

Der Blick in die Kristallkugel

► FORTSETZUNG

Obwohl man mittlerweile auf die teuren Helikopterundflüge verzichtet, mit denen sich das Meer der gescheiterten Chardonnay-Reben von Limoux aus der Vogelperspektive wunderbar betrachten lässt, belaufen sich die Kosten für den Zimmoher auf Millionenhöhe – ein Vielfaches von dem, was bei der Auktion umgesetzt wird. Das Motto: Die Veranstalter sollen den Einkäufern dazu verhelfen, sich unter all den unzähligen Weinen, die es in Frankreich und überall auf der Welt gibt, für die Trauben aus Limoux zu entscheiden.



Tausende Besucher im 150-Seelen-Dorf: Weinfest in Tourneilles.

Weinhändler Feiter ist zum fünften Mal Gast von Sieur d'Arque, und sieht das nüchtern: „Bei der Entscheidung zählt die Stimmung und das Erlebnis – wenn wir das an unsere Kunden weitergeben, verkaufen wir die Flaschen besser.“ Abgesehen von diesem Erlebnis kann es zwei Jahre dauern, bis ich mich für einen neuen Wein entscheiden kann. „Viele der Flaschen, die er zum Testen erhält, reicht er ungeöffnet als Geschenk an gute Kunden weiter.“

Es ist Abend geworden. Zehntausende stürmen das 150-Einwohner-Dorf mit den schmalen, verwinkelten Gassen und der alten Kirche. Künstler haben den Ort aufwendig geschmückt, es gibt französische Snacks, Baguettes mit Entenleber, Crêpes, Quiche Lorraine, Moules Frites und viel Chardonnay aus Plastikflaschen. Allerdings bleiben die meisten Sieur-d'Arque-Gäste lieber im VIP-Zelt unter sich. Im Zelt dominiert Magenta, die Farbe, die jeden Deutschen unweigerlich an den Werbeauftritt der Telekom erinnert. Alles leuchtet in Rosarot, das Licht, die Einlassbänderchen, die Weinbekanner, die T-Shirts der Hostessen, der nachgefragte rosarote Etikettentext des berühmten Crémant 1531 von Sieur d'Arque – dem Aushängeschild der Region. Auf diesen Schaumwein, so brüsten sich die

Winzer der Region, ist auch die Champagnerproduktion zurückzuführen. 1531 hatten die Benediktiner der Abtei St. Hilaire in Limoux bei einem Gelage ein paar Flaschen Wein vergessen. Als sie diese nach längerer Zeit wiederentdeckten, zischte und schäumte ihnen beim Öffnen die Flüssigkeit entgegen. Offenbar hatte etwas Restzucker im Wein eine Nachgärung ausgelöst und Kohlendioxid entstehen lassen. Die Zufallsentdeckung machten die Mönche zur Strategie – ein Jahrhundert, bevor ihr Bruder Dom Perignon in der Champagne das prickelnde Getränk lediglich noch verfeinerte. Obwohl die Crémants nach dem aufwendigen Champagnerverfahren hergestellt werden, also mit zweiter Gärung in der Flasche (bei preiswerter Massenware findet die zweite Gärung im großen Tank statt), dürfen sie den regional geschützten Namen Champagner nicht tragen. Da kennt die Lobby in Reims kein Pardon.

Dessen ungeachtet poppen im VIP-Zelt in Tourneilles bis in die späte Nacht die Korken der Doppelmagnumflaschen, deren Vorrat kein Ende zu kennen scheint. Vergessen ist die Krisenstimmung der französischen Weinindustrie, die über-volle Lager hat und mit der wachsenden Konkurrenz aus China, Australien und den USA kämpft. Vergessen sind die eigenen Landsleute, die immer weniger Wein trinken. Heute kümmert das nicht: A votre santé!

