



VDP. DIE PRÄDIKATSWEINGÜTER

VDP.Trophy Herkunft Deutschland

Laudation von Armin Diel auf Markus Hofschuster



Mainz, 26. April 2015

Erstmals ehrt der VDP keinen Buchautor oder Journalisten, der mit seinen Beiträgen in Tageszeitungen oder Weinmagazinen Zeichen setzte, sondern einen Mann, der eher im Stillen durch seine Arbeit bei WeinPlus im Internet arbeitet.

Markus Hofschuster wurde in einer Familie in Mittelfranken, die nichts mit Wein zu tun hatte. Obschon musisch veranlagt, besuchte ein technisches Gymnasium, was in etwa typisch war für seine Jugend. Es folgte eine Ausbildung Radio- und Fernsehtechniker. Anschließend baute er bei Photo Porst eine Hi-Fi-Abteilung mit höherer Qualität auf. Markus Hofschuster hat sich immer für Musik interessiert, aber kein Instrument gelernt, in der kleinen Hochhauswohnung der Eltern war denn auch kein Platz für ein Schlagzeug oder Klavier. Aber gesungen hat er immer schon, doch darauf kommen wir später zurück.

Als Markus Hofschuster im Jahr 1994 einen Weinladen in Schwabach bei Nürnberg eröffnete, steckte er bereits tief im Thema Wein drin. Er begann Wein-Artikel für die regionale Presse zu schreiben. Sam, wie er seit Kindesbeinen von Freunden genannt wird, war Pionier im Verkauf deutscher Weine, jedoch waren die eingeräumten Margen der Winzer damals völlig unzureichend. Hinzu kam, dass einige Gastronomen ihre Rechnungen nicht zahlten. Am Ende trank Hofschuster die besten Weine selbst. Dann wurde der Kredit der Bank aufgekündigt. Bankbetreuer war ausgerechnet ein Mann, der mit dem Chef eines konkurrierenden neuen Weinladens am Ort befreundet war. Ein Schelm, der sich Böses dabei denkt. Nach etwas weniger als vier Jahren war der Ausflug in den Weinhandel jedenfalls beendet.



VDP. DIE PRÄDIKATSWEINGÜTER

Im Jahr 2000 lernte Hofschuster Utz Grafmann kennen, der ihm zwei Jahre zuvor die Internetplattform Wein-Plus gegründet hatte. Einen Monat vor Google, drei Jahre vor Wikipedia und vier Jahre vor Firefox!

Grafmann war faszinierend von Markus Hofschusters Expertise, die reproduzierbare Ergebnisse zu liefern vermag, immer mit dem gleichem Bewertungsschlüssel. Seitdem ist Hofschuster der Weinguru von WeinPlus

Er gilt als ruhiger Typ und gehört nicht zu den Lautsprechern der Szene. Er hat aber durchaus seine dezidierte Meinung bei Dingen, die seiner Ansicht nach falsch laufen. Er prangert die Verwehrlosung der Weinsprache an, mit dem Wort "lecker" kann man auf die sprichwörtliche Palme treiben!

Markus Hofschuster hat beim Wein angeblich keine Vorlieben. Logisch, das würde seine Objektivität ja in Frage stellen. Gewiss hat er eine Vorliebe für trockene Weine, aber er mag durchaus auch süße Weine und bewertet sie nicht grundsätzlich schlechter als trockene. Er mag es aber überhaupt nicht, wenn „trocken“ auf dem Etikett und der Wein halbsüß schmeckt. Er bezeichnet sich als Anhänger des mineralisch-trockenen Weinstils, und elegant muss der Wein sein, was sich in den letzten Jahren noch potenziert habe. „Ein großer Wein muss Tiefe und Charakter haben und Komplexität aufweisen!“ Mir persönlich fällt in den letzten Jahren auf, dass sich komischerweise 95 Prozent aller Weinkenner als Eleganztrinker bezeichneten, übrigens auch diejenigen, die Alkoholbrummer aus dem Rhôneetal mit 16 Volumenprozent bevorzugen!

Markus Hofschuster verkostet meist allein und stets blind. Er schreibt seine Bewertung und Note auf und enthüllt dann die Flasche, um zu wissen, wer der Erzeuger ist. „Sonst lerne man nichts dabei!“ Es gebe zwar immer mal wieder Praktikanten und Assistenten, die vielleicht sogar ohne Honorar mitprobieren wollten, aber ein Jahr später seien sie dann meist wieder weg. Hofschusters Ziel ist es irgendwann zwei bis drei hauptberufliche Verkoster in seinem Team zu haben, die unter seiner Anleitung die Grundarbeit machen. Winzerbesuche und Weinmessen dienen in erster Linie der Kommunikation und dem Informationsaustausch. Dort macht Markus Hofschuster grundsätzlich keine Bewertungen, weil die Verkostungen dort eben nicht blind erfolgen.

