

## Wein-Knigge: Etiketten lesen

«Kleider machen Leute», heisst eine alte Weisheit. Auf den Wein lässt sich das Sprichwort nicht übertragen, aber kleidsam können Etiketten durchaus sein. Wichtiger als die Ästhetik ist allerdings ihr Informationsgehalt.

Die meisten Weinetiketten haben zumindest ein zentrales Schrift- oder Gestaltungselement, das durch seine Grösse und Position auffällt und damit der Identifikation und Wiedererkennung des Produktes dient. In der Regel handelt es sich dabei um eine Herkunftsangabe – eine Lagebezeichnung, einen Ortsnamen oder beides zusammen –, um den Namen des Weinguts (Produzent), die Rebsorte oder auch den Fantasienamen des Weins.

Was auf einem Weinetikett zwingend vorhanden sein muss und in welchem Grössenverhältnis die Angaben auftreten dürfen, schreibt die Lebensmittelverordnung vor:

1. Alle Angaben müssen grundsätzlich wahrheitsgetreu sein und Täuschungen ausschliessen. Das gilt insbesondere auch für Abbildungen: Stellen sie eine typische Landschaft oder einen Ort dar, muss die entsprechende Ursprungsbezeichnung unbedingt daneben stehen.
2. Die Ursprungs- oder Herkunftsbezeichnung darf nicht kleiner als halb so gross geschrieben sein wie ein Fantasie- oder Firmenname, wie die Rebsorte oder eine Bild- bzw. Wortmarke.
3. Der Produzent (bei Importweinen stellvertretend auch der Importeur oder der Verkäufer) muss zwingend mit seinem Firmen- oder Familiennamen bzw. einer eingetragenen Marke vermerkt sein.
4. Die Angabe des Alkoholgehaltes ist Vorschrift (Toleranz  $\pm 0,5$  Volumenprozent).
5. Auch die Inhaltsangabe ist Pflicht (z. B. 75 cl).
6. Restzuckergehalte über vier Gramm pro Liter müssen mit einem unmissverständlichen Attribut – «leicht süss», «flétri» usw. – deklariert werden.
7. Der Hinweis «enthält Sulfite» ist ab 2008 auch für Schweizer Weine Vorschrift. Wie viele Etikettenteile – auch am Hals, um die Flaschenmündung usw. – angebracht werden, ist nicht reglementiert. Ebenso wenig das Verwenden von Klebern, Siegeln und Marken, die auf Wettbewerbe, Medaillen, Auszeichnungen und Ähnliches hinweisen.

Worauf achten Konsumenten nun am ehesten? Diese Entscheidung ist gelegenheitsbedingt. Suche ich heute einen Wein bestimmter Herkunft, soll es morgen vielleicht partout ein Chardonnay sein. Ein anderes Mal lasse ich mich von einem bekannten Domänennamen dazu verleiten, eine mir noch unbekannte Weinsorte zu kaufen. Von Vorteil ist natürlich, wenn ich mich weingeografisch ein wenig auskenne und auch weiss, wie die wichtigsten Rebsorten schmecken.

