

VON PATRICK HEMMINGER

Da steht sie zu Hause auf dem Küchentisch, die edle Flasche. Ein Dreiviertel Liter Rotwein für knapp 160 Euro. Nicht irgendein Rotwein, sondern „The Reserve To Kalon Cabernet Sauvignon“ von der Robert Mondavi Winery aus Napa Valley. Die Anbauregion in Kalifornien ist bekannt für ihre horrenden Preise. Mondavi bringt diesen Wein, der so viel kostet wie drei Flaschen besserer Champagner, gerade auf den deutschen Markt und hat einige Verkoster zur Online-Weinprobe geladen. Die Erwartungen sind hoch – bei diesem Preis für einen Markteinstieg.

Der erste Schluck ist tatsächlich beeindruckend. Der Wein ist kraftvoll, dicht, dunkel. Ein Eindruck, der extrem lange im Mund und im Kopf bleibt. Doch schon beim zweiten Schluck wird es anstrengend. Der Wein ermüdet, er hat von allem zu viel – eingekochte Früchte, Alkohol –, und das ändert sich auch nicht mehr. So ungefähr muss es sich anfühlen, mit Migräne den „Ring des Nibelungen“ zu hören. Doch es braucht hier gar keinen „Weinsprecher“. Wichtig ist: Es kommt vor, dass auch ein so teurer Wein bei einer Profiverkostung nicht den Geschmack trifft. Dass die Flasche später nicht mehr angerührt wird.

Drei Euro geben die Deutschen im Schnitt für eine Flasche Wein aus

Die Frage, was Wein kosten darf, wird gestellt, seit es Wein gibt. Doch sie war noch nie so drängend. In Zeiten, in denen die Weinindustrie sich rühmt, mit der chemischen Trickkiste fast jeden Geschmack nachbauen zu können. In Zeiten, in denen Superreiche jeden Preis für eine Flasche bezahlen, und sei er noch so absurd.

Das andere Extrem ist ja nicht weniger absurd. Etwa drei Euro geben die Deutschen im Schnitt für eine Flasche Wein aus. Was kann man dafür verlangen? Als der damalige SPD-Kanzlerkandidat Peer Steinbrück vor acht Jahren sagte, er trinke keinen Pinot Grigio für unter fünf Euro pro Flasche, meinte er damit ja eigentlich nur, dass ein Erntehelfer einigermassen fair bezahlt und Wein nicht mit Frostschutzmittel versetzt werden sollte. Gekreuzigt wurde Steinbrück natürlich trotzdem.

Die Antwort liegt also irgendwo zwischen drei und 160 Euro. Oder auch 20 000 Euro, wenn wir von Château Pétrus im Drei-Sterne-Lokal sprechen. Und die – vorläufige – Antwort ist so einfach wie allgemein, jeder Sommelier würde sie geben: Ein Wein darf zunächst mal so viel kosten, wie er dem Trinker persönlich wert ist. Da unterscheidet sich ein Château Pétrus nicht von Karten für eine Wagner-Premiere, dem DFB-Pokalfinale oder den Alufelgen für einen Z4. Es lohnt sich allerdings, die Antwort ein wenig auszuloten.

Nächster Versuch. Der Wein heißt „Fay“, ist Jahrgang 2014 und kostet 150 Euro. Ebenfalls ein Cabernet Sauvignon, ebenfalls aus dem Napa Valley. Von Stag's Leap, einem Weingut, das in den USA als Legende gilt, seit einer seiner Weine 1976 bei einer Blindverkostung in Paris alle berühmten Franzosen aus Bordeaux schlug. Ein damals ungeheurer Vorgang, der auch Frankreichs Weinwelt in ihren Grundfesten erschütterte. Und der – apropos: Was darf Wein kosten? – den Kurs des Napa Valley ordentlich in die Höhe trieb.

