

INHALT

1-6

EIN SEMINAR BEI MAUREEN DOWNEY

Die berühmte Fälscher-Jägerin gastierte in London, und WEINVERSTAND BRIEF durfte ihr über die Schulter sehen.

6-7

NEC PLUS ULTRA

Bruno Paillards Prestige-Cuvée in einer Mini-Vertikalen.

8-10

BORDEAUX 2015 IN DER NACHVERKOSTUNG

Eindrücke vom „Late en Primeur Tasting“ beim Bordelaiser Handelshaus Millesima.

EIN TAG MIT MAUREEN DOWNEY

Sie hat maßgeblich zur Verurteilung des Weinfälschers Rudy Kurniawan beigetragen, hat fürs FBI gearbeitet und musste des öfters klagewütigen Gegnern die Stirn bieten: Maureen Downey ist die weltweit erfahrenste Expertin in Sachen Authentifizierung hochwertiger Weine. Vor kurzem traf WEINVERSTAND BRIEF die Wein-Detektivin in London – und konnte an einem ihrer Seminare teilnehmen.

St. James, ein edler Herrenclub unweit von Buckingham Palace und No. 10 Downing Street: Eine kleine Gruppe Wein-Profis, ein gutes Dutzend Personen, hat sich hier morgens um 9.30 Uhr versammelt, um Nachhilfestunden in einer seltenen Disziplin zu erhalten. Dabei sind nicht die plüschigen Sofas und Sessel der Salons im ersten Stock der Schauplatz – der Schauplatz ist ein nüchterner Seminarraum mit Neonlicht und Konferenzbestuhlung im Souterrain des Gebäudes. Aber es ist ohnehin nicht der Ort, aus dem die Veranstaltung ihre Exklusivität bezieht. Es ist ihr Thema: Denn wo und wann kann man schon

einmal einen Kurs im Entdecken von Wein-Fälschungen belegen? Genau hier und heute, und dies bei keiner geringeren als bei Maureen Downey.

Ein drei-Milliarden-Markt

Zum Beginn des Seminars bringt Downey eindruckliche Zahlen: Der Markt für feine Weine liege jährlich bei weltweit 15 Milliarden Dollar. Sie schätze den Anteil von Fälschungen an diesem Markt auf bis zu drei Milliarden Dollar. Kein Wunder angesichts dieser Summen, dass die Fälschungen immer raffinierter werden. Die Weinbranche gerate derzeit in eine ähnliche Situation wie die Pharmaindustrie, wo in manchen Ländern bereits zehn bis 30 Prozent aller verkauften Medikamente Fälschungen seien. Der jährliche Verlust durch gefälschte Medikamente werde auf 100 Milliarden Dollar geschätzt, zudem würden jährlich bis zu 100.000 Menschen sterben, weil sie an unwirksame Tabletten gelangt seien statt an das benötigte Medikament. Die meisten Pharma-Unternehmen hätten



Dreimal „Petrus“, aber zwei der Flaschen sind nur Schein-Heilige.

inzwischen eigene Recherche-Abteilungen, um Betrugsfällen nachzugehen. So habe, um nur ein Beispiel zu nennen, Pfizer zwischen 50 und 60 aktive Gruppen von Fälschern auf der ganzen Welt identifiziert. Die häufigsten Herkünfte für Pharma-Fakes seien Indien und China. Beim Wein sei ein regionaler Schwerpunkt der Fälscher-Aktivitäten hingegen weniger klar auszumachen. Natürlich zirkulierten in Asien viele Wein-Fälschungen, in China finde man auch Nachahmungen skurriler Art wie etwa „Château Margaux Pinot noir“ – doch gerade auch Europa sei ein Zentrum der Fälscher. Man mache es sich zu leicht, wenn man die Probleme nur in „unerfahrenen“ Märkten verortet.

