

Mit lässiger Ausstrahlung 29.3.2022

WEINKÖPFE: Markus Ulrich und Sven Herold vermarkten Swagwine im Internet

Aus Leidenschaft zum Wein wollte er zunächst eine Weinbar eröffnen. Diesen Plan ließ Markus Ulrich schnell wieder fallen, auch seines Studiums der Biologie in Frankfurt und Heidelberg und einer Anstellung in einem Weltunternehmen wegen. Inzwischen beschäftigt er sich aber doch hauptberuflich mit Wein – in Verbindung mit „Swag“.

„Wenn ich etwas mache, dann möchte ich es richtig machen, und eine Weinbar im Nebenberuf, das war nicht möglich“, sagt Ulrich. „Ich wollte ja auch persönlich anwesend sein.“ Den 48-jährigen gebürtigen Schweizer, dessen Vorfahren aus dem Muotathal kommen, ließ aber die Faszination Wein nicht mehr los. So suchte er den Weg in die Vermarktung. Der Besuch der „Prowein“, der weltgrößten Messe der Branche in Düsseldorf, im Jahr 2015 und auch die Freundschaft zu den „Medienagenten“ brachten den zweifachen Familienvater und seinen Partner Sven Herold

auf die zündende Idee: einen Online-Handel für Swagwine zu eröffnen.

Swag steht in der Jugendsprache für eine beneidenswerte, lässig-coole beziehungsweise charismatisch-positive Ausstrahlung. „Swagwines sind leckere, mit Passion hergestellte Weine, die man nicht nur gerne trinkt, sondern auch gerne zeigt“, erklärt Ulrich. Auch mit der Musik hat Swagwine zu tun. Denn noch länger als mit dem Wein ist Ulrich mit der Hip-Hop-Kultur verbunden. „Als DJ Funkergizer habe ich hauptsächlich Funk und Old School aufgelegt. So war die Verbindung von Swag und Wein ein perfect match. Turn my swag on!“, sagt der gebürtige Eidgenosse.

Seit 2015 betreibt Ulrich mit seinem Nachbarn im vorderpfälzischen Limburgerhof den „Weinhandel 3.0“. Er macht deutlich, dass nicht jeder Wein und nicht jeder Winzer Aufnahme finden. Das Motto lautet: „Crafted Quality & Style“. „Jeder unserer Weine muss von bester Qualität

und handwerklich hergestellt sein und stylish aussehen“, erklärt der Shop-Betreiber. Ulrich und Herold sehen sich dabei als Partner der Winzer in der Vermarktung. Sie entwerfen beispielsweise coole Labels und bringen die Produkte mit pfiffigen Ideen an den Genießer. „Es gibt viele junge und noch unentdeckte Winzer, die hervorragende Weine herstellen, aber noch keine Aufmerksamkeit gefunden haben“, stellt Ulrich fest. Diesen greife man gerne unter die Arme. Nicht nur der Spaß am Wein, steht dabei im Blickpunkt, der Inhalt der Flasche muss auch mit dem Etikett und dem Label eine stimmige Einheit bilden. Nicht zuletzt geht es um die Individualität: „Hinter den Projektweinen stehen sehr interessante Geschichten mit tollen Menschen“, erzählt Ulrich. Damit meint er etwa den Garagenwinzer Andreas Durst, den Weinfotografen und „Mann mit dem Hut“, Lukas Krauß, oder Christoph Ziegler vom Weingut Collective Z, der eine kleine, aber sehr gute Auswahl von Naturweinen herstellt.

Der Schwerpunkt von Swagwine liegt in der Pfalz, aber auch Weine aus anderen deutschen Weinanbaugebieten sowie aus Italien, Spanien, Frankreich und Österreich finden sich im Bestand. Diplom-Biologe Ulrich setzt bei seinem Engagement zudem gerne auf Nachhaltigkeit: „Es ist uns eine Herzensangelegenheit, dass ökologische, ökonomische und soziale Ziele nicht gegeneinander ausgespielt, sondern gleichrangig angestrebt werden“, betont Ulrich, der mit den Winzern stets im persönlichen Kontakt steht. „Das ist die Basis, um viele Dinge anzustoßen“, sagt er.

Auch die Swagwine-Winzer aus der Pfalz machen sich Gedanken um Nachhaltigkeit und setzen spannende Projekte in diesem Zusammenhang um. Lukas Krauß hat zum Beispiel ein riesiges Insektenhotel im Weinberg und Blühstreifen zwischen den Rebzeilen. Auch das Weingut Hörner ist mit seinen Blühstreifen Teil eines groß angelegten und branchenübergreifenden Biodiversitätsprojekts. Im Einklang mit der Natur arbeiten auch Weingüter wie Collective Z, Andreas Durst oder Quantum Winery. „Die Weinszene ist spