



ETIKETTWETTBEWERB

Vorhang auf!

Der Bayer Wein aus Capcanes **hat mit VITEATRE endlich einen Namen.** Die Jury der Bayer Gastronomie hat sich für den Vorschlag des Overathers David Grasekamp entschieden.

Tarragona schmiegen sich „in kleinsten Terrassen so in die Landschaft (...), dass unser Auge eine Vielzahl von Amphitheater wahrnimmt“, erzählt das Etikett. VI, das heißt schlicht „Wein“ auf catalan; TEATRE nimmt den Gedanken an die römischen Theater der Antike auf. VITEATRE gelingt so der wortspielerische Spannungsbogen zwischen dem Gestern und Heute eines geschichtsträchtigen Terrains. Denn das Anbaugebiet des Bayer Weines hat nicht nur keltische Wurzeln, sondern auch römische. Davon zeugen – genau – die Spuren vieler Freilufttheater.

„Ich habe diesen kreativen Findungsprozess sehr genossen“, sagt der bekennende Rotweintyp Grasekamp, der mit seiner Kommunikationsagentur Ideen auf den Grund geht und medial aufbereitet. Gemeinsam mit Lebensgefährtin und Malerin Helga Mols lebt und arbeitet er in seinem Atelierhaus an Kunst- und Kulturprojekten der Bergischen Region. Kreativität ist das, was ihn an- und umtreibt. Diese Schöpfungsphase nennt er philosophisch „Vorgestaltsraum“, den Moment, den spannenden Punkt, bevor etwas Gestalt annimmt, sei es ein Name, ein Kunstwerk oder beides.

VITEATRE hat erfolgreich Gestalt angenommen – während der Premierenjahrung des Bayer Weines aus Capcanes weiterhin in Ruhe seiner endgültigen Geschmacksgestalt entgegenreift. Wir freuen uns darauf! ■

„**FÜR MICH WAR** es eher Zufall, dass ich mitgemacht habe“, freut sich Gewinner David Grasekamp. „Ich war im Weinkeller, habe mir Raritäten angeschaut und davon geschwärmt, wie schön es sein muss, ein Etikett mitzugestalten“, sagt der Inhaber einer Kreativagentur. Genau zu der Zeit lief der Capcanes-Wettbewerb. „Und hier bin ich“, schmunzelt er.

Grasekamp war von Anfang an vom Weinprojekt begeistert – und legte tempo- und ideenreich los. „Ich habe viel gelesen und recherchiert über das Weinanbaugebiet Montsant und das Tal von Capcanes. Ich bin dem Önologen Jürgen Wagner regelrecht hinterhergereist, um einfach ein Gefühl für das Ganze zu bekommen. Und ich habe mir Weinberge angeschaut und Capcanes Weine verkostet.“

Dann kristallisierte sie sich irgendwann heraus, die zündende Idee. Die Weinberge der spanischen Landschaft westlich von



43 EINSENDUNGEN und fast 100 Vorschläge für das Label: Heinz-Juergen Kaup (l.) und Thomas Bernhörster hatten die Qual der Wahl

