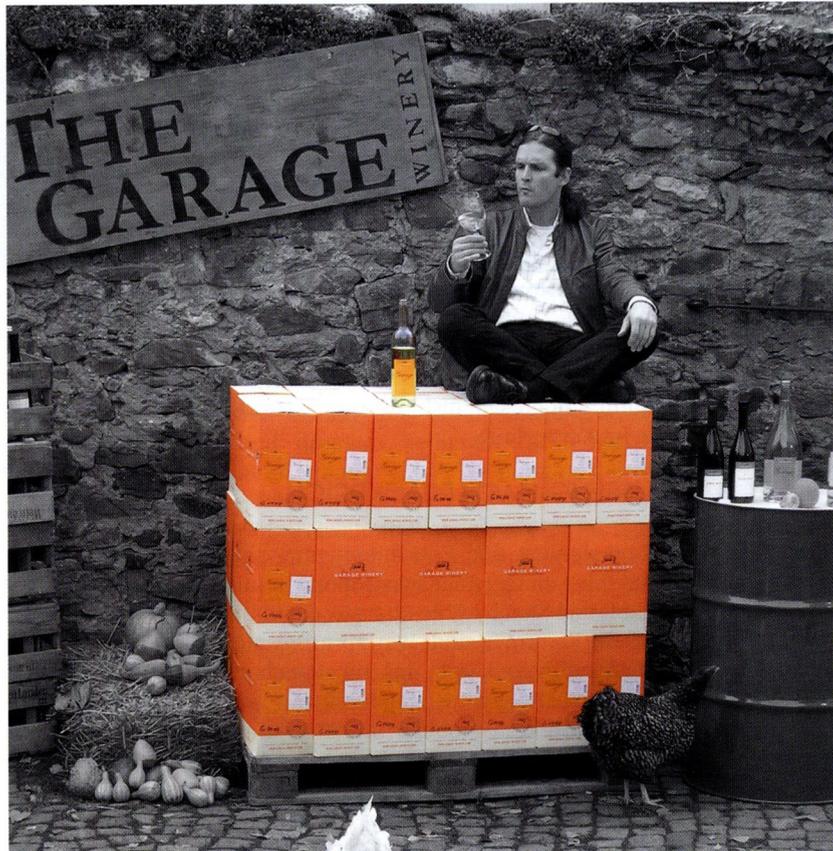


SIE SIND JUNG, SIE SIND UNKONVENTIONELL, SIE SIND ERFOLGREICH, SIE SIND WINZER. SIE HABEN WEIN VON SEINEM IMAGE ALS ALTMODISCHES GETRÄNK FÜR LEUTE AB 50 BEFREIT UND PRÄSENTIEREN SICH IN CLUBS UND BARS IMMER MEHR JUNGEN WEINTRINKERN, DIE ETWAS MEHR ERWARTEN ALS NUR EIN COOLES OUTFIT.

COOLE WINZER



FOTOS: RALF ZIEGLER / AD LUMINA, PR

COOLE WEINE

GARAGE WINERY

Der Name lässt wenig Spielraum für Spekulation: Die Garage Winery von Anthony Hammond und seiner Frau Simone Böhm gehört mit Sicherheit nicht zu den Riesenbetrieben im Rheingau. In Oestrich-Winkel haben die beiden vor einigen Jahren mit weniger als einem Hektar Rebfläche angefangen, inzwischen sind es über vier. Aus anfangs 1.000 Flaschen Riesling sind seitdem etwa 50.000 Flaschen insgesamt geworden. Der Schwerpunkt bei Anthony Hammond liegt auf dem Riesling, aber

er hat auch Rotwein und Rosé im Sortiment. Mit dem Thema Wein erstmals in Kontakt kam Anthony Hammond, als er als Kellner arbeitete. Über den Weinhandel in den USA kam er dann wieder zurück nach Deutschland, um seine Ausbildung zum Winzer zu machen.

Schon die Namen der Weine machen klar, dass der Deutsch-Amerikaner sich einerseits nicht an die üblichen Traditionen hält, andererseits vor allem ein junges Publikum ansprechen will: Gold-

marie, Rosamunde, Sugar Babe und Rotbart heißen seine Weine, die er speziell für die Gastronomie in 0,25-Liter-Flaschen mit Kronkorken füllt. „Wir fanden es schade, dass man in der jungen Gastronomie immer nur Mixgetränke aus der Flasche bekommt, wer aber Wein trinken will, immer mit einem Glas in der Hand hantieren muss“. Also haben sich Anthony Hammond und Simone Böhm auf die Suche nach einer Alternative gemacht. Gefunden haben sie eine Flasche mit einem kurzen Hals, die gut in der Hand liegt, aus

der sich die Aromen des Weins aber auch nicht zu schnell verflüchtigen.

