

# Neue Masche für die Flasche?

Nach römischer Sitte hängte man schon im Mittelalter Zettel aus Papier an Weinbehälter aus Ton, Holz oder Metall, die handschriftlich Auskunft über den Inhalt erteilten. Nachdem sich im 18. Jahrhundert die Glasflasche durchgesetzt hatte, wurden diese Zettel mit Angaben über den darin enthaltenen Wein und seinen Erzeuger auf den Flaschenbauch geklebt. Gedruckte Etiketten kamen erst nach Erfindung des lithografischen Druckverfahrens im Jahr 1798 auf und nach Erfindung der Chromlithografie 1837 dann auch in Farben. Erst rund fünfzig Jahre später schlug die eigentliche Geburtsstunde der Künstleretiketten, ein Trend, der bis heute anhält.

JÜRGEN CANTSTETTER, AGRARJOURNALIST UND 1. VORSITZENDER  
«DEUTSCHER FREUNDKREIS WEINETIKETTEN-SAMMLER»,  
HOFHEIM-WALLAU, D  
[juergen.cantstetter@web.de](mailto:juergen.cantstetter@web.de)

Geschäftstüchtige Winzer, Winzergenossenschaften und Weinhändler haben die Kunst auf der Weinflasche als werbewirksame Vermarktungsstrategie entdeckt: kein ganz neues Kapitel Weingeschichte. Schon im 19. Jahrhundert liessen grosse Weingüter ihre mit Spitzenweinen gefüllten Flaschen, die für Herrschaftshäuser und zahlungskräftige Kunden bestimmt waren, von Künstlerhand verzieren. Heute ist diese künstlerische Visitenkarte der Weine fast für jedermann erhältlich und meist auch erschwinglich, wenn man im reichhaltigen Weinangebot danach sucht. Vom einfachen Landschaftsbild bis zum Weinkunstwerk reicht die Palette der massgeschneiderten «Weinwesten», bei denen sich die Künstler auf der Weinflasche sozusagen den Pinsel in die Hand geben. Die einen haben bereits Rang und Namen, andere hoffen noch auf ihre Entdeckung bei dieser Verbindung von Wein und Kunst.

## Auf der Suche nach dem Ursprung

Begonnen hat die Seilschaft der Winzer und Künstler um den Wein in Europa, vorrangig in Deutschland, vor rund 150 Jahren mit Darstellungen aus Dramen, Heldensagen und Landschaftsbildern, die dann durch Jugendstilelemente abgelöst wurden. Zum Teil sind diese alten Kunstwerke wiederbelebt worden und manche Weingüter schmücken heute ihre Weine mit solchen auf alt getrimmten Etiketten. 1969 läutete der deutsche Prinz Friedrich von Preussen mit einem Etiketten-Loblied auf einen Riesling Kabinett «Erbacher Reinhell» eine neue Zeitrechnung der Künstleretiketten in Deutschland ein, geschaffen von dem damals schon über die Landesgrenzen hinaus bekannten Otmar Alt. Inzwischen hat sich daraus eine Starparade entwickelt. Auf internationaler Ebene bewegt sich das französische Weingut Château Mouton-Rothschild. Baron Philippe de Rothschild gilt in Fachkrei-

sen als Begründer der Kunst am Wein nach dem zweiten Weltkrieg. Seit 1945 hat er für jeden Weinjahrgang ausser 1953 und 1977 einen anderen Künstler mit der Schaffung eines Etiketts beauftragt. «Erst» seit 1945 – müsste es richtiger heissen, denn die erste von Künstlerhand (Jean Carl) dekorierte Flasche datiert von 1924. Bis zu seinem Tode 1988 hat der Weinbaron mit dieser Weinetiketten-Tradition und einem Feuerwerk bekannter Maler wie Salvador Dalí, Henry Moore, Marc Chagall, Pablo Picasso (Abb. 1), John Huston und Paul Delvaux Geschichte geschrieben. Klangvoller und hochkarätiger geht's kaum.



Abb. 1: Château Mouton-Rothschild: «Bacchanale», Etikett von Pablo Picasso.

