

# Frankfurter Allgemeine Archiv

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 25.06.2017, Nr. 25, S. 17

REINER WEIN

## Der miese Ruf der Süße

Die aktuelle Kontroverse um die Liebfraumilch erklärt Stuart Pigott.

Volker Wissing, im Weinland Rheinland-Pfalz Wirtschaftsminister, plädiert seit einer Weile dafür, die Liebfraumilch (fälschlicherweise häufig "Liebfrauenmilch" genannt) als deutschen Konsumwein wiederzubeleben, obwohl die Produktionsmenge dieses billigen, süßen und einst sehr erfolgreichen Exportschlagers von seinem Spitzenwert um die 120 Millionen Liter pro Jahr auf ganze 16,6 Millionen Liter abgestürzt ist. Von manchen in der Weinbranche erntet Wissings Vorschlag begeisterten Beifall, von anderen wird dieser hingegen als kompletter Unsinn abgelehnt.

Monika Reule, Direktorin des Deutschen Weininstituts in Mainz (das für die Bewerbung deutscher Weine um den gesamten Erdball verantwortlich ist), äußert sich normalerweise sehr vorsichtig zu weinbaupolitischen Fragen; in diesem Fall aber nannte sie Wissings Vorschlag ganz einfach "den falschen Weg", des weltweit schlechten Images wegen, das die Liebfraumilch habe. Steffen Christmann, Präsident des Verbands deutscher Prädikatsweingüter (des Edelvereins deutscher Winzer), betrachtet die Forcierung der Liebfraumilch als gefährlich, weil dies der positiven Entwicklung der letzten Jahre in Deutschland - eine bessere Qualität der Erzeugnisse, ein besserer Ruf, nachdem dieser durch Liebfraumilch & Co. ruiniert worden war - entgegenwirken könnte. Der Pfälzer Winzersohn Wissing hält aber stur an seiner Idee fest und weist Kritik zurück: "Ich will auch nicht erklärt bekommen, warum es nicht geht." Die Stimmung bleibt angespannt.

Nur wenige wissen, welch guten Ruf die Liebfraumilch vor 150 Jahren in der besseren Gesellschaft hatte. Der Baedeker Reiseverlag war der wichtigste Werbeträger, Charles Dickens und Königin Viktoria von England die prominentesten Fans des zugleich milden und frischen Weißweins. Schon damals reichte der 3,5 Hektar große Weinberg um die Liebfrauentiftkirche von Worms/Rheinhausen - Ursprung der Liebfraumilch - nicht aus, um die Nachfrage zu stillen. Schrittweise wurde die zugelassene Fläche für die Erzeugung des Erfolgsweins auf die kompletten Weinbaugebiete Rheinhausen, Pfalz, Nahe und Rheingau ausgedehnt; knapp die Hälfte der gesamten Weinbaufläche Deutschlands! Man definierte die Weißwein-Cuvée schließlich als zu mindestens 70 Prozent aus den Traubensorten Riesling und/oder Silvaner und/oder Müller-Thurgau und/oder Kerner gewonnen und mit einem Minimum von 18 Gramm pro Liter Traubensüße.

Auch Nichtfachleute erkennen, wie unscharf diese Definition der Liebfraumilch ist. Als die Produktionsmengen wuchsen und wuchsen, schrumpfte die Gewinnmarge, was die zahllosen Erzeuger der Grundweine, die in den riesigen Tanks der Großkellereien (der Abfüller und

Vermarkter) verschnitten wurden, dazu antrieb, die Mengen immer weiter auszureizen; ein Teufelskreis, der auf Kosten der Qualität ging.

Christoph Hammel vom Weingut Hammel in Kirchheim/Pfalz ist das wichtigste Mitglied einer Gruppe von Winzern am Rhein, die sich von den guten alten Zeiten der Liebfraumilch - den Tagen vor der Massenerzeugung - inspirieren lassen. Der selbsternannte "Kellerkabarettist" erzeugt eine ganze Reihe von unkonventionellen Gewächsen; darunter auch die gerade abgefüllte 2016er Liebfraumilch "Premium Edition", die diese Kategorie ganz neu definiert. Mit subtilem Duft und an Riesling erinnernder mineralischer Frische ist er ein guter Begleiter für leichte sommerliche Kost, auch wenn er definitiv nicht trocken schmeckt. Etwas aromatischer (Holunderblüten) und schlanker ist die reguläre 2016er Liebfraumilch von Hammel, ein ebenfalls gelungenes Erfrischungsgetränk. Vielleicht hätte der Wein auch Charles Dickens gemundet, aber für Wissing ist der Wein bestimmt zu schräg.

Die reguläre 2016er Liebfraumilch vom Weingut Hammel (06359 / 86401, [www.weinhammel.de](http://www.weinhammel.de)) kostet 5,95 Euro ab Hof, die "Premium Edition" 12,50 Euro.

Alle Rechte vorbehalten © Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt am Main  
Vervielfältigungs- und Nutzungsrechte für F.A.Z.-Inhalte erwerben Sie auf [www.faz-rechte.de](http://www.faz-rechte.de)