In der Regel gibt der Computer automatisch die Reihenfolgen der eingesandten Weine vor, bei trockenen Weinen nach steigendem Alkoholgehalt, bei Prädikatsweinen mit steigender Restsüße. Hofschuster verkostet fünf Tage in der Woche, im Schnitt 40 bis 50 Weine pro Tag. Das macht summa summarum 12.500 Wein in 50 Wochen. Der Rest sind Feiertage. Der letzte Urlaub liegt sage und schreibe 13 Jahre zurück, als Hofschuster mit zehn Freunden und zwei mit Wein voll beladenen Autos ins Périgord gefahren ist und erst die Heimfahrt antrat, als die letzte Flasche ausgetrunken war.

Das Geschäftsmodell von WeinPlus sieht folgendermaßen aus: Abonnenten zahlen den vergleichsweise geringen Beitrag von 24,50 Euro pro Jahr und damit Einblick in alle

VDP. DIE PRÄDIKATSWEINGÜTER

Verkostungsnotizen und Bewertungen der Plattform. Offiziell schweigt sich Graafmann zur Zahl der Abonnenten aus, Branchenkenner schätzen diese auf acht bis zwölf Tausend. User, die keine Abonnenten sind, können nur die Daten der Erzeuger en Detail lesen, die dafür eine jährliche Gebühr von 175,00 Euro zahlen. „Einer muss halt bezahlen“, sagt Utz Graafmann. Etwa dreißig Prozent der Einnahmen von WeinPlus werden durch Bannerwerbung generiert.

Die Winzer zahlen grundsätzlich keine Verkostungsgebühr, sie können ihre Weine also gratis testen lassen. Versuche Winzer dafür zur Kasse zu bitten, etwa in Österreich und Italien, seien „kläglich gescheitert“, erinnert sich Graafmann. Markus Hofschuster ist bekannt dafür, dass er eher streng bewertet: Bei WeinPlus erhalten „sehr gute Weine“ nur 80 bis 84 Punkte, im Gault Millau hingegen 85 bis 89 Punkte. Und da Winzer gern mit höheren Bewertungen werben, kommt WeinPlus dann halt seltener vor als andere Führer. Diskussionen zwischen Graafmann und Hofschuster seien erfolglos verlaufen. Er habe das Gefühl, sagt Graafmann, dass Hofschuster eher WeinPlus Pleite gehen lasse, bevor er sein Konzept ändert. Schon Anfang des letzten Jahrhunderts war Hofschuster bei einer Weinmesse in Orange mit seinen zurückhaltenden Wertungen aufgefallen, wo er in einer Jury saß. Die lokalen Juroren zeichneten alles was alkoholisch und fett war mit Goldmedaillen aus. Als Sam Hofschuster lautstark protestierte, die Weine verdienten nicht einmal eine Bronzemedaille entfernte man den Allemand aus der Jury. In den jüngsten Jahren verstärkt sich bei mir jedoch der Eindruck, dass Markus Hofschuster in einer Art Altersmilde im Schnitt doch etwas höher wertet als damals.

Der Wind im Weinpublikationsgeschäft scheint aber rauer zu werden. In Amerika ist es seit Jahren Gang und Gäbe, Weine in den Regalen mit soundsoviel Parker- und /oder WineSpectator-Punkten zu kennzeichnen. Lange empfanden die Weingurus das auch als kostenlose Werbung für ihre Arbeit, doch damit ist es nun vorbei. Der WeinAdvocate will zukünftig von den Weinhändlern eine Nutzungsgebühr verlangen, wenn sie mit Parker-Punkten werben wollen. Der Discounter Lidl hat da schon vorgesorgt: Im Namen des Handelsriesen verkostet ein gewisser Richard Bampffield Weine, die dann mit den entsprechenden Punkten des britischen Master of Wine beworben werden.

In Deutschland war es lange üblich, dass die Weinführer keinerlei Beteiligungsgebühren von den Winzern verlangten. Das wollte auch der Gault Millau nicht, der im Jahr 2009 ein sogenanntes Marketingpaket anbot, bei dem die Winzer auf legale Weise das Copyright erwerben konnten, um mit dem Logo den Texten und den Bewertungen zu werben. Ein Pflichtbeitrag für eine Beteiligung war das nicht, dennoch gab es damals einen Aufschrei in der Branche, die keinen bezahlten Journalismus wolle. Etwa 500 Winzer machten von dem Angebot des Marketingpakets Gebrauch.

