie waren Kosmopoliten und Abenteurer, sie sind meilenweit für eine gute Zigarette durch den Dschungel marschiert, bis die Sohlen durchgelaufen waren, oder sie saßen als Cowboys im Sattel und trieben im unendlich weiten Land die Viehherden zusammen. Heute ist von dem Freiheits- und Abenteuerimage der Raucher nicht mehr viel übriggeblieben.

Im Gegenteil, in Flughäfen, Bahnhöfen und anderen öffentlichen Orten, werden sie auf ein paar Quadratmetern zusammengepfercht, damit sie dort ihrem Laster frönen können, unter den Augen der vorbeiziehenden und mitleidig lächelnden Nichtraucher. Manche Personalchefs großer Firmen erachten Raucher als charakterschwach und stellen sie schon nicht mehr ein. Die dramatische Zunahme von Diabetes und Herz-Kreislaufkrankungen waren letztlich Schuld am Niedergang von Zucker und Tabak in unserer Gesellschaft.

Ist der Weinkonsum vor einem ähnlichen Schicksal gefeit, nur weil hinter ihm eine vieltausendjährige Geschichte steht? Ich glaube nicht. Das Problem des Weines ist tatsächlich sein mehr oder wenig hoher Alkoholgehalt; und der steigt von Jahr zu Jahr, manche Weine aus der Neuen Welt oder Südeuropa bringen mittlerweile 15 Vol.% und mehr Alkohol in die Flasche. Das ist im Vergleich mit einem klassischen Riesling von der Mosel mit seinen vielleicht 11 Vol.-% schon erheblich mehr. Die Gründe für das Entstehen der Alkoholprotze sind nicht nur die Klimaerwärmung sondern auch der Geschmack der Weintrinker. Reife Noten von Beeren und Pflaumen sind heute gefragt und die erhält man durch eine späte Lese, d.h. Die Moste haben auch mehr Zucker, sprich späteren Alkohol, als früher.

Betrachten wir noch einmal die Statistik in Frankreich so ist erkennbar, dass sich der Verbrauch von Reinalkohol, d.h. die absolute Menge an konsumierten Alkohol, von 23 Litern pro Kopf im Jahr 1910 im Laufe des Jahrhunderts auf 12 Liter im Jahr 1993 praktisch halbiert hat. Ganz ähnliche Verhältnisse finden wir in Italien, Spanien, Portugal, Deutschland u.a. Ländern. Gemessen an früheren Epochen ist der heutige Pro-Kopf-Verbrauch alkoholhaltiger Getränke in den westlichen Industrienationen außerordentlich niedrig. Die zunehmende Komplexität unserer Welt, die sehr hohe Anforderungen an das gute Funktionieren unserer individuellen physischen und geistigen Kräfte stellt, erschwert naturgemäß den Gebrauch von Rauschmitteln wie Alkohol. Dies drückt sich auch in den europaweit ständig sinkenden, zulässigen Blutalkoholspiegeln für Autofahrer aus. Die Zeit ist absehbar, bis überall die Null-Promille-Grenze eingeführt ist. Die Konsequenz daraus könnte sein, dass die Gastronomie noch weniger Wein absetzen und damit der Berufsstand der Sommeliers überflüssig wird. Außerdem lässt die andauernde Gesundheitsdiskussion die Gefahren des Alkoholkonsums immer deutlicher werden. Weniger Menschen sind heute noch bereit die immensen Kosten, die der Gesellschaft durch Alkoholmissbrauch und Alkoholismus entstehen, mitzutragen. Die Diskussion der Gesellschaft über das gesundheitliche Für und Wider des Alkohols ist in vollem Gange. Was am Ende dabei herauskommt ist völlig offen. Nun können wir, die Weinfreunde, nur hoffen, dass bei der Beurteilung der Gefährdung durch Alkohol, die Besonderheit des Weines im öffentlichen Bewusstsein anerkannt wird. Wir, die Weinfreunde, müssen mit

gutem Beispiel vorangehen, indem wir sehr verantwortungsvoll mit dem Produkt unserer Begierde umgehen.