Der „Fay“ wirkt vom ersten Moment an filigraner, leichter als der Mondavi. Er riecht zart nach Kirsche und Lakritz, dazu etwas Zedernholz. Mit jedem Schwenken des Glases verändern sich die Aromen, werden intensiver, es kommen Noten von Kräutern und frisch gespitztem Bleistift hinzu, rote dunkle Früchte – was für ein Reichtum und eine Dichte an Aromen!

Als Verkoster ist man gewohnt, für solche Urteile von Laien auch belächelt zu werden. Geschenk. Hier geht es um die Psychologie dahinter. Etwa darum, dass man im zweiten Fall als Weinliebhaber mit jedem Schluck auch den Preis mehr zu akzeptieren scheint. Zwei Cabernet Sauvignons aus Napa, beide um die 150 Euro, der eine Enttäuschung, der andere Offenbarung? Ja, so ist es. Kriterien gibt es viele – Fehlnoten, Erfahrungswerte. Am Ende ist Wein

Der Geschmack des Geldes

Wein ist Anlageobjekt und Statussymbol. Nie wurde mehr bezahlt, nie wurde mehr kopiert, nie war Marketing so wichtig. Das führt zurück zur alten Frage: Was ist eine Flasche wert?



Auch ohne Wein schon Sammlerstücke: Gebrauchte Korke der Domaine de la Romanée-Conti in Burgund, eines der teuersten Weingüter der Welt.

FOTO: ALL MAURITIUS IMAGES

auch ein Gefühl. Genuss lässt sich schwer beziffern. Ein Verkoster sollte in der Lage sein, den Unterschied zwischen 30 und 150 Euro ungefähr herauszuschmecken. Wann ihm dieser Unterschied persönlich 120 Euro wert ist, ist eine andere Frage.

Nach oben kennen Weinpreise kaum noch eine Grenze. Die teuersten sind meist alte Bordeaux oder Burgunder. Nur: Getrunken werden diese Weine kaum, es sind Wertanlagen von mehreren Hunderttausend Euro. Da wirkt ein junger Pinot Noir von der Domaine de la Romanée-Conti, dem wohl berühmtesten Weingut der Welt, für einige Tausend Euro fast wie ein

Studien zeigen: Je teurer ein Wein ist, desto besser schmeckt er uns auch

Schnäppchen – wenn man denn einen bekommen. Enorm wichtig für die Preise neuer Jahrgänge sind die Bewertungen renommierter Weinführer wie The Wine Advocate oder Wine Spectator. Vergeben die Kritiker die Höchstnote von 100 Punkten, vervielfachen sich die Flaschenpreise über Nacht. Und wie überall, wo es um Geld geht, gibt es zu jedem Punktesystem Kritiker, die es beanstanden.

Wissenschaftlich bewiesen ist, dass der Preis eines Weins Einfluss auf unseren Geschmack hat. Je teurer eine Flasche, desto besser schmeckt Wein. Das zeigte etwa eine Studie der Universität Bonn aus dem

Jahr 2017. In einem MRT-Scanner bekamen Probanden mit einem Schlauch Wein eingeflößt. Davor zeigt man ihnen den Flaschenpreis an: drei, sechs oder 18 Euro. In Wahrheit war es immer der gleiche Wein – ein französischer Rotwein zu zwölf Euro. Erwartungsgemäß schmeckte den Probanden der teure Wein am besten. Das Fazit der Forscher: Höhere Preise aktivieren das Belohnungssystem unseres Gehirns, was das Geschmackserlebnis befeuert. Gilt also doch immer: Teurer schmeckt besser?

Besuch bei Thomas Hertlein in „Jolandas Vintothek“ im Münchner Westend. Hertlein ist Autodidakt und sein Weinkeller berühmt. Hertlein hat alles getrunken, was teuer und gut ist – und sich damit irgendwann „die Sensorik ruiniert und den Spaß am Wein verdorben“, wie er sagt. Er schloss sein damaliges Lokal, reiste zwei Jahre um die Welt und trank in der Zeit lieber Bier. In Jolandas Vintothek hat er nun wieder Spaß am Wein. Hertlein genießt im legendären verbliebenen München den Ruf, fast alles besorgen zu können, was je gekeltet wurde. Und zudem herausragende Weine zu finden, bevor der Markt auf sie aufmerksam wird. Will er eine Flasche haben, kann es schon mal vierstellig werden.

