

Rote Perlen, rote Erde

Verankert in der Genossenschaftsbewegung: Der Lambrusco galt lange Zeit als billiger, süßer Massenwein. Aber er hat sich gewandelt

Von Fabio Nacci

Es gibt einen Wein, den viele in Deutschland schon zu kennen glauben. Perlend, rot, süß und eisgekühlt serviert: der Wein der 1980er Jahre, jener aus den amerikanischen Werbespots, in denen man ihn »on the rocks« ins Glas goss. Für eine ganze Generation von Verbrauchern war der Lambrusco außerhalb der Emilia lange ein Synonym für einfachen, industriellen Billigwein. Und doch ist er bis heute einer der meistgetrunkenen italienischen Rotweine jenseits der Alpen: 2022 gaben 38 Prozent der Deutschen an, ihn schon getrunken zu haben, nur der Prosecco lag noch davor. Das Kuriose ist, dass dieses Vorurteil bloß die halbe Geschichte erzählt – und die weniger interessante.

Für die andere Hälfte muss man hinab in die Poebene, zwischen die Flüsse Secchia und Panaro rund um Modena. Hier wächst seit ewigen Zeiten, noch vor der Gründung Roms, die berühmte Rebe: Der Name Lambrusco selbst geht auf das lateinische labrusca zurück, die wilde Rebe, die einst an den Rändern der Felder wucherte. Schon das Einschenken des fertigen Weins ist ein kleines Schauspiel: ein lebhafter Schaum, rosé oder von dunklem Rubin, der sich am Glasrand sammelt. In der Nase Veilchen und rote Beeren – der zarte Sorbara, blass und duftig; der Grasparossa, dunkel und kernig; der Salamino, saftig und fruchtig. Im Mund ist der Lambrusco das Gegenteil eines feierlichen Weins: trocken, frisch, spritzig, mit einer nervösen Perlage, wie geschaffen, um den Gaumen zu entfetten. Denn der Lambrusco ist für den Tisch gemacht, an der Seite einer der üppigsten Küchen Europas: zum Gnocco fritto – luftigen, frittierten Teigkissen, die warm zu Schinken und Salami gereicht werden, zu Tortellini in Brodo, zu einem Splitter Parmigiano, zum Zampone, dem mit würzigem Schweinefleisch gefüllten Schweinsfuß, der an den Festtagen auf den Tisch kommt. Kein Luxus, sondern der Alltagswein eines Landstrichs – und der gehört leicht gekühlt ins Glas.

Dieser Landstrich hat heute klare Grenzen. Die acht Herkunftsbezeichnungen des Lambrusco erstrecken sich zwischen den Provinzen Modena und Reggio Emilia, mit einem Ausläufer ins Bologneser Land, über rund 16.600 Hektar Rebfläche. Seit 2021 koordiniert ein einziges Schutzkonsortium, das Consorzio Tutela Lambrusco, aus drei älteren Verbänden hervorgegangen, ihre weltweite Vermarktung. Die Namen erzählen von den Dörfern und Hügeln, die sie hervorbrachten: Lambrusco di Sorbara, Grasparossa di Castelvetro, Salamino di Santa Croce. Es sind gewaltige Zahlen – über 42 Millionen DOC-Flaschen im Jahr, fast 170 Millionen, zählt man die IGT-Weine hinzu. Nur wenige Anbauggebiete der Welt bringen so viel Wein hervor.

Gemeinsam produzieren

Was den Lambrusco von fast jedem anderen europäischen Wein unterscheidet, sind aber vor allem die Besitzverhältnisse. Denn hinter den Millionen Flaschen stehen zum allergrößten Teil keine großen Gutsbesitzer oder privaten Châteaux. In den Ländereien zwischen Modena und Reggio Emilia werden 95 Prozent der Trauben an Genossenschaftskellereien abgeliefert: Tausende kleiner Winzer, die ihre Ernte zusammenlegen und gemeinsam keltern. Die größte dieser Strukturen, die Cantine Riunite, entstand 1950 als Zusammenschluss kleiner Betriebe im Reggianischen und wuchs zu einem der größten Weinkonzerne der Welt – getragen in den 1960er und 1970er Jahren vom Verkaufsboom in den USA.