Abgefüllt haben sie eine Weißweincuvée, einen Rotwein aus Spätburgunder, einen Rosé, der je nach Jahrgang mal aus einer, mal aus mehreren Sorten besteht, und eine Riesling Spätlese für die Süßtrinker. Den Weg in die Szenen-Gastronomie haben sie bewusst gesucht, um zu zeigen, dass Weingenuss unkompliziert sein kann. Wenn man nun also cool in einer Bar stehen kann und einen Rosé

aus der kleinen Flasche nippt, liegt das ein Stück weit auch an der Garage Winery.

Garage Winery, Friedensplatz 12, 65375 Oestrich-Winkel, Tel.: 06723 603340, www.garagewinery.de

WEINGUT DREISSIGACKER

Man könnte ihn den Shooting-Star Rhein Hessens nennen. Er macht gar nicht so viel anders als die anderen und dennoch ist er momentan überall da ganz vorn mit dabei, wo von Rheinhessen und seinen Weinen die Rede ist. Erst nach der Ausbildung zum Steuerfachangestellten entschied sich Jochen Dreißigacker für die Winzerlehre. Heute ist er Weinbautechniker, Kellermeister im heimischen Weingut in Bechtheim, absolut weinbegeistert und erfolgreich.

Schon vor einigen Jahren trat er mit seinen Weinen den Siegeszug auch in den Weinbars an. „Unsere Weine sind eigenständig, haben eher kräuterige und würzige Aromen, eine milde Säure und machen einfach Spaß“, versucht er zu erklären, warum seine Weine gut ankommen. „Am ehesten sind unsere Weißweine gefragt. Das ist ja auch ein Trendthema“, sagt Jochen Dreißigacker. Neben viel Champagner sei in den Clubs eben auch ein gutes Glas deutscher Riesling gefragt, und damit kann er dienen. „Natürlich geht es da neben dem Produkt auch ums Image. Wir sind ein junges Weingut mit einem guten Namen und es geht ja auch darum, etwas Gescheites

zu servieren“, sagt der junge Mann selbstbewusst. Die Ausstattung seiner Weine ist geradlinig und puristisch, denn „ein Club kann kein traditionelles Etikett brauchen.“

Zusammen mit seinem Bruder Christian ist Jochen Dreißigacker Mitglied bei „Message in a Bottle“, eine Vereinigung junger Winzer in Rheinhessen, die maßgeblich dazu beigetragen haben, dass Deutschlands größtes Anbaugelände inzwischen zur Spitze gehört – und zu den spannendsten Regionen in Deutschland sowieso.

Bezugsquellen nennt: Weingut Dreißigacker, Untere Klinggasse 4, 67595 Bechtheim, Tel.: 06242 2425, www.dreissigacker-wein.de

WEINGUT MARTIN TESCH

„Eigentlich ist es eine Schande, dass eine ganze Generation auf synthetische Aromen und Industriesprit geprägt wird“, sagt Martin Tesch. Der Winzer aus Langenlonsheim an der Nahe weiß, wie man provoziert und aneckt, immerhin hat er, als er mit Ende 20 ins Weingut seiner Eltern zurückkam, erst einmal die Hälfte der Weinberge des 30 Hektar-Betriebes platt gemacht und anschließend gegen alle üblichen Methoden sein Hauptaugenmerk auf eine einzige Sorte gelegt: Riesling. Dass er dadurch erst einmal einen Großteil seiner Kunden einbüßte, nahm er billigend in Kauf. Inzwischen hat er einen Teil dieses Verlustes längst wieder gut gemacht, das Image als „enfant terrible“ an der Nahe gefällt ihm aber weiterhin. Da passt es, dass

er gemeinsam mit den Toten Hosen einen Wein gemacht hat. Genauer gesagt schon den zweiten. Als großer Fan der Hosen ging er mit seinem Wein auf die Band zu – und ist bis heute selbst über-

den, ist einfach zu erklären. „Da sitzen die jungen Leute im vegetarischen Restaurant und machen einen auf ‚mein Körper ist mein Tempel‘ und so, und dann gehen sie in den Club und trinken nur Kristall und Vodka. Das ist mir dann ein Rätsel“, erklärt er. Mit seinen Weinen will er sie auf eine andere Schiene bringen.

