

# Der Prinz und sein weißer Ritter

Viel verstand der Besitzer des „Weinguts Prinz von Hessen“ anfangs nicht von der Materie – doch er verpasste dem Betrieb einen Neuanfang. Jetzt zeigt sich der Erfolg.

VON FABIAN UND CORNELIUS LANGE

Im Dezember 2004 zog der kalifornische Wein-Tycoon Robert Mondavi einen Schlussstrich unter sein Lebenswerk: Er übertrug sein Imperium dem Spirituosenkonzern Constellation Brands. Mit dem Verkauf für 1,36 Milliarden Dollar endete eine der größten Erfolgsgeschichten der amerikanischen Winzerbranche. Und eine andere Geschichte begann. Kaum war der Verkaufsvertrag unterschrieben, schickte der Amerikaner den Mitarbeitern seines Europa-Vertriebs in Frankfurt nämlich die Kündigung. Einige von ihnen schlossen sich daraufhin Lenz Moser an, dem Spross der gleichnamigen österreichischen Weinbaudynastie. Seine Frankfurter Firma taufte Moser kryptisch „TxB“, eine Chiffre für „Thanks Bob“. Dem kürzlich im Alter von 94 Jahren verstorbenen Idol Robert Mondavi hat das Unternehmen offenbar einiges zu verdanken: Die übernommenen Vertriebsleute waren „Bobs“ Prätorianergarde. Professionell, umtriebig und erfahren – eben einfach die Größten.

Um die gleiche Zeit trug sich Donatus Prinz von Hessen mit Überlegungen zur Zukunft seines Weinguts in Johannisberg. Der seit 1957 im Familienbesitz befindliche Betrieb litt gleichermaßen unter Überkapazitäten wie Imageproblemen. Kurz darauf kamen der Prinz und Moser miteinander ins Gespräch, und beide erkannten in den Problemen des Weinguts die Grundlage einer vielversprechenden Geschäftsbeziehung. Für das Edelportfolio von TxB war ein adliger Rieslingproduzent ideal – und überdies eine Art Reprise. Mondavi hatte 1978 nach ähnlichem Prinzip mit Baron Philippe de Roth-



Donatus Prinz von Hessen, Rieslingproduzent aus dem Rheingau

schild den Kultwein „Opus One“ aus der Taufe gehoben.

„Im Blut hatte ich den Wein ja nicht“, berichtet Donatus Prinz von Hessen ganz offen. „Als Vorsitzender unserer Familienstiftung verwalte ich Immobilien, Hotels und Museen. Und die Trakheer-

Zucht Panker in Schleswig-Holstein, wo ich aufgewachsen bin.“ Doch inzwischen hat sich seine Beziehung zu dem Produkt gehörig, um nicht zu sagen radikal geändert. Dabei ging es nicht nur um Önologie, sondern auch um den Ertrag. „Wir hatten schon genügend Ecken, die Geld kosteten“, sagt Donatus.

Den Anfang des Revirements machte er mit Clemens Kiefer, dem neuen Betriebsleiter, der auf dem Weingut Prinz von Hessen vornehm Betriebsdirektor genannt wird. „Wir legen bei unseren Rieslingen besonderen Wert auf nicht zu hohe Alkoholgradationen“, sagt Kiefer, „das ist eine große Chance, denn es gibt schon zu viele fette Rieslinge.“ Unter der Regie des Fünfunddreißigjährigen begann die Rosskur: Alle Weinberge, die außerhalb einer ökonomisch und ökologisch sinnvollen Reichweite der Johannisberger Hofreite lagen, wurden aufgegeben. Darüber hinaus entschloss man sich, das Portfolio auf sechs Weine zu verschlanken. „Das hört sich so einfach an, aber das muss man erst mal hinkriegen“, sagt der Prinz und vermittelt dabei den Eindruck, als könne er sein Glück immer noch nicht begreifen, das schwierige Erbe endlich in den Griff bekommen zu haben. „Vielleicht haben wir vorher eine brave Qualität produziert, aber mehr auch nicht.“ Tatsächlich war das Niveau der Erzeugnisse früher von erheblichen Schwankungen geprägt.

Als Lenz Moser, der weiße Ritter von TxB, auf den Plan trat, sorgte er mit seinem Team jedenfalls dafür, dass 95 Prozent der Ernte in der Flasche verkauft wurden. Der Keller ist leer – und der Prinz strahlt vor Glück. Lenz Moser macht keinen Hehl daraus, wie stolz er auf die 2007 eingefädelt Kooperation ist. „Wir haben eine Geschäftsbeziehung per Handschlag. Es gibt nicht mal einen Vertrag zwischen uns – stimmt doch, Don, oder?“ Der Prinz bestätigt das: „Jetzt können wir endlich den

mühseligen Vertrieb unserer Weine hier in Johannisberg aufgeben und ihn Profis überlassen.“

Für ein deutsches Weingut ist das immer noch ungewöhnlich. Üblicherweise fahren die Besitzer die Weinkartons per Sackkarre zum Kofferraum ihrer Kunden, und das ist selbst bei Baronen und Grafen nicht anders. Dafür, wie schwierig sich ein Neuanfang mitunter gestaltet, seien zwei Beispiele genannt.

