

# Spieltrieb wecken



Seit September 2017 ist die Rüdeshheimer Weinszene um eine Attraktion reicher. Annette Perabo, vormals im Vertrieb des Wein- und Sektguts Barth tätig, hat dort unter der für Weinkenner wohlklingenden Adresse Am Rottland 6 die Chance genutzt, in einer wirklich außergewöhnlichen Location ein nicht alltägliches Konzept auf die Beine zu stellen.

**D**raußen, direkt gegenüber dem Rüdeshheimer Bahnhof, verströmt eine uralte Werbebotschaft den Geist des Weines. Drinnen, mitten in den renovierungsbedürftigen Mauern des ehemaligen Produktionsgebäudes der Weinbrand-Ikone Asbach, spenden in einem etwas versteckt liegenden Geschäft blitzblanke Dosierautomaten optimal gekühlte und unter Stickstoff liegende Weine. Das Produktionsgebäude wurde bis Ende der 1990er genutzt, bot einmal rund 1.500 Mitarbeitern Lohn und Brot. Danach verrottete es nach mehreren Besitzerwechseln, bis es 2014 schließlich von der Familie Wendel übernommen wurde, die in Rüdeshheim auch ein Museum für mechanische Musikinstrumente betreibt. Die neuen Eigner wiederum suchten passende Partner, um das Areal wiederzubeleben.

Die Rüdeshheimerin Annette Perabo hat sich für diese Aufgabe begeistern lassen und für die spannende Einrichtung der gepachteten Räume einen sechsstelligen Betrag in die Hand genommen. Sie hat sich intensiv mit Banken und Fördermittelanträgen auseinandergesetzt und schließlich ihre „RheinWeinWelt“ mit Eingang im ersten Hinterhof des Gebäudes mit viel Eigenleistung aufgezogen. Der nach Jahren der Verwahrlosung nur noch ansatzweise vorhandene frühere industrielle Charme der Immobilie wurde sorgsam herausgearbeitet, die ursprünglichen Funktionen wurden im neuen Ambiente durch die Integration alter Schaltkästen, Füllstandsanzeiger und Leitungsrohre angedeutet. Aufgrund der Dicke und Massivität der Original-Mauern ließen sich allerdings nur kleinere Änderungen in der Raumplanung umsetzen.

Wer wie Annette Perabo 28 Mal im Leben umgezogen ist, vier Sprachen spricht und mehr als 20 Jahre im Ausland gelebt hat (u. a. längere Zeit in Südafrika), der kann mit dem Begriff einer lupenreinen Ortswein-Vinothek für exakt einen Weinort oder ein Weinbaugbiet vielleicht nur wenig anfangen. Das von Perabo bespielte Fachhandelskonzept setzt jedenfalls auf 1.200 qm begehbare Räume, in denen der Spaß am Weinverkosten und -trin-

ken nie abreißen und auch nicht an Grenzen von Weinbauregionen Halt machen soll. Über 165 Stromkilometer von Nierstein bis Königswinter verteilt liegen die 77 Weingüter der von ihr ausgesuchten Winzer, deren Weine die Besucher spielerisch verkosten können. „Daher der Name RheinWeinWelt. Wer von weit her, eventuell gar aus dem Ausland hierherkommt, interessiert sich doch nicht wirk-

**„Die Leute haben uns sehr rasch die Bude eingerannt.“**

lich für Feinheiten wie die Unterschiede zwischen Bundesländern wie Rheinland-Pfalz und Hessen oder zwischen Weinbauregionen wie Rheinhessen, Rheingau, Nahe und Mittelrhein“, erklärt Perabo.

Zu den Weinen serviert sie vor den Augen der Kunden gekochte oder gebackene kleine Gerichte, die die Lust am Probieren beflügeln sollen. Darüber hinaus möchte sie den bekannten, aber auch als etwas altbacken berüchtigten Weinort Rüdeshheim mit pffiffigen Feinkostartikeln und ideenreich in Szene gesetzten Zusatzsortimenten neu auf die Landkarte setzen. Schmecken soll es: In ihrem früheren Leben, im fernen Südafrika, hat Perabo einmal davon gelebt, „im größeren Stil“ (O-Ton) Feinkost zu produzieren. Käse vom Rheingau Affineur oder Produkte der Metzgerei Bach ergänzen deshalb jetzt in ihrem Laden die Angebotspalette.

In der RheinWeinWelt schenken aber weder die Winzer noch die Gastgeber Wein aus, das erledigen die Gäste selbst. Besucher bekommen gegen ein Entgelt ein Klemmbrett für Weinnotizen, ein Säckchen mit Jetons und ein Glas in die Hand gedrückt. Wer will, kann auch erst einmal im Bistro Platz nehmen und sich inspirieren lassen. Die Weine und die auf Plakaten gedruckten Kurzpräsentationen der Winzer sind in den ehemaligen Rohbrand-Tanks untergebracht – das sind komplett bis zur Dachkante verkachelte und mit einem Spundloch versehene Räume. Die in jedem Raum vorhandenen, individuell bestückten Weinspender-Automa-

ten werden mit einer Art Jeton gefüttert. Die RheinWeinWelt kann dann quasi als eine Art Las Vegas für Weinfreunde spielerisch genutzt werden, die Freude am Entdecken und am Schlendern von Winzer zu Winzer ausgelebt werden. „Ich verstehe mich eher als eine Art verlängerter Verkaufstresen meiner Winzer, schicke einige interessierte Gruppen auch zu ortsansässigen Winzerinnen wie Teresa Breuer ins Weingut oder auch zu Eva Vollmer nach Mainz-Ebersheim zum monatlichen Picknick-Event.“ Viele der von ihr ausgesuchten Winzer erwidern diese Offenheit und empfehlen oft ihrerseits den Besuch in Rüdeshheim.

