

Der Taurus der WG Heuholz ist der erste Hohenloher Wein mit eigenem Fanclub – Homepage mit halbnacktem Model

## „Das würd' ja sogar in den Playboy reinpassen“

Von Juergen Koch

Mit hochwertigen Kultweinen will die deutsche Weinwirtschaft in ihrer „WeinVision 2020“ die Welt erobern. Einen Kultwein der ganz anderen Art hat die Weingärtnergenossenschaft Heuholz kreiert: Taurus – den „Roten Stier“ vom Dachsteiger. Den ersten Hohenloher Wein mit eigenem Fanclub und Homepage.

Fan oder Feind. Der Taurus zieht klare Fronten. „Was, das soll ein Rotwein sein?“, fragt sich der HZ-Mann beim ersten Schluck vom „Roten Stier“. Der Schock sitzt. „Die spinnen, die Dachsteiger, da kann ich ja gleich Limo trinken“, fährt's mir in den Kopf.

Andere kommen dem Taurus auf Anhieb ganz nah. „Wahnsinn,

endlich ein Wein, der mir schmeckt!“, heißt's vor allem bei jungen Leuten. Was Trocken-Trinker schüttelt, bringt jugendliche Party-Gänger ins Schwärmen. Freund oder Feind.

Das gilt auch für die Internet-Seite des Taurus-Fanclubs. Schon auf der Startseite räkelt sich nur leicht bekleidet ein Model im Dachsteiger-Wengert. „Wein, Weib and the party goes on“ signalisiert auch in Worten, was die Taurus-Fans entzückt.

Sogar der gute alte Goethe wird bemüht („... denn wer nicht trinkt und wer nicht küsst, der ist so gut wie tot.“). Zwischen Veranstaltungshinweisen und Willkommensgrüßen setzt die „Bildergalerie“ noch eins drauf. Model Jenny in aufreizender Pose auf dem Trak-

tor, Jenny beim Trauben schneiden, Jenny mit Taurus und Rebenblättern geschmückt. Und so weiter. Vierzehn Mal. Und immer leicht bekleidet.

„Die Landfrauen waren schon geschockt“, sagt Hildegard Kell, Vorsitzende der Landfrauen Untersteinbach. Gesehen hat sie die Fotos noch nicht. Ihre Vorstandskollegin Hannelore Kraft dagegen schon. „Mittlerweile sehen's die meisten nimmer so eng“, meint sie, gibt aber zu bedenken, dass das „ältere WG-Kunden vielleicht auch abschrecken könnte“. Nicht so eng sieht's auch ihr Mann Hartmut Kraft, Vorstandsmitglied der WG Heuholz. „Da lacht man mehr darüber“, meint er und sieht den



Werbeeffekt durchaus positiv. „Ich äußere mich zu den Fotos nicht“ – Renate Lösch von den Landfrauen ist dazu kein Kommentar zu entlocken. Sie stehe voll hinter Schnitzius und „wie der das macht, ist seine Sache“, meint sie.

„Die Reaktionen von 40- bis 50-Jährigen sind teilweise recht heftig gewesen“, weiß Rudolf Bort, Aufsichtsratsvorsitzender der WG Heuholz. Er selbst hat jedoch „absolut kein Problem damit“. In jedem Zeitschriftenladen könne „jedes Kind Schlimmeres angucken“. Dass solche Fotos „in der heutigen Werbung gang und gäbe sind“, darauf verweist Vorstandsvorsitzender Rudolf Böhringer. Vorstand und Aufsichtsrat hätten die Homepage zwar nicht ange-regt, „aber wir verhindern's auch nicht“, sagt er.

Als Taurus-Fan outet sich auf HZ-Nachfrage auch Pfedelbachs Bürgermeister Torsten Kunkel. Von der Internet-Seite hat er „nur gehört“. Noch während unseres Telefongesprächs klickt er die Seite an. „Oh, das ist schon heftig, wie die da auf dem Traktor liegt, das würd' ja sogar in den Playboy reinpassen“, so sein spontaner Kommentar. Doch für die Taurus-Zielgruppe sei's durchaus angemessen.

„Da gibt's nur Freund oder Feind, das teilt sogar Familien“, sagt Dieter L. Schnitzius, umtriebiger Geschäftsführer der WG Heuholz und Erfinder des Taurus. Welchen Anteil hat er an der umstrittenen Tau-



Mit nackten Tatsachen rührt der Taurus-Fanclub die Werbetrommel. Solche und ähnliche Fotos sind auf seiner Internetseite zu sehen. (Foto: privat)

rus-Homepage? „Sagen wir mal so: Ich hab's nicht verhindert“, schmunzelt er und freut sich, dass der werbewirksame Auftritt die WG nichts gekostet hat.

Für Gestaltung und Umsetzung war vor allem Michael Grosch vom Taurus-Fanclub verantwortlich. „Ich wollte schon immer was mit Wein und Erotik machen“, sagt

der. Letzlich entstanden sei die Homepage-Idee in weinseliger Runde auf dem Heuholzer Feinfest. Bei ihm hat sich noch niemand über die freizügigen Bilder beklagt. „Ob alt, ob jung, ich hab' nur Positives gehört“, so Grosch.

@ Wer sich ein Urteil bilden will: [www.taurus-fanclub.de](http://www.taurus-fanclub.de)

• Taurus – ein Zielgruppen-Wein

### Eiskalt, süß und absolut im Trend

Nüchtern betrachtet ist der Taurus eine Rotwein-Cuvée mit nur 9,5 Volumenprozent Alkohol aus Dornfelder, Schwarzriesling Spätlese und etwas Acolon. Mit einem Restzuckergehalt von 44 Gramm pro Liter stößt er allerdings in Regionen vor, die bisher edelsüßen Weißen vorbehalten waren. „Als Warnhinweis haben wir auf der Flasche extra den Zusatz lieblich vermerkt“, sagt Ge-

schäftsführer Dieter L. Schnitzius. Diese massive Zucker-Dröhnung schmeckt eigentlich nur eisgekühlt. „Die optimale Trinktemperatur liegt bei sechs Grad“, rät Schnitzius. Offensichtlich liegt im eiskalten Konsum eines der Taurus-Geheimnisse. Und einer der Schlüssel für seine Geburt. Denn Schnitzius hat beobachtet, dass junge Leute bevorzugt sehr Kaltes und gerne Süßes trinken. Diesen Markt – „ein Segment, wo viel Geld verdient wird“ – wollte er anzapfen. Um junge Leute von Trend-Drinks wie Rigó oder Asti wegzulocken musste Zucker her, Kälte, ein werbewirksamer Name und eine trendige Verpa-

ckung. „Zwei Flaschen sind kein Problem“, lobt Schnitzius die „gute Verträglichkeit“. Offensichtlich hat er den Nerv der Jugend getroffen. „Der Taurus läuft unglaublich, das ist mir fast unheimlich.“ Und er setzt noch eins drauf: „Ich fürchte für den Taurus keine Wein-Konkurrenz, die walzen wir alle nieder.“

Allerdings rechnet er mit „Trittbrettfahrern“. Der Erfolg lässt den „Stier“-Kämpfer nicht ruhen. Schon denkt er an ein Six-Pack: „Wenn ich's hinkrieg, mach ich's.“ Und auch „Chéri“, die Taurus-Ergänzung in Weiß, ist längst in der Mache. (ko)