

GenussMAGAZIN

FRANKFURT UND RHEIN-MAIN

journal
FRANKFURT



FRANZ KELLER

Buchvorstellung und
Show Cooking in
der **Genussakademie**

SCHÖNER ESSEN UND TRINKEN IM SOMMER:

TREND & SAISON

**Endlich – die
Grillsaison kommt!**

Seite 24

WINZERPORTRÄT

**Skylinewines –
lovely Rheinhessen**

Seite 46

GENUSS-WEEKEND

**Kempinski – vor den
Toren Frankfurts**

Seite 60



Hoch hinaus!

Der Name ist Programm: Julie Götze veröffentlicht unter ihrem Weinlabel **SKYLINEWINES** ein bemerkenswertes Sortiment als Hommage an die Mainmetropole Frankfurt.

TEXT: BASTIAN FIEBIG



SKYLINEWINES

Am Lichtetal 1
61462 Königstein im Taunus
Telefon: 06174 9988851
www.skylinewines.de

Eine Geschichte, die typisch für den Umbruch im innovativsten deutschen Weinbaugebiet ist: Eine rheinhessische Familie steht kurz davor, den Betrieb aufzugeben, doch die Tochter will sich nicht von ihrer Tradition trennen, bleibt hartnäckig und gründet schließlich ihr eigenes Label – allerdings ohne das Weingut. Die Tochter heißt Julie Götze und arbeitete zuvor als freiberufliche Projektmanagerin und bei Eckes-Granini, bevor sie den großen Schritt in die Selbständigkeit als Weinmacherin wagte. „Es war nicht leicht, meinen Eltern zu erklären, dass ich nicht zurück in unser Dorf kommen würde. Ich liebe Rheinhessen und die ländliche Idylle, aber richtig glücklich bin ich in Frankfurt, ganz nah am Stadtleben, mitten im urbanen Trubel. Die Weinberge sind dabei alles, was ich für meine Weine brauche – und natürlich einen Keller mit jemandem, auf den ich mich in Sachen Weinan- und -ausbau verlassen kann“, erläutert Julie im Rahmen eines Gesprächs. Den hat sie in ihrem Cousin David Spies gefunden, der als engagierter Jungwinzer und ausgebildeter Önologe eng mit ihr zusammenarbeitet.

Ihre Vorstellung von Wein ist dabei vollkommen klar: Authentisch, blitzsauber, unkompliziert und bekömmlich sind die zentralen Attribute, und Trinkfreude soll jeder einzelne Wein auf jeden Fall beim Genießer auslösen. Die Etiketten von SKYLINEWINES sind sowohl expressiv als auch schlicht: ausdrucksstark in der grafischen Gestaltung und schlicht bei der Vermittlung von Informationen, die ausführlicher auf der Rückseite zu finden sind. Dort beschreibt die Winzerin ihre Weine so, wie sie diese selbst wahrnimmt und betont, dass sich die Kunden von ihrer Neugier leiten lassen sollen. Was angesichts der – insbesondere mit Blick auf den diesbezüglich sonst eher bescheidenen deutschen Weinmarkt – bemerkenswerten Etiketten leichtfällt, die übrigens ebenfalls von Julie gestaltet werden. Vorn steht dann nur **grey** oder **white**, wenn es sich um Grauburgunder oder Riesling handelt. Und woher stammt der Name für das Weinlabel? „Der Name SKYLINEWINES spielt natürlich mit dem Thema Frankfurt – das Wort symbolisiert meine Leidenschaft für die Stadt und meine Liebe zum Wein. Es ist aber auch ein Gegensatz, die kühle Skyline und der natürliche Wein. Man bleibt sofort an dem Wort hängen, und das mag ich.“

Von den Weinbergen aus kann man bei gutem Wetter tatsächlich die Frankfurter Skyline erkennen, und dieser „Sehnsuchtsblick“ war sowohl für Julie als auch für die Kunden ihrer Eltern schon immer ein echtes Highlight. Heute steht das Label für Weine, die keinesfalls „nur“ Spaß machen: Bei aller Bescheidenheit und Lebensfreude, die Julie vermittelt, steht jeder einzelne Wein für ein konkretes Konzept, das sich zunächst an der jahrgangstypischen Qualität des Traubenguts und dann an der Idee zu jeder einzelnen Rebsorte entfaltet. Hierfür steht David Spies das komplette Instrumentarium des modernen Weinbaus zur Verfügung und er spielt auf dieser Klaviatur absolut meisterhaft. Ein typisches Beispiel ist der **silver**, eine herrlich fruchtig-frische Cuvée aus Silvaner und Sauvignon blanc, in der die überbordende Frucht des Sauvignon blanc vom Silvaner gezügelt, ja förmlich geerdet wird und die mit gerade mal 11,4 Prozent Alkohol ideal in den Sommer passt. Ein anderes Beispiel ist der **rosé**, ein rundum fruchtiger, frischer und präzise für den Sommer ausgebauter Merlot, dessen wunderbare Aromen von roten Beeren ideal zur Saisonküche oder ganz solistisch auf die Terrasse passen.

Das Team Götze & Spies kann aber auch zulangen: Der **oaked grey** – ein Grauburgunder, über sieben Monate auf der Feinhefe gereift und anschließend vom Holz geküsst – erinnert nicht ohne Grund an Weine der Neuen Welt und passt sogar zu Lamm oder Wildgerichten; und bereits nach dem ersten Probierschluck des **don't be so shy** ist klar, weshalb die Scheurebe für die Böden Rheinhessens gezüchtet wurde: Das macht richtig Spaß und passt zu einem Publikum, das sich schnell von solchen Experimenten begeistern lässt. Die typischen Dogmen allmählich verblasender Zeiten lässt Julie dabei komplett hinter sich: „Ob trocken oder restsüß, das muss der Genießer schon selbst entscheiden, ich mache die Weine so, wie sie mir am besten gefallen.“ Womit wir wieder bei den bereits genannten Attributen authentisch, blitzsauber, unkompliziert und bekömmlich angekommen wären. Selbst bei so umstrittenen Dingen wie etwa Wein und Eis lässt sie jedem seinen Geschmack und genießt ihren Wein auch selbst mal gern on the rocks und mit kleinen Zutaten. „Die Kälte verändert die Aromen, was durchaus spannend sein kann, und so ein paar Eiswürfel und eine Orangenscheibe im Rosé geben ein Gefühl von Savoir-vivre. Warum soll das denn nur bei den Franzosen erlaubt sein?“

„Ich mache die Weine so, wie sie mir am besten gefallen.“

Was fehlt? Ein Rotwein natürlich, der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Artikels unter dem Namen **simply red** das Licht der Welt erblicken wird – da darf man schon gespannt sein! Das junge Start-up kommt derzeit sowieso kaum damit nach, seine Kundschaft mit Wein zu versorgen, und dass der so ansteckend ist, liegt auch ein wenig an der sympathisch unkomplizierten Art, mit der Julie ihr Produkt vermittelt. SKYLINEWINES ist zwar ein echtes Familienprojekt, aber zeitgleich auch eine „One-Woman-Show“: Die Eltern haben die Weinberge beigesteuert, Cousin David Spies kümmert sich um die Reben, ihr Mann ist Investor und Unterstützer, und Julie bringt schließlich alles zusammen und liefert zudem Konzept, Marketing, Verkauf und das notwendige Drumherum. „Wein ist auch Gefühl, und unsere Stadt Frankfurt ist noch mehr als das – es macht unglaublich Spaß, damit zu arbeiten!“ Das schmeckt man – bald auch bei den Kursen der Genussakademie!