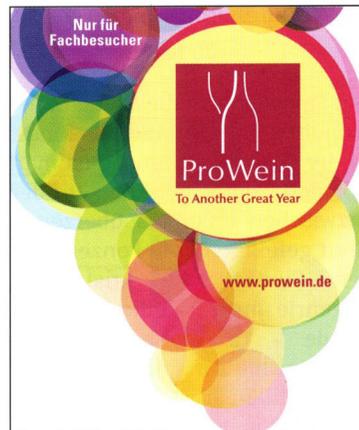
Weingut Tesch, Naheweinstrasse 99, 55450 Langenlonsheim, Tel.: 06704 93040,

www.weingut-tesch.de

WEINGUT MARKUS SCHNEIDER

Auf den Etiketten steht in großen Blockbuchstaben „BLACK PRINT“ oder „URSPRUNG“ oder auch einfach nur „RIESLING“ – Markus Schneider hat von Anfang an gewusst, dass es zwar ganz schön ist, gute Weine zu machen, dass das aber alles nichts nutzt, wenn es keiner mitkriegt. Deshalb war modernes Design immer sein Steckenpferd. „Wir verkaufen zwar unser ganzes Sortiment auch in die Szenen-Gastronomie, aber unsere Weine ‚Blackprint‘ und ‚Ursprung‘ sind dort schon am meisten vertreten“, so das Marketing-Genie. Beide Weine sind Cuvées aus verschiedenen Sorten und überzeugen durch ihre dunkle Frucht und ihren Körper. Deshalb gibt es die Weine eben nicht nur in der Sternegastronomie, sondern auch in Läden wie dem „Tarantella“ in Hamburg oder auf Sylt in der „Sansibar“. Für beide Läden wie auch für Tim Mälzer hat Markus Schneider auch Sonderabfüllungen gemacht.

Zusammen mit seinen beiden



ProWein 2011 – Gute Geschäfte beginnen hier

- 3.395 Aussteller aus 51 Ländern*
- einzigartige Verkostungszone
- umfangreiches Veranstaltungsprogramm
- Sonderschau Öko- und Bioweine

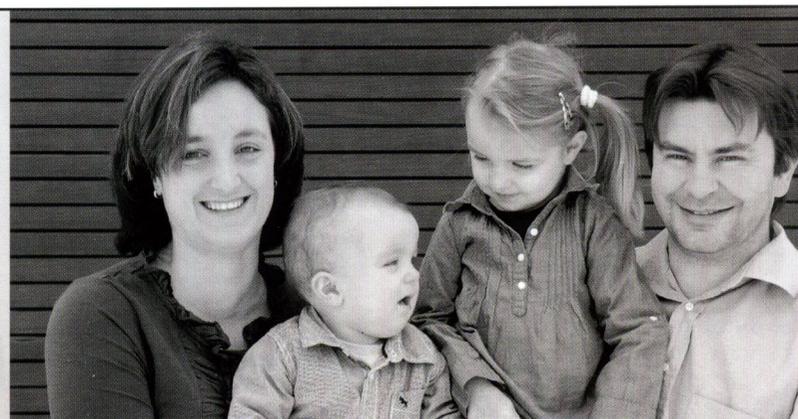
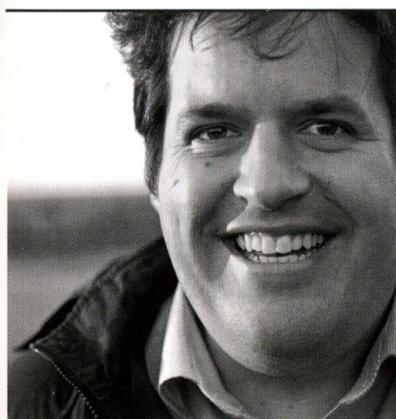
*Daten ProWein 2010