Grundregel Nummer eins:

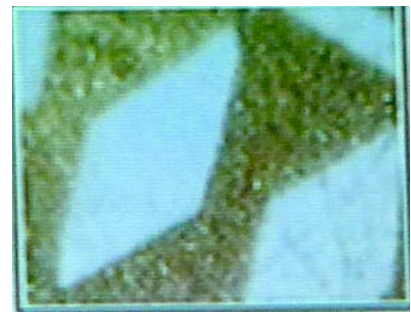
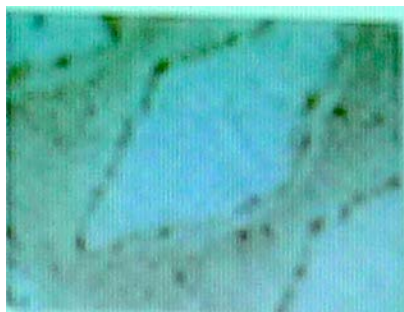
Fälscher sind extrem dreist

Die Beispiele, die Downey den Tag über fast im Viertelstunden-Takt präsentiert, sollten wachrütteln. Denn sie hat nicht

nur die üblichen Fälschungs-Kandidaten wie Romanée Conti und Petrus im Gepäck, sie präsentiert auch Weine, bei denen wohl die wenigsten Käufer Verdacht schöpfen würden: Der 1988er Jahrgang von Château Haut-Brion wird für rund 300 Euro gehandelt – und damit nur für etwa ein Fünftel eines 1989ers oder 1961ers. Ist der überhaupt nicht gehypte 1988er Jahrgang deshalb kein Ziel für Fälscher?

Leider nein! Downey hatte eine Flasche im Gepäck, die zumindest im

direkten Vergleich mit einer echten Flasche aus dem Jahrgang 1997 durch einen matt wirkenden Druck auffiel. Ob man allerdings mißtrauisch geworden wäre, wenn man nur ein kleinformatiges Foto zur Hand gehabt hätte (zum Beispiel auf ebay oder gar in einem schwarz-weiß gedruckten Auktionskatalog), das ist dann eine andere Frage. Zumal die Flasche mit einer großen fleckigen Stelle und mit einem beriebenen Rand auf dem Etikett einen Wasserschaden vortäuschen sollte (Abbildung auf Seite 3). Gefälscht werden eben nicht nur Etiketten, sondern auch Motive, die eine Geschichte der Flasche glaubhaft machen sollen! Recht eindeutig wurde der Befund, dass es sich um eine Fälschung handeln muss, dann bei der mikroskopischen Untersuchung des Drucks: Besonders an den Rauten der Balustrade des Gebäudes zeigt sich, wo mit hochwertiger Goldfarbe gedruckt wurde und wo mit einem Braunton.



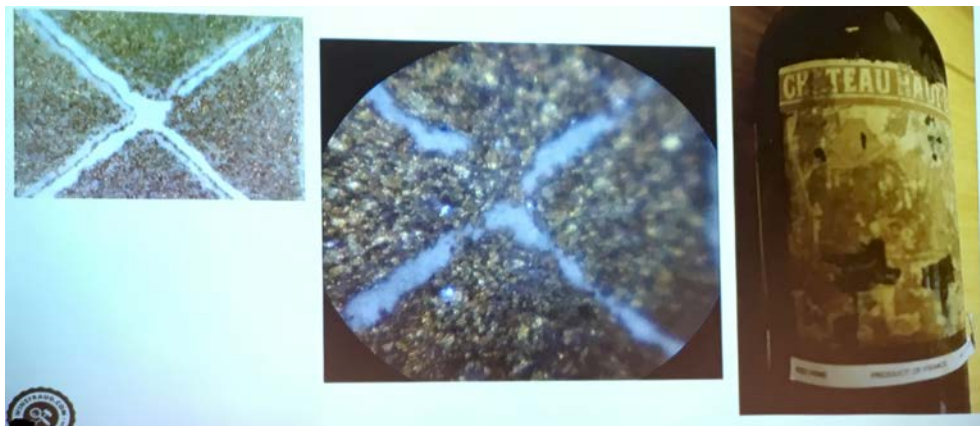
Mikroskopaufnahme der Rauten an der Balustrade (Pfeil): Die Fälschung hat keinen metallischen Schimmer, zudem ist der Farbauftrag ungleichmäßig und hebt die Ränder der Raute hervor.