### Wertvolle Inhalte künstlerisch verpackt

Im deutschen Rheingau legte der Weingutsbesitzer Balthasar Ress eine Künstleretiketten-Edition auf mit Namen wie Leo Yerax, Jürgen Lit Fischer oder Imre Kocsis. In Esslingen am Neckar beauftragte das Weingut Karl Rapp den Künstler Feri Varga, für zwei Auslesen Etiketten zu gestalten. Im Weinbaugebiet Nahe überraschte der Winzer Konrad Knodel mit Künstleretiketten seiner Frau Andrea, die über Jahre hinweg für interessante Flaschendekorationen sorgte. An der Mosel gelangten die Weingüter Rudolf Trossen und Heribert Kerpen durch eine wahre Flut von Künstleretiketten zu besonderer Beachtung.

Weit über die Grenzen der Schweiz hinaus sind schon seit langem das «Frosch-Etikett» von Caves Mövenpick und das «Eidechsen-Etikett» (Abb. 2) von Henry Badoux aus Aigle bekannt. Diese beiden Etiketten könnten die Initialzündung für viele Produzenten gewesen sein, ihre Weinflaschen ebenfalls künstlerisch zu gestalten. So hat Caves Imesch in Sierre eine ganze Weinserie mit Künstleretiketten des Malers Charles-Clos Olsommer versehen und der Diogenes-Verlag in Zürich hat Künstler wie Janosch, Reiner Zimnik, Tatjana Hauptmann oder Ute Krause beauftragt, humorvolle Etiketten zu entwerfen. Bekannt geworden ist auch die Schmetterlingsserie der Weinbaugenossenschaft Schinznach, die Schiffstau-Serie von J.-D. Gallay oder die futuristischen Etiketten der Gebrüder Nauer aus Bremgarten. Die Staatskellerei des Kantons Zürich steuerte Gemeindeansichten mit Wappen bei. Tiere und Pflanzen stellten Maria Barla Coray und Fredi Strasser aus Stammheim auf ihren Etiketten dar. Recht humorvolle Etiketten gestalteten Hans Peter Wyss, Orlando, und andere für die St. Jakobs-Kellerei in Seewen (SZ) und auf den Etiketten von Peter und Rosi Hermann aus Fläsch (GR) bekommt die Fantasie sozusagen Flügel. Mit nachempfundenen Holzschnitten punktet das Weingut Les Fils Maye in Riddes (VS) und mit Aquarellen das Weingut Urban Thüring in Ettingen (BL). Das gewagteste Künstleretikett in der Schweiz hat wahrscheinlich Simone Erni, Tochter von Hans Erni, für Susanne

Abb. 2: Eine Eidechse auf dem Wein «Muraille» von Henri Badoux, Aigle.

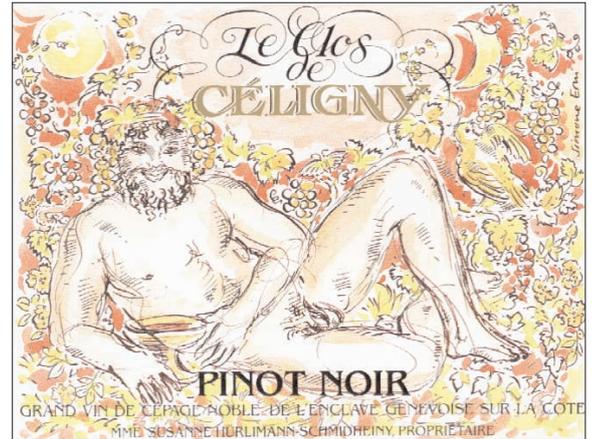
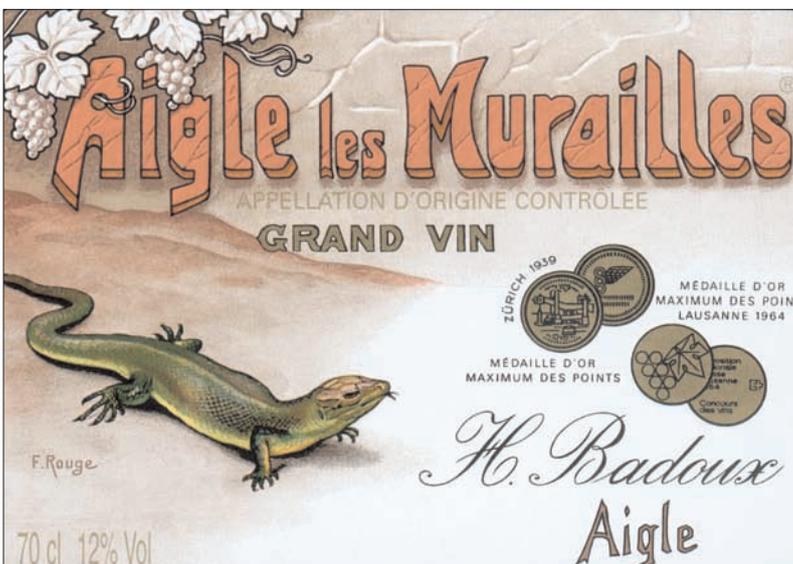