George Feiter und einige seiner deutschen Kollegen hat es indes ins Dorf gezogen. Authentische Stimmung einfangen, die er mit den Flaschen aus Limoux an seine Kunden weitergeben will. Von der Dorffeiher bringt er Fotos und Probiergläser mit dem „Toques et Clochers“-Logo mit, die sein Schaufenster schmücken sollen, wenn er die Limoux-Weine präsentiert. Feiter, der einst Posane studiert und später als Konzertmanager gearbeitet hat, hat vor acht Jahren den Weinladen in Hannover alternativem Stadtteil Linden eröffnet – aus Liebhaberei. Zwar laufen dort preiswertere Tropfen fließen inzwischen ihre Kunden. Er habe Jahre gebraucht, bis er sein Sortiment aus 400 Weinen zusammengestellt hatte, sagt der 52-Jährige. „Mittlerweile kann es zwei Jahre dauern, bis ich mich für einen neuen Wein entscheiden kann.“ Viele der Flaschen, die er zum Testen erhält, reicht er ungeöffnet als Geschenk an gute Kunden weiter.



Der Grundstock des Erfolgs: Weinstöcke in Limoux.



Altehrwürdige Tradition: Einzug der Winzer vor der Versteigerung in Limoux.

auch Experten kaum eine Chance durchzubringen. Weltweit gibt es 2500 offizielle Rebsorten, rund 140.000 Weinbaubetriebe sind es allein in Frankreich. „Das kann man gar nicht alles probieren“, sagt Feiter. Deshalb greifen Händler wie er gern auf Agenturen zurück, die bei Zusammenstellung und Lieferung helfen. Eine davon ist Zeter mit Sitz in Neustadt an der Weinstraße. Auch Inhaber Christian Zeter ist in Limoux dabei. „Die Veranstaltung schlägt alles“, schwärmt er. Für die Erzeugnisse von Sieur d'Arque hat sich seine Agentur die alleinigen Importrechte für Deutschland gesichert. Allein in Limoux befüllen 300 Winzer jedes Jahr mehr als elf Millionen Flaschen, davon etwa sieben Millionen Crémants. Gut 700.000 Flaschen Schaum- und Stillweine werden nach Deutschland importiert. Zeters Kunden erhalten Gebietschutz, so können sie die Preise bestimmen. Auch für den Internethandel hat die Agentur untere Preisgrenzen festgeschrieben. Um seinen Kunden die Weine schmackhaft zu machen, reist Zeter mit ihnen zu Winzern auf der ganzen Welt und lädt sie zu Verkostungen auf den wichtigen Messen ein – Erlebnisse schaffen.

Am Morgen vor der Versteigerung schiebt sich Weinhändler Feiter mit vielen Hundert Gästen durch den weitläufigen Verkaufssaal von Sieur d'Arque. Bei der offiziellen (Show)-Verkostung schenken die Winzer persönlich die Probiergläser ein, ausgestattet mit weißem Hemd, schwarzer Schürze und roter Einheitskravatte, auf der kleine graue Kirchtürme gedruckt sind. Am Stand von Filipe Teixeira empfängt der mit neunzig Jahren älteste Weinbauer von Limoux die Tester. Die geerbte Haut und die riesigen vermarbten Hände erzählen von der Arbeit in den Weinbergen, seine klobige Nase erinnert entfernt an einen Weinkorken. Seine Chardonnay-Reben wachsen im östlichen Dorfgelände Pomas. Sanfte Hügel, keiner über 250 Meter hoch, in einer mediterranen Flora aus Thyman, Lorbeer, Kiefern, Olivenbäumen. Bei ihrem Rundgang im Haus der Genossenschaft probieren die beiden Stargäste die Verkostungswine ausgiebig, erspüren feine Zitrusschmelze, Williamsbirne, Äpfel, Ananas, Quitte,

gonnen. Aber der Wein ist auf gutem Weg. Feiter schlürft und lutscht und befindet: „klar, mineralisch, leichte Karamell-Note.“ Der alte Mann lächelt. Feiter freut sich – wieder so eine Anekdote. Auch zwei prominente Paten der 25. Veranstaltung ziehen von Stand zu Stand, gefolgt von einem Tross aus Offiziellen und Journalisten. Im



Erinnerungswürdige Begegnung: Weinhändler Feiter (links) und Winzer Filipe Teixeira.

