

WEIN-THEATER

Wie fühlt sich eine Steillage im Supermarkt?

Mit einer mutigen Initiative beschreitet das Deutsche Weininstitut (DWI) neue Wege des Marketings und bringt den hiesigen Wein als Kulturgut auf die Bühne.



FOTOS: WEINKÖRPER

(mf) Die erste Wein-Theater-Tournee Deutschlands startete am 16. April 2011 in Hamburg vor begeistertem Publikum. Das Stück mit dem schönen Titel »es gärt« ist eine gelungene Auftragsproduktion des Berliner Ensembles »Weinkörper«, das hier locker den Spagat zwischen Wissensvermittlung und fröhlicher Unterhaltung schafft. Die drei Schauspieler verkörpern im wahrsten Sinne sehr lebendig Riesling, Silvaner und Spätburgunder und geben dabei tiefe Einblicke in die Besonderheiten der

Das Ensemble »Weinkörper« vermittelt die Weinwelt nicht nur mit Hand und Fuß



Rebsorten und ihr Seelenleben: der wunderbare Moment des Gepflückt Werdens, das Trauma des Wartens auf die Gärung oder das schlimme Gefühl, als Steillage im Supermarkt auf der Regalkante zu stehen. Besonders viel Heiterkeit erzeugt ein Rückblick auf die dunklen 70er Jahre mit Phosphat, Glykol & Co. Auch die deutsche Weinwerbung bekommt ironisch den Spiegel vorgehalten: Wir sind cooles cool climate und Generation Riesling. Aber was ist mit Stuttgarter Trollinger? Insgesamt ein heiter kritisches Roadmovie durch die deutschen Anbauggebiete, das gute Laune macht – und Lust auf deutschen Wein.

Die Theatertournee wird noch an zwölf Orten innerhalb und außerhalb der deutschen Weinbauregionen vom DWI in Kooperation mit den regionalen Weinwerbungen sowie vor Ort mit Unterstützung von Wein-fachhändlern und Weinbau-betrieben durchgeführt. Infos: www.weintheater.deutscheweine.de. ■

VILLA DEGLI OLMI



Stile italiano.

