

Sturm im Weinglas

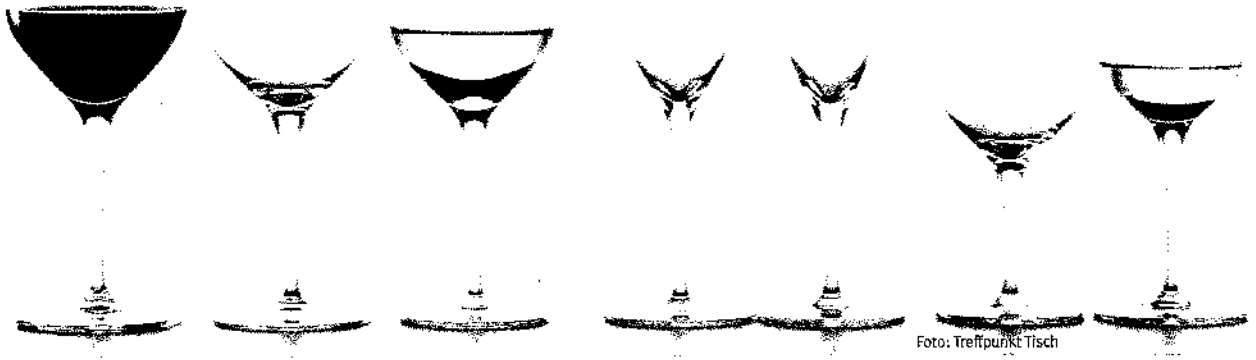


Foto: Treffpunkt Tisch

Schaut man sich historische Abbildungen von Weingläsern an, dann fällt auf, dass oft sehr aufwändig geschliffene und kunstvoll gestaltete Gläser dargestellt sind. Eine ganze Industrie im Bayerischen Wald und im angrenzenden Tschechien lebte davon, Gläser zu blasen und mit komplexen Mustern zu versehen. Was hier mit ungeheurem Geschick hineingeblasen und anschließend von Kunsthandwerkern mit Schliiff veredelt wurde, galt lange als Krönung dessen, was Handwerk und klassisches Manufakturwesen hervorbringen kann. Meine Tante besitzt einen ganzen Wohnzimmerschrank voller solcher teurer Gläser. Damals, als sie gekauft wurden, schien es, als sei dies eine Anschaffung fürs Leben, zumal sie sich die Gläser bei kleinem Einkommen abgespart hatte. Heute klagt sie darüber, dass die Gläser kaum Verwendung fänden und, da diese so viel Platz beanspruchten, sie sich über jedes zerschlagene Stück freue.

Nicht nur sie, auch viele andere Weintrinker mögen solche Gläser nicht mehr. Warum? Die Mode hat sich geändert, und man sieht sich satt an Dingen, die einen Jahr für Jahr umgeben. Was uns hier interessiert, ist aber etwas anderes. Es ist das Prestige, das sich mit diesen Gläsern verbindet. Wie so oft, wenn man sich die Geschichte von Genussmitteln ansieht, wurde die Sache selbst, das Genussmittel, in den Hintergrund gedrängt und die Form, der Prunk oder die Art und Weise, wie es zu sich genommen wurde, trat in den Mittelpunkt. Jetzt werden viele Leser sagen, dass zur Zeit der Anschaffung der

Kennen Sie das? Sie sind bei Freunden eingeladen und ärgern sich über die schlechten Weingläser, in denen der Riesling verduftet. Oder Sie bewundern neidisch prall gefüllte Vitrinen mit Riedel satt. Ein soziologischer Blick auf Mode, Prestige und Gruppenzwang von Christian Stegbauer

Gläser meiner Tante in den 60er oder 70er Jahren die Leute sowie so keine Ahnung von Wein hatten. Und Leute, die solche Gläser besaßen, über glykolmanipulierte Spätlesen nie hinaus kamen.

Nun, in vielen deutschen Familien galt Wein damals vor allem als Genussmittel, das zwar den festlichen Gänsebraten im Winter zu begleiten hatte, aber nicht als tägliches Lebensmittel einzusetzen war.