Abb. 3: Der nackte «Bacchus» von Simone Erni, Etikette auf Weinflaschen von Susanne Hürlimann-Schmidheiny.

Hürlimann-Schmidheiny mit dem nackten Weingott Bacchus (Abb. 3) geschaffen.

Das Friedrich-Wilhelm-Gymnasium in Trier griff die Idee des Künstleretiketts ebenfalls auf, sodass nun seit Jahren jeden Abiturwein ein eigenes kleines Kunstwerk ziert. Viele dieser Darstellungen sind nicht nur ein Fest fürs Auge, sondern versprechen auch ein solches für den Gaumen. Zum Beispiel der «Weinträumer» von Bruno Bruni (Abb. 4), der einen



Abb. 4: «Der Weinträumer» von Bruno Bruni auf einem 1985er Rheingauer Riesling Kabinett «Schloss Vollrads» des Grafen Matuschka-Greifenhau.

1985er Rheingauer Riesling Kabinett «Schloss Vollrads» des Grafen Matuschka-Greifenhau ziert. Im gleichen Jahr provozierte in Heppenheim die Bergsträsser Winzergenossenschaft mit zwei Etiketten «Nackte Damen» von Walter Kaiser die Weinwelt (Abb. 5). Die



Abb. 5: «Nackte Damen» von Walter Kaiser auf Flaschen der Bergsträsser Winzergenossenschaft in Heppenheim.



Abb. 6: Verschiedene Weinetiketten, oben zweimal «Der Winzerzug» von Moritz Rentsch (1940) der sächsischen Winzergenossenschaft Meissen.

sächsische Winzergenossenschaft Meissen liess das dörfliche Element auf ihren Etiketten aufleben. Ein Bild des Künstlers Moritz Rentsch «Der Winzerzug» von 1940 erlebte auf sieben Etiketten eine Wiedergeburt, nachdem bereits zu DDR-Zeiten dieses Sujet die Meissner Weine zierte (Abb. 6). Weber von Wallau entwarf für das «Berliner Teufelströpfchen» aus dem Wilmersdorfer Weinberg das Etikett des «Diabolo Kabinett» und Mario Derra malte für das Weingut Frank Kaltenthaler in Worms eine Eule und in Heppenheim für die Bergsträsser Winzergenossenschaft Schlösser und Burgen der Region.

In Österreich machte das Weingut Jurtschitsch Sonnhof in Langenlois 1987 von sich reden mit einem Etikett des Malerprofessors Christian Ludwig Attersee, einer Maus im Weinglas. Seither hat das Weingut daraus eine Serie mit bisher 18 Künstleretiketten und unterschiedlichsten Motiven gemacht. Alles echte Attersee-Kunstwerke. Alexander Unger, Chef der Weinkellerei Moorhof in St. Margarethen im Burgenland, beauftragte den akademischen Maler Erich Stanschitz damit, seine Weinetiketten zu gestalten. Die beiden fantasievollen Köpfe des Künstlers, die dabei herauskamen und die Jahrgänge 1992 und 1994 zieren, gehören heute zu den herausragenden Werken auf Weinvisitenkarten. Die Freien Weingärtner Wachau in Dürnstein machten in den 80er Jahren mit einer ganzen Serie von Landschaftszeichnungen der Weinregion Wachau auf sich aufmerksam. Besonders originell verzierte der Stiftskeller auf Göttweig in Furth 1991 eine Serie von Weinetiketten mit Rückansichten von Reitern. In der Südsteiermark überrascht das Weingut Wohlmut jährlich seine Kunden mit neuen Künstleretiketten. Künstler wie Susanne A. Neumayer, Gerald Bretschuh oder Johannes Wanke und Jakov Bararon, um nur einige zu nennen, haben sich auf den Weinetiketten verewigt.