Blitzlicht stehen Gérard Passadât. Herr über das Drei-Sterne-Restaurant „La Petit Nica“ in Marseille, und Sommelierweltmeister Gérard Barset, der Legende nach bisher der Erste, der die Titel Master of Wine, Master Sommelier, Wine MBA und World's Best Sommelier zugleich trägt. Bei allen „Toques et Clochers“-Veranstaltungen gestalten prominente Köche und Weinkenner das Menü und die Weinfolge der finalen Gala am Abend der Versteigerung, selbstverständlich mit Weinen der Sieur d'Arque-Genossen. Bei ihrem Rundgang im Haus der Genossenschaft probieren die beiden Stargäste die Verkostungswine ausgiebig, erspüren feine Zitrusschmelze, Williamsbirne, Äpfel, Ananas, Quitte,

auch Minze, Leder, Unterholz, frisches Heu. Und resümieren: „formidabel!“ Die Begleiter nicken noch nicht bezahlt.

Die Deutschen sind diesmal zurückhaltender, sie ersteigern lediglich drei Fässer. Zwei davon werden, abgefüllt in 600 Flaschen, spätestens Anfang 2015 zu George Feiter nach Hannover transportiert. Darin der Wein mit dem Geschmack nach Orangenhaut. Und der von Filipe Teixeira, dem rührigen 90-jährigen Winzer aus dem Dorf Pomas. Mit Lieferung, Steuern und Versicherung investiert Feiter am Ende gut 13.000 Euro für den Wein aus Limoux. Und der Verkaufspreis ist auch schon errechnet: Eine Flasche, sagt er, wird 49 Euro kosten. Mal sehen, wie der Wein dann schmecken wird. Irgendwann. Empfohlen ist, die Flaschen noch einige Jahre im Keller zu lagern – bis zu zehn Jahre. Die Kunden in Hannover-Linden bekommen ihn aber schon im Frühjahr 2015 zu sehen. Dann wird Feiter auch die Geschichten dazu erzählen. Von Tourneilles, von den Kirchen, dem alten Winzer und den verrückten Koreanern.

Die Höchstgebote rangieren zwischen 4500 und 6500 Euro für ein Fass mit Chardonnay, das sind rund 300 Flaschen. Unter Befall verkündet der Auktionator nach jedem Höchstgebot die Namen und Länder der erfolgreichen Bieter – das feuert an. Mit einem allzu starken Konkurrenzdruck ist aber schon deshalb nicht zu rechnen, weil sich mehrere Fässer eines Weines ersteigern lassen, und der Geschmack offenbar recht unterschiedlich ist. Nur bei einer Sonderedition des geschichtsträchtigen Crémant kommt es zum Bieterkrieg zwischen Holland und Korea. Am Ende ersteigt der Hand des jovialen Einkäufers aus Korea in der Höhe – bis der Hammer bei 17.500 Euro fällt.

Die Deutschen errechnen einen Einkaufspreis von 55 Euro pro Flasche – und fragen sich, wie die denn in Korea kaufen will. „Bei mir im Laden kostet die Flasche 13 Euro“, feixt Feiter. Die Ergebnisse gibt es am Abend der Gala im eigens aufgelegten Blatt „Le Limouxin“ zu lesen. An erster Stelle stehen Frankreich: 48 Fässer für 225.000 Euro, Holland: 26 Fässer für 119.200 Euro und Brasilien: 20 Fässer für 100.900 Euro. Russen sind

diesmal nicht dabei. Es heißt, sie haben die Rechnungen für ihre Fässer aus dem vergangenen Jahr noch nicht bezahlt.

Die Deutschen sind diesmal zurückhaltender, sie ersteigern lediglich drei Fässer. Zwei davon werden, abgefüllt in 600 Flaschen, spätestens Anfang 2015 zu George Feiter nach Hannover transportiert. Darin der Wein mit dem Geschmack nach Orangenhaut. Und der von Filipe Teixeira, dem rührigen 90-jährigen Winzer aus dem Dorf Pomas. Mit Lieferung, Steuern und Versicherung investiert Feiter am Ende gut 13.000 Euro für den Wein aus Limoux. Und der Verkaufspreis ist auch schon errechnet: Eine Flasche, sagt er, wird 49 Euro kosten. Mal sehen, wie der Wein dann schmecken wird. Irgendwann. Empfohlen ist, die Flaschen noch einige Jahre im Keller zu lagern – bis zu zehn Jahre. Die Kunden in Hannover-Linden bekommen ihn aber schon im Frühjahr 2015 zu sehen. Dann wird Feiter auch die Geschichten dazu erzählen. Von Tourneilles, von den Kirchen, dem alten Winzer und den verrückten Koreanern.



