

Im Tal der Supernasen

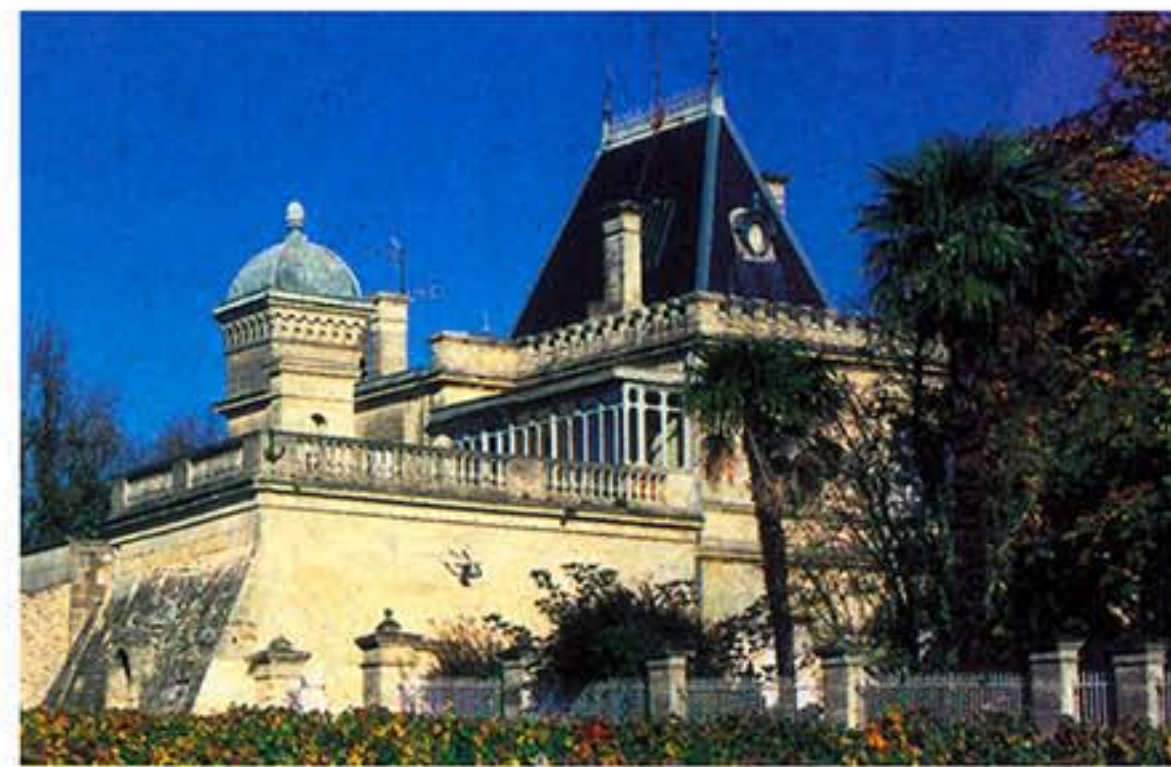
Unter teuren Weinen haben die aus Bordeaux das höchste Prestige. Dazu helfen Marketing und Robert Parker. *Christian Goldenboog* hat den 2009er Jahrgang probiert

WARUM DIE EHRFURCHT vor den Ersten Gewächsen im Bordeaux? „300 Jahre Marketing“ laute, so Hugh Johnson, die Antwort. Und nun kommen Ehrfurcht hoch drei und der angebliche Jahrhundertjahrgang 2009 hinzu – so zumindest will es die Bordelaiser Marketingmaschinerie mitsamt ihrem internationalen Weinkennerverbreiter. Schon in der Woche vor Ostern auf den Primeur-Verkostungen, als alle Châteaux ihren jüngsten Jahrgang präsentierten, ging der Hype los. So schnell sei der gärende Most noch nie rot gewesen, hieß es unisono unter den Kellermeistern, aber Farbstoffe machen keinen großen Jahrgang.

