

Ein Glas Wein genießen – das setzt voraus, dass der gute Tropfen auch im richtigen Glas landet. Riesling, Burgunder und Bordeaux benötigen ihren ganz eigenen Entfaltungsraum – oder?

Von Hannes Finkbeiner

Es ist schon ein recht eigentümliches Bild, wenn mehrere Weinexperten beisammensitzen und aus einer Handvoll unterschiedlichen Gläsern ein und denselben Wein probieren. Ist das höheres „Weinmaleins“? Oder sind Unterschiede auch für Laien zu schmecken? „Ich führe viele Verkostungen auch mit Kunden durch, die nicht vom Fach sind. Da kann ich lange reden, spätestens wenn die Nasen in die Gläser gesteckt werden, gibt es niemanden mehr, der nicht sagt, dass da ein Unterschied besteht“, berichtet Maximilian Riedel, Geschäftsführer der Riedel Wine Glass Company, zu der auch die Nachtmann Kristallwerke samt Spiegelau gehören. In der elften Generation ist das österreichische Unternehmen nunmehr in Familienhand, vor allem aber Großvater und Vater von Maximilian Riedel waren maßgebend bei der Entwicklung des modernen, schlichten Weinglases.

Über mehrere Jahrhunderte war schließlich der Inhalt weniger wichtig als das Gefäß, aus dem getrunken wurde. Dazu genügt ein Blick in eine beliebige Museums vitrine: Wenn nicht aus Bechern gezechet wurde, waren bunte, reich verzierte Winkelche das Maß aller Dinge. Beliebt waren Römergläser, mit geripptem, grünem Fußreif oder mit Beerennuppen besetztem Schaft, die bis zum Rand mit Wein gefüllt wurden. Das komplexe Weinbouquet, für viele Genießer betörender als der Geschmack, entschwebte in die Luft. Es war Claus Riedel, der in den 1950er-Jahren das Bauhausprinzip, nach dem die Form der Funktion zu folgen hat, auf sein Gewerbe übertrug. Er entwarf Gläser ohne Verzierungen, unabhängig vom übrigen Tischdekor, so wie wir es heute kennen.

Sein Sohn Georg Riedel ging noch einen Schritt weiter. Er entwickelte Glasformen nicht wie üblich mit Designern, sondern mit Sommeliers und Winzern. In diesem Austauschprozess kam ihm

Die Form eines Weinglases kann sich auf den Geschmack auswirken. Das erklärt die große Auswahl. Foto: Riedel Glas



„Kein Mensch braucht zwölf verschiedene Gläser, drei oder vier reichen völlig.“

Gernot Kollmann,
Kellermeister

die Idee, die Glasformen den Eigenschaften einzelner Rebsorten anzupassen. Anfang der 1980er-Jahre kamen dann die ersten traubenspezifischen Gläser auf den Markt. „Daran hat sich bis heute nichts geändert. Wir arbeiten immer noch mit Winzern zusammen, um neue Glasserien zu entwickeln. Das dauert teils Monate. Bodenplatte, Stiel oder Gewicht haben zwar keinen Einfluss auf den Geschmack, aber jeder Millimeter mehr oder weniger im Mundranddurchmesser, Kelchvolumen oder der Höhe macht einen riesigen Unterschied. Das Glas ist das Förderband, das den Wein zum Gaumen transportiert“, sagt Maximilian Riedel.

Da bestehen Serien diverser Hersteller aus über einem Dutzend unterschiedlicher Gläser, für Cabernet Sauvignon oder Chardonnay, für Bordeaux oder Rioja – aber welche Glasformen sind welchem Weintypus förderlich? Das klassische Burgunderglas etwa hat einen voluminösen, runden Körper. Ausdrucksstarke Rotweine (aber auch durchaus kraftvolle Weißweine)

haben darin mehr Sauerstoffkontakt, der Wein hat mehr Raum, um seine ätherischen Noten zu entfalten. Das schlanke Rieslingglas kommt jungen, frischen Weißweinen entgegen, mit leichter Kohlensäure, die die Frucht treibt. Verjüngt sich das Glas nach oben hin, verdichtet sich der Duft, außerdem lässt es sich besser schwenken, um Aromen freizusetzen. Aber passen deswegen alle Burgundersorten der Welt in kugelförmige Ballons? Und was ist mit einem klassisch reststüben Moselriesling, der nichts mit einem knochentrockenen Rheingauer Riesling gemein hat?