## Papier, Porzellan und Metall grenzenlos

Die Idee, den Wein bildhaft zu illustrieren, zieht sich durch alle Weinbaugebiete. So unterschiedlich wie die Motive sind auch die Etikettengrößen. Von 42 bis 150 cm<sup>2</sup>, nicht nur rechteckig oder quadratisch, son-



Abb. 7: Metalletikett von Eberhard Eggers, Weingut Jean Buscher, Bechtheim in Rheinhessen.

dern auch rund, oval oder als Band rund um die Flasche geschlungen. Zwei Dinge haben fast alle gemeinsam: Sie sind aus Papier oder Kunststoffolie und in der Regel bunte Kunstwerke von Künstlern oder Grafikern, kunstvoll gedruckt mit Pigmenten und Farben. Eine Ausnahme sind die Kunstwerke auf Weinflaschen, die aus Porzellan oder Metall bestehen. Eine besondere Variante der Etikettenkunst. Mit Metalletiketten (Abb. 7) wurde das Weingut Jean Buscher in Bechtheim in Rheinhessen über die Grenzen bekannt und das erste Porzellanetikett stammt von einem Weingut in Rüdesheim. Die Höchster Porzellanmanufaktur in Frankfurt am Main stattete eine 1994er Riesling Auslese mit einem weiteren Porzellanetikett aus und zum 350. Geburtstag von Johann Wolfgang von Goethe verzierte Baron von Brentano im Rheingau eine 1997er Riesling Spätlese mit dem Konterfei des Dichterfürsten in Porzellan.

Die Kunstwerke auf dem Flaschenbauch kennen keine Landesgrenzen. Neben Deutschland, Österreich, Frankreich, der Schweiz oder Ungarn, Italien, Spanien und Griechenland hat auch Australien, Kalifornien, Südafrika und Chile das Etikettenfieber gepackt – ja sogar die Winzer in England und Luxemburg beteiligen sich am Wettbewerb um die Kunst auf der Weinflasche. Von Italien weiss man, dass dort mancher Wein «wertvoller» wird mit von Künstlerhand geschaffenen Etikett, was sicherlich teilweise auch für Frankreich gelten kann, zumindest für die dort zu findenden Erotik-Etiketten. Recht eigenwillig, um nicht zu sagen grotesk schelmisch, präsentieren sich die Etiketten der Fattoria Nittardi in Siena für den Chianti Classico (1986 von Alfred Hrdlicka) «Zwei betrunzene Damen», (1987 von Paul Wunderlich) «Frau und Widdermann», (1990 von Horst Janssen) «Gott Pan und der Wein», (1988 vom damals 75-jährigen Rudolf Hausner, Abb. 8) «Gouache mit Collage» und «Die Nacht der Trinkerin» (1999 von Friedensreich Hundertwasser).

Abb. 8: «Gott Pan und der Wein» von Rudolf Hausner auf einem Chianti Classico der Fattoria Nittardi in Siena.