Und so umspülte bei einigen Verkostern statt Euphorie eine gewisse Skepsis den Gaumen. Und tatsächlich: Eine fünftägige Extratour von Château zu Château zusammen mit Thomas Boxberger, Extraprima-Weinhändler und Bordeauxspezialist aus Mannheim, bestätigte die Vorbehalte. Zwar präsentierten sich Mitte April die teuren Gewächse schon zugänglicher, es ließen sich auch diverse große Weine ausmachen, außerdem aber sehr viel Mittelmaß. Und von einem Jahrhundertjahrgang sollte man erst dann sprechen, wenn die absolute Klasse in der Breite vorhanden ist. Davon kann keine Rede sein. Gewarnt seien daher alle eiligen Einkäufer, vor allem jene, die ihre Subskription – also den aktuellen Kauf von Weinen, die noch Monate im Fass liegen und erst im Frühjahr 2012 ausgeliefert werden – nach den einschlägigen Bepunktungen eines Herrn Robert M. Parker ordern. Apropos Parker: Wer über 2009 redet, der spricht über den Rechtsanwalt aus Baltimore ebenso wie über den immensen Andrang und das viele asiatische oder osteuropäische Geld. Gezählt wurden während der Primeur-Woche auf Château Margaux täglich 650 Besucher; 50 Prozent mehr als im bisherigen Rekordjahr 2005. Der Ansturm auf den extrem teuren und tanninhaltigen Mini-Probier-schluck geriet zur Tortur.

Ein Gedränge um Spitzenklasse, aber Masse ist nicht unbedingt gleich Klasse: Prompt überlegt man sich auf Château Petrus, ob nicht nächstes Jahr ein großes Schild am Eingang aufgestellt wird: „Nicht erwünscht: Männliche Besucher mit Aftershave und Ladys mit Parfum.“ Wie auch immer, unter den Besuchern mit oder ohne kräftigem Aftershave gab es signifikant viele, de-

nen man unter dem Jackett das ordentlich gepolsterte fernöstliche Bankkonto anmerkte: Musste man für eine Flasche 2005er Latour in der Subskription über 450 Euro hinblättern, geht der Trend angesichts des 2009er Hypes in die gleiche Richtung. Inzwischen haben sogar Importeure aus England, dem klassischen Bordeaux-Trinkerland, Angst, ihre distinguierte Kundschaft könnte die Preistreiberi nicht mehr mitmachen. Bleiben also nur die neuen Märkte. Man



Nicht nur die Weine sind gut, die Weingüter sind es auch

müsse sich darüber im Klaren sein, so Thomas Boxberger, dass die teuersten Weine der Welt nicht von den größten Weinliebhabern gekauft werden. Es geht um Prestige, nicht nur beim Trinken, beim Sehen und Gesehenwerden, sondern auch bei der Spekulation. Wer ein primeur spekuliert oder kauft, um gesehen zu werden, benötigt Anhaltspunkte. Diese liefert, im wahrsten Sinn des Wortes, nun seit August 1978 – Jahr für Jahr, Ausnahme 2002 – das „Wine Advocate“ genannte Brevier des Anwalts aus Baltimore.

Was die einen an Parker mögen, halten die anderen für das reine Grauen. Geschenk, dass Parker einen ganz speziellen Geschmack hat; einen, der das Marmeladige und Vordergründige, das speziell in der Merlot-Rebe zu finden ist, favorisiert. Boxberger bezeichnet Parker als den Russ Meyer des Weins – Hauptsache, der Vorbau ist entsprechend üppig.

„Seine Fähigkeiten sind begrenzt, ein eher gewöhnlicher Schreiber“, charakterisierte einmal Adam Gopnik im „New Yorker“ den Anwalt. Was Parker aber auf den Tisch gebracht hat, sei das gewesen, was Amerikaner immer auf den Tisch bringen: einen enzyklopädi-

schen Ehrgeiz und ein universelles numerisches System. Vor Parker nummerierten die Weinrichter nach einer 20-Punkte-Skala. Der Anwalt dagegen griff auf das Zensur-system an US-High-Schools zurück: 50 Punkte für die Anwesenheit, 60 sind erbärmlich, 70 mager, 80 ganz okay und 100 Punkte ist die Ivy League – oder Weltklasse, wie es in dem populären, sportlerdeutschen Weinjargon immer heißt. Außerdem klingen 95 Punkte besser als 18. All dies traf den Nerv der

