

WEIN WIE MUSIK: DONNAFUGATA AUS SIZILIEN



Stimmgewaltige Winzerin: Josè Rallo

Wenn die Sprache nicht reicht, um das Feeling für einen Wein rüberzubringen, dann bedient man sich bei Donnafugata aus Sizilien der Musik. Gar nicht dumm.

Ein schöner Dinnerabend ist es hier, im piekfeinen „Bocca di Bacco“ auf der Friedrichstraße. Donnafugata hat uns eingeladen, das ist ein Familienunternehmen aus dem Westen Siziliens. Der Name leitet sich vom Castello di Donnafugata ab, dem Wahrzeichen der Region, der große Visconti hat dort einige Szenen seines schweren Meisterwerks „Der Leopard“ mit Burt Lancaster und Claudia Cardinale gedreht.

Wir sitzen oben im privaten Dining-Room, in kleiner Runde. Fast romantisch ist es, nicht das typische Abendessen im Rahmen einer Getränke-Präsentation, das von Ausführungen des Inhabers oder Markenbotschafters „unterbrochen“ wird, was nun zu trinken und zu erschmecken sei. Wir sprechen heute Abend nicht nur über Wein, sondern über Musik. Diese nämlich ist die zweite große Leidenschaft von **Josè Rallo**, der Besitzerin des Weinguts. Ihre Augen fangen gleich zu leuchten an, als das Stichwort fällt. Sie singt sogar ein wenig für uns. Da sitzt man dann ganz verlegen am Tisch und lauscht einer schönen Stimme. Wie anders Markenevents doch manchmal sein können.

„Eine andere Art der Emotion“

Rallo ist nicht nur ausgebildete Sängerin und hat in diesem Beruf eine Zeit lang gearbeitet. Heute leitet sie das Marketing von Donnafugata und nutzt ihre besondere Fähigkeit auch, um ein Feeling für die Weine auf ungewöhnlichem, aber verständlichem Wege rüberzubringen. Auch B2B. „Manchmal fange ich einfach an zu singen, wenn mich jemand fragt, was einen unserer Weine auszeichnet. Das überrascht, aber meiner Meinung nach hinterlässt eine ganz andere Art der Emotion als die Sprache“, erklärt sie lächelnd. In China, wo man auf sprachliche und kulturelle Barrieren stoße, es daher schwierig sei, über

Säure und andere Weineigenschaften zu sprechen, habe Musik als anderes Medium oft helfen können. Deshalb wird es bei Donnafugata längst geradezu strategisch eingesetzt: So hat man zwei Compilations in der Reihe „**Music & Wine**(<http://www.donnafugata.it/pagine/CD-Live.aspx>)“ veröffentlicht, Rallo singt auf Wein-Events und 2011 ging man zum Musik-Wein-Pairing über – die Marketing-Chefin beschreibt und besingt die Weine des Hauses zu unterschiedlichen Jazz-Stücken:

Tancredi, ein Rotwein von Donnafugata, wurde 1990 zum ersten Mal geerntet, mit Nero D’Avola (70%) and Cabernet Sauvignon (30%)

Mein Favorit: der Süßwein Ben Ryè vom Inselchen Pantelleria, hergestellt aus der Muskatellertraube Zibibbo

Bei Donnafugata hat man einen, wie ich finde, innovativen Ansatz gefunden, um über den Weg der Musik und der Multisensorik Zugang zum Produkt zu generieren. Natürlich: Händler und Gastronomen brauchen Tasting-Notes und Infos, zu welchen Speisen was passt. Das alles gibt es hier freilich auch. Aber mithilfe von Musik wird die Marken- und Produktbotschaft dann doch noch einmal ganz anders transportiert. Und bleibt irgendwie auch anders hängen, im unendlichen Universum der Weine.

Mehr Infos zu Donnafugata hier(<http://www.donnafugata.it/pagine/pagina.aspx?ID=Home&L=DE>).

Gefällt mir  5  1  Twittern

Share this on WhatsApp(whatsapp://send?text=Wein wie Musik: Donnafugata aus Sizilien - http://www.nomyblog.de/nomyblog/getraenke/donnafugata/)