„Auch Lebensmittel- und Drogerieketten haben gute Weine“

■ Herr Schulz, es gibt unzählige Weine im Verkauf. Wie kann sich der Laie bei seiner Suche da orientieren?

Es gibt Unterschiede, die man ohne großes Weinwissen herausschmecken kann. Zum Beispiel beim Riesling von der Mosel: Der wächst auf Schieferböden und entwickelt dadurch seinen ganz eigenen Geschmack. Jede Region hat andere Stärken.

■ Braucht es nicht eine Anleitung, um solche Unterschiede zu beurteilen?

Natürlich sind Kurse sehr hilfreich, um Sensorik und Weinbeschreibung zu trainieren – aber nicht zwingend notwendig. Da sollte jeder seinem eigenen Geschmack vertrauen. Auch der Laie erkennt schnell, welche Weine dichter sind, also mehr Struktur haben. Mit der Zeit lässt sich eine Lieblingsrebsorte herausschmecken.

■ Gibt es auch gute Weine für unter fünf Euro im Discounter?

Durchaus, wobei „gut“ ein relativer Begriff ist. Als die ersten Weinerzeuger ihre Weine über Aldi anboten, galt das ja noch als Skandal. In dieser Hinsicht hat sich viel getan. Auch Lebensmittel- oder Drogerieketten geben sich immer mehr Mühe mit der Weinauswahl – und führen nicht nur flache Weine im Angebot. Dort gibt es manchmal sogar Aktiowochen mit Sommeliers. Der Besuch beim ambitionierten Weinhändler oder direkt beim Winzer lässt sich damit aber nicht probieren. Denn dort kann man vieles durchprobieren und erhält Informationen aus erster Hand.

■ Muss man beim Probieren denn immer so viel kauen und schlürfen, wie das die Kenner vormachen – oder ist das Show?

Tatsächlich ist das sinnvoll und hat nichts mit Angabe zu tun. Am Besten man schwenkt zunächst das Glas, bevor man daran riecht. Das hilft, die Aromen zu versammeln, um sie mit der Nase aufzuspielen. Dann sollte man einen Schluck nehmen und diesen über Zunge und Gaumen ziehen. Damit hat man vor dem Abgang die Chance, das Aromenspektrum sensorisch zu erleben. Da kann man dann schon rausschmecken, ob es sich um Zitrusfrüchte oder Kräuter handelt. Es ist auch interessant zu vergleichen, was andere erschnuppert haben.

■ Also gibt es im Wein mehrere Wahrheiten?

Ja. Eine einzig selbig machende Wahrheit gibt es nicht. Sensorik ist eine subjektive Sache, Geschmack und Geruch empfindet jeder anders, und jeder kann sich unterschiedliche Adjektive einfallen lassen. Ganz beliebig ist das Aroma allerdings auch nicht. Ein Riesling wird immer mehr Zitrusfrüchte haben als ein Burgunder. Aber innerhalb dieser Gruppen gibt es unterschiedliche Beschreibungen. Das macht es spannend.

■ Nun gibt es in der Weinsprache auch überaus poetische Begriffe, die sich oft schwer nachvollziehen lassen: Leder, Heu oder mineralisch ...



Frank Schulz vom Deutschen Weinstitut in Mainz.

Lecken Sie mal an einem Stein – dann wissen Sie, wie mineralisch schmeckt.

■ Gibt es Modeerscheinungen beim Weingeschmack?