„Guter Wein muss aber keine Unsummen kosten“, sagt er und öffnet einen Chardonnay aus dem Burgund von der Domaine Pierre Boisson von 2017, gießt ihn in eine Karaffe und anschließend in Gläser. Das ist etwas ganz anderes als die beiden kalifornischen Rotweine, die mit ihrer Opu-

lenz sicher den meisten Menschen gefallen. Das hier ist straff, klar, fast salzig. Hertlein nimmt einen Schluck und grinst. „Das kannst du nicht besser machen, höchstens anders“, sagt er. „Schmeckt wie hundert Euro.“ Tatsächlich ist die Flasche deutlich günstiger. Was sie aber besonders macht, ist ihre Seltenheit. In Deutschland gibt es gerade mal drei Händler, die Jahr für Jahr eine limitierte Menge zugeteilt kriegen. Künstliche Verknappung. Die Bestände findet man nur, wenn man weiß, wo man suchen muss. Googeln reicht nicht.

Wenn man nun noch teurer trinken würde, was würde man mehr bekommen? „Das ist die Frage“, sagt Hertlein. „Wenn du von Wein wenig verstehst oder deinen Geschmack nicht kennst, dann wahrscheinlich nicht viel mehr.“ Das ist wie mit teuren Stereoanlagen. Wer normalerweise nur Autoradio hört, der erkennt kaum den Unterschied zwischen einer Anlage für 500 und 5000 Euro. Seine richtig teuren Weine schenkt Hertlein übrigens nur an Gäste aus, von denen er findet, dass sie ihn auch zu schätzen wissen. Künstliche Verknappung. Ansonsten trinkt er ihn lieber selber.

Wieder eine andere Frage ist, was es kostet, eine Flasche Wein zu erzeugen. Anruf bei Jürgen Oberhofer, Agrarbetriebswirt und Gruppenleiter Weinbau am Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) in Rheinland-Pfalz. Oberhofer unterrichtet angehende Winzer in Bilanzen und Buchführung. „Klingt trocken, ist aber wichtig“, sagt er. Denn als Winzer reicht es schon lan-

ge nicht mehr, nur guten Wein zu erzeugen. Marketing war noch nie so wichtig. „Vor 35 Jahren hat es nur einen Katalog mit Etiketten gegeben“, sagt Oberhofer, „auf dem einen war ein Esel, auf dem anderen ein Kirchturm – das war's. Heute erwartet der Kunde eine schöne Ausstattung der Flaschen und einen guten Auftritt im Netz.“

Maximal 50 Euro kostet den Winzer die Produktion einer Flasche Wein. Mehr geht nicht

Stimmt das Drumherum nicht, lassen sich kaum gute Preise erzielen. „Die große Masse der Weine haben Produktionskosten zwischen fünf und 15 Euro“, sagt Oberhofer. Für fünf Euro lasse sich eine gute Basisqualität machen. Nach oben sieht er die Grenze bei etwa 50 Euro. „Dann ist aber alles gemacht, was auf dieser Welt nur geht.“ Die beiden wichtigsten Preistreiber sind Weinberg und Ertrag. Ein flacher, mit Maschinen befahrbarer Weinberg, etwa in Rheinhessen, benötigt etwa 200 Arbeitsstunden im Jahr pro Hektar. Eine extreme Steillage, etwa an der Mosel, wo alles nur per Hand gemacht werden kann, und die biologisch bewirtschaftet wird, schlägt mit sicher 1500 Stunden zu Buche. Je weniger Trauben am Rebstock hängen, umso höher am Ende die Qualität. „Wenn ein Winzer also 2000 Liter aus einem Hektar rausholt statt 10 000, muss er den Wein natürlich deutlich teurer machen“, so Oberhofer.