Online-Tickets unter www.prowein.de/ticket_1

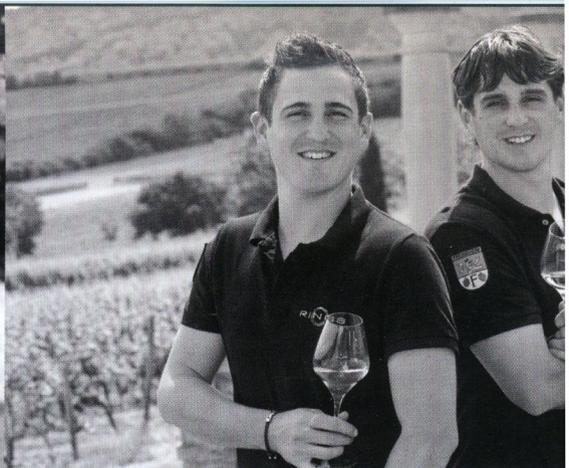
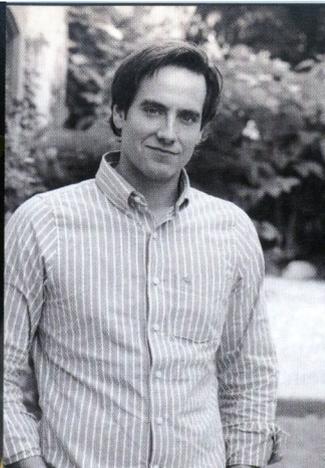
27.-29.3.2011
Düsseldorf, Germany
Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen



rascht, dass er dort offene Türen einrannte. Nach dem „Machmalriesling“ ist mit „Weißes Rauschen“ nun schon der zweite Riesling auf dem Markt, den Martin Tesch mit den Hosen gemacht hat – inklusive neuartigem Drehverschluss mit innen liegendem Gewinde statt spießigem Kork. Martin Teschs Motivation, in der Szenen-Gastronomie aktiv zu wer-



v.l.n.r.: Markus Schneider legt Wert auf cooles Design. Sondereditionen liefert er z.B. an die „Sansibar“ (Sylt). Martin Tesch ist Fan der Toten Hosen, für die er bereits zwei Weine gemacht hat. Außen witzig, innen lecker - Weine von Jürgen Hofmann und seiner Frau Caroline.



v.l.n.r.: Aus der Szene für die Szene: Andreas Bender ist der Weinexperte des Leaders Club Deutschland. Jochen Dreißigacker ist ein Shooting Star aus Rheinhessen. Andreas und Steffen Rings haben für die Szenen-Gastronomie eine eigene Linie kreiert.

Freunden und Kollegen Thomas Hensel und Karsten Peter hat Markus Schneider sich zu der Gruppe „Die jungen Wilden“ zusammengeschlossen – und der Name ist Programm. Zum Beispiel verschneidet er – in Deutschland noch immer unüblich – auch mal Sauvignon blanc und Chardonnay zu einer Cuvée. Er sucht den Kontakt auch zu anderen Winzern und lässt sich von deren Arbeit inspirieren. Wie beispielsweise von der Freundschaft zu dem Portugiesen Dirk Niepoort, mit dem er und Thomas Hensel einen Pfälzer Portwein mit dem vielsagenden Namen „Übermut“ kreiert haben.

Bezugsquellen nennt Weingut Schneider, Georg-Fitz-Straße 12, 67158 Ellerstadt, Tel.: 06237 7288, www.black-print.net

WEINGUT RINGS

Die Brüder Andreas und Steffen Rings haben in den vergangenen Jahren die Pfälzer Weinszene von hinten aufgerollt und mit Konsequenz an der Qualität ihrer Weine gearbeitet. „Wir machen ein bisschen Weißburgunder und Sauvignon blanc, aber eigentlich konzentrieren wir uns auf den Riesling“, sagt Andreas Ring. Dabei sind die Rotweine mehr als überzeugend. Die Cuvées der beiden Brüder zeigen, dass man auch in Deutschland inzwischen Rotweine mit Dichte, Fülle und Tiefgang erzeugen kann.

