

Trollingermodels bewegen sich auch am Steilhang elegant

Die Frauen des Netzwerks Vinissima haben mit der Lese jener Weinsorte begonnen, der sie zu einem neuen Image verhelfen wollen

WEINSTADT. Der Trollinger hat ein Imageproblem. Der traditionelle Wein aus Württemberg hat den Ruf, ein Massengeränk ohne Charakter zu sein. Sieben Wengertinnen, zusammengeschlossen in der Vereinigung Vinissima, haben ihm jedoch eine ganz neues Profil verliehen.

Von Jürgen Veit

Der Ertrag an Trollingertrauben ist in diesem Jahr unterdurchschnittlich, „dafür ist die Qualität super“, sagt Margret Kuhnle vom Weingut Kuhnle in Strümpfelbach (Rems-Murr-Kreis) und lässt die soeben abgeschnittene Rebe in den Zuber fallen. Mit einigen ihrer Mitstreiterinnen liest sie an diesem Samstag in den Weinbergen hoch über Strümpfelbach jene Sorte, deren Ruf in den vergangenen Jahrzehnten zunehmend gelitten hat. Aus dem Lesegut, dem viele zu Unrecht die Qualität absprechen, wollen sie einen ganz besonderen Tropfen machen.

Insgesamt sind es sieben Frauen aus ganz Württemberg, die sich aufgemacht haben, den Ruf des Trollingers aufzupolieren. Zusammengeschlossen im Netzwerk Vinissima haben sie im vergangenen Jahr erstmals einen nur vom weiblichen Geschlecht produzierten Trollinger hergestellt, für den sie ganz besondere Qualitätsmaßstäbe angesetzt haben. „Frisch und fruchtig“ soll er schmecken, sagt Margret Kuhnle, er soll nicht mehr als 12,5 Volumenprozent Alkohol besitzen, von mindestens 15 Jahre alten Rebstöcken muss er stammen und ohne jeden Holzton im Edelstahltank ausgebaut werden. Der Ertrag ist auf 120 Kilo pro Ar begrenzt – Klasse statt Masse lautet die Devise.

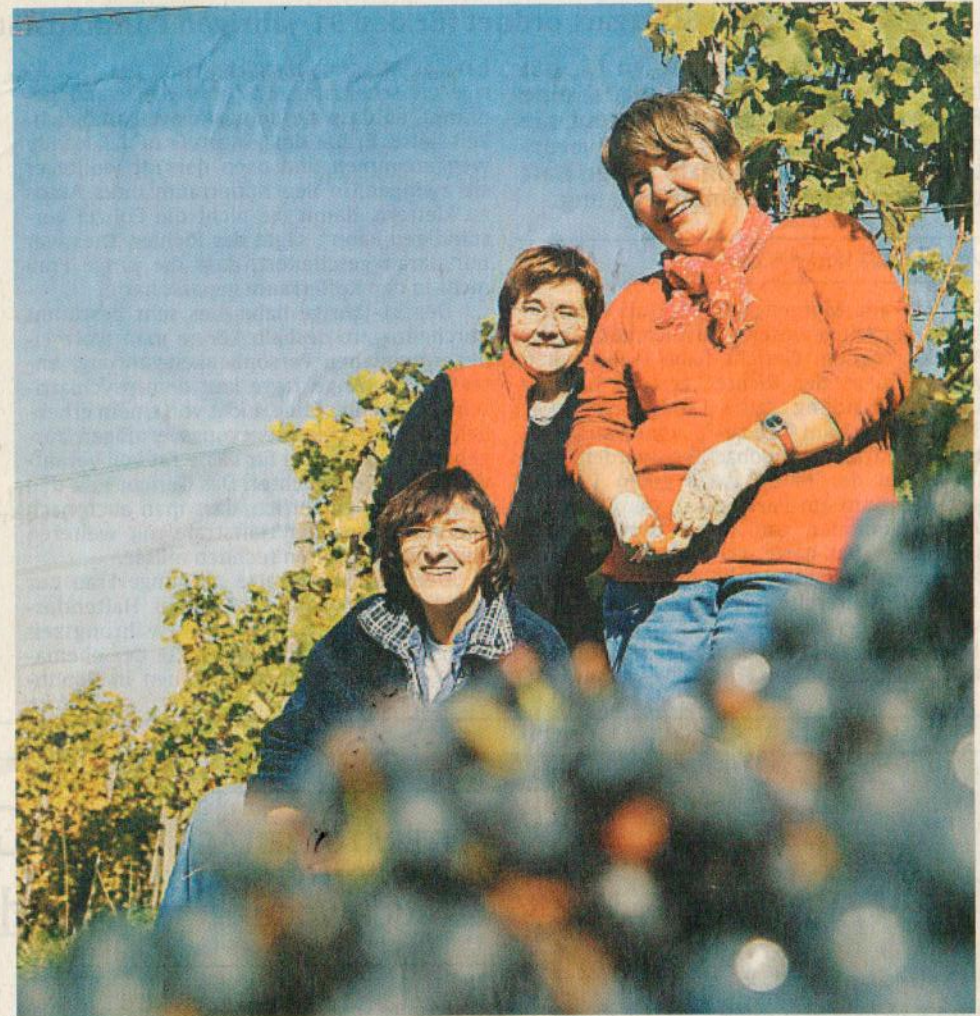
Somit ist für die Frauen die Qualität des Leseguts weit wichtiger als die Menge desselben. Denn dass der Trollinger in den Ruf geraten ist, er sei ausschließlich eine jener