### Eine Mode, die den Wein anziehend macht

Für Sammler sind Weinetiketten ein neues Betätigungsfeld. Allerdings kein einfaches Hobby, denn wer kann schon den «Etikettenmarkt» im Auge behalten? Etwas wie den «Michel»-Briefmarkenkatalog sucht der Etikettensammler vergeblich. Ein Nachschlagewerk mit farbigen Abbildungen, bewertet nach Euro und Cent, gibt es nicht. In einigen Ländern gab es zwar Versuche, den Etikettenmarkt überschaubar zu machen. So hat David Molyneux-Berry bereits 1990 im «Sotheby's Weinführer» mehr als 2500 Weine und Etiketten in dem Werk «Die klassischen Weine der Welt und ihre Etiketten» vorgestellt. Ein Jahr später veröffentlichte Luigi Veronelli «Die Etiketten der Weine Italiens», ein wunderbares Bilderbuch mit 380 Seiten. 1995 legte die Credit Communal De Belgique in Brüssel ein 300-seitiges Werk «Les Arts du Vigne» vor, das einen guten Querschnitt durch das Schaffen der Etiketten-Künstler

in ganz Europa gibt. Mehr zu Werbezwecken geschaffen, aber inzwischen als Nachschlagewerk fast unentbehrlich, ist der «Atlante delle Etichette» aus dem italienischen Barolo, herausgegeben von der dortigen Handelskammer. Das Museum «Des Arts Decoratifs de la Ville de Lausanne» in der Schweiz legte 1990 das Werk «Die Weinetikette - Heutige Tendenzen» vor, ein Buch mit vielen schönen Künstleretiketten. Das italienische Weingut Fattoria Nittardi hat in einem eigenen Büchlein all seine Künstleretiketten seit 1981 dargestellt und die Künstler vorgestellt.

Im Jahr 1990 hat das deutsche Weingut Balthasar Ress im Bildband «Kunst & Wein» all seine Rheingauer Künstleretiketten und ihre Künstler präsentiert. 1993 haben Wolfgang Hubert und Heike Reith das Buch «Wein und Kunst» im Busse-Seewald-Verlag auf den Büchermarkt gebracht, in dem sie Künstleretiketten aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Italien, Frankreich und den USA vorstellen.

Nicht nur aus Mangel an geeigneten Nachschlagewerken, sondern auch um Erfahrungen auszutauschen, haben die Weinetiketten-Sammler in der Schweiz aus der Not eine Tugend gemacht und im Jahr 1982 die «Vinografia», die Vereinigung der Weinetikettensammler der deutschen Schweiz gegründet. Erst 15 Jahre später entstand im Nachbarland der «Deutscher Freundeskreis Weinetiketten-Sammler». Für Frankreich und Italien als traditionelle Weinbauländer war es verständlich, dass sich dort auch Weinetiketten-Sammler in Vereinen organisierten. Aber auch auf Belgien und sogar die Niederlande ist der Funke übergesprungen und es etablierten sich Sammlervereine. Das schafft nicht nur Tauschmöglichkeiten, sondern auch neue Kontakte und erleichtert damit das Sammeln. In Ausstellungen zeigen die Etiketten-Sammler immer wieder ihre zusammengetragenen Schätze. Nicht nur Laien, sondern oft auch Winzer und Weinfachleute stehen dann staunend vor den Kunstwerken, die einst Weine zierten. Oft sind sie in den Weingütern, Winzergenossenschaften oder bei den Weinhändlern gar nicht mehr zu finden, was sich meist erst bei Jubiläen offenbart, wenn man gerne in die Schatzkiste der Geschichte greifen möchte.

## RÉSUMÉ

### Quand l'art prend de la bouteille

*Dans les rayons des magasins spécialisés, des supermarchés et des oenothèques, les étiquettes hautes en couleurs qui ornent les bouteilles de vin rivalisent aujourd'hui pour la faveur des consommateurs. Révolus sont les temps où il fallait simplement convoier des informations sur le contenu de la bouteille, l'étiquette est aujourd'hui devenue un véritable instrument du marketing professionnel qui fait appel au sens esthétique du consommateur et veut ainsi l'inciter à l'achat. Ce qui attire tant le regard sur les bouteilles est généralement signé de la griffe d'un artiste. Le vin se met en ménage avec l'art, les chefs-d'œuvres et les oeuvres d'artistes plus ou moins connues sortent des musées et se font globe-trotters par le biais des bouteilles de vin qui les disséminent aux quatre coins du globe. Le vin enfermé dans la bouteille ne parle plus seulement aux papilles gustatives, il devient le «messenger de l'art» qui offre à chaque amateur de vin doublé d'un amateur d'art des «objets d'art» au format d'étiquette.*