

8. Mai 2020, 18:48 Uhr Weinbetrug

Es ist nicht alles Kellergold

In Krisenzeiten investieren Anleger und Sammler gerne in teure Weine. Doch nirgends wird dreister gefälscht - wer will beurteilen, wie ein "Mouton Rothschild 1945" schmeckt?

Von Georg Etscheid

Für den Wein im Bordeaux war das Jahr 1945 ein magisches. Der makellose Sommer hatte die Trauben voll ausreifen lassen, die dicken Beerenschalen versprachen perfekte Tannine. Das trug dazu bei, dass Weine des mengenmäßig eher kleinen Jahrgangs extrem langlebig sind und über Dekaden immer besser werden können. Vor allem der Château Mouton-Rothschild 1945 gilt als Meisterstück der Winzerkunst. Dann war da noch der Sieg der Alliierten über Nazideutschland. Der Mouton-Rothschild 1945 erhielt daher den Etikettenaufdruck "Année de la victoire" - angeordnet in einem goldenen "V". Das machte ihn endgültig zu einem der meistgesuchten Weine überhaupt, aufgeladen mit der Aura eines historischen Moments.

Leider ist der 45er Mouton auch einer der meistgefälschten Weine der Welt. Bei einer Auktion wechselte eine Flasche des "Jahrtausendweins" kürzlich für 47 000 Dollar den Besitzer. Das weckt Begehrlichkeiten, und es ist kein Wunder, dass von der Rarität wohl längst mehr Plagiate kursieren als echte Exemplare.

Weine werden gepanscht, gepimpt und gefälscht, seit es Menschen gibt, die sie trinken. Wobei Krisen wie die aktuelle den Fälschern bestätigen, wie sehr sich das Geschäft lohnt. Wo Aktienmärkte einbrechen und die Wirtschaftslage kaum vorhersehbar ist, flüchten sich solvente Menschen gern in den vermeintlich sicheren Hafen des "Kellergoldes". Denn das verspricht auch finanziell vorteilhaft zu altern, weckt Besitzerstolz und tröstet im Zweifel über Verluste an anderer Stelle hinweg. Hochpreisige Weine seien daher gerade enorm gefragt, sagt etwa der renommierte Münchner Weinexperte Otto Geisel. Und Auktionshäuser wie die Munich Wine Company melden: Die Krise habe die Gesamtnachfrage in keiner Weise gedämpft. Und das, obwohl die Spitzengastronomie seit Wochen weltweit auf den teuren Flaschen sitzen bleibt.

Es gäbe also gerade viel Anlass, vor Fälschungen auf der Hut zu sein. Was schwierig ist, sind die Gewinnspannen bei Plagiaten doch so verlockend, wie die Chancen gering sind, ertappt zu werden. Denn Weingenuss entzieht sich eigentlich der objektiven Beurteilung. Und je höher man

hinaufsteigt in die schwindelerregenden Preisregionen "großer Weine", desto verschwommener werden die Kriterien. Kann zum Beispiel ein 1997er Pétrus, den das Drei-Sterne-Restaurant "Atelier" im Bayerischen Hof für 5750 Euro serviert, wirklich 43-Mal besser schmecken als der Château Nenin auf der Weinkartenposition direkt darüber? Als ein Wein also, der keine zwei Kilometer Luftlinie von dem Château Pétrus entfernt gekeltert wurde, aber für fast dumpingverdächtige 134 Euro ausgeschenkt wird? Da würden sogar Experten sensorisch kapitulieren. Wein ist eben auch Ansichtssache. Und diese Unsicherheit nutzen Fälscher gnadenlos aus.

Als eher unbedarfter Endverbraucher habe man bei Plagiaten ohnehin schlechte Karten, sagt Bernhard Mann, Oberstaatsanwalt für Wein- und Lebensmittelstrafsachen in Bad Kreuznach, "schließlich setzen einem versierte Betrüger ja nicht die letzte Plörre vor die Nase". Mann bearbeitet pro Jahr durchschnittlich 200 Weinbetrugsfälle, etwa zwei Drittel aller Lebensmittelfälschungen, in denen der Staatsanwalt ermittelt, entfallen auf Wein. Es geht dabei meist um Streckung mit Wasser, verbotene Zuckering oder den Zusatz von Aromen sowie Schummeleien bei Herkunftsangaben.