Die weinproduzierenden Genossenschaften sind das soziale Herz des Lambrusco, die Emilia ist die Wiege des italienischen Genossenschaftswesens, einer Tradition mit Wurzeln im 19. Jahrhundert. Die emilianische Genossenschaftsbewegung entstand aus den Kämpfen der Landarbeiter und Arbeiter, als Bollwerk einer auf Gegenseitigkeit und Solidarität gegründeten Wirtschaft gegen einen Kapitalismus, der Arbeitslosigkeit und Armut hervorbrachte. In der Nachkriegszeit waren es diese »roten Betriebe«, die die vom Krieg verwüsteten Landstriche Stein für Stein wieder aufbauten. In der Emilia-Romagna übernahm die Kommunistische Partei lange die Rolle eines Regulators, der in der Genossenschaftsbewegung einen zentralen Akteur der regionalen Entwicklung sah. Sie war, im Kern, eine Form der Selbstermächtigung der einfachen Leute – so tief verwurzelt, dass die italienische Verfassung in Artikel 45 die soziale Funktion der Genossenschaft ausdrücklich anerkennt. Bis heute hat die Emilia-Romagna die höchste genossenschaftliche Beteiligung Italiens: Schätzungen zufolge sind 60 Prozent der Einwohner Mitglied einer Genossenschaft.

Qualitätssprung

Jahrzehntelang haftete diesem kollektiven Modell zugleich ein schlechtes Image an: riesige Mengen, niedrige Preise, süße Versionen für den Export: Der Lambrusco eroberte als Massenprodukt die Welt und bezahlte dafür mit einem schlechten Ruf. Außerhalb Italiens wurde er zur Karikatur seiner selbst.

Die Wende kam in den letzten beiden Jahrzehnten. Ein Fall erzählt sie besser als tausend Statistiken. 2010 gründete der Önologe Christian Bellei in Bomporto mit einer Gruppe von Freunden die Cantina della Volta – mit dem erklärten Ziel, einen »armen und geschmähten Wein« wie den Lambrusco di Sorbara aufzuwerten. Bellei, vierte Generation einer Schaumweinfamilie, hatte in Épernay, im Herzen der Champagne, die Technik der Flaschengärung studiert und wandte sie auf die heimische Rebe an – mit langlebigen Schaumweinen, die mit dem süßen Rot auf Eis nichts mehr gemein haben. Doch Bellei ist nur das sichtbarste Beispiel einer breiteren Bewegung. In den letzten Jahren ist eine Generation junger Winzer herangewachsen, die aus den Lambrusco-Trauben hochwertige Weine keltert. Eine echte qualitative Wiedergeburt hat sich durchgesetzt: geringere Erträge, Rückkehr zu trockenen Stilen, Flaschengärung für die handwerklichen Etiketten, Aufwertung der historischen Lagen und eine wachsende Aufmerksamkeit für biologischen Weinbau und Nachhaltigkeit.

Auch die großen Genossenschaften haben sich gewandelt und stellen neben den volkstümlichen Linien ehrgeizigere Weine her. So zeigt der Lambrusco heute ein doppeltes Gesicht, das zugleich seine Stärke ist: auf der einen Seite der kleine, feine Flaschengärungsschaumwein für die Weinkarte; auf der anderen Seite die Flasche aus der Sozialkellerei, Frucht der Arbeit einer ganzen Gemeinschaft. Rund 60 Prozent der Produktion gehen noch immer ins Ausland – in die USA, nach Mexiko, Deutschland, Frankreich –, doch mit einem neuen Bewusstsein des eigenen Werts.

Wem also das nächste Mal im Regal eines deutschen Supermarkts ein - Lambrusco begegnet, der möge daran denken: In dieser Flasche perlenden Rots steckt nicht nur ein Wein. Da ist die Poebene, da sind anderthalb Jahrhunderte bäuerliche Solidarität, und die späte Genugtuung, dass man sich dieses Weins nicht mehr schämen muss.

Fabio Nacci ist freier Journalist aus Modena, Italien.

<https://www.jungewelt.de/beilage/art/524308>