Im Gegensatz zu früher, als der Wein in den trockenen Ländern, also u.a. auch bei uns, noch ein mehr oder weniger exklusives Getränk war, erfüllt er heute auch hier alle Voraussetzungen eines Volksgetränks. Die industrielle, vollautomatische Herstellung riesiger Mengen von häufig sogar ganz passabler Qualität, durch die multinationalen Getränkekonzerne hat den Wein in plebejische Niederungen gezogen. Auch hier profitiert er im Augenblick noch immer von seinem einstigen hohen Prestige, als Getränk der Reichen und Schönen. Aber, wie das oben erwähnte Beispiel des Zuckers zeigt, sind dies keine dauerhaften Garantien für sein soziales Ansehen. Mit etwas Glück bleibt eine Nische für die Weinfreunde alten Stils bestehen, selbst wenn sie die Erfüllung ihrer Leidenschaft, wie mittlerweile die Raucher, in räumlich abgetrennte Genuss-Gettos in Form einer Wein-Bar, oder in die eigenen vier Wände, verlegen müssen.

Literaturhinweise

André, Jacques:
Essen und Trinken im alten Rom.
Philipp Reclam jun., Stuttgart, 1998

Anonym:
Der curieus- und offenhertzige Wein-Artzt etc.
(Nachdruck der Ausgabe von 1753)
Die bibliophilen Taschenbücher, Nr. 63, 1984

Anonym:
Der vollkommene Bierbrauer. Oder kurzer Unterricht alle Arten Biere zu brauen, etc.
Reprintverlag, Leipzig 1990 (Reprint der Originalausgabe von 1784)

Bächtold-Stäubli, Hanns und Hoffmann-Krayer, Eduard (Hrsg.):
Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens.
Walter de Gruyter, Berlin u. New York, 2000

Bourdieu, Pierre:
Die feinen Unterschiede. Kritik an der gesellschaftlichen Urteilskraft.
Surkamp Verlag, Frankfurt, 1987

Charters, Steve:

Wine & Society - the Social and Cultural Context of a Drink.
Elsevier, Amsterdam u. New York, 2006

Detienne, Marcel:
Dionysos. Göttliche Wildheit
Deutscher Taschenbuch Verlag, München, 1995

Deutsche Krebsgesellschaft:
Krebs und Alkohol. Konferenzbericht
Deutsche Krebsgesellschaft, 1995

Dudley, Robert:
Fermenting fruit and the historical ecology of ethanol ingestion: is alcoholism
in modern humans an evolutionary hangover?
Addiction. 97(4):381-8, 2002.

Erasmus von Rotterdam:
Das Lob der Torheit.
Panorama Verlag, Wiesbaden, o.J.

Freud, Sigmund
Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse und Neue Folge.
(Sigmund Freud Studienausgabe, Band 1)
Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt, 2000

Furrer, Daniel
Zechen und Bechern - Eine Kulturgeschichte des Trinkens und Betrinkens.
Primus Verlag, Darmstadt, 2006

Füssel Stephan und Kreutzer Hans Joachim (Hrsg.):
Historia von D. Johann Fausten
Philipp Reclam Jun., Stuttgart 1988

Das Gilgamesch Epos. Der älteste überlieferte Mythos der Geschichte. In der
Übersetzung von Hermann Ranke.
Marix Verlag, Wiesbaden 2006

Gusser, Karl-Diether:
Vom Wein der Liebe einen Tropfen. Erotische Wein-Exlibris
Faber & Faber, Leipzig, o.J.

Hamvas, Béla:
Philosophie des Weins
Brinkmann & Bose, Berlin 1994

Harrus-Révidi, Gisèle:
Die Kunst des Genießens: Eßkultur und Lebenslust.
Artemis & Winkler Verlag, Düsseldorf, 1996

Hehn Victor:
Olive, Wein und Feige.
Insel Verlag, Frankfurt, 1992

Hengartner T. und Merki Ch. M.:
Genussmittel. Eine Kulturgeschichte
Insel Verlag, Frankfurt, 1001

Hilgard, Peter:
Der maurische Traum. Dimensionen der Sinnlichkeit in al-Andalus.
Verlag Winfried Jenior, Kassel, 2002
Hilgard, Peter:
Spanische Leidenschaften. Von der Liebe zum Land, vom Wein und von
anderen Genüssen.
Verlag Winfried Jenior, Kassel, 2005

Jahn, Janheinz:
Der arabische Liebesdiwan. Lyrik des Morgenlandes.
Klemm, Freiburg 1955

Hugh Johnson:
Hugh Johnsons Weingeschichte.
Hallwag Verlag, Bern und Stuttgart, 1990