Eine andere Erfahrung machte ich als Jugendlicher beim ersten Italienbesuch 1972. Wir wunderten uns über die Relation zwischen Benzin- und Weinpreisen. Man bekam für den Gegenwert eines Liters Benzin fast zwei Liter Wein. Mit dem Urlaub im Süden lernten wir den Umgang mit Wein in anderen Ländern kennen. Durch die Veralltäglichsung des Weintrinkens, die dort vorgelebt wurde, entzog sich der Sinn der geschliffenen und aufwändig gestalteten Gläser. Wer einmal in Frankreich oder Italien auf dem Land spontan zu einem Glas eingeladen wurde, weiß, dass es dort auch ein einfaches Wasserglas tut.

Mit den Jahren führte die angestiegene Qualität des Weines nun auch zu einer Neubeurteilung des Getränks. Mit der Erfahrung wuchs der Anspruch. Und es kam zu einer Umkehrung: Die Präsentation des belanglosen Weines in edlen Gläsern wurde durch den Genuss des hochwertigen Inhalts in einfachen Gefäßen ohne Schnörkel abgelöst. Das Glas wurde zu einer Sache, die nicht mehr der Präsentation seiner selbst diente, sondern dem Genuss untergeordnet wurde. Das Glas

hatte für die Beurteilung von Farbe, Geruch und Geschmack plötzlich eine Funktion bekommen. Das Funktionale wurde dem Prunk übergeordnet. Damit waren prunkvoll gestaltete Gläser unbrauchbar geworden. Endlich kam der Sache selbst und nicht mehr der Präsentation die Hauptaufmerksamkeit zu. Die Dekoration tritt bei gleichzeitiger Aufwertung des Genusses in den Hintergrund.

Und heute? Wir würden niemanden, der uns einen Wein in den alten, aufwändig geschliffenen Gläsern anbietet, noch als Weinkenner betrachten. Der in solchen Behältnissen kredenzte Tropfen kann eigentlich nur indiskutabel sein und nicht nur das, es findet eine Übertragung von der Form des Genusses auf die Personen statt: Diejenigen, die uns das vorsetzen, können selbst nur indiskutabel sein.

Der Weintrinker entdeckt die Funktionalität des Glases

Allerdings können wir uns auch Ausnahmen vorstellen, etwa, wenn die geschliffenen Gläser mit dem Hinweis darauf, dass es sich um Erbstücke handelt, den Tisch zieren. Eine andere Möglichkeit wäre der Verweis auf die historische Bedeutung, auf eine Besonderheit, die sich mit den Gläsern verbindet. Oder wir wissen vom Gastgeber, dass er absichtlich die Mode der »Unzeit« zelebriert, sich etwa bewusst gegen momentane kulinarische Korrektheiten wendet, um seine Individualität zu betonen. In diesem Fall bedürfen die aus der Mode gekommenen Gläser eines Kommentars, um akzeptiert zu werden.

Das Glas ist also keineswegs nur ein handlicher Behälter für einige Schlucke Wein. Es ist viel mehr – es ist ein Lackmустest. Wir erkennen schon einmal, ob die Leute, bei denen wir den Wein trinken, »modern« eingestellt sind, ob sie über die notwendigen Kenntnisse verfügen oder nicht. Wenn nicht, dann kann es sein, dass sie beim »Kulturtest« durchfallen und die Beziehung belastet wird. Nicht unbedingt wegen der Gläser, aber wegen der Ungleichheit in dieser Hinsicht. Wir wissen aus der Gruppenforschung, dass in kleinen Kreisen eine Tendenz zur Annäherung von Meinungen und Gewohnheiten besteht. Der Soziologe Erving Goffman lehrte uns, dass viele Tätigkeiten mit dem Gegenüber quasi synchron erledigt werden. Man sucht sich eher Freunde unter solchen, die ähnliche Ansichten haben, die über vergleichbare Erfahrungen verfügen, die etwa gleich alt sind, in ähnlichen Berufen arbeiten und fast genau so viel verdienen. Kurzum, an den Gläsern – natürlich nicht nur daran, aber es ist ein interessanter Test – erkennen wir, ob die Freundschaft zwischen diesen Leuten und uns eine weitere Chance bekommt.