Für die Szenen-Gastronomie haben die beiden Pfälzer Winzer eine eigene Linie kreiert. Die modernen, unkomplizierten Weine heißen Rings weiß, Rings rot, Rings rose und Rings Blanc de noirs. Die Etiketten sind ebenso klar strukturiert wie die Weine selbst. „Inzwischen verkaufen wir aber auch unseren Rotwein ‚das kleine kreuz‘, gekellert aus Caber-

net Sauvignon, in die Szenen-Gastronomie“, erklärt Andreas Rings. In der gesamten Branche ist man von den Weinen der Rings-Brüder inzwischen mehr als überzeugt. Zitat gefällig? – „Die konzentrierten Cuvées, die kristallinen Lagenrieslinge und die hervorragende Trockenbeereauslese gehören alle zur Spitze der Pfalz.“ (Gault Millau 2011) Weingut Rings, Dürkheimer Hohl 21, 67251 Freinsheim, Tel.: 06353 2231, www.weingut-rings.de

WEINGUT JÜRGEN HOFMANN

„Irgendwann war die Gastronomie einfach satt von Prosecco, da kamen wir auf die Idee, etwas anderes, etwas Deutsches zu machen“, erklärt Jürgen Hofmann. Und was lag da näher als Müller-Thurgau, die deutsche Sorte, die man so leicht vergisst. So entstand „Fritz Müller“, der deutsche Perlwein im Streifendress, dessen Name sich aus Frizzante und eben Müller-Thurgau herleitet. „Der Name nimmt Bezug auf Frizzante und eben Müller-Thurgau“, erklärt der Winzer aus dem rheinhessischen Appenheim. Die Trau-

ben kommen aus den umliegenden, zum Teil 25 Jahre alten Weinbergen. Müller-Thurgau hat in Deutschland keinen einfachen Stand – die Rebsorte gilt zwar als schnell reifend, ertragsstark und zuverlässig, ihr gutes Image ging dennoch baden, weil sie oft als Massenwein verschertelt wird. Seit die Sorte auch Rivaner genannt werden darf, geht es aber wieder bergauf mit ihr.

Die Idee zu einem gestreiften Fritz Müller hatte Grafik-Designer Timo Thurner – in Anspielung auf die 20er Jahre, den Bauhaus-Stil und den Freigeist dieser Zeit. Und auch die Weine von Jürgen Hofmann haben gerade ein neues Design von Timo Thurner verpasst bekommen. Gemäß dem Motto „Schiefer trifft Muschelkalk“, das die Weingüter von Jürgen Hoffmann in Rheinhessen und seiner Frau Carolin an der Mosel vereint, zeigen die Etiketten jeweils ein Symbol für die prägenden Bodenarten der beiden Regionen und eines für den Wein – beispielsweise den Kiwi-Vogel für den Sauvignon blanc, den Fuchs für den Wein „Auf der

Lauer“. Sieht witzig aus und schmeckt!

Fritz Müller verperlt GbR, Jürgen Hofmann & Guido Walter, Vor dem Klopp 4, 55437 Appenheim, Tel.: 06725 30063

LEADERS CLUB

Der Leaders Club macht Wein? Ja! Und nicht nur einen, sondern gleich drei. „Die Idee dahinter ist, das Thema Wein wieder mehr nach vorne zu stellen“, erklärt Andreas Bender, Vorstandsmitglied im Leaders Club. Also hat man vor einigen Jahren brachliegende Mosel-Weinberge erworben und angefangen, sie wieder zu bewirtschaften. Gut 6.000 Quadratmeter machten den Anfang: Mit Erfolg: Ketten wie „Sausalitos“, die „Bolero“-Gruppe, aber auch andere Betriebe haben die Weine inzwischen schon im Offenausschank. Die Nachfrage war so gut, dass man inzwischen weitere Weinberge dazugekauft hat. „Das Besondere ist, dass wir hier mit dem Roten Kreuz zusammenarbeiten. Die Weinberge werden von geistig und Lernbehinderten bearbeitet“, so Andreas Bender zum sozialen Aspekt des Projekts.

Die drei Weine: ein trockener Riesling, ein Riesling Classic und eine Riesling Auslese. Für die Zukunft sind sowohl andere Anbauregionen als auch ein Rotwein beziehungsweise ein Rosé ein Thema für die Weinproduktion des Leaders Club. Bis dahin gibt es aber auch schon Mitarbeiter-schulungen, mit denen man auch beim Service das Interesse am Wein fördern will.

Leaders Club, Simon-von-Utrecht- Straße 31, 20359 Hamburg, Tel.: 040 5302312-60, www.leadersclub.de

KRISTINE BÄDER



Traditionelle Etiketten sind nichts für die Szenen-Gastronomie! Egal ob Wein aus der Kronkorkenflasche oder Punk-Band-Banderole am Hals: moderne Desings sind ein Muss und liegen voll im Trend