Bordeaux-Händler, später ergriff der numerische Marmeladen-Geschmack auch eine bestimmte Weintrinkerschaft. Derzeit hat der „Wine Advocate“ weltweit über 50 000 Abonnenten. Signifikant an den diesjährigen Primeur-Verkostungen war, dass viele Importeure und Händler sich überhaupt keine Verkostungsnotizen mehr machten. Nicht mal zum Schein. Man gibt die eigene Meinung am Empfang ab, schaut wichtigtuertisch ins Glas. Letzte Woche ist Parker mit seinen Bewertungen an die Öffentlichkeit gegangen: Satte 22 Mal wurden Weine mit 100 Punkten bewertet. Die Châteaux jubilierten.

De gustibus solum est disputandum. Nun ja, aber über Punkte lässt sich streiten: Wieso überhaupt numerische Taschenspielertricks, um etwas Emotionales wie einen guten Wein zu charakterisieren? Käme jemand auf die Idee, den Charme einer Dame zu bepunkten? Aber derart prinzipiell will niemand in der Branche sein, auch Boxberger nicht. Auch er punktet, und dies akribisch bis exzessiv, nachzulesen auf extraprima.com. Reden wir also Punkte: Château Cos d'Estournel, ein Deuxième Grand Cru Classé in Saint-Estèphe, degustiert an einem

Montagmorgen um 9.15 Uhr, entpuppte sich nach meinem Geschmack als nicht sonderlich vielschichtig. Boxberger macht gar ein sprödes Edelstahl-Tannin aus, ansonsten einen uncharmanten volumenreich-internationalen Stil. Parker gibt 98–100 Punkte und kommentiert fröhlich drauflos: The 2009 Cos d'Estournel is one of the greatest young wines I have ever tasted ... in the world! Der vom selben Weinmacher produzierte Goulée 2009 hat für Parker „a sexy, upfront nose“, Boxberger dagegen notiert „Sonnencreme und eine strenge Tanninfärbung, die an süd-afrikanische Weine erinnert“. Und so weiter, und so fort: Ins Visier der Parker-Kritiker rückt dessen offensichtliches Unvermögen, die Tannin- bzw. Gerbsäurestruktur eines Weines einzuschätzen.

Bestes Beispiel hierfür ist der Jahrgang 2003 in der Appellation Châteauneuf du Pape gewesen, der im „Wine Advocate“ 156 12/2004 als herausragend bezeichnet wurde. In Wirklichkeit dominierten grausame, unreife Tannine. Heute spricht niemand mehr über den 2003er Châteauneuf. Und grüne Noten schmeckt man auch jetzt im Bordeaux, und zwar reichlich und nicht nur bei Cheval Blanc; oder es dominiert eine reife, marmeladenartig gebackene Frucht, die die schroffe Gerbsäure zwar vordergründig kaschiert, im Gaumen aber etwas unangenehm Raues hinterlässt. Man frage sich, so Boxberger, was da eigentlich los sei, „wenn einer der arriviertesten Verkoster bei einem der fundamentalen Merkmale von Rotweinen ein derartiges Defizit hat“. Ja, bitte schön, was ist da wirklich los? Man ahnt es nur, aber eines ist sicher: Mit dem Jahrgang 2009 im Bordeaux wird die Anzahl der europäischen Robert-Parker-Skeptiker unter den Weinliebhabern weiter zunehmen. Und dies ist auch gut so. Hat nicht in den letzten Jahren das Wissen um und über Wein stetig zugenommen? Ist es daher nicht absurd, dass jemand wie der Rechtsanwalt Parker immer noch eine derartige Vormachtstellung genießt, obwohl die meisten, freilich nur hinter vorgehaltener Hand, dessen technischen Marmeladengeschmack ablehnen?

Gefragt ist, künftig auf den eigenen, subjektiven Geschmack zu vertrauen. Und wenn jemand sagt, dieser oder jener Wein habe 100 Punkte, unverblümt kontern: „Keinesfalls, doch eher Mittelmaß, schmeckt grün und hart.“

Vom Rechtsanwalt zum Geschmacksrichter: Robert Parker hat eine beispiellose Position im Weinzirkus erobert. Wenn er 100 Punkte vergibt, schlagen Chinesen bei Bordeaux zu

