



Die Winzer mit der Katze

Wohl kaum ein rheinhessisches Weingut bricht derzeit so radikal zu neuen Ufern auf wie Familie Wildner. Deren expressive Etiketten erzählen uns viel mehr über den Wein, als es eine komplizierte Beschreibung je könnte – und beide machen richtig Spaß!

Text: Bastian Fiebig

Rheinhessen war und ist zum Teil auch heute noch zuverlässiger Lieferant für schlichten Massenwein, der nach Ernte und Gärung in gigantischen Stahltanks zu anonymen Cuvées verschnitten wird, um anschließend unter Namen wie „Blue Nun“ oder „Liebfrauenmilch“ vor allem im Ausland das Bild vom deutschen Weinbau zu bestimmen. Für die Winzer ist das ein Geschäft ohne jeden PR-Effekt, dafür aber mit einem sicheren Absatzmarkt, der eigene Investitionen in das notwendige Equipment in wirtschaftlich erträglichen Grenzen hält und die Familie ernähren kann. So weit, so solide, doch zwei wichtige Faktoren haben bei Weinmachern wie den Wildners ein Umdenken ausgelöst. Der erste ist der Weinmarkt selbst: Insbesondere junge Weinfreunde suchen heute nicht mehr nach namenlosen Marken, sondern möchten mit jeder Flasche Wein

auch eine Story, eine Geschichte erwerben. Individualität ist neben Qualität das Zauberwort, das Weinkisten in Kofferräume befördert. Faktor Nummer zwei ist eine junge Generation, die sich mit dem langweiligen Job als Weinbauer einfach nicht mehr zufriedengeben will. Die persönliche Handschrift, das Gefühl, etwas Eigenes zu erschaffen und seinen Kunden etwas ganz Besonderes zu verkaufen, ist Motivation für einen Nachwuchs, der auch Konflikte mit den Vorgängern nicht scheut.

Aufbruch ...

Das soeben geschilderte Bild passt haargenau auf Familie Wildner. Bis vor Kurzem konzentrierten sich Willibald und Sandra Wildner darauf, auf annähernd 16 Hektar Rebfläche im kleinen Ort Nack nordöstlich von Alzey gute Qualität für



Wildners Weinreben ... vielleicht hat sich hier die Katze versteckt?

rhein Hessische Großkellereien zu erzeugen, doch da steht nun Sohn Stefan Wildner in den Startlöchern, der viel mehr will als nur dem Tanklastzug hinterherwinken, der den Most zum Abfüller bringt. Also setzte man sich zusammen und entwickelte gemeinsam mit einem süddeutschen Designbüro einen präzisen Plan, um Schritt für Schritt den Weg vom anonymen Traubenproduzenten zum geschätzten individuellen Weinmacher zurückzulegen. In Sachen Weinbau macht man den Wildners nichts vor: Moderne Kellertechnik und der respektvolle, behutsame Umgang mit Natur und Rebanlagen gehören schon seit Jahrzehnten zum guten Ton. Vom Stock bis zur Flasche verbinden sich hier Tradition und Moderne auf völlig selbstverständliche Art und Weise. Schwieriger war es, eine eigenständige Marke zu kreieren, und noch wichtiger: Die Weine mussten geschmacklich klar definiert werden. 2017 sollte das eigene Portfolio an den Start gehen – und das Ergebnis kann sich mehr als nur schmecken und sehen lassen!

... und Gegenwart

Insbesondere beim Design der Etiketten hat man sich hier radikal vom Eichblatt-Pseudoromantik-Flair vieler Mitbewerber verabschiedet, und auch die kühle, an italienisches Design angelehnte Gestaltung, wie sie zahlreiche andere Weinmacher bevorzugen, war nicht nach dem Geschmack der Wildners. Die im Comic-Stil gehaltenen, teilweise schon schrill, dabei aber nie unangenehm aufdringlich wirkenden Etiketten vermitteln nun genau den richtigen Eindruck vom Inhalt der Flaschen: Hier bekommt man authentische Zechweine, die reichlich Spaß im Hier und Jetzt versprechen. Der trockene Riesling etwa ist kein Typ für lange Meditation, sondern vielmehr ein süffiger, knackiger Vertreter der genussvollen Art. Das Gleiche lässt sich von der Cuvée weiß berichten. Die wird aus Burgundersorten zusammengestellt, passt ausgezeichnet in den Sommer und ist mit gerade mal 11 Prozent Alkohol auch so angenehm leicht, dass es immer für ein zweites Glas reicht. Absolute Überraschung? Der Dornfelder! Diese Rebsorte hat sich leider schnell einen schlechten Ruf verdient, doch die Wildners zaubern aus ihr einen kraftvollen, saftigen Rotwein mit schöner Kirschfrucht

und zupackenden Tanninen – toll! Da passt auch das beinahe schon spektakuläre Etikett, das den Zeichenstil der wilden 20er-Jahre zitiert und der ideale Hingucker auf jeder Party sein dürfte. Mit dem Cabernet Dorsa ist den Wildners ein sinnlicher Rotwein gelungen, der sich durchaus mit einem guten Pinotage oder auch südafrikanischem Cabernet Sauvignon messen kann. Hier spürt man den behutsamen Holzeinsatz, während sowohl der Rosé vom Spätburgunder als auch der soeben abgefüllte Sauvignon blanc als perfekte Sommerweine daherkommen.

Gesucht und gefunden

Schön: Für alle, die entweder zu jung für Wein sind oder aber noch Auto fahren müssen, füllt man auch einen ausgesprochen leckeren Traubensaft ab. Das Etikett zielt hier besonders plakativ eine sich die Lippen leckende Katze. Doch was hat dieses sympathische Tier eigentlich auf sämtlichen Weinetiketten der Familie verloren? Ganz einfach: Man liebt hier Katzen, und das war für Familie Wildner Grund genug, sie als eine Art „Wappentier“ auf ihre Etiketten zu nehmen! Die liebevoll gestalteten Labels machen nicht nur in Weinkreisen von sich reden: Lürzer's Archive, das renommierte Fachmedium der Werbebranche, zeichnete die Ausstattung der Wildner-Weine mit dem Prädikat „Best200 Packaging Design Worldwide 2017/18“ aus! In den nächsten Wochen und Monaten können Sie diese fröhlichen Aushängeschilder der Wildners nun bei den Kursen und Events der Genussakademie entdecken und die Weine zu den unterschiedlichsten Speisen genießen. Für Stefan Wildner geht das Abenteuer jetzt erst richtig los – ein weiteres spannendes Kapitel der rheinhessischen Weingeschichte!



Weingut Wildner
 Pappelallee 1, 55234 Nack/Rhein Hessen
 Tel. 06736/8025, www.weingut-wildner.de
 Vertrieb: Die Weingötter – Andreas Friese
 Konrad-Adenauer-Straße 9, 53406 Bad Honnef
 Tel. 0160/1601610069, www.dieweingoetter.com