

HABEN&SEIN

Ausgabe 2012, S. 38 ff

Made in Munich

... Fritz Müller ist bereits in der Hauptstadt angekommen. Und nicht nur dort: Von Sylt bis zum Schliersee steht der prickelnde Perlwein im schwarz-weiß gestreiften Outfit für ehrlichen Trinkspaß. Gekeltert im rheinhessischen Weinbauortchen Appenheim hat er dank des kreativen Kopfes dahinter mittlerweile in München ein zweites Zuhause gefunden. Als Weinhändler und Diplomsommerliert mit den Trinkgewohnheiten der Münchner bestens vertraut, hat Guido Walter (44) sich vor gut zwei Jahren daran gemacht, dem Prosecco einen Zacken aus der Krone zu schlagen. „Ich wollte eine hochwertige Alternative bieten, die frisch, fruchtig und preislich fair kalkuliert ist“, erinnert sich Walter, der in einer alten Nudelfabrik am Moosfeld seine Weinhandlung Walter & Sohn betreibt. „Als Weinhändler weißt man genau, was ankommt, hat aber in der Regel nur mit dem fertigen Erzeugnis zu tun“. Dabei sei es genauso spannend, den Wein auf seinem Weg in die Flasche mitzugestalten. In Winzer Jürgen Hofmann hat er den passenden Partner gefunden, um das verstaubte Image des deutschen Perlweins auf Vordermann zu bringen. Weshalb auch literweise italienische Massenware über die Alpen karren, wo in deutschen Weinbergen doch 1-A Qualitäten gedeihen? Dass die Zahl einstiger Prosecco-Anhänger mit Fritz im Glas stetig steigt, spricht für die Qualität des süffigen Pricklers, aber auch ein durchdachtes Konzept hinter dem Perlwein Fritz Müller. Der gewitzte Markenname mit Potenzial zur Personalisierung erweist sich als weitaus einfallreicher als mit aufdringlichen Werbetexten ins Bewusstsein der Konsumenten zu drängen. Fritz nimmt augenzwinkernd den Frizzante aufs Korn. Müller steht für die Rebsorte Müller-Thurgau. Und der Begriff Perlwein? Ist insofern ein Novum, als er das vormals negativ behaftete Synonym für Prosecco salonfähig macht. Unterm Strich: Ein Guter-Laune-Drink, der mit 6,50 Euro pro Flasche angemessen kalkuliert ist. Indes haben nicht nur die Endverbraucher erkannt, dass sich bei dem verperlten Weißwein Preis und Qualität auf Augenhöhe treffen. Seit im Juni 2009 die erste Pulle geköpft wurde, kommt die Fachpresse nicht mehr aus dem Loben raus. „Prickelt wunderbar, ein Knüller für den Preis“, beglückwünschte unlängst Weinfachjournalist Stuart Pigott den önologischen Coup. Wer Mut zum unkonventionellen Markenauftritt zeigt, wird offensichtlich prompt belohnt: Die Auszeichnung des schwarz-weißen Streifenetiketts mit namhaften Designpreisen beweist ebenso wie der Fritzsche Siegeszug an der Isar, dass es höchste Zeit für eine Neuinterpretation der Traditionsrebsorte Müller-Thurgau war. Während in München die Klubberfraktion in Szenelokalitäten wie Robinson's Bar noch darüber fachsimpelt, ob der Fritz nun mit Holundersirup oder pur auf Eis am besten schmeckt, wächst die Marke Fritz Müller unaufhaltsam weiter. Mit Fritz Müller Rosa sorgte alsbald ein Rosé aus Spätburgunder und Portugieser für Abwechslung im Weinregal, im März 2011 kam der Fritz Müller Schaumwein dazu. Zapfenstreich – von wegen! Als München-Gag, der auf die 80er Jahre Kultserie Kir Royal anspielt, legte Guido Walter noch den Fritz Müller Royal nach, einen flaschenvergorenen Sekt aus Chardonnay und Pinot Noir, der es qualitativ mit Champagner aufnehmen kann. Steigt Fritz nun in die Königsklasse auf? Nicht doch. Als solider Perlwein hat Fritz Müller mit Aristokratie reichlich wenig am Hut. „Fritz Müller ist und bleibt ein ehrliches Konzept, das in seiner Einfachheit etwas Besonderes hat“, meint Walter, mithin der Ansicht, dass ein gutes Produkt immer noch etwas mehr in petto haben sollte, als auf den ersten Blick ersichtlich. Für seinen Perlwein wünscht sich Guido Walter eine fortwährende Koexistenz mit den Prosecco dieser Welt. Und für sich? Auf eine prickelnde Zukunft in schwarz-weiß! ...

unterfingen wie eine Liebesgeschichte. Also doch nicht nur Lokenworte auf die heilige-liebe-Illuminierung! Aufmerksamem Lesen von „Schwein“ wird eine subtile Kritik an München, die auf die Hundemanie genauso abzielt wie auf die Glockenschmitten im Late Machismo-Wahn, kaum entgehen. Doch Lesere geht's am Perdreau-Ring schließlich auch. Was Arz tatsächlich misfällt, ist Münchens mangelnder Mut zur Konfrontation. In seinen Büchern konfrontiert der Autor daher gerne mal die Zuckerquatschland der bayerischen Landeshauptstadt, indem er dunkle Seiten wie die NS-Vergangenheit ans Tageslicht befördert. Im Zuge sonnen-schwerer Recherchearbeit hat sich Martin Arz ein beeindruckendes Wissen zur Münchner Stadtgeschichte angeeignet, das er unermüdet in Handlungskontext seiner Krimis einfließt. Wem das an Grandfiktur nicht reicht: Vor zwei Jahren brachte der versierte Autor mit „Todesschere München“ eine Sammlung Münchener spektakulärer Kriminalfälle heraus. Mit „Unser München“, einem belebenden Stadtführer, ist kürzlich sein jüngstes Projekt erschienen. Wenn dagegen die Reize mit Max Pfeffer geht: „Ich streife auf jeden Fall weiter Pfefferromane“. Wer weiß: Vielleicht muss der sympathische Kriminler dann auch mal nach Berlin. Rein beruflich, versteht sich.