Off hat das Platzieren eines extrem teuren Weins im Sortiment aber einen anderen Grund: Neben einem Wein für 150 Euro scheint der für vielleicht 50 Euro mit einem Mal gar nicht mehr so teuer, die Hemmschwelle der Kunden, ihn zu kaufen, sinkt. Manche Winzer lehnen das allerdings ab.

Besuch bei Ludwig Knoll, Winzer in Würzburg, wo er das Weingut am Stein betreibt – eines der renommiertesten in Franken. Seine teuersten Weine sind die Großen Gewächse aus der Lage Stettener Stein, Silvaner oder Riesling, für 39 Euro. „Für mich ist die Frage nicht, was ein Wein kosten darf, sondern was er kosten muss“, sagt Knoll. Unter zehn Euro pro Flasche kann er kaum arbeiten. Dabei verdient er mit den teuersten Weinen nicht mal das meiste Geld. „Für die letzten zehn Prozent mehr Qualität müssen wir 100 Prozent Arbeit drauflegen“, sagt er. Für Knoll spielt auch „das Bauchgefühl“ eine Rolle. „Wir diskutieren das Thema Ikonenwein intern auch. Aber mir fällt das emotional schwer, solche Preise aufzurufen.“

Am Ende muss also jeder – der Genießer, der Gast, der Wirt, aber auch der Winzer – selbst entscheiden, ob ein teurer Wein zu ihm passt. Und zu der Situation. Denn wer war schließlich nicht schon einmal in einer einfachen Trattoria in Italien oder auf irgendeinem Campingplatz, wo ein namenloser Wein im Gegenwert einer Tasse Cappuccino in dem Moment schlicht der beste der Welt war?

Es ist mehr als zehn Jahre her, dass die Deutschen anfangen, sich näher für Chilisorten zu interessieren. Anfangs schien es dabei weniger um Essen zu gehen als um eine Art Mutprobe oder Extremsportart. In Foren tauschten sich Menschen über persönliche Rekorde bei der Erfahrung mit Schärfegraden aus, gemessen mit einem geheimnisvollen Dings, das sich Scoville-Scala nannte; wer mitreden wollte, sollte mindestens bereit sein, das morgendliche Zähneputzen durch das Kauen von Habanero-Kernen zu ersetzen. Und wenn man in Berlin eine Currywurst bestellte, wurde man nun häufig von Verkäufern verschwörerisch angezwinkert: „Na, die Extraschärfe mit Spezialmischung? Traunse sich?“

Etwas widersprüchlich ist das schon. Weil der Schärfegrad einer Chilischote von ihrem Capsaicin (CPS) abhängt, ein Alkaloid, das die Pflanze ironischerweise produziert, um sie vor Fressfeinden zu schützen. Unser Körper verbucht Schärfe auf der Zunge erstmal als Verbrennung, worauf das Gehirn umgehend Endorphine ausschüttet, um die Schmerzen zu lindern. Das fördert den Speichelfluss und wirkt durchaus anregend – allerdings nur bis zu einer gewissen Grenze. In der englischen Stadt Bradford etwa, wo es besonders viele indische Restaurants gibt, kursieren Geschichten, dass sich Studenten dort gerne Wettbewerbe um das extraschärfste Vindaloo-Gericht liefern. Für europäische Milchgesichter wirkt der Verzehr mancher Currys hier, als kauen sie auf einem glühen-

den Nadelkissen und ließen sich dabei die Kopfhaut mit einem Nagelbrett massieren. Und weil die Wirte um diese Wirkung wissen, lassen sie die Studenten vorher Warnhinweise unterschreiben.

