

Zusammenfassung

Deutsche Weinliteratur im Wandel der letzten Jahrzehnte und die Herausforderungen der Zukunft

Seit der Mensch den Wein kennt, schreibt er auch über diesen. Seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts nahm die Publikationsrate konstant zu. Die Arbeit untersucht, wie sich die Weinliteratur seit den 60er Jahren des letzten Jahrhunderts änderte und stellt Überlegungen an, welche Gründe es dafür gab. Abschließendes Ziel ist es, aus einer Betrachtung des gegenwärtigen Zustands Entwicklungslinien aufzuzeigen, wie sich die Weinliteratur in Zukunft entwickeln kann. Hierzu ist eine genaue Betrachtung der letzten Jahrzehnte notwendig, um die Einflüsse, denen das Schreiben über Wein unterliegt, genauer zu verstehen. Die Arbeit konzentriert sich ausschließlich auf deutschsprachige Bücher. Zeitschriften oder online-Publikationen stellen ein eigenes Genre dar.

Die 60er Jahre stellen sich gespalten dar. Zum einen werden weinliterarische Bücher veröffentlicht, die noch ganz im Stile der vorherigen Zeit verfasst sind. Zum anderen werden Bücher publiziert, die sich spezialisiert Weinbauländern widmen, die dem damaligen Weinconnaissanceur entsprechen - der Schwerpunkt liegt auf Deutschland und Frankreich. Die Bücher sprechen eine vorgebildete und wohlhabende Leserschaft an, grundsätzliche Vermittlung von Grundlagenweinwissen spielt keine besondere Rolle. In der zweiten Hälfte des Jahrzehnts erscheinen erstmals Einführungsbücher zu den Weinen Deutschlands und Frankreichs. Dies zeigt, dass eine neue Konsumentengruppe zum Wein fand, die, so wie die Werke verfasst wurden, ebenfalls einen hohen Bildungsgrad inne hatte, jedoch nicht über umfassendes Vorwissen verfügte. Hier zeigt sich, dass dank höherer Einkommen und regulärem Urlaub, Kontakte zu Weinregionen den Lebenswandel beeinflussten. Dies kann auch statistisch anhand des Weinverbrauchs nachgewiesen werden.

In den 70er Jahren gibt es einen kleinen Boom an Weinbüchern. Die Entwicklung der späten 60er Jahre setzt sich fort, eine größere Gruppe von Autoren bedient das gewachsene Interesse an Wein. Die Literatur zeigt, welche Gebiete am wichtigsten waren, besonders Deutschland und Frankreich stehen im Mittelpunkt, aber auch die Schweiz, Österreich und Italien geraten in den Blickpunkt. Zu dieser Zeit entstehen neue Literaturgattungen. Neben den umfassenden Werken zu Weinländern werden Atlanten und Lexika publiziert. Aufgrund des neuen Weingesetzes von 1971, welches u.a. die Lagenstruktur des deutschen Weinbaus stärker in den Blick nimmt, werden Bücher und Buchreihen zu den deutschen Weinlagen auf den Markt gebracht. Gegen Ende des Jahrzehnts kommt es zu einer weiteren Evolution der Literatur, in dem auch Bücher veröffentlicht werden, die nicht nur darstellenden Charakter haben, sondern vielmehr Probleme diskutieren oder sich historischen Themen widmen.

In den 80er Jahren erscheinen die meisten Bücher der 70er in neuen Auflagen. Als Neuerung ist zu konstatieren, dass vermehrt ausländische Bücher ins Deutsche übersetzt werden. Mitte der 80er Jahre erscheinen vorwiegend Bücher über nichtdeutsche Weinländer, denn nach dem Weinskandal von 1985 haben sich die deutschen Konsumenten von heimischen Weinen abgewandt. Verstärkt werden auch Italien und erstmals Spanien in Monographien thematisiert. Diese Entwicklung ist weiterhin in den 90er Jahren zu beobachten. Deutscher Weinbau wird nicht mehr an vorderer Stelle behandelt, sondern nur kurz angerissen.

Seit diesem Jahrzehnt nimmt die Veröffentlichung von Büchern über die Neue Welt deutlich zu. Mit der Globalisierung des Weinmarktes werden diese Weine für den deutschen Konsumenten erreichbar. Deutlich wird, dass die Veränderung von Märkten immer auch die Veränderung der Literatur bedingt. Auch während der ersten Jahre des 21. Jahrhunderts setzt sich dieser Trend fort, die Aufmachung wird aber in dieser Phase deutlich hochwertiger. Fotografie wird wichtiger denn je. Gleichzeitig nimmt seit den 90er Jahren die Einführungsliteratur eine immer bedeutendere Rolle ein. Wein wird in dieser Zeit ein Getränk, das immer mehr Konsumenten anspricht. Besonders seit der „Rückkehr der Bürgerlichkeit“ um die Jahrtausendwende, gehört Wein zum Lifestyle vieler Menschen. Damit wird der Markt für elementare Einführungsliteratur geschaffen, da bei vielen Konsumenten keinerlei Vorwissen vorhanden ist.

Gegenwärtig dominiert diese Literaturgattung den Markt. Daneben - mit den immer größer werdenden Weinregalen in Supermarkt und Discount - kommen Einkaufsführer für Supermarktweine auf den Markt. Momentan - dies scheint eine Reaktion auf das sogenannte Homing zu sein, der Tendenz, sein soziales Leben stärker zu Hause und weniger in der Öffentlichkeit zu pflegen - werden auch verstärkt Bücher verfasst, die sich mit Wein und Essen auseinandersetzen. Dagegen sind Fachbücher, wie sie die letzten Jahrzehnte vorkamen, auf einige wenige Standardwerke geschrumpft. Es scheint auch, dass momentan das Internet als Informationsquelle dem Buchmarkt zusetzt.

Hier stellt sich die Frage, wie sich der Buchmarkt in Zukunft entwickeln muss, um weiterhin relevant zu bleiben. Einige Beispiele der Gegenwart zeigen, dass Autoren in verschiedenen Medien aktiv sein müssen - dies meint nicht nur social media. Die Nutzung von Internet, TV, Zeitschrift und Zeitung schafft die nötige Öffentlichkeit, auch Bücher absetzen zu können. Gleichzeitig müssen Bücher noch stärker haptische und optische Anreize bieten, da dies ein Alleinstellungsmerkmal des Mediums ist. Hierbei wird man nur eine kleine Zielgruppe erreichen, so dass diese Bücher entsprechend hochpreisig sein müssen - eine Situation ähnlich den frühen 60er Jahren. Das Internet wird hingegen nur schwer den Buchmarkt obsolet machen, da mittlerweile durch die unübersichtliche Fülle an Weinblogs und Weinportalen kaum mehr vernünftig nach Qualität der Inhalte selektiert werden kann. Neal Martin formuliert dies so: „Books are the new Blogs.“ Hier kann sich der Leser besser bezüglich der Qualität des Inhalts absichern. Mit den neuen Konsumentengruppen wird außerdem eine neue Klientel für Weinbücher heranwachsen. Da mittlerweile die meisten Bücher nur noch antiquarisch zu erwerben sind, schafft dies Anreize in Zukunft wieder neue zu produzieren. Da dies aber nicht zwangsläufig bedeutet, dass deutschsprachige Weinbücher rentabel vermarktet werden können, müssen Autoren stärker den englischsprachigen Markt im Blick haben. Dieser entwickelt sich momentan deutlich vitaler, als der doch eher stagnierende deutschsprachige Markt. Dies ist nur durch hohe Qualifikation zu erreichen, womit automatisch wieder hochwertige Bücher zum Thema Wein verfasst werden können.

Wie die 90er Jahre zeigten, stellt eine Veränderung der Marktstruktur neue Herausforderungen an die Literatur. Momentan gibt es einige Veränderungen, die in Zukunft relevant sein können. Neben stärkeren Regionalisierungen in den bisher wichtigen Ländern, kommen neue Länder hinzu. Es bleibt abzusehen, wie die neuen wachsenden Weinbaunationen wie besonders China, aber auch andere Länder Asiens oder Brasilien in Zukunft auf den internationalen Weinmärkten Fuß fassen können.