Schaumweine aus der Ukraine gelten da als notorisch. 2018 waren dem Landesuntersuchungsamt Rheinland-Pfalz zufolge 68 Prozent aller Stichproben zu beanstanden - sie enthielten unter anderem technisches Glycerin, das den Wein vollmundiger macht und Qualität vortäuscht. Nach Schätzungen des Europäischen Amtes für geistiges Eigentum entgehen den Unternehmen wegen gefälschter Weine und Spirituosen jährlich Einnahmen in Höhe von 1,3 Milliarden Euro, was 3,3 Prozent der Umsätze in diesen Wirtschaftszweigen entspricht.

Die Möglichkeiten, Weinliebhaber zu täuschen, sind fast unbegrenzt. Eigentlich brauche man dafür nur einen guten Kopierer, sagt Otto Geisel, der zu den wenigen vereidigten deutschen Weingutachtern gehört, vor Gericht Betrugs- und Versicherungsfälle beurteilt und selbst Wein sammelt. Man scanne das Etikett eines Weines ein, ändere gegebenenfalls die Jahrgangsangabe, drucke es aus und klebe es auf eine Flasche, die mit minderwertigerem Wein oder gar einem selbstkomponierten Kunstprodukt gefüllt ist. "Solche Bastelarbeiten kann jedes Kind", sagt Geisel, fertig sei ein Plagiat, das auf Auktionen problemlos mehr als 1000 Euro erziele. Wenn man eine solche Fake-Flasche im Keller hat, sie nach zehn Jahren öffnet und an der Authentizität des Inhalts zweifelt, gingen die Chancen, den Betrüger zu finden, gegen null. Falls man den Schwindel überhaupt bemerkt. Um einen Mouton 1945 mit einer gewissen Sicherheit identifizieren zu können, sollte man den kostbaren Tropfen ein paar Mal im Glas gehabt haben. "Doch wer hat schon so eine ultrarare Preziose probiert?", fragt Geisel, "da müssen Sie sehr lange suchen. Und um sich an den Geschmack erinnern zu können, sollte man einen solchen Wein mehr als einmal verkostet haben. Ich halte das für utopisch."

Dass sich selbst erfahrene Sommeliers spektakulär irren können, ist unter Kennern kein Geheimnis. Und je älter der Wein, desto häufiger seien Fehleinschätzungen, sagt der Weinhändler Uwe Bende, Spezialist für önologische Raritäten im rheinland-pfälzischen Dorsel. "Mit viel Training lassen sich junge Weine zwar sehr gut identifizieren, aber bei alten, die sich geschmacklich immer mehr annähern, liegt man oft weit daneben. Blindproben nenne ich deshalb immer 'das lustige Weine-Raten!'"

Doch was macht überhaupt die Qualität eines "großen" Weines aus und wie sicher kann man ihn erkennen? Für Geschmack gebe es keine allgemein gültigen Maßstäbe, sagt Geisel. Ein wirklich guter Wein, so seine Faustregel, ist ein Wein, der haltbar ist und im Laufe von Jahrzehnten - sachgemäße Lagerung vorausgesetzt - komplexe und unterschiedliche Nuancen entwickelt. "Die untrüglichen aller Kriterien für einen gelungenen Wein sind Harmonie und Balance, in jedem Reifestadium." Doch ob er dann im Glas wirklich "Spaß macht", wie die Aficionados sagen, hängt von weiteren Faktoren ab: Was hat man vorher gegessen, getrunken, was gibt es dazu, in welcher Stimmung hebt man das Glas? "Da ist viel Zufall und Emotion im Spiel. Der Preis eines Weins hat ab einem bestimmten Niveau mit Geschmack nichts mehr zu tun", sagt Geisel. "Selbst einfacher Rosé kann an einem Sommerabend in der Provence in angenehmer Begleitung perfekt sein."

Einen jungen Wein zu plagieren, ist natürlich einfacher

Ein gutes Beispiel für die Lotterie um Preis, Qualität und Genuss ist der Château Pétrus, einer der teuersten Weine der Welt. Im Jahr 1989, als die Weinregion Pomerol bei Bordeaux noch nicht überall bekannt war, kostete eine Flasche Pétrus umgerechnet unter 100 Euro. Nun zahlt man für den Jahrgang schnell 5000 Euro. Verantwortlich dafür ist unter anderem ein gewisser Robert Parker. Der US-Amerikaner ersann für sein Fachmagazin *The Wine Advocate* ein Punktesystem, machte die Qualität von Weinen mess- und vergleichbar. Sein Interesse galt vor allem den hochkonzentrierten, oft marmeladigen "Blockbustern", wie sie viele Amerikaner lieben. Diesem Geschmack kamen die Merlots aus Pomerol offenbar besonders nahe.