Die Attraktivität der Location hat sich herumgesprochen, inzwischen kommen auch Schiffsgäste nach einer Rheintour bei Per-



**Das Mutter-Tochter-Gespann Iljana Burgardt und Annette Perabo als Gastgeberinnen in der RheinWeinWelt-Vinothek.**

# VINOTHEK RHEINWEINWELT RÜDESHEIM

## RheinWeinWelt

Am Rottland 6  
65385 Rüdesheim am Rhein  
info@rheinweinwelt.de  
www.rheinweinwelt.de

## Geschäftsführerin und Gründerin

Annette Perabo

## Mitarbeiter

8

## Öffnungszeiten

So-Do: 11-20 Uhr

Fr-Sa: 11-22 Uhr

## Ladenfläche

ca. 1.200 qm

## Portfolio

160 Weine von 77 Winzern, dazu  
ausgewählte Winzersekte, Gebäck, Feinkost,  
Merchandising-Artikel

## Gastronomie

kleine Auswahl an Speisen, frisch  
gebackene Kuchen, Kekse, Tapas;  
dazu zahlreiche Veranstaltungen,  
Weinseminare, Kunstausstellungen

abo vorbei. Nach ihrer Beobachtung macht sich mittlerweile vermehrt einer neuer Typ Touristen mit Entdeckergeist und anderen Bedürfnissen auf den Weg nach Rüdesheim. Wein und Genuss spielt in deren Leben eine wichtige Rolle, gipfelt aber selten im Besuch von lärmenden Weinstuben traditioneller Art. Dazu kommen viele Kontakte über die in den Räumen stattfindenden Kunst-Ausstellungen und Veranstaltungen zustande.

„Ich bin väterlicher- wie mütterlicherseits vom Weinbau geprägt, bin mit einigen der heute von mir vertretenen Winzer als Nachbar oder Schulkamerad aufgewachsen und kenne einige Betriebe, in denen mein Vater als Betriebsleiter gearbeitet hat, schon sehr lange“, erläutert Perabo. Auch ihre angestellten Mitarbeiterinnen sind allesamt weingeschult und können in mehreren Sprachen kommunizieren und beraten. Perabo unterstreicht, sie kenne wirklich jeden einzelnen von ihr angesprochenen Winzer. Bis auf einen, der als Anthroposoph seinen Wein nicht unter einem Schutzgassystem präsentiert sehen wollte, haben alle nach der persönlichen Vorstellung des Konzepts sofort mitgemacht. Die Winzer zahlen keine Regalmiete oder ähnliches. Sie haben sich lediglich mit einer finanziellen und inhaltlichen Beteili-

gung an den Infotafeln und der Bereitschaft, die erste Ausstattung (48 Flaschen) auf Kommission zu liefern, an den Kosten beteiligt.

Das kitschigste Problem waren Reihenfolge und Positionierung der Winzerpräsentationen in den einzelnen Räumen. Die wurden aber bei einer Party geklärt. Jedes der teilnehmenden Weingüter durfte sich selbst seinen Platz vor Ort aussuchen. Folglich stehen die Weine in keiner weinphilosophischen, alphabetischen oder regionalen Ordnung, sondern können in der auf besagter Party festgezurrten Ordnung entdeckt werden.

Die Preise pro Flasche oder Karton orientieren sich meist stark an den Ab-Hof-Preisen der Winzer, gelegentlich ist Perabo aber auch ein paar Cent teurer. „Da ich nicht im Internet verkaufe und wir sieben Tage in der Woche jeweils bis abends geöffnet haben, akzeptieren die Kunden, dass mit diesem Service mitunter höhere Preise verbunden sind. Wer hier etwas entdeckt und die Weine dann später karton- oder gar palettenweise beziehen möchte, wendet sich ohnehin direkt an das jeweilige Weingut“, meint Perabo achselzuckend.

Mit dem Feedback auf ihr Projekt ist sie bislang mehr als zufrieden: „Wir haben noch nicht lange geöffnet, manches spricht sich erst herum, aber die Leute haben uns sehr rasch die Bude eingerannt.“ Im Januar und Februar machte sie den Laden plangemäß für acht Wochen zu. Die Weine halten theoretisch auch zehn Wochen unter Schutzgas. Aber um ihren Kunden ein optimales Trinkerlebnis garantieren zu können, entschied sie sich, die Weine mit Aktionen verstärkt anzubieten. Das Startsignal fürs Leeren der Automaten kam jedoch zu früh. In wenigen Tagen waren viele Automaten leer.

Seit März fängt das Geschäft wieder an, der Terminkalender der quirligen Endvierzigerin füllt sich rasch. Gestartet mit zwei Aushilfen, musste sie rasch auf bis zu acht Mitarbeiter aufstocken. „Wenn man mit Touristen aus dem Ausland spricht, dann erkennt man schnell: Deutschland wird immer noch mit Neuschwanstein und dem Hofbräuhaus assoziiert, dann vielleicht noch mit dem Rhein und Rüdesheim.“ Perabo, die sich selbst zur Bikerszene im Rheingau zählt, gehört jetzt zur Schar derer, die das von Weinstuben-Tourismus und Drosselgassen-Schunkelei heimgesuchte Rüdesheim für einen Rohdiamanten halten – einen Rohdiamanten, der ihrer Meinung nach neu geschliffen werden und derzeit einen kräftigen Imagewechsel durchlaufen müsste.

JAN BERTRAM



Der Clou des Konzepts steckt in den alten Asbach-Tanks – hier präsentieren sich die Winzer mit ihren Weinen.

Die frühere Asbach-Produktionsstätte bekommt neues Innenleben.