

Liebeserklärung
 Selbstbewusst widerstehen die Trollinger Evas dem Trend zu mehr Alkohol, mehr Farbe und mehr Tannin. An die Stelle setzen sie mit ihrem emotionalen und kreativen Konzept ein einzigartiges Weinprofil, dessen Charakteristika mit einer zentralen Aussage überraschen: sinnlicher Genuss und pure Lebensfreude.



So hat jeder Trollinger zwar das gleiche Etikett, aber jeweils hausspezifische Nuancen. Das macht ihn zusätzlich interessant und eröffnet eine sensorische Entdeckungsreise. Nicht jeder Unterschied ist gewollt, sondern für das „Vive la difference“ sorgt auch die Mutter Natur, und so wird ein weiteres Element des weiblichen planenden Eingreifens erfüllt: die Vermeidung der Einheitlichkeit.

Eine gemeinsame Angelegenheit

Bei der Sinnlichkeit gibt es wiederum völliges Einvernehmen. Auf dem Etikett ist im Profil, dezent aber eindeutig, eine Trauben tragende, von goldenem und rotem Weinlaub umgebene junge Frau zu sehen. Auch der Stelwin-Verschluss, die dunkle Flasche sowie der Mindestladepreis von 6,90 EUR gibt dem Trollinger wieder Ansehen und Glanz. „Für die Präsentation des Jahrgangs denken wir uns immer besonders schöne Orte aus“, berichten die kreativen Damen. Das sind beispielsweise die Theaterschiffe in Heilbronn und Stuttgart. Ein schönes Bei-

spiel, wie einzelne Evas sich etwas Spezifisches ausdenken, schildert Heidrun Hohl: Die Weintaufe, wo der neue Jahrgang in einem Gottesdienst gesegnet wird. Der Wein steht dabei im Vordergrund, doch die Arbeit des ganzen Jahres passiert Revue.

Gemeinsame Auftritte mit Ausschank und Verkauf finden immer mehr interessierte Kunden. Mit 15 000 Flaschen sind die Evas 2007 gestartet, und seitdem gibt es Jahr für Jahr ein Umsatzplus. Öffentlich Auftritte und Events gehören natürlich unbedingt dazu. „Jede von uns sucht sich ihre Nische“, erklärt Angelika Knauer, „aber es bleibt immer die gemeinsame Angelegenheit.“ Deshalb haben sie sich zur Genossenschaft „Die Trollinger Evas eG“ zusammengeschlossen.

Gehört das 21. Wein-Jahrhundert den Frauen?

Jedes Mitglied der Trollinger Evas hat seine spezifische Aufgabe. Schon allein diese Vielfalt sichert den gelungenen Auftritt und trägt eine Menge zum geschäft-

lichen Erfolg bei. Konzeption, Organisation, Oenologie, gemeinschaftlicher Verkauf, Presse und Öffentlichkeitsarbeit liegen je in der Hand von einer der Zehn. Ihre Hausarbeiten im Weinberg und im Keller muss freilich jede für sich erledigen.

„Den Trollinger im neuen Licht erstrahlen lassen“, ist eines der vorrangigen Ziele der zehn engagierten Frauen. Dass edle Stielgläser die üblichen Henkelgläser verdrängen, versteht sich in dem Zusammenhang von selbst. Die Trollinger Evas überzeugen durch die Kombination von Projekt und Produkt. Sie wollen die Wertigkeit des Trollingers erhöhen, „damit das Genießen leichter fällt“ und setzen sich dafür ein, dass die autochthone Rebsorte im Ranking der württembergischen Rotweine wieder besser dasteht. Die konzeptionell und aktionistisch starken Frauen wollen aber mehr. „Unseren Trollinger über die regionalen Grenzen des Ländle bekannt machen“, peilt Dorathea Braun-Ribbat an. „Daran sind wir jetzt mit Auftritten in anderen Bundesländern und in Brüssel. Das Fernziel könnte auch www.trollinger.worldwide heißen.“ Warum eigentlich nicht?

„Ein bisschen“, untertreiben sie ironisch, „haben wir dazu schon den Anstoß gegeben.“ Und sind doch stolz, wenn die Hochschule Heilbronn ihre Aktivität mit dem Kommentar beurteilt: „Das 21. Jahrhundert gehört in der Weinbranche den Frauen. Ästhetisch, sinnlich und mit vollem Geschmack.“ •



Weitere Informationen

Dorothea Braun-Ribbat

07131 573313

dodibraunribbat@web.de