Ja, die Schärfe mag wichtig sein, aber sie ist natürlich längst nicht alles. Und sie kann, vor allem wenn sie schlecht in ein Gericht integriert ist, die vielen anderen geschmacklichen Vorzüge von Chili überlagern. Die oft herrliche Fruchtigkeit zum Beispiel, grasige Noten, die zitronige Frische von Habaneros oder das Aroma (unreifer) grüner Chili-Schoten, das an Erbsen oder Bohnen erinnern kann. Im südindischen Chettinad gibt es Lammcurrys, für die 30 Mundu-Chilis (eine rote, gar nicht so milde, aber enorm fruchtige Sorte) und 30 Knoblauchzehen verkocht werden, ohne dass man um seinen Gaumen fürchten muss, im Gegenteil, das Ergebnis ist sehr ausgewogen und fruchtig. Und im Bundesstaat Tamil Nadu wird die Sorte Mor Milagai unreif eingesalzen, in der Sonne getrocknet und dann in Buttermilch mariniert. Die komplexe, leicht holzig-rauchige Würze hat mit dem Verbrennungsschmerz auf Europas masochistischen Capsaicinpartys denkbar wenig zu tun.

Ein wichtiges Argument für Chili ist, dass sich Schärfe damit pointiert setzen lässt. Etwa, weil man damit arbeiten kann, dass Capsaicin fett- und aber nicht wasserlöslich ist. Oder weil einige Zutaten (Erdnuss, Kürbis) der Chilischärfe mehr entgegenzusetzen als andere. Als Einstiegsdroge sind oh-

nehin die – eher mild scharfen „europäischen“ Sorten zu empfehlen, die ursprünglich natürlich auch eingeführt wurden. Besonders fein: Piment d'Espelette, von den Basken „Gorria“ genannt, was „die Rote“ bedeutet. Man importierte die Sorte im 17. Jahrhundert von den Antillen und baut sie bis heute in Südwestfrankreich an.



Wer sich nicht vorstellen kann, dass Chili zur Touristenattraktion taugen, sollte Espelette besuchen. Ein puppigiges Dorf mit baskischem Fachwerk in Rot und Grün, wo gefühlt jeder Quadratmeter für den Chili-Anbau genutzt wird. Jeder zweite Laden bietet Chili-Spezialitäten an (Chili-Eis, Chili-Wurst, Chili-Öl, Chili-Alles), manche Verkäufer tragen Baskenmütze und Ringelshirts. Kurzum: Der Ernst, mit dem hier Authentizität verkauft wird, ist heilig.

Tatsächlich ist die Ware hervorragend. Piment d'Espelette hat eine feine, leichte, weil nicht lang nachhallende Schärfe. Die Chili-Sorte bringt es auf 1500 bis 2500 Scoville, wobei der Wert die Anzahl der Capsaicin-Moleküle pro Schote bezeichnen. Zum Vergleich: Handelsübliche Paprika erreichen 0 bis 10 Scoville, Peperoni 100 bis 500, mexikanische Habaneros bis zu 350 000 und Pepper X, die wohl schärfste Chili-Sorte der Welt, bis zu 3,3 Millionen.

Die sanfte Schärfe von Piment d'Espelette passt zu fast allem, entsprechend wird sie im Baskenland als Pfefferersatz genutzt und ist aus vielen Gerichten der französischen Küche nicht wegzudenken. Für ein erstes Kennenlernen ist Espelette perfekt, um behäbige Gemüsesorten aufzupfeppen. Auf dünn gespaltenen rohen Zucchini scheiben zum Beispiel (mit Vinaigrette und Meersalz) oder im Bohneneintopf.

Sehr gut passt Espelette-Chili zu gegrillter Süßkartoffel. Dafür eine große Kartoffel schälen, würfeln, mit Olivenöl benetzen und mit mildem Salz marinieren. In einer Pfanne einen knappen TL Kreuzkümmel (und nach Belieben etwas Bockshornklee-Saat) in einer beschichteten Pfanne kurz anrösten. Alles im Mörser mahlen, eine große Prise Zimt beimengen und damit die Süßkartoffel würzen. Auf dem Grill, im Ofen oder in der Pfanne garen. Am Ende großzügig mit Espelette-Chili (grob gemahlen) besprenkeln und mit Zitronensaft beträufeln. Auch gehackte Petersilie oder Koriander sind gut dazu. MARTEN ROLFF

Es muss nicht immer brennen

Chilis werden oft danach beurteilt, wie scharf sie sind. Das mag logisch klingen, führt aber auch dazu, dass wir die Schoten geschmacklich ständig unterschätzen