Gernot Kollmann ist Kellermeister des historischen Weinguts Immich-Batterieberg an der Mosel. Der Winzer und Önologe ist der Auffassung, dass sich klassische Glasformen oft nur schwer mit modernen Weinstilen vereinbaren lassen. „Ich schaue bei der Wahl des Weinglases weniger auf die Rebsorte als auf die Struktur des Weins. Große Rieslinge haben heutzutage zum Beispiel längere Maischstandzeiten, die Hektarerträge sind auch zurückgegangen, wodurch Weine eine höhere in-

tere Dichte bekommen – solche Weine würde ich nie in ein enges Rieslingglas füllen, die brauchen Raum“, sagt Kollmann, der auch Champagner oder andere hochwertige Schaumweine in Weißweingläsern serviert: „Die hochwertigen Grundweine brauchen mehr Oberfläche, die Kohlensäure ist stabil genug für ein breites Glas.“ Mit Blick auf ebene Weinstruktur wurde auch die junge Weinglasserie der Berliner Marke Josephinenhütte entwickelt, die Glasdesigner Kurt Josef Zalto kreiert hat. Bei drei Verkostungen mit Sommeliers, Winzern und Fachjournalisten wurden Weine für Tausende von Euro aus den vier Prototypen „Weiß“, „Rot“, „Champagner“ und „Universal“ verkostet und die Glasformen hiernach immer wieder angepasst. Das war Millimeterarbeit für den Glasmacher, damit am Ende die meisten Weine bestmöglich zur Geltung kamen.

Ein Weinglas geht also immer auch einen Kompromiss mit einer Vielzahl an unterschiedlichen Weinen ein. Aber wie viele Weingläser benötigt man zu Hause überhaupt? Und ist nicht auch ein gutes Universalglas dem anspruchsvollen Weingenuss angemessen? „Ein Universalglas kann nicht alle Weintypen abdecken, aber kein Mensch braucht zwölf verschiedene Gläser, drei oder vier reichen völlig“, ist Gernot Kollmann überzeugt, der wie Maximilian Riedel glaubt, dass ein hoher Preis nicht zwingend für bessere Qualität stehe. Lediglich von Rollrändern raten die beiden Experten ab. „Die Dünne des Glases spielt schon eine Rolle. Setzt man ein Billigglas mit dickem Rand oder ein handgefertigtes Glas mit hauchzarter Kante an den Mund, ist das ein ganz anderes Gefühl“, meint der Winzer, der übrigens immer mit einem Karton voll Universalgläser auf Reisen geht. Warum? Mal taugten die Gläser in der Ferienwohnung nicht, mal mache er sich am Abend noch eine Flasche Wein auf dem Hotelzimmer auf: „Da sind gute Universalgläser ein echter Segen“, sagt Kollmann.