Auch das Trinkverhalten ist natürlich interessant. Etwa, wenn Bordeauxgläser auf den Tisch kommen. Sie besitzen ein so großes Volumen, dass fast die ganze Flasche hineinpasst. Ahnungslose Gäste nun, die sich selbst einschenken,

Weingut Stephanshof

Weingut Stephanshof

Inh. Stephan Kiefer

Jahnstrasse 42 · 67487 St. Martin

Tel. 0 63 23 / 98 09 01

Fax 0 63 23 / 78 76

www.weingut-stephanshof.de

e-mail: weingut-stephanshof@t-online.de

BIO-WEINE

Genießen und erleben

Auszeichnungen die überzeugen ...

- Mundus Vini 2003/2004
- Weinwelt 2003/2004
- Alles über Wein 2004

Sind Sie neugierig geworden?

Ein Probierpaket für Sie: 6 Flaschen zum Vorzugspreis nur 40 Euro
Versandkostenfrei innerhalb Deutschlands

Jetzt bestellen! 2003 Chardonnay Spätlese trocken
2003 Grauer Burgunder Auslese
2002 Weißer Burgunder Spätl. trock.
2003 Dornfelder Rotwein trocken
2003 Saint Laurent Rotwein trocken
2003 Spätburgunder Rotwein trocken

Bioland®
BETRIEB: A 40 182
DE 006 Öko-Sonntagsstele

Calbenser
handwerkliche köstlichkeiten

erlesene
*Bio-Konfitüren,
Marmeladen
und Gelees*

&

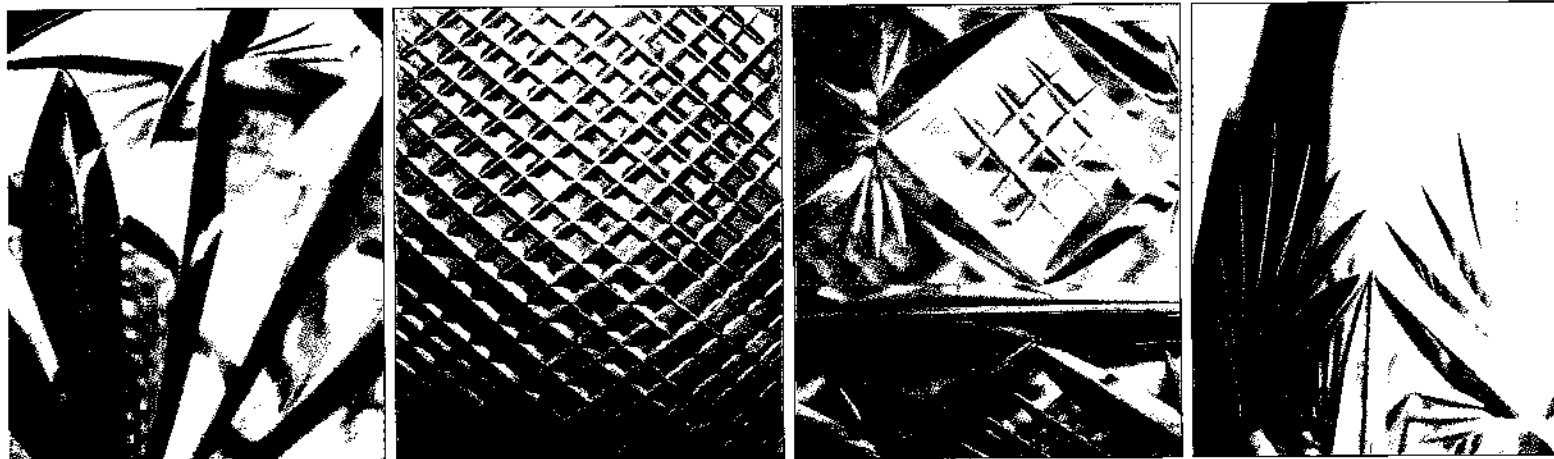
*gute Fisch-Feinkost
aus Bio-Forelle, Lachs
und Garnelen*

erich boden delikatessen
inh. matthias knauft
an der saale 5-6
39420 calbe
email: erich-boden@web.de
tel. 039291 - 49 99 - 17
fax 039291 - 49 99 - 20



meinen, es reiche auch schon, wenn es halb gefüllt ist ... Solches Verhalten wird zwar im Moment von der Gruppe nicht direkt sanktioniert, aber genau zur Kenntnis genommen. Derjenige, der sich nicht innerhalb eines gewissen Rahmens verhält, läuft Gefahr, sich für weitere Events ein für alle mal zu disqualifizieren.