Seit Parker die Maßstäbe setzte, gieren Kellermeister in aller Welt nach den magischen 100 Parker-Punkten, die Preise schossen nach oben. "Bei besonders gefragten Domänen oder Lagen sind Preis und Qualität heute völlig entkoppelt", sagt Otto Geisel. Das System Parker wird zwar zunehmend hinterfragt, doch die Preise verharren auf Topniveau.

Einen jungen Wein zu plagieren, ist natürlich einfacher und verbreiteter als bei gereiften Jahrgängen. Das Etikett muss nicht vergilbt sein, es gibt noch keine charakteristischen Schmutzablagerungen zwischen Kapsel und Kork oder rund um das Etikett. Zudem werden sie noch in höheren Stückzahlen zu halbwegs akzeptablen Preisen angeboten, weswegen die Käufer hier we-

niger vorsichtig sind. Die einfachste Form des Etikettenschwindels ist der Tausch. Wenn man etwa das Label des schwächeren Jahrgangs 1991 von Château Lafite mit dem des Spitzenjahrgangs 1982 vertauscht - solche Flaschen tauchten 2002 in Hongkong auf - ist eine ansehnliche Rendite von ein paar Hundert Euro pro Flasche garantiert. Legendar ist der Fall des "Jahrhundertfälschers" Rudy Kurniawan ("Dr. Conti"), der auf diese Art Weine im Wert von mehr als 120 Millionen Dollar kopiert haben soll. Ein französischer Winzer ermittelte jahrelang auf eigene Faust und überführte Kurniawan schließlich mithilfe des FBI.

Gegen den Trick, Originalflaschen mit weniger wertigen Kreszenzen aufzufüllen, versuchen sich Güter wie die legendäre Domaine de la Romanée Conti (DRC) in Burgund mit bizarr wirkenden Auflagen zu schützen: Käufer müssen die nummerierten Flaschen nach dem Leeren zerstören und Fotos der Scherben an die Domäne senden. Tun sie das nicht, dürfen sie nicht darauf hoffen, die raren Tropfen aus so berühmten Lagen wie "La Tache", "Richebourg" oder "Romanée Saint-Vivant" noch einmal zugeteilt zu bekommen. Trotzdem kursieren im Netz intakte Originalflaschen und -etiketten vieler großer Châteaux - zu horrenden Preisen. Über den Weinen der illustren Domäne schwebt immer ein Fälschungsverdacht, schreibt der Fachjournalist Jens Priewe. Doch die Frage, ob die Weine ihren Preis wert seien, stellten nur naive Leute: "Emotionen haben keinen Preis." Man muss sie sich nur leisten können.

An der Wiener Universität für Bodenkultur arbeiten Forscher an der Entwicklung eines molekularen "Fingerprints", mit dem sich Weine sogar einer einzelnen Lage oder einem bestimmten Winzer zuordnen lassen. So könnte man Fälschungen zweifelsfrei erkennen. Doch bis die Methode ausgereift ist und es große Datenbanken gibt, um die Analyseergebnisse untereinander abzugleichen, wird noch einige Zeit vergehen. Die bislang übliche Radioisotopenanalyse erlaubt nur deutlich gröbere regionale und altersmäßige Zuordnungen von Wein.

Otto Geisel vertraut bei Echtheitsprüfungen weniger auf Nase und Gaumen als auf eine akribische Provenienzforschung, wie sie bei Kunstwerken üblich ist. Er durchforstet Kellerbücher und Auktionskataloge und versucht sich so der Antwort auf die Frage zu nähern, ob es den zu beurteilenden Wein überhaupt geben kann. Zudem achtet er auf äußere Merkmale wie untypische Flaschenfarben oder fehlende Akzente auf dem Etikett, die Fälscher ohne Französischkenntnis gerne vergessen. Weinhändler Uwe Bende hat sich im Laufe der Jahre eine umfangreiche Bibliothek leerer Flaschen aufgebaut, die er mit gelieferten Flaschen vergleicht. Bende hat schon viele Keller gesehen. "Wenn die Leute wüssten, was sie da alles liegen haben!"

Bestens informiert mit SZ Plus – 4 Wochen kostenlos zur Probe lesen. Jetzt bestellen unter:
www.sz.de/szplus-testen

URL: www.sz.de/1.4898212

Copyright: Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH / Süddeutsche Zeitung GmbH

Quelle: SZ vom 09.05.2020/jael

Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über Süddeutsche Zeitung Content. Bitte senden Sie Ihre Nutzungsanfrage an syndication@sueddeutsche.de.