Die gibt es. Eine noch junge Entwicklung ist die Wiederentdeckung der Cuvees – also die Weine, in denen mehrere Rebsorten vermischt sind. Da sollte man sich mal vorurtelstfrei herantrauen: Die Kellermeister sind dabei zu wahren Wandern imstande! Auch süßliche Noten, die an Omars Zeiten erinnern, kommen wieder – Scheurebe, die Kreuzung aus dem Riesling und Bukettraube, hat einen wachsenden Liebhaberkreis. Und auch Gewürztraminer oder Roséweine gelten nicht mehr nur als Frauenweine – zum Glück. Die trinke ich nämlich sehr gern.

■ Und wenn man den passenden Wein gefunden hat: Korken oder Schraubverschluss?

Qualitativ gibt es da kaum einen Unterschied, da die Weine nicht mehr so lange lagern wie früher. Schrauber sind wahnsinnig praktisch, weil sie nach dem Öffnen auch besser in den Kühlschrank passen. Gleichwohl: Für mich persönlich ist es fast ein heiliger Akt, einen Weinkorken zu ziehen – von der Entfernung der Kapsel bis hin zum Plopp. Beim Korken gibt es allerdings die Gefahr der Fehltöne – wenn dies auch nur sehr selten der Fall ist.

■ Woran bemerkt man solche Fehltöne erkennen?

Eigentlich genaugen kann das sehr schnell, korkiger Wein schmeckt unangenehm fluffig. Peinlich ist nur, wenn Sie eine solche Flasche im Restaurant bemängeln – und der Wirt zieht eine Flasche mit Schraubverschluss hervor.

■ Man sagt dem Wein ja oft eine gesundheitsfördernde Wirkung nach. Alkohol ist aber schädlich. Wie gibt Wein ist gesund?

Das lässt sich so nicht sagen. Ein Vorteil der deutschen Weine ist, dass diese längere Reifeperioden haben und deshalb oft weniger alkoholisch als die aus Südeuropa sind. Ganz wichtig ist aber: Trinken Sie immer die gleiche Menge an Wasser wie an Wein.

INTERVIEW: SONJA FRÖHLICH

LEBEN OHNE A bis A

Was ist der Unterschied zwischen dem Hannover-Marathon und Twitter? Als Kenianer hast du in Hannover sofort 10.000 Follower.

Anfangs hast du sie sogar noch relativ dicht auf den Fersen. Nach zehn Kilometern sieht die Sache dann schon etwas weiträumiger aus. Theoretisch könnte sich die Gruppe Afrikaner in der List schon an die Straßensetzen, den Grill aufbauen, auf moderater Hitze alles gut durchbrutzeln und gemütlich aufessen, bevor die ersten Verfolger da sind. Man fragt sich, warum die anderen hinterherlaufen und dann von Wettrennen sprechen.



Überhaupt ist es mal wieder Zeit für die Frage: Was bringt Menschen dazu, 150 Jahre nach Erfindung des Verbrennungsmotors zu Fuß mehr als 42 Kilometer von A nach A zu laufen?

Es ist der Mythos. Mythos Marathon. Philipides, der grimmige Bot, der erst von Sparta nach Marathon gerannt ist, um die dort dringend erwartete Verstärkung anzukündigen, und dann, als er sieht, dort ist die Schlacht geschlagen, Kenianer grillen ihn. UWE JANSENEN

7 ARGUMENTE FÜR ... TANZ IN DEN MAI

1. Keine Feier ohne Maier
2. Jeder Tanz macht schlank
3. Erdbeerbowle
4. Statt Blumen: Birken!
5. Schützenfest ist ja auch schon ganz schön lange her.
6. Frühlingskleider
7. Alles ganz scheun hier.

DAS DING Kaffeekrise

Syrien, Ostukraine, Pkw-Maut, die neue Frisur von Miley Cyrus – plötzlich ist nichts mehr wichtig. Plötzlich rücken Verlag und Redaktion eng zusammen. Stärker ziehen die Schwächeren mit, Menschen in Anzügen reichen Menschen in Kapuzenpullis die Hände, Seelsorger zünden Kerzen an, das rote Kreuz verteilt Decken, vereinzelt wird gebetet. Die Kaffeemaschine ist kaputt. Das zentrale gelegene Espressomonster, das sonst weite Teile der Belegschaft durch das konstante Zuführen legaler



Kaffeebohnen, ein Kilo ab 12 Euro

Drogen für ein paar Stunden in nützliche Mitglieder der Gesellschaft verwandelt, produziert seit Stunden nur noch ein heißes Fauchen wie Victoria Beckham beim Feiern sprechtauglich.

