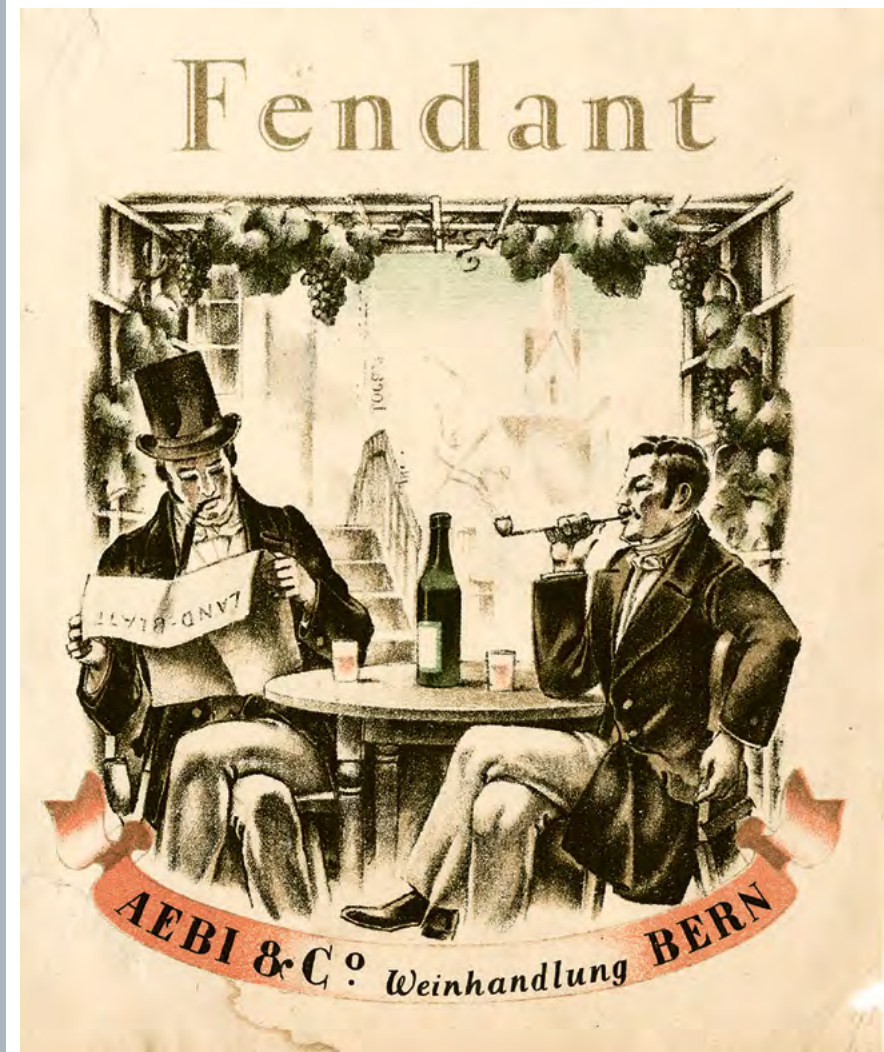


Weinetiketten sind ein Spiegel der Zeit. Sie erzählen von Traditionen und Gepflogenheiten ihrer Zeit.



DAS WALLIS UND SEINE WEINETIKETTEN

Welches Weinbuch gehört in die Weinbibliothek? «Möglichst viele», betone ich immer wieder, zumal sie dem Raum auch eine spezielle Aura und dem geschriebenen Wort seine würdige Plattform verleihen. Das Internet mag seine guten Seiten haben, aber es verschlingt all diese Arbeit in ein visuelles Niemandsland. «Das Wallis und seine Weinetiketten» ist eine ganz spezielle Publikation, die einerseits eine Sammlerpassion und andererseits die 150-jährige Evolutionsgeschichte der Walliser Weinetiketten vereint.

Text _____ Simon Roth
Wissenschaftlicher Bibliothekar Mediathek Wallis-Sitten
Fotos _____ ZVG

Nikolaus Bodenmüller stammt aus Visp und sammelt ein Leben lang Weinetiketten. Inzwischen sind es über 400 000. Ein Grossteil davon stammt von Walliser Weinen und reicht bis Mitte des 19. Jahrhunderts zurück.

Gespräche über Weinetiketten wecken Erinnerungen, ob sie nun mit Sammlern, Winzern, Grafikern oder Weinliebhabern geführt werden. Etiketten sind wie gedruckte Erinnerungstützen – sie lösen Assoziationen aus, auch wenn diese anders sein mögen als jene, die der japanische

Schriftsteller Tadeshi Kaikô bei einer ritualisierten Verkostung in Romanée-Conti (1935) beschreibt; oder als jene eines Walliser Vaters, der in «Notre ami le vin» (1943) von Pierre Courthion seine Lieblingsweine kommentiert. Aber stets ist die Etikette bei diesem Reminiszieren präsent, als Vermittlerin zwischen Inhalt und Genuss, die sich oft tief in unserem visuellen Gedächtnis festsetzt. In den letzten Jahrzehnten hat sich eine wachsende Anzahl von Fachleuten der Sprache und Gestaltung von Weinetiketten gewidmet, vereinen diese doch die handwerkliche Tradition des Weinbaus mit der Kunst des Drucks, der modernen Grafik und des Marketings. Denn

Le Valais et
ses étiquettes
de vin

Collection Nikolaus Bodenmüller –
Médiathèque Valais
Cent mille étiquettes pour un terroir

Das Wallis und
seine
Weinetiketten

Sammlung Nikolaus Bodenmüller –
Mediathek Wallis
Hunderttausend Etiketten für ein Terroir



Das Wallis und seine Weinetiketten

Sammlung Nikolaus Bodenmüller
Mediathek Wallis
Edition Monographic
Zweisprachige Ausgabe Französisch-
Deutsch
200 Seiten

MONOGRAPHIC.CH

jede Etikette hat eine Geschichte, die es sich zu erzählen lohnt. Doch entgegen unseren Erwartungen hat die Etikette in der Welt des Walliser Weins eine relativ junge Geschichte, gemessen an der rund 2000 Jahre alten Weinkultur des Kantons. Im Wallis sind gedruckte Etiketten noch im frühen 20. Jahrhundert selten, auch wenn die Einführung der Eisenbahn den dortigen Weinmarkt grundlegend veränderte und die ersten Exporte auf den nun erreichbaren Schweizer Markt begünstigte. Aber diese Transporte erfolgten zunächst überwiegend in Grossgebinden, also in Fässern und Kannen, ohne dass Etiketten eine wichtige Rolle gespielt



© Claude Dussez

Nikolaus Bodenmüller aus Visp ist ein leidenschaftlicher Weinetikettensammler. In seiner Sammlung finden sich um die 400 000 Etiketten, von denen 101 308 aus dem Wallis stammen und der Mediathek Wallis in Sitten übergeben wurden.

hätten. Der gegenüber dem Einzelhandel deutlich wichtigere Grosshandel bot zudem wenig Anreize für kunstvoll gestaltete Etiketten. Die ersten Walliser Etiketten waren im Vergleich zu den bereits etablierten Waadtländer Exemplaren bescheiden. Doch schon bald wurden Etiketten im Wallis immer beliebter, insbesondere dank des Aufkommens der Lithografie und der künstlerischen Gestaltungsmöglichkeiten, die diese Technik bot. Auch Plakate fanden im Zuge dieser Entwicklung zunehmende Verbreitung. Doch da diese deutlich teurer herzustellen waren, benutzten Weinkellereien sie meist als Vorlage für ihre Etiketten, um Kosten zu sparen. Druckereien wie Roth & Sauter in der Romandie prägten diese Entwicklung nachhaltig. Etiketten setzten sich zunächst bei den grossen Kellereien im Kanton durch, bevor auch die kleineren Produzenten nachzogen. Die steigende Zahl von Flaschenabfüllungen seit den 1930er-Jahren führte zu einer grösseren Verbreitung von Weinetiketten, gleichzeitig

wurden sie durch die Einführung des Offsetdrucks bei Walliser Druckereien billiger. Das Aufkommen digitaler Werkzeuge und neuer Drucktechniken in den letzten Jahrzehnten ermöglichte schliesslich eine grosse Gestaltungsfreiheit und Verfügbarkeit. Auch das Etikettenmaterial hat sich gewandelt: Die Auswahl des Papiers kann je nach Geschmack und Budget variieren, ebenso die Methode des Aufklebens (oder – für Sammler – des Ablösens). Auch die Form der Etiketten ist nicht zwingend vorgegeben, allerdings hat sich mit der Zeit ein spezifisches Vokabular für alle Etikettenarten durchgesetzt: Bauchetikett, Halsetikett (oft mit Jahrgang), Rückenetikett. Die Wirkung eines Etiketts hängt zudem von der Form und Farbe der Flasche sowie von deren Inhalt ab. Es müssen also alle Elemente zusammenspielen, um einen stimmigen Gesamteindruck zu entfalten.

Die lange Suche nach den Ephemera

Um die Entwicklung des Etiketts im Wallis, dem grössten Weinkanton der Schweiz, zu beurteilen, müssen wir uns auf Sammlungen stützen, die qualitative und quantitative Analysen ermöglichen. Der Nährboden für Sammler – denn Wein ist meist ein «Gesprächsthema unter Männern», wie es Flaubert in seinem «Wörterbuch der Gemeinplätze» formulierte – ist glücklicherweise fruchtbar. Die Mediathek Wallis-Sitten, die aus der 1853 gegründeten Kantonsbibliothek hervorgegangen ist, stellte Ende der 1960er-Jahre Sonder-sammlungen zusammen. Diese widmeten sich dem, was in der Fachsprache etwas antiquiert als Ephemera bezeichnet wird: lokale

Papierprodukte (Plakate, Tourismusbroschüren, Festhefte, Prospekte, Einladungen usw.) für den Alltagsgebrauch, die aber dennoch zur Kategorie der hochwertigen Druckerzeugnisse zählen. Weinetiketten gehören ebenfalls dazu, auch wenn sie für diese Kategorie die geringste Bedeutung haben. Dank regelmässiger Unterstützung durch die Druckereien des Kantons, Anfragen bei den wichtigsten Weingütern und laufender Schenkungen von Gelegenheits- oder ambitionierten Sammlern zählte die Kollektion zwischenzeitlich rund 50 000 Exemplare. Zu diesem ursprünglichen Bestand kam in der Mediathek Wallis-Sitten die thematische Sammlung über Malvoisie und Pinot Gris des Abtes der Abtei St-Maurice, Gabriel Stucky (1934–2005), hinzu. Besonders grossen Zuwachs erhielt die Kollektion 2018 durch Übergabe von mehr als 100 000 Walliser Weinetiketten durch den Visper Nikolaus Bodenmüller. Der ehemalige Kieferorthopäde und begeisterte Sammler von Weinetiketten hat im Rahmen seines Hobbys 400 000 bis 500 000 Exemplare aus dem Wallis und der ganzen Welt zusammengetragen. Die grosse Mehrheit der Etiketten in diesem Buch hat er aus seiner beeindruckenden Kollektion ausgewählt. Damit bietet der Band dem Liebhaber oder Kenner einen facettenreichen, beinahe lückenlosen Überblick über die Welt der Walliser Weinetiketten, auch wenn Vollständigkeit in diesem Bereich ein stets unerreichbares Ziel bleibt. Die kleine Szene der Weinetikettensammler hat ihre eigenen Regeln, Netzwerke und Gepflogenheiten. Trends kommen und gehen und lassen die Nachfrage nach bestimmten Sujets bei Anfängern und erfahrenen Sammlern ansteigen

oder abklingen. Balzac, selbst ein Sammler, schuf mit dem Vetter Pons in seiner Comédie humaine einen grossartigen Archetyp für einen modebewussten Sammler des 19. Jahrhunderts. Mehr als die Objekte seiner Sammlung selbst beeindruckt seine Sammelleidenschaft: «Keine Langeweile und keine Schwermut kann dem heilenden Balsam widerstehen, den man sich auf die Seele legt, wenn man sich eine Leidenschaft aneignet. Ihr alle, die ihr nicht mehr aus dem Kelch des Vergnügens trinkt, nehmt euch vor, irgendetwas zu sammeln (auch wenn es nur Plakate sind!), und ihr werdet das Gold des Glücks in kleiner Münze zurückerhalten. Eine Leidenschaft ist das Vergnügen, zur Idee erhoben!» Plakate, die in der Mitte des 19. Jahrhunderts als Sammelobjekte noch verspottet waren, wurden in den folgenden Jahrzehnten immer begehrter. Dank der Lithografie und einer zunehmend künstlerischen Gestaltung für die aufkommende Konsumgesellschaft waren sie nicht länger nur von typographischem Interesse. Sie wurden schnell zu begehrten Objekten für Ästheten und kulturellerhaltende Institutionen. In bescheidenerem Rahmen wirkte sich dieser Trend auch auf Weinetiketten aus, nicht zuletzt, da sie weniger Kosten und Platz erforderten. Bei den befragten Sammlern, die diesen kleinen Druckerzeugnissen mit grossem Enthusiasmus nachjagen, stehen jedoch nicht nur das Sammeln an sich, sondern auch kulturelle Aspekte, Ästhetik und Geselligkeit im Vordergrund. Die Präsenz von Weinetiketten in Museen, Bibliotheken oder Publikationen ist ein schöner Beweis für ihre Anstrengungen. Und dieses Buch ist eine kleine Würdigung auf Walliser Ebene. Das Weinetikett erfüllt mehrere Funktionen, darunter natürlich

die, den Kunden über den Flascheninhalt zu informieren. Dies erforderte schon bald eine Regulierung, die im 20. Jahrhundert von Branchenverbänden sowie von Gesundheits- und Rechtsdiensten entwickelt wurde. Denn nicht alles war und ist erlaubt – es gibt freiwillige und vorgeschriebene Angaben, und die Grenze zwischen beiden verschwimmt mitunter. So kam es auch bei Weinetiketten zu Spannungen und Verunsicherungen, die in einer freien Marktwirtschaft entstehen können und innerhalb oder ausserhalb von Gerichten geregelt werden müssen. In der Folge hat die Regulierung den



kreativen Spielraum limitiert. Die grafischen Möglichkeiten bei Bild und Text sind daher begrenzt. Für Weingüter, die als Privatunternehmen nicht immer Buch über ihre Geschichte führen, können Etiketten willkommene Zeitzeugen sein: Sie erinnern durch visuelle Elemente und damit verbundene Daten an die Phasen in der Entwicklung eines Weinguts, etwa die Zeit unter der Leitung des Weingutsgründers, den Generationenwechsel innerhalb der Familie oder an neue Eigentümer und deren Willen zu Veränderung oder Kontinuität in der Bildsprache. Das Etikett kann mehr aussagen oder andere Dinge vermitteln, als es auf den ersten Blick scheint. Junge Weingüter reflektieren beispielsweise die Professionalisierung und Entwicklung der Branche. Dies äussert sich auch grafisch, etwa im Bestreben, sich mit dem Etikett abzugrenzen und die als schwerfällig oder veraltet empfundenen traditionellen Darstellungsweisen und Codes zu durchbrechen. In den letzten zwei Jahrzehnten liess sich ferner eine zunehmende Personalisierung der Etiketten beobachten, etwa durch die Abbildung von Gründerfiguren, Önologen und anderen.

Die breite Palette der einheimischen Ikonographie

Im Laufe des 20. Jahrhunderts haben die Auftraggeber und Gestalter von Etiketten für Walliser Weine schnell identitätsstiftende Bildelemente entwickelt, die mit dem Wallis und dem Wein verbunden sind: kraftvolle und einprägsame visuelle Elemente, die Traditionen vermittelten und – je nach Vertriebsnetz – eine schnelle Identifikation und Wiedererkennung zum Ziel hatten (die Entstehung der Supermärkte



Alte Weinetiketten haben ihren Charme – auch das damals verwendete Papier ist sehr speziell.

hat die Gestaltungsvorgaben noch verschärft). Durch ihre identitätsstiftende Dimension haben Weinetiketten wesentlich zum visuellen Universum des Wallis beigetragen: Sie haben durch Text und Bild Codes geschaffen und verbreitet, die zu Stereotypen des traditionellen Wallis wurden. In einem wissenschaftlichen Artikel über die zeitgenössischen Trends der Walliser Weinetiketten stellte die Ethnologin Isabelle Raboud-Schüle 1993 das Ende dieser Bildsprache fest. Es ist ohne Bedauern zu sehen, wie eine veraltete Bildsprache verschwindet: die Weinleserinnen in Sonntagskleidung, die die Trauben in Holzeimern präsentieren, die beladenen Maultiere, die Wappen, die von üppigen Weinranken umschlungen sind. Doch dieser willkommene Besenstrich über eine verstaubte Ästhetik hat das Prestige der Illustration nicht geschmälert. Es ist bekannt, wie wichtig Geschichte, Tradition und Beständigkeit für die Weinkultur und die Weinbaugenden sind. Der eingangs erwähnte japanische Schriftsteller lässt einen grossen Verkoster aus Tokio das Folgende sagen, als er einem befreundeten Wein-Novizen einen Romanée-Conti präsentiert: «Das bedeutet, wenn man nachrechnet, dass dort seit ungefähr dem Beginn der christlichen Zeitrechnung Wein hergestellt wird. Und es wird dort ausschliesslich Weinbau betrieben. Es wird weder Gemüse noch Getreide angebaut. Seit jeher. Nur Weinreben. Fast zweitausend Jahre lang hat man Reben nachgepflanzt, Stecklinge gezogen und veredelt. Indem man sich nur dem Weinbau gewidmet hat, hat sich offenbar sogar die Zusammensetzung des Bodens verändert. Stell dir vor, da stünde eine Flasche von 1945. Da wir uns im Jahr 1972 befinden, wäre sie siebenundzwanzig Jahre alt. Nun



überleg mal. Es ist ein Wein von einem Boden, der seit 1962 für den Weinbau genutzt wird. Anstatt von einem siebenundzwanzig Jahre alten Wein zu sprechen, wäre es nicht richtiger, von einem Wein von eintausendneuhundert-fünfundvierzig Jahren zu sprechen, der dann siebenundzwanzig Jahre geschlafen hat? (...). Aber dieses Alter, das macht sprachlos, findest du nicht? Wenn ich dir das sage, übertreibe ich nicht, ich lüge nicht. Der Wein ist der Gesang der Erde.» Ist es nicht das gleiche Bewusstsein, das viele Walliser Weinkeller dazu angeregt hat, durch ihre Etiketten die jahrhundertealte Tradition des Weinbaus im Wallis zu betonen? Bis zu den jüngsten archäologischen Entdeckungen, die den Zeitstrahl verschoben haben, war es auch durchaus üblich, sich auf die Römer zu berufen oder sogar Anspielungen auf die griechisch-römische Antike (oder das Alte Testament) abzubilden. Die mittelalterliche Welt ist ebenfalls eine wiederkehrende Inspirationsquelle, mit Mönchen und deren Elixieren, Burgen,

Rittern und Banketten – und der nach wie vor lebendigen Rabelais'schen Vorstellung ausgelassener Gelage. Pergament ist als Stilmittel bis in die 80er-Jahre beliebt und dient dazu, Weinen einen Anschein von Authentizität und Tradition zu verleihen. Echte oder romantisiertere Walliser Geschichte zeigt sich auch an Abbildungen von emblematischen Figuren (Amtsträger, Bannerträger, Soldat usw.), Heiligen, die mit unserem Kanton und dem Weinbau verbunden sind (der heilige Theodul würde ein eigenes Kapitel verdienen), sowie lokalen Persönlichkeiten wie Schiner, Rilke oder Farinet. Die Weinkultur ist zudem eng mit dem Christentum verbunden, insbesondere in seiner walliserisch-katholischen Ausprägung; auch dies zeigt sich deutlich auf zahlreichen Etiketten (nicht nur von Messweinen), die religiöse Bauten (Kirchen, Kapellen, Andachtsorte), (Schutz-)Heilige sowie rituelle Handlungen und Gegenstände von Mönchen, Kanonikern, Priestern und Nonnen aller Art darstellen. Und manchmal spielt sogar der Teufel eine Rolle. Die visuelle Hervorhebung von Elementen, die mit den Weingütern, den Weinbergen, den alten Burgen und Schlössern der Umgebung, den Kellereigebäuden und den markanten Gebäuden eines Ortes verbunden sind, ermöglicht die Einbindung in eine oft jahrhundertealte Geschichte – Landschaft, Architektur und Figuren wechseln sich auf solchen Etiketten ab. Während Geschichte und Tradition lange Zeit eine zentrale Rolle bei der Gestaltung von Etiketten gespielt haben, gibt es darauf auch andere, immer wiederkehrende Elemente zu sehen – oder solche, die nur langsam und je nach Geschmack und Vorlieben ihren Weg auf die Etiketten gefunden haben. Ein

wahrhaftes Bestiarium existiert schon lange und entwickelt sich stetig weiter. Aber es war ein weiter Weg von den traditionellen Hirschen oder Gämsen der Jägeretiketten bis zu den Smaragdeidechsen, Schmetterlingen und anderen Insekten oder Pflanzen, die in den Weinbergen zu finden sind, ganz zu schweigen von der Vielfalt der Vögel, die durch das Aufkommen eines neuen Umweltbewusstseins an Bedeutung gewinnt, da Vögel inzwischen als Indikator für den Zustand der Natur gelten.

Der Beitrag von Künstlern und Grafikern

Es gibt die schöne Tradition, dass Weinkellereien für die Gestaltung ihrer Etiketten Künstler beauftragen. Ein häufig zitiertes Beispiel ist die Serie von Château Mouton Rothschild, für die seit 1945 bedeutende Künstler des 20. Jahrhunderts gewonnen werden konnten (Miró, Chagall, Braque, Picasso, Dalí, Balthus usw.). Diese Tradition hat sich international verbreitet und zu zahlreichen Ausstellungen geführt. Im Wallis arbeiten Kellereien und Künstler seit etwa 30 Jahren zusammen. Bekannte Namen wie L. Werlen, E. Bille, A. Chavaz, F. de Ribaupierre, A. Cini, C.C. Olsommer, R. Héritier, G. de Palézieux, C. Menge, M. Putallaz, F. Carruzo, oder auch jüngere Vertreter der Kunstszene wie G. Tritten, I. Tabin-Darbellay, D. Bollin, P. Zufferey, A. Blanchet, M. Ceppi und V. Fournier haben

bereits an Etiketten mitgearbeitet. Neben diesen namhaften Exponenten, die mit der Geschichte der Walliser Kunst verbunden sind, haben auch zahlreiche weniger bekannte Maler für Etiketten zu Pinsel, Kreide oder Kohle gegriffen – so etwa für die Künstlerserie Vitis Antiqua 1798 oder für die Serie La Mémoire du Temps von Provins. Neben vielen anderen haben zwei Arbeiten besonderen Eindruck hinterlassen: die Etikettenserie von Robert Héritier (1926–1971) für die Kellerei Fils Maye in Riddes und die Arbeit von Albert Chavaz (1907–1990) für die Marke Fin Bec von Michel Clavier. Robert Héritier, ein aus Savièse stammender, aber in Lausanne lebender Künstler, entwarf eine Reihe von Etiketten, die sich von der vorherrschenden Walliser Tradition abgrenzten und eine visuelle Signatur etablierten, die ikonisch geworden ist und im Laufe der Jahrzehnte immer neu aufgenommen wurde. Seine Werke, die aus Holzschnitten entstehen und an den gestalterischen Ausdruck der Glasmalerei erinnern, besitzen eine grosse Kraft der Evokation und Identifikation. Für die Modernisierung des visuellen Erscheinungsbildes von Weinetiketten werden seit einiger Zeit sogar Designwettbewerbe ins Leben gerufen. Grössere Kellereien begleiten solche Änderungen ihrer visuellen Identität (und das Etikett ist als Verpackungselement ein Teil davon) zudem durch

Kommunikation oder regelrechte Launch-Events. Wein ist oft mit einem sozialen Ritus, einer Kultur verbunden. Seit den 1960er-Jahren tauchen Weine auf, die für besondere Gelegenheiten etikettiert wurden, etwa für Geburten, Hochzeiten, Geburtstage, sportliche, kulturelle oder politische Anlässe, wohltätige Veranstaltungen, Schulreisen usw. Auch Unternehmen lassen zu bestimmten Feierlichkeiten oder Ereignissen spezielle Weine abfüllen. Jede Generation hat ihre eigenen Bräuche. In seiner monumentalen Enzyklopädie der Küche, die Ende des 19. Jahrhunderts in Paris erschien, beklagte der aus dem Wallis stammende Gelehrte Joseph Favre (1844–1903) die Täuschung durch Weinetiketten, die «mit dem Inhalt kaum etwas zu tun hätten». Dies war die Sorge eines Mannes, der Hygiene und Bekömmlichkeit forderte, als dies beim Wein noch nicht selbstverständlich war.

Manchmal kommt es sogar vor, dass historische Weinetiketten wieder verwendet werden.