Gaben, an denen sich alte Knaben laben, wollten die Frauen nicht länger hinnehmen. „Der Trollinger ist für mich ein Stück Heimat“, sagt Christina Hengerer-Müller vom Heilbronner Weingut Drautz-Hengerer. Er sei eine Sorte, „zu der man stehen kann“, ergänzt Margret Kuhnle.

Neben der besonderen Qualität heben sich die sieben Trollinger der sieben Frauen auch in der Aufmachung deutlich von anderen herkömmlichen Weinen jener Sorte ab, die durch lieblose Massenproduktion an Image eingebüßt hat. Das weibliche Etikett wird von dem Bild „Eva ohne Schlange“ geziert, auf dem die erste Frau auf Erden statt des biblischen Apfels eine Traube in Händen hält. Zudem ist nur anhand des Absenders auf der Flaschenrückseite zu erkennen, aus welchem der sieben Weingüter der Trollinger stammt. Das Projekt sei von den Frauen nicht aus Eitelkeit ins Leben gerufen worden, sondern ausschließlich „für den Trollinger“, stellt Margret Kuhnle klar.

Vom Jahrgang 2007 seien rund 15 000 Dreiviertelliterflaschen abgefüllt worden. Bis Weihnachten „sind die weg“, schätzt Christina Hengerer-Müller, „das ist doch super“. Der Wein verkaufe sich zum einen so gut, weil regionale Produkte gefragt seien wie schon lange nicht mehr, und zum anderen, weil der Wein auch jungen Menschen schmecke, sei er doch leicht gekühlt durchaus auch als Sommerwein zu genießen.

Zurzeit wird der Jahrgang 2008 gelesen. Die Arbeit im Strümpfelbacher Wengert macht den Frauen sichtlich Spaß. Auch ein männlicher Erntehelfer hat sich dazugesellt. Das Klicken des Kameraauslösers „hört sich ja an wie auf dem Catwalk“, witzelt er. Den Einwand, das äußerst steile und vom Tau rutschige Gelände eigne sich nicht für diese elegante Art der Fortbewegung, lässt er nicht gelten. „Für Trollingermodels ist das kein Problem“, erwidert er und lacht.



Drei Frauen, denen der Ruf des Trollingers ein Anliegen ist: Christina Hengerer-Müller, Margret Kuhnle und Dorothea Braun-Ribbat (von links)
Foto Martin Stollberg