Erstaunlich, welche gesellschaftlichen Folgen der Ausfall elektronischer Geräte zeitigt: Zickige Computer machen Menschen zu Hyänen, saftlose Smartphones machen sie zu potenziellen Massenmördern. Und Koffeinmangel macht aus dem phlegmatischen Sitzmüldenformer einen rastlosen Sucher, einen Ernest Shackleton der Kaffeebohne, dessen Suchexpeditionen ihn in entlegene Peripheriebüros verschlägt, von deren Existenz nicht einmal die Abteilungsleiter wissen. Schlaftrunkene Sachbearbeiter zahlen hohe Summen für angefrorenen Metallfalter. Betroffene Bürohengen kämpfen um die letzte Tafel Zartbitter, unter den Augen Ringe so schwarz wie die Seele von Ozzy Osbourne. Die Geschäftsleitung erwägt zur Hebung der Arbeitsmoral den Einsatz eines Starbucks-Shuttles, des Rosinenbombers der Schweiz. Um 13.30 Uhr dann perlt das neue Gold wieder ölig aus der Öffnung. Rudelbildung in der Kantine. Bilder wie aus Flüchtlingslagern. Wir sind noch einmal davon gekommen und lächeln erlosst, Milchschaum am Mund. IMRE GRIMM

VER 7

Die Rückkehr der Wäffe weckt mittlerweile auch Befürchtungen.

Wilde Kläffer

60 Minuten

... mit Volker Koepp

Über Jahrzehnte hinweg ist der ostdeutsche Dokumentarfilmer immer wieder in eine Welt zurückgekehrt, die ihm einst fremd war und längst zu einer Art zweiter Heimat geworden ist: Osteuropa zwischen den Nehrungen an der Ostsee und dem Schwarzen Meer. Das Terrain, das Römer und Griechen als Sarmatien kannten, ist heute zwischen den Baltenstaaten, Russland, Weißrussland, der Ukraine und Rumänien aufgeteilt. Doch die Menschen, die Volker Koepp in seinem Werk zu Wort kommen lässt, finden ihre Identitäten ganz weltbürgerlich quer zu diesen Grenzen. Das macht ihren Charme aus – und auch den von Koepps Filmen. Mehr als 200 seiner Werke zeigt das hannoversche Kino im Künstlerhaus derzeit in einer großen Koopp-Werkschau.



„Für Sarmatien braucht man einfach Geduld“

17:30 Im kleinen Vorführraum des Kinos im Künstlerhaus schaut sich Volker Koepp zuerst suchend um, sieht dann neben den zwei großen, alten 35-Millimeter-Maschinen den digitalen Festplatten-Projektor und blickt lächelnd durch die Scheibe in den Zuschauerraum hinterher. „Das ist doch der schönste Augenblick“, sagt der Regisseur, „wenn man den eigenen Film statt am Monitor auf der Leinwand sieht.“ Mit der neuen Technik arbeitet der 70-Jährige, der vor fast 50 Jahren als Student in Potsdam-Babelsberg angefangen hat, schon seit vielen Jahren. Digitaler Videotechnik ist viel günstiger als das traditionelle Filmmaterial – und das ist besonders wichtig, wenn man sich so viel Zeit für seinen Gegenstand nimmt wie er. „Grüße aus Sarmatien“ hieß schon einer seiner ersten Filme aus dem Jahr 1973. „In Sarmatien“ heißt sein jüngster Film. Für immerhin zehn seiner bislang 58 Dokumentationen hat er zwischen der Ostsee im Norden und dem Schwarzen Meer im Süden recherchiert. An manche Orte ist er mehrfach zurückgekehrt, einige Menschen hat er immer wieder besucht. Wie um zu zeigen, dass manchmal viel Bewegung nötig ist, um den Stillstand von Orten zu dokumentieren, die von der Entwicklung ausgeschlossen scheinen.



