

# Yquem auf ex

In Reih und Glied standen sie in der Kälte, Jahrgang um Jahrgang nebeneinander auf dem hölzernen Fensterbrett eines schiefwinkligen Walliser Stadels: ein Dutzend Flaschen mit goldenen Kapseln und goldenem Krönchen auf der Brust.

Ich riss einen Stopp in den Schnee, schnallte die Ski ab und stapfte zu dem Häuschen hin. Aus dem Inneren dröhnte es, als ob sich Wikinger klar zum Entern machten. Ich wischte die Flocken von der Brille. Hatte ich richtig gesehen? Tranken sich diese Après-Ski-Haudegen wirklich quer durch die Geschichte von Château d'Yquem? Tatsächlich, und einen schönen Teil der Geschichte hatten sie bereits hinter sich; die Flaschen auf dem Fensterbrett waren alle leer.

Wirklich leer? Nicht ganz, in jeder lagen bei genauem Hinsehen noch ein paar restliche Millimeter flüssigen Goldes auf dem Flaschenboden. Hmm. Ich schaute mich um – bei diesem Wetter wagte sich niemand nach draußen. So eine Gelegenheit kommt so schnell nicht wieder, dachte ich, zog den rechten Handschuh aus und schlürfte Pulle um Pulle leer.

Der Abgang hielt bis zur Talstation, und seither – ich war damals noch keine zwanzig – weiß ich sehr, sehr genau, wie der berühmteste weiße Bordeaux schmeckt. Über die Jahre kam ich dann durch ähnlich glückliche Umstände (allerdings ohne mich an fremde Fenster schleichen zu müssen) an andere Flaschen ran, die ich aus eigenem Geld nie hätte bezahlen können.

Das kommt mir nun hin und wieder zugute, wenn jemand gönnerhaft sagt: «Ganz nett, aber ein Lafite ist es halt nicht.» Ich habe die meisten x-ième crus, die -aias und -ellos und -ignys irgendwann mal probiert, und weiß, wie sie sind. Dass ich sie kaum je wieder trinken werde, ist in manchen Fällen tatsächlich schade. Manche der besten Weine der Welt sind für Normalverdiener ohne Glück im Lotto komplett unerschwinglich. Empörend ist, dass viele von ihnen überhaupt nie getrunken werden. Sie wandern von einer Spekulanthenhand in die andere und werden teurer und teurer – so lange, bis sie sich, einsam und müde, dem Tod durch Oxidation ergeben.

Tröstlich ist, dass dieses absurde Schicksal nur sehr wenige Weine ereilt. Ein, zwei Dutzend Namen

vielleicht – mehr können sich die Etikettentrinker in Zürich, München, Abu Dhabi, Singapur, London und New York nicht merken. Noch tröstlicher, schon fast amüsant ist, dass selbst diese wenigen Flaschen – insofern sie denn geöffnet werden – keineswegs besser sind als Hunderte anderer gutgemachter Weine. Von den Raritäten, die ich kennenlernen durfte, waren

einige tatsächlich großartig – Jean-Louis Chaves Hermitage kommt mir in den Sinn, oder Aldo Conternos Barolo. Andere aber waren austauschbar, und einige ziemlich fürchterlich. peinlich berührt erinnere ich mich an eine Fassprobe auf Tua Rita. Im Glas lag der neueste Redigaffi, und es wäre jetzt wohl der Moment gewesen, um Laute der Verblüffung von sich zu geben. Verblüfft war ich tatsächlich, aber nicht aus dem erwarteten Grund. Ich dachte nur: «Wer will sowas trinken?»

Etikettentrinker machen in aller Regel einen schlechten Deal. Ab einem bestimmten Niveau gibt es keinen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen Preis und Qualität. Klar, für fünf Euro lässt sich kein großer Wein produzieren, für 25 Euro aber schon. Wenn ein Weingut stattdessen 250 oder 2500 Euro verlangt, hat es damit zwar Aufmerksamkeit auf sich, aber nicht den Sieg in einer Blindverkostung (von einem JLF-Triumf nicht zu sprechen).

Wieso sollte ein x-fach teurerer Wein auch automatisch besser sein? Selbst wenn die Leute, die ihn machen, über ein perfektes Stück Land verfügen, können sie trotzdem nicht mehr tun, als die richtigen Rebsorten pflanzen, sie nach bestem Wissen und Gewissen pflegen und im Keller möglichst wenig von dem kaputtmachen, was die Trauben hergeben. Das ist bestimmt nicht einfach, aber auch nichts, das irgendeiner noch so illustren Elite vorbehalten bleibt.

«Mit einem Flaschenpreis von 40 Euro kann ein Winzer sich alles Nötige leisten und darüber hinaus leben wie im Paradies», hat mir Gianfranco Soldera mal erzählt, in einem Garten, der tatsächlich paradiesisch war. Nachgeprüft habe ich seine Behauptung nicht, und wäre er Philanthrop statt Geschäftsmann gewesen, hätte er seinen Brunello selbst für 40 Euro verkauft. Hat er leider nicht, doch ich glaube ihm,

dass Preise jenseits dieser Grenze mehr mit Marketing als mit Genie oder gottbegnadeten Terroirs zu tun haben.

Statusdenker sehen das natürlich anders. Ein Arbeitskollege bat mich um einen Tipp für seinen Schwiegeronkel in Peking, der dort ein Luxushotel führt. Der Hotelkeller, so Schwiegeronkel Wu, soll aus jedem einzelnen Weinbauland der Welt den jeweils besten

Wein enthalten. Ob ich ihm den besten Schweizer Wein nennen könne? Okay, sagte ich nach einigem Zögern – vielleicht Simon Mayes Syrah Vieilles Vignes? Onkel Wu dankte höflich, war aber mit der Antwort nicht zufrieden. Er habe seine Frage etwas falsch formuliert. Nicht den besten Schweizer Wein suche er. Welches denn, bitte sehr, der teuerste sei?

*Etikettentrinker  
machen in aller Regel  
einen schlechten Deal.  
Ab einem bestimmten Niveau  
gibt es keinen statistisch  
signifikanten Zusammenhang  
zwischen Preis und Qualität.*

Niko Stoiffberg lebt und schreibt in Luzern. Sein Debütroman „Dort“ ist 2019 bei Nagel & Kimche erschienen. [www.stoiffberg.com](http://www.stoiffberg.com)