Ein völlig neues Kapital schlug hingegen der deutsche Ableger des österreichischen Falstaffs auf, als er im Jahr 2013 einen verpflichtenden Beitrag von 495 Euro für die Verkostung von sechs Weinen verlangte, bei zwölf Weinen waren es 640 Euro, jeweils zuzüglich Mehrwertsteuer. Wer nicht zahlt, kommt nicht ins Buch! Das Thema wurde sehr widersprüchlich im VDP-Vorstand diskutiert und man konnte sich schlussendlich nicht zu einer



VDP. DIE PRÄDIKATSWEINGÜTER

eindeutigen Empfehlung für oder gegen eine Teilnahme durchringen. Im ersten Jahr entschlossen sich lediglich 300 deutsche Winzer zu einer Teilnahme, darunter 30 aus den Reihen des VDP. Tendenz steigend: Im letzten Jahr verdoppelte sich die Zahl der VDP-Güter, man darf gespannt sein, wie es in den nächsten Jahren weitergeht.

Animiert durch den Falstaff-Vorstoß verlangte auch Gerhard Eichelmann für seinen Weinführer 2015 eine Teilnahmegebühr: 149 Euro für die Verkostung, allerdings ohne eine damit verbundene Verpflichtung, das Gut auch in den Führer aufzunehmen. Zusätzlich konnten die Winzer für weitere 50 Euro das Copyright erwerben. Dieses Angebot erschien immerhin 850 deutschen Erzeugern verlockend genug und man muss Gerhard Eichelmann zugestehen, dass er die zusätzlichen Einnahmen dazu nutzte, das Erscheinungsbild seines Führers deutlich zu verbessern. Daraus ist ein richtig schönes Buch geworden.

Dass das Geldverdienen mit gedruckten Bücher nicht so einfach ist, erfuhr als erster WeinPlus. Der erstmals im Jahr 2001 als rotes Buch erscheinende Weinführer war ebenso ein Flop wie die auf vier Bände aufgeteilte Version des Jahres 2002.

Kommen wir damit zurück auf Markus Hofschuster, der im mäßigen Weinjahr 1968 das Licht der Welt erblickte. In seinem 5 bis 6.000 Flaschen zählenden Privatkeller gäbe es sehr wohl einige vorzügliche 1968 aus Rioja und Ribera des Duero. Er kaufe querbeet und habe keine bevorzugte Region.

Zu seinen Hobbies zählt, das Markus Hofschuster seit 30 Jahren Songs von Colosseum, Neil Young und Cream in verschiedenen Rock- und Bluesformationen. Nach hinreichendem Alkoholgenuss auch schon mal spät am Abend bei der VieVinum in Wien im Duett mit dem köstlichen Willi Klinger, dem Chef der österreichischen Weinmarketinggesellschaft.

Auch Kochen zählt zu seinen großen Leidenschaften. In erster Linie setzt auf Schmorgerichte und Suppen der gutbürgerlichen Küche aber auch auf Gerichte aus der Thaiküche. Hierbei legt Hofschuster großen Wert auf die Qualität der verwendeten Produkte. Ein Abendessen ohne Wein ist für ihn ohnehin nicht vorstellbar.

Geradezu gefürchtet ist Markus Hofschuster als Pokerspieler. Bei der Hochzeitsfeier von Dirk Würtz hieß es am zweiten Nachmittag: "Wir spielen jetzt Poker!" Erst ging es um Nüsse und Mandarinen, später dann auch um richtige Einsätze. „Irgendwann lag ein Batzen Geld auf dem Tisch und Sam hatte ein Jahrhundertblatt“, erinnert sich Dirk Würtz. „In einem Anfall von Leichtsinn warf ich den Autoschlüssel meines AUDI auf den Stapel, um noch eine Karte ziehen zu können. Sam versuchte mich damals erfolglos davon abzubringen Haus und Hof zu verspielen.“ Seine frisch vermählte Gattin wollte das Haus schon mit gepacktem Koffer verlassen. „Doch dann zog ich tatsächlich die eine nur denkbare Karte, um das Spiel doch noch gewinnen können. Sam war leichenblass und glaubte nicht mehr an das Gute im Leben!“

Zu guter Letzt möchte ich Markus Hofschuster meine Bewunderung zum Ausdruck bringen, dass er nach 15 Jahren einsamen Verkostens immer noch nicht die Freude daran verloren hat



VDP. DIE PRÄDIKATSWEINGÜTER

und wünsche ihm von Herzen, dass alsbald etwas wird mit den Mitverkostern und Assistenten. Es ist mir eine Freude ihn als diesjährigen Gewinner der Auszeichnung „Herkunft Deutschland“ zu beglückwünschen.