Genauer Blick, genaue Notizen: Volker Koepp notiert sich Eindrücke in seine Kladde.

17:45 Und was ist die Botschaft dieser schon Jahrzehnte lang dauernden Bilderflut? Volker Koepp rührt schweigend in seinem Kaffee, legt den Löffel ab, blickt wie ratlos auf.

„Man braucht manchmal etwas Beharrungsvermögen“, holt er dann aus. So als zwelfte er, dass sein Gesprächspartner den langen Atem für Volker Koepps großes Thema aufbringt. „Für Sarmatien braucht man einfach Geduld.“ Am liebsten mit dem Karandasch-Stift“, sagt er. Die genaue Beobachtung ist auch ein Kennzeichen seiner Filme. Deren Dramaturgie setzt ganz darauf,

18.10 Volker Koepp hält seine Beobachtungen in einer altbackenen wirkenden Kladde fest, die er so selbstverständlich benutzt wie digitale Filmtinte. „Am liebsten mit dem Karandasch-Stift“, sagt er. Die genaue Beobachtung ist auch ein Kennzeichen seiner Filme. Deren Dramaturgie setzt ganz darauf,



Auf eine Zigarette: Volker Koepp beim Warten auf das Publikum des Kinos im Künstlerhaus.

den Zuschauern die Menschen, denen Koepp sich genähert hat, nahebringen. Das prominenteste Beispiel für diesen Brückenschlag ist sein vielfach preisgekrönter Film „Herr Zwilling und Frau Zuckermann“ (1999), in dem er diese beiden Überlebenden des jüdischen Czernowitz so eindringlich porträtiert, dass mit ihnen

Die nächsten Filme der Volker-Koepp-Werkschau „Lüßland“ (6. Mai), „Berlin-Stettin“ (14. Mai).

den Zwischenkriegszeit oder sogar die alte Welt von Österreich-Ungarn wieder aufzuzeichnen scheint. Die bestand eben keineswegs nur aus der Wiener Gemütlichkeit der kü. & k., sondern ebenfalls aus der ethnischen und auch religiösen Vielfalt der Doppelmonarchie. Dieser Vielfalt spürt Koepp in seinem jüngsten Film „In Sarmatien“ erneut nach – und schafft Begegnungen mit Menschen, die die Fans seiner Filme schon kennen. So trifft man Tanja wieder, die Koepp schon in „Dieses Jahr in Czernowitz“ (2004) porträtiert hat und die heute in Jena lebt. Man begegnet Ana aus demselben Film, die heute in Berlin arbeitet, aber immer wieder in ihren moldauischen Geburtsort Kischman zurückkehrt. Und auch Elena aus „Kalte Heimat“ (1995) tritt auf, seinem Film über das frühere Königreich. Koepp legt also gewissermaßen den Film zu allen Filmen aus.

18.30 Der Regisseur wechselt mit Freunden in die Weinstubbe gegenüber dem Kino. Später am Abend wird er dem Publikum Rede und Antwort stehen. Und dann auch wieder etwas ratlos vor der Frage steht, was denn wohl die Botschaft seiner Filme ist. DANIEL ALEXANDER SCHACHT

AUFNAHMEPRÜFUNG Goldener Osten



Das Gebäude ist der letzte steingewordene Zeuge der DDR-Diktatur: Nun wird Berliner Friedrichstadt-Palast 30 Jahre alt. Die Revues mit ihren langbeinigen Tänzerinnen waren die sozialistische Version von Las-Vegas-Shows. Dass sich am Inhalt wenig geändert hat, erkennt man am aktuellen Slogan, der den

Charme von DDR-Werbung bewahrt: „Klar wie Currysauc: Keine Berlinreise ohne Showbusiness im Friedrichstadt-Palast!“. Und hinter den Kulissen herrschen noch immer Glitzer, Perücken und künstlerische Wimpern: Die alte Sehnsucht nach dem Glanz des Westens hat im Herzen des Berliner Ostens überlebt. arn/dpa