**Neuer Geist im Keller:** Clemens Kiefer, Betriebsleiter des Weinguts, verschlankte das Portfolio auf sechs qualitätsvolle Weine. Zeichnungen Fabian Lange

Zum einen das Weingut Langwerth von Simmern in Eltville. Dort hielt man bis zum Ende der neunziger Jahre in alter Treue an dem historischen Holzfassbestand fest, und zwar fast bis zum bitteren Ende. Dann aber wagte der junge Freiherr einen Befreiungsschlag und führte doch noch Edelstahl-tanks ein, mit deren Hilfe die Nachfrage nach fruchtigeren Rieslingen besser befriedigt werden kann.

Das zweite Beispiel ist der tragische Fall von Schloss Vollrads und seinem Eigentümer Erwein Graf Matuschka-Greifflau, der mit seinem Weingut Schiffbruch erlitt. Viel zu lange wurden große Summen in gastronomische Experimente gesteckt, anstatt in Weinberge und Keller zu investieren. Das Unternehmen wurde von einem Kreditinstitut übernommen, der Graf nahm sich das Leben.

Kleinere Weingüter können in der Regel schneller agieren als große Betriebe. „Die kriegen zwar ihre Weine verkauft, aber meistens nicht zum richtigen Preis“, stellt der Prinz fest und benennt damit eine für den deutschen Wein charakteristische Malaise: Gemessen an seiner Qualität ist er zu billig. „Unser Ziel ist es, zu den Top Ten in Deutschland zu gehören.“

Nun gut, große Töne zu spucken ist eine Sache, den Beweis anzutreten eine andere. Zu diesem Zweck hat das Trio Kiefer, Moser und Hessen eine gemischte Blindprobe für die Autoren veranstaltet, stiehlt unter dem Kristallkronleuchter des Kronberger Schlosshotels, das ebenfalls zum Eigentum der Fürstenfamilie gehört. Zwölf Rieslinge werden angeboten, allesamt aus den Kellern führender Rheingauer Betriebe. Erstaunlich die stilistische Bandbreite: Sie reicht von technisch-kühl ausgebauten Beispielen bis zu spontan vergorenen Rieslingen mit Maischestandzeit. Ein Weingut wie Robert Weil in Kiedrich konnte in den frühen neunziger Jahren mit seinem im Edelstahl kalt vergorenen, extrem fruchtigen Weißweinen noch zur Riesling-Stilkone werden. Heute dagegen gibt es so viele Varianten, dass es schwerfällt, Neues anzubieten. Den eigenen Stil zu finden und zu realisieren ist die große Herausforderung für Betriebe, die den Neuanfang wagen.

„Die Nummer sechs ist es! Das ist doch unser Wein, Herr Doktor Kiefer, oder?“, platzt der Prinz bei der Probe heraus. Der Betriebsdirektor bremst den Chef. „Einen Moment bitte, die Herrschaften sind noch nicht so weit.“ Am Ende der Probe nennt Kiefer die Namen der anonymisierten Flaschen: „Oh nein!“, stöhnt der Prinz – der Wein, auf den er getippt hatte, stammt von Robert Weil.

Zwei Wochen später, auf der Terrasse des Weinguts in Johannisberg, konfrontieren uns die drei Herren mit Fassproben ihrer ersten Gewächse von 2007. Langsam beginnen diese Rohdiamanten die endgültigen Konturen ihrer Facetten anzunehmen. Der „Winkeler Jesuitengärten“ nähert sich leichtfüßig und filigran, verbreitet mit seiner Dynamik fröhliche Stimmung unter den Anwesenden. Dann packt er die Papillen und entwickelt sich auf der Zunge – eine durchaus ungewöhnliche Attacke. Die mineralischen Noten des „Johannisberger Klaus“ sind der Opulenz hochreifer Früchte zu verdanken, die von der Sonne durchglüht wurden. Es folgt der „Hasensprung“ – gewaltig, schwer und wuchtig wirkt dieser Riesling. Wie eine cremig-duftige, irritierend-multiple Mischung von Aromen betört er die Sinne. Und als Dreingabe öffnet Kiefer noch eine Flasche „Winkeler Dachsberg“: Die windige Höhenlage macht diesen Wein unverwechselbar. Ähnlich wie ein Rotwein wird er mit Traubenschalen vinifiziert. Sein tiefes Goldgelb fällt dem Genießer gleich ins Auge. Dicht, konzentriert und anhaltend beeindruckt er mit opulenter Aprikosenfrucht und fein dosierten Gerbstoffen. Mit solchen Weinen kann die Zukunft des Hessenweins als gesichert gelten. Allerdings dürfte sie sich dank des wachsenden Exportanteils vor allem auf den überseeischen Schlüsselmärkten abspielen – etwa Bangalore, Singapur, Schanghai oder Boston. Bleibt nur zu hoffen, dass für deutsche Genießer auch etwas übrig bleibt.

Im Internet: [www.prinz-von-hessen.de](http://www.prinz-von-hessen.de)