Haut Brion 1988 (falsch) und 1997 (echt). Die unterschiedlich gereihten gesetzlichen Angaben (1988 steht „Premier Grand Cru Classé en 1855“ in der ersten Zeile mit Kurrentschrift, 1997 „Pessac-Léognan“ und nicht einmal der fehlende Bindestrich sind ein zwingender Hinweis auf Echtheit oder Fälschung, da Château Haut Brion seine Angaben immer wieder leicht variiert.



Links: Auch die Geschichte einer Flasche lässt sich fälschen. Auf der weiter oben behandelten Flasche Haut-Brion 1988 ist ein Wasserschaden vorgetäuscht. Unten (© winefraud.com): Der Druck mit echter Goldfarbe ist ein recht beständiges Kennzeichen pro Echtheit eines Etiketts. Die Mikroskopaufnahme in der Mitte stammt von der doch recht ramponierten Flasche rechts im Bild. Im Detail ist der Golddruck jedoch nahezu perfekt erhalten.



zu größter Vorsicht, wenn in ihr Sicken zu sehen sind, die den Faltenwurf durch überschüssiges Material verbergen. Auch Klebereste unter der Kapsel seien verdächtig. Und natürlich müsse man sich wundern, wenn der Flaschenhals unter der Kapsel komplett sauber sei – zumal, wenn es sich um eine Flasche mit niedrigem Füllstand und angeblich 50-jährigem Inhalt handle.

„Red Flags“

Sehr praktisch ist Downey's Liste von Details, die man als „red flags“ ansehen sollte – also als Hinweise darauf, dass ernste Zweifel an der Echtheit einer Flasche angebracht sind.

(1) **Kork und Kapsel:** Diesen beiden Bestandteilen einer Flasche billigt Downey den höchsten Stellenwert zu. Oft sei es empfehlenswert, die Kapsel anzuschneiden, um sich ein Bild davon zu machen, ob der Kork qualitativ hochwertig und korrekt gebrannt sei. In Zukunft werde es zwar schwerer sein, den Korkbrand zum Maßstab zu nehmen, da viele Erzeuger ihren Kork inzwischen selbst bedrucken, dadurch verwischt eine Grenze zu den Techniken der Fälscher. Grundsätzlich auffällig sei neutraler Kork ohne jede Aufschrift (Abbildung rechts). Dass Flaschen umgekorkt und dabei mit einem neutralen Kork versehen würden, sei wenig glaubhaft. Verdächtig sind ebenso zu kurze Korken oder Stopfen geringer Qualität (siehe die Abbildung eines echten und eines mutmaßlich gefälschten DRC-Korkens unten). Hinsichtlich der Kapsel rät Downey



Oben: Billig-Korken (Foto links im Vordergrund, sowie Foto rechts in situ) sind eine „red flag“. Unten: eine Magnum-Flasche Lafite-Rothschild mit unbeschriftetem Korken, sehr wahrscheinlich gefälscht (eventuell ein „refill“ – die Wiederbefüllung einer authentischen Flasche mit echtem Etikett).



- (2) **Glas:** Die Produktionsstandards für Flaschenglas können von Hersteller zu Hersteller und von Jahr zu Jahr beträchtlich variieren. Eine rote Flagge seien aber in jedem Fall verschiedene Glastypeen in derselben Kiste. Auch ob und wie die Füllmenge



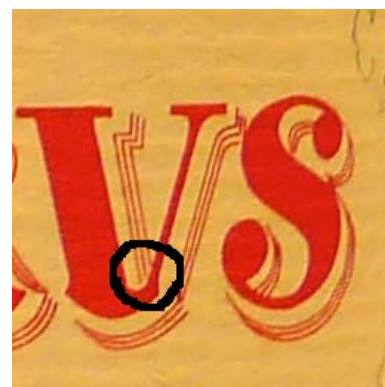
**Wenig intelligentes fake:
Musigny de Vogüé, Jahrgang
1949, mit dem Logo des dualen
Systems auf der Kapsel**

im Glas markiert sei, könne je nach Weingut und Jahrgang anders ausfallen. Bei sehr alten Weinen in vorgeblich mundgeblasenen Flaschen dürfe der Punkt im Flaschenboden nicht fehlen, der beim Trennen der Flasche vom Blasrohr entsteht.