Weinhändler Guido Walter, rechts mit seinem Perlwein Fritz Müller einen schwarzen Zacken aus der Krone zu schlagen.

Szenebars Liebling: Fritz Müller Perlwein, Fritz nimmt den Frizzante aufs Korn. Müller leitet sich von der Traube Müller-Thurgau ab. Und Perlwein ist halt das Synonym für Prosecco. Guido Walter

Fritz Müller ist bereits in der Hauptstadt angekommen. Und nicht nur dort: Von Sylt bis zum Schliersee steht der prickelnde Perlwein im schwarz-weiß gestreiften Outfit für ehrlichen Trinkspaß. Gekeltert im rheinhessischen Weinbauortchen Appenheim hat er dank des kreativen Kopfes dahinter mittlerweile in München ein zweites Zuhause gefunden. Als Weinhändler und Diplomsommerliert mit den Trinkgewohnheiten der Münchner bestens vertraut, hat Guido Walter (44) sich vor gut zwei Jahren daran gemacht, dem Prosecco einen Zacken aus der Krone zu schlagen. „Ich wollte eine hochwertige Alternative bieten, die frisch, fruchtig und preislich fair kalkuliert ist“, erinnert sich Walter, der in einer alten Nudelfabrik am Moosfeld seine Weinhandlung Walter & Sohn betreibt. „Als Weinhändler weißt man genau, was ankommt, hat aber in der Regel nur mit dem fertigen Erzeugnis zu tun“. Dabei sei es genauso spannend, den Wein auf seinem Weg in die Flasche mitzugestalten. In Winzer Jürgen Hofmann hat er den passenden Partner gefunden, um das verstaubte Image des deutschen Perlweins auf Vordermann zu bringen. Weshalb auch literweise italienische Massenware über die Alpen karren, wo in deutschen Weinbergen doch 1-A Qualitäten gedeihen? Dass die Zahl einstiger Prosecco-Anhänger mit Fritz im Glas stetig steigt, spricht für die Qualität des süffigen Pricklers, aber auch ein durchdachtes Konzept hinter dem Perlwein Fritz Müller. Der gewitzte Markenname mit Potenzial zur Personalisierung erweist sich als weitaus einfallreicher als mit aufdringlichen Werbetexten ins Bewusstsein der Konsumenten zu drängen. Fritz nimmt augenzwinkernd den Frizzante aufs Korn. Müller steht für die Rebsorte Müller-Thurgau. Und der Begriff Perlwein? Ist insofern ein Novum, als er das vormals negativ behaftete Synonym für Prosecco salonfähig macht. Unterm Strich: Ein Guter-Laune-Drink, der mit 6,50 Euro pro Flasche angemessen kalkuliert ist. Indes haben nicht nur die Endverbraucher erkannt, dass sich bei dem verperlten Weißwein Preis und Qualität auf Augenhöhe treffen. Seit im Juni 2009 die erste Pulle geköpft wurde, kommt die Fachpresse nicht mehr aus dem Loben raus. „Prickelt wunderbar, ein Knüller für den Preis“, beglückwünschte unlängst Weinfachjournalist Stuart Pigott den önologischen Coup. Wer Mut zum unkonventionellen Markenauftritt zeigt, wird offensichtlich prompt belohnt: Die Auszeichnung des schwarz-weißen Streifenetiketts mit namhaften Designpreisen beweist ebenso wie der Fritzsche Siegeszug an der Isar, dass es höchste Zeit für eine Neuinterpretation der Traditionsrebsorte Müller-Thurgau war. Während in München die Klubberfraktion in Szenelokalitäten wie Robinson's Bar noch darüber fachsimpelt, ob der Fritz nun mit Holundersirup oder pur auf Eis am besten schmeckt, wächst die Marke Fritz Müller unaufhaltsam weiter. Mit Fritz Müller Rosa sorgte alsbald ein Rosé aus Spätburgunder und Portugieser für Abwechslung im Weinregal, im März 2011 kam der Fritz Müller Schaumwein dazu. Zapfenstreich – von wegen! Als München-Gag, der auf die 80er Jahre Kultserie Kir Royal anspielt, legte Guido Walter noch den Fritz Müller Royal nach, einen flaschenvergorenen Sekt aus Chardonnay und Pinot Noir, der es qualitativ mit Champagner aufnehmen kann. Steigt Fritz nun in die Königsklasse auf? Nicht doch. Als solider Perlwein hat Fritz Müller mit Aristokratie reichlich wenig am Hut. „Fritz Müller ist und bleibt ein ehrliches Konzept, das in seiner Einfachheit etwas Besonderes hat“, meint Walter, mithin der Ansicht, dass ein gutes Produkt immer noch etwas mehr in petto haben sollte, als auf den ersten Blick ersichtlich. Für seinen Perlwein wünscht sich Guido Walter eine fortwährende Koexistenz mit den Prosecco dieser Welt. Und für sich? Auf eine prickelnde Zukunft in schwarz-weiß! ...