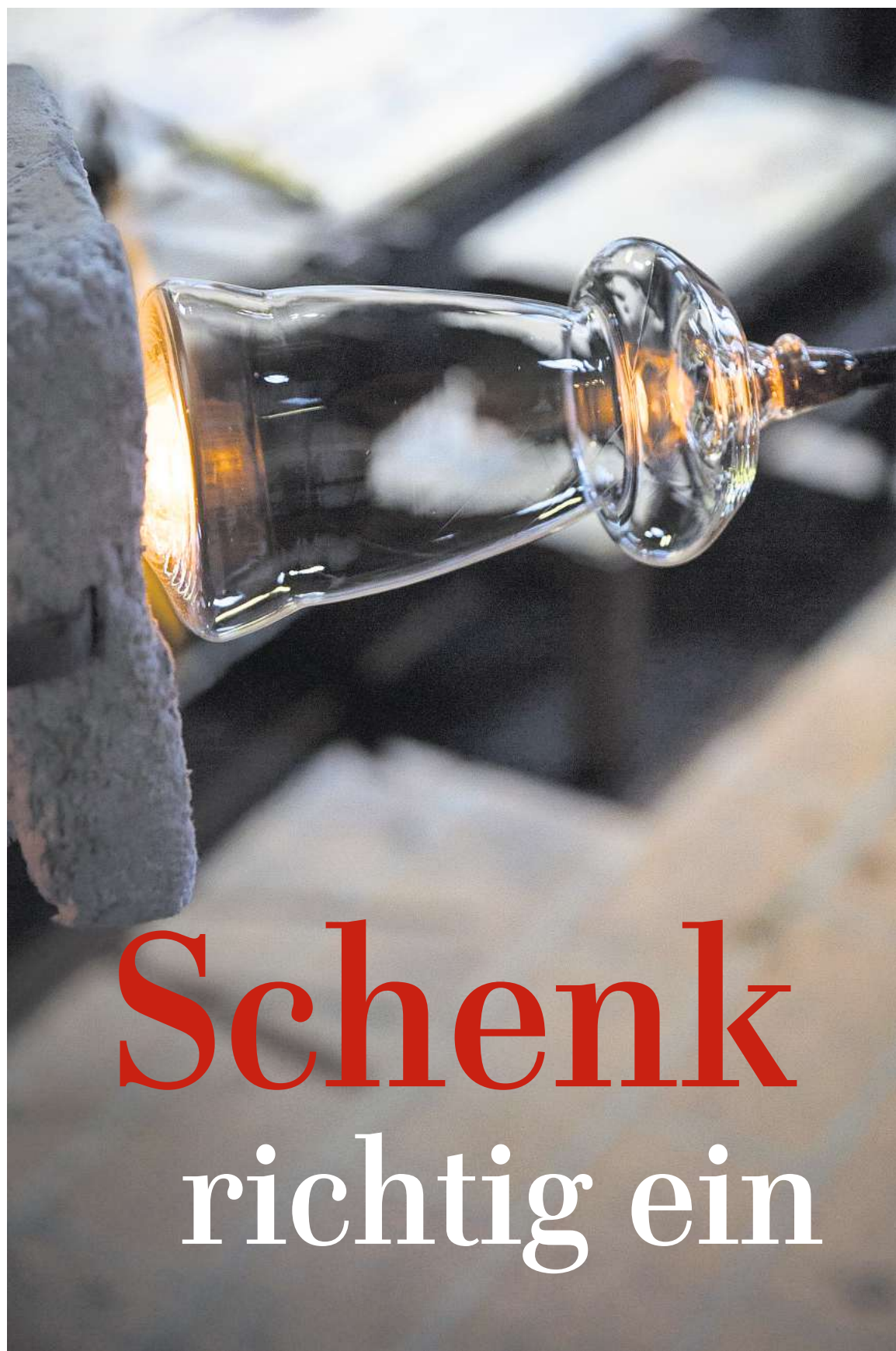


FOTO: J. ROTTER/JOSEPHINENHÜTTE



Glasdesigner Kurt Josef Zalto (oben) entwirft für die Berliner Marke Josephinenhütte skulpturale Gläser. Georg (links) und Maximilian Riedel arbeiten mit Winzern zusammen.

FOTOS: JOSEPHINENHÜTTE/RIEDEL GLAS

DAS KOMMT

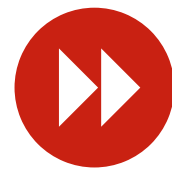


FOTO: SIMONA CHIOCCIA/IPA/DPA

Auf zu neuen Weiten mit Athflow

Der seit Ausbruch der Pandemie höchst beliebte und von der Modekette bis zum Luxuslabel etablierte Bequemlook bringt nicht immer neue Styles hervor, aber neue Namen: Athflow begeistert nicht nur Influencer und ihre Fans, sondern prägte auch die jüngste Mailänder Modewoche (Foto). Fließende Hosen, weite Jeans und großzügig geschnittene Sweatpants in Kombination mit Sneaker, bauchfreien Tops und langen Mänteln sind charakteristisch.



FOTO: VITTORIO ZUNINO CELOTTO/DPA

Gucci-Hype ohne Gucci

Regisseur Ridley Scott verfilmt derzeit die Geschichte der Florentiner Familie Gucci und ihres Modedimperiums. Es geht um Macht und Mord. „House of Gucci“ mit Lady Gaga (Foto) und Adam Driver in den Hauptrollen soll im November anlaufen. Es verspricht, ein Ausstattungsfest zu werden. Da Gucci zur Zeit der Handlung in den Achtzigerjahren hauptsächlich Lederwaren produzierte, stammt die Mode unter anderem von Max Mara.



FOTO: KFW/CLAUS MORGENSTERN/DPA

Mit Friluftsliv Energie tanken

Ein neuer Trend aus Skandinavien schwappt derzeit nach Deutschland: Friluftsliv. Auch ohne norwegische Sprachkenntnisse lässt sich erahnen, worum geht: frische Luft. Und tatsächlich heißt Friluftsliv auf Deutsch übersetzt „Leben im Freien“. Es geht darum, die Natur aktiv und bewusst zu erleben. Grünpflanzen, Holz und andere Naturmaterialien, große Spiegel für optische Weite und jede Menge Ideen für wohnliche Terrassen und Balkons bestimmen den Trend.