Die Standards werden nicht nur unter Freunden diskutiert, sie werden genauso durch die Weinpresse, die zahlreichen Zeitschriften kommuniziert, die als Konsumenteninformation aufgemacht sind, aber oft nicht mehr als PR-Artikel enthalten. Wenn man sich die Preisliste für die Inserate bestellt, bieten einige dieser Zeitschriften unverfroren die Veröffentlichung



Schliff, Gravur und Zierat: beim »Kulturtest« durchgefallen. Fotos: Pixelmann

Vertrauen wir auf eine Anleitung, ist es gar nicht so schwer, das richtige Glas auszusuchen: Eigentlich kommen wir mit wenigen Standardgläsern aus: ein Sektkelch und je ein Weiß- und Rotweinglas. Es soll schlicht gestaltet sein, denn das wichtigste ist, dass der Wein zur Geltung kommt. Es reicht ein klares dünnwandiges Glas ohne Schliff. Es soll einen mäßig langen Stiel und einen relativ großen, am oberen Rand einwärts gewölbten Kelch haben. Das ist an Forderung eigentlich nicht viel. Doch in einschlägigen Fachgeschäften treffen wir auf unzählige Gläser Typen. Und ein weiteres Problem kommt dazu: Wir möchten nicht nur die Norm erfüllen und die korrekten Gläser anbieten, um mit dem eigenen Bezugsmilieu übereinzustimmen. Wir möchte auch unserem »Distinktionsbedürfnis«, der Unterscheidbarkeit und Einzigartigkeit, Genüge tun und uns abheben.

Politisch korrekte Gläser haben keine Verzierungen

Wie man sich mit den heute geforderten »einfachen« Gläsern abheben kann, hat am deutlichsten die Firma Riedel vorgemacht. Hier werden verschiedene Serien für unterschiedlich prall gefüllte Geldbeutel angeboten. Das Besondere aber ist, dass behauptet wird, für jeden Weintyp das genau hierfür gestaltete Glas anzubieten. Das führt dazu, dass der Weißburgunder in einem anderen Glas als der Riesling serviert werden muss, und ein gereifter Bordeaux logischerweise nicht in ein Glas für jugendlichen Rotspion darf. Purer Frevel wäre es, füllte man einen Burgunder ins Bordeauxglas.

von bezahlten PR-Beiträgen an. Entweder man zahlt für einen bestellten Bericht oder für die Anzeige. Kaum eine Zeitschrift kann es sich leisten, kritisch über Hersteller von Weinaccessoires zu berichten. Die Konsumenten erfassen das meist nicht, viele nehmen die Berichte für bare Münze.

Diskussionen über Weingläser gehören heute dazu. Interessant ist, dass sich genau das wiederholt, was am Beispiel meiner Tante diskutiert wurde. Menschen sind bereit, für den Kauf edler und vorzeigbarer Trinkgefäße eine Menge Geld auszugeben. Vielleicht wird das Kristall gar als Wertanlage gesehen. Das einzig Neue ist, dass heute die Gläser auf keinen Fall Dekor tragen dürfen, mit Ausnahme des Logos der Manufaktur. Ein Wein- und Glashändler in Frankfurt erzählt mir unterdessen, dass der Boom der funktionalen und schlichten Gläser schon wieder rückläufig sei. Man habe sich einfach an ihnen satt gesehen. Zudem sei das Gebrauchsmuster der einfacheren Serie von Riedel mittlerweile ausgelaufen. Das führt dazu, dass ähnlich geformte Gläser in großer Menge zu sehr günstigen Preisen angeboten werden. Er selbst nutze für seine Tafel zu Hause diese Gläser schon lange nicht mehr. Auf die Frage, welche Trinkgefäße er denn bevorzuge, zeigte er mir eine Serie mundgeblasener und barock geschliffener Gläser der 30er Jahre. Noch schöner fand er grobe schwere Gläser, die aus einem Block gefräst wurden, aber nicht unter 100 Euro das Stück zu haben seien. Offenbar findet das Distinktionsbedürfnis keine Befriedigung mehr in Riedelgläsern. Deren Besitzer freuen sich womöglich in einigen Jahren wie meine Tante, wenn das eine oder andere Glas zerspringt.

- Christian Stegbauer ist Privatdozent für Soziologie an der Uni Frankfurt.