Ibn Dschubair:
Tagebuch eines Mekkapilgers.
K. Thienemanns Verlag, Stuttgart, 1985

Kirchner, Paul Christian:
Jüdisches Ceremoniell. Beschreibung jüdischer Feste und Gebräuche.
Reprint-Verlag, Leipzig, o.J. (Reprint der Originalausgabe von 1734)

Kladstrup Don und Kladstrup Petie:
Wein und Krieg. Bordeaux, Champagner und die Schlacht um Frankreichs
größten Reichtum.
Klett-Cotta Verlag, Stuttgart, 2002

Kühnel Harry (Hrsg):
Alltag im Spätmittelalter

Verlagsgruppe Weltbild, 2003

Lichtenberg Georg Christoph:
Sudelbücher (Hrsg. von Wolfgang Promies)
Deutscher Taschenbuch Verlag, München, 2005

Löwenstein Reinhard:
Von Öchsle zum Terroir
Frankfurter Allgemeine Zeitung Nr. 232, S. 8 (7.10.2003)

Lorey Elmar M.:
Die Wein-Apotheke. Amüsantes, Kurioses und Wissenswertes aus alten
Arzneibüchern und Chroniken.
Hallwag Verlag, Bern, 1997

Maelicke, Alfred (Hrsg.):
Vom Reiz der Sinne.
VCH Verlagsgesellschaft, Weinheim, 1990

Montaigne, Michel de:
Essais.
Eichborn Verlag, Frankfurt, 1998

Montanari Massimo:
Der Hunger und der Überfluss. Kulturgeschichte der Ernährung in Europa.
C.H. Beck, München, 1993

Müller, Klaus E.:
Nektar und Ambrosia. Kleine Ethnologie des Essens und Trinkens.
C.H. Beck, München, 2003

Onfray Michel:
Die genießerische Vernunft. Die Philosophie des guten Geschmacks.
Elster Verlag, Baden-Baden, 1996

Ortega y Gasset, José:
Gesammelte Werke.
Deutsche Verlags-Anstalt, Stuttgart, 1996

Otte, Gunnar:
Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen. Eine Studie zur theoretischen und
methodischen Neuroorientierung der Lebensstilforschung.
VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004

Phillips, Roderick:
Die große Geschichte des Weins.
Campus Verlag, Frankfurt/Main 2003

Pigott, Stuart:
Schöne neue Weinwelt. Von den Auswirkungen der Globalisierung auf die
Kultur des Weines.
Fischer-Taschenbuch Verlag, Frankfurt/Main 2005

Pleij, Herman:
Der Traum vom Schlaraffenland. Mittelalterliche Phantasien vom
vollkommenen Leben.
S. Fischer Verlag, Frankfurt/Main 2000

Preuss, Julius:
Biblisch-talmudische Medizin. Beiträge zur Geschichte der Heilkunde und der
Kultur überhaupt.
Fourier-Verlag, Wiesbaden, 1992 (Reprint der Originalausgabe von 1911)

Rotter Ekkehart und Gernot:
Die Geschichte der Lust - zwischen Himmel und Hölle.
Patmos Verlag, Düsseldorf, 2002

Schmitt Elmar:
Leben im 18. Jahrhundert - Herrschaft, Gesellschaft, Kultur, Religion,
Wirtschaft.
Rosgarten Verlag, Konstanz, 1987

Schultz, Alwin:
Das häusliche Leben der europäischen Kulturvölker vom Mittelalter bis zur
zweiten Hälfte des XVIII. Jahrhunderts (1903).
Reprint-Verlag-Leipzig, Holzminden, o.J.

Schulze, Gerhard:
Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart.
Campus Verlag, Frankfurt, 1992

Shakespeare, William:
Dramatische Werke. Übersetzt von August Wilh. von Schlegel und Ludwig
Tieck. Bibliographisches Institut, Leipzig o.J.

Strunz, Franz:
Beiträge und Skizzen zur Geschichte der Naturwissenschaften.
Hamburg/Leipzig 1909

Thuß, Luise und Rainer (Hrsg.):
Zauber der Erotik.
Benziger Verlag, Düsseldorf und Zürich, 2001

Unwin, Tim:
Wine and the Vine. An Historical Geography of Viticulture and the Wine
Trade
Routledge, London & New York, 1996

Wallbergen, Johann:
Johann Wallbergens Sammlung natürlicher Zauberkünste etc.
Verlag C.H. Beck, München, 1988