GESCHMACKSSACHE

Leben ohne Theaterluft und Frittenduft

Von Kerstin Hergt

Ja, wir haben es gehasst. Das Schmatzen und Kruscheln, wenn der Sitznachbar im Kino in seiner Nachbox rumgewühlt hat. Und dann dieser Dipgeruch dazu – irgendwas zwischen alten Socken und vergammeltem Kühlschrankrest. Grauensvoll! Bis der letzte Krümel vertilgt war, konnte einem das schon mal gehörig den Filmgenuss verderben. Oder nehmen wir das Theater: Der Herr zwei Plätze weiter hat sich eingedieselt, als hätte er allerhand zu verbergen. Es riecht, nein, es stinkt nach Patchouli. Klebrig und muffig hängt es in der Luft. Und warum muss sich die Frau vor einem just in dem Moment, als sich der Vorhang hebt, ihre

Hände eincremen und alles mit Lavendel einnebeln? Hätte der Typ an der Theke in der Kneipe doch nur auch etwas Blumiges aufgetragen. Dann wäre sein Schweißgeruch vielleicht nicht so penetrant.

Zugegeben: Als wir noch ein kulturelles Leben hatten, ausgehen und feiern konnten, war das gerade in olfaktorischer Hinsicht nicht immer der reine Genuss. Nach einem Abend im Lieblingsrestaurant mit offener Küche rochen die Haare schon mal nach Frittenduft. Und das aufdringliche Parfüm eines Sitznachbarn blieb einem manchmal auch noch nach der Bühnenvorstellung in der Nase. Doch im Lockdown und mit Maskenpflicht in Fußgängerzonen reißt die Pandemie auch in olfaktorischer Hinsicht eine



Nicht nur kulturell, auch olfaktorisch herrscht Leere.

FOTO: BRITTA PEDERSEN/DPA

Lücke. Denn wenn wir Kultur genießen, mit anderen essen, trinken und feiern, tun wir das nun mal mit allen Sinnen. Erinnert uns der Geruch nach Pommes nicht auch an unbeschwertere Freibadtage? Duftete es im Gästezimmer der Großeltern, wo man gern übernachtete, nicht auch immer nach Lavendel? Und Patchouli? Das ruft doch Bilder aus den Achtzigerjahren wach, als der Duft total in war.

Und nun sind wir auf Entzug und bestellen uns künstliche Raumdufte. Die Branche freut's: Sogenannte Lufterfrischer und Raumdufte sind in Deutschland ein wachsender Markt geworden. Immer mehr Menschen parfümieren ihre Umgebung. Im vergangenen Jahr haben die Deutschen für Raumdufte 474 Mil-

lionen Euro ausgegeben und damit 13 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel, der den Umsatz hochgerechnet hat, vermutet ein starkes „Bedürfnis nach Sicherheit und Wohlfühlen zu Hause“ hinter dem Anstieg. Allen, denen es stinkt, bietet sich reichhaltige Abhilfe. Längst gibt es neben klassischen Sprühdosen und Flakons Duftsticker für die Steckdose, Duftstäbchen und Diffuser, die einen Duftnebel erzeugen. Im Regal stehen Duftkerzen, Duftaufhänger für Kühlschränke, Mülleimer-, Staubsauger- und Autodeos – für einen Hauch von Kirschblüte, Lavendel, Vanille oder von vielen weiteren Aromen.

Nur Theaterluft und Frittenduft

sind (noch) nicht im Sortiment. Für Letzteres kann man immerhin an einem Imbisswagen mal tief einatmen. Mit der Theaterluft wird es schon schwieriger.

Immerhin: Commes des Garçons hat schon 2019 ein Parfüm entwickelt, das versucht, den pudrig-holzigen Duft und die samtesselatmosphäre eines gediegenen Theaters einzufangen: „Odeur du Théâtre du Châtelet – Acte I“ ist eine Hommage an das gleichnamige Pariser Theater, in dem schon die legendären Ballets Russes, eines der bedeutendsten Ballettensembles des 20. Jahrhunderts, aufgetreten sind. Duftnoten sind unter anderem Orangenblüte, schwarzer Pfeffer und Kaffee. Echte Theaterluft kann es trotzdem nicht ersetzen.