- (3) **Papier und Druck:** Auch diese beiden Elemente besitzen hohe Aussagekraft. Prinzipiell verdächtig sei

es, wenn das Etikett augenscheinlich nur mit einer einzigen Drucktechnik erzeugt wurde. Die meisten Châteaux und Domänen verwenden als Schutz vor Fälschungen mindestens zwei Druckverfahren. Metallische Farbe darf nicht auf einen normalen Druck darübergelassen sein. Laserdruck macht sich im Mikroskop durch seine Plastik-Anmutung kenntlich, Inkjet-Druck verrät sich in der Vergrößerung durch kleinste Spritzer, die mit bloßem Auge nicht zu sehen sind. Weitere Hinweise geben das Alter des Papiers, Wasserzeichen und Strich. Verdächtig sei es auch, wenn sich Leimspuren in Rissen des Papiers finden, dann sei das Etikett bereits gerissen gewesen, als es auf die Flasche geklebt wurde: einer unter vielen Versuchen, Papier auf mehr oder weniger fadenscheinige Weise auf „alt“ zu trimmen. Andere Versuche, dies zu erreichen, sind das Aufdrucken von Stockflecken aufs Etikett oder das Auftragen von Schellack, um eine Keller-Patina vorzutäuschen. Prinzipiell sei die Akuratesse, mit der ein echtes Etikett gedruckt sei, bei der Nachahmung kaum zu erreichen. So verraten kleine Ungenauigkeiten im Druckbild die Fälschung. Allerdings ist sehr viel Erfahrung vonnöten, um die je Weingut aussagekräftigsten Details zu kennen und zu bewerten. So erscheint

Downeys Aussage, dass Sankt Peter im Etikett von Petrus nicht wie Osama Bin Laden aussehen dürfe, eher als Umschreibung der Tatsache, dass man mit entsprechender Routine kleinste Nuancen in der ganzheitlichen Anmutung des Druckbilds zu unterscheiden lernt. Auf dieser Linie ist wohl auch ihre Aussage zu verstehen, dass sich das Gesicht des Löwen auf dem Etikett von Château Latour im Lauf der Jahrzehnte zwar verändert habe, doch dabei stets „gutmütig“ geblieben sei. Eindeutiger und besser nachvollziehbar sind Abweichungen, die sich unterm Mikroskop deutlich voneinander abgrenzen lassen, beispielsweise die Frage, ob im „V“ von „PETRVVS“ die schmalen abwärts gerichteten Schattierungslinien den aufwärts laufenden Schenkel des „V“ berühren oder nicht (Abbildungen unten).



**Oben: Oft lassen sich echte Flaschen und Fälschungen am „V“ im
Schriftzug „PETRVVS“ unterscheiden. Unten: Detailaufnahmen zweier
Etiketten von Petrus: eines ist falsch, eines echt.**





Der Einsatz unsichtbarer Tinte schafft beim Einsatz von UV-Licht hübsche Effekte.

Die Gegenmaßnahmen von Châteaux und Domänen

Prinzipiell existieren drei Arten der Fälschung: die komplette Reproduktion einer Flasche, die Wiederbefüllung einer ausgetrunkenen echten, und so genannte „Einhörner“ – das sind Artefakte von Weinen, die nie existiert haben, wie die berühmten Clos Saint-Denis 1945, 1959 und 1962 der Domäne Ponsot, die

maßgeblich zum Fall von Rudy Kurniawan beigetragen haben. Bekanntlich hat die Domäne ihren Anteil am Clos Saint-Denis erst Anfangs der 1980er Jahre erworben..

Gegen diese Vielfalt möglicher Fälschungen müssen sich die Winzer einiges einfallen lassen. Leider haben die meisten von ihnen jedoch weder die nötigen Ressourcen dafür, noch den Sachverstand. Ein aufwändig gedrucktes

und daher nicht leicht zu fälschendes Etikett beispielsweise kann für sich alleine kaum verhindern, dass eine leere (echte) Flasche wiederbefüllt wird. Gerade in Sachen „refill“ ist durch die Erfindung und breite Vermarktung des Coravin-Geräts eine neue Situation entstanden: Mit der Coravin-Nadel sind Flaschen im Prinzip zu leeren und wiederzubefüllen, ohne dass die geringste Spur entsteht. Um das klitzekleine Loch in der Kapsel

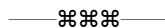
wieder zu verschließen, reiche es aus, die Kapsel leicht zu erhitzen und dabei nur zusammenzuschmelzen.

Es ist also letztlich ein Katz-und-Maus-Spiel, das Winzer und Fälscher mit einander treiben. Unsichtbare RFID-Chips in den Kapseln und zwischen Kork und Kapsel seien momentan die sicherste Maßnahme, um ein Wiederbefüllen zwar nicht zu verhindern, aber dann beim Auslesen der Daten auf dem Chip entdecken zu können. Gegen Coravin wird übrigens auch der Einsatz von simplem Bienenwachs als feste Schicht zwischen Kork und Kapsel erprobt – das Wachs verstopft beim Durchbohrwerden die Nadel und verhindert dadurch die Entnahme von Wein.

Das verlässlichste Instrument gegen Fälschungen durch Reproduktion sind immer noch ausgefeilte Drucktechniken, wie sie auch auf Banknoten zum Einsatz kommen. Manche Weingüter nützen unsichtbare Tinte, erst unter UV-Licht erscheint diese Schicht des Drucks (siehe Abbildungen Coche-Dury). Andere

Erzeuger drucken Hologramme aufs Etikett, oder sie verändern jedes Jahr Kleinigkeiten in ihrem Etiketten-Motiv. Andere verstecken Mikroschriften im Druckbild, die erst unter dem Mikroskop sichtbar werden, oder sie nützen eine Mikro-Gravur im Glas der Flaschen.

Der vollkommene Schutz gegen gefälschte Weine wird wohl dennoch eine Illusion bleiben. Nichtsdestoweniger: Die Sensibilisierung für das Problem ist der wichtigste Schritt zu dessen Bekämpfung. Doch leider haben nicht alle Produzenten das Problem in seiner ganzen Tragweite bereits begriffen. So berichtet Maureen Downey zum Beispiel, dass Jacques Seysses von der Domaine Dujac in Morey-St-Denis in einem Gespräch mit ihr kategorisch bestritten habe, dass es seine Weine gefälscht würden. Dann wirft Downey das nächste slide an die Wand: ein Bündel von Dujac-Etiketten aus dem Fundus von Rudy Kurniawan.



MAUREEN DOWNEY

Auf Downeys website www.winefraud.com finden sich umfangreiche Bild-Datenbanken zu echten und falschen Weinen. Die Jahresmitgliedschaft kostet Privatleute 445 US-Dollar und Profis 659 US-Dollar.

Training-Sessions hält Downey regelmäßig in London und Hong Kong ab. Der nächste Termin wird im Oktober in Hong Kong stattfinden, der nächste Termin in London ist für ... geplant.

Auch die Untersuchung einzelner Flaschen oder ganzer Sammlungen gehört zu den Dienstleistungen, die Downey anbietet.

Impressum: www.weinverstand.de, e-mail: brief@weinverstand.de, Ulrich Sautter, Jungfernstieg 48, D - 20354 Hamburg

Hinweis zu den im Titel abgebildeten Etiketten: Die Auswahl der abgebildeten Weine folgt einzig und alleine aufgrund redaktioneller Kriterien, **WEINVERSTAND BRIEF** und **WEINVERSTAND EXTRA** sind zu 100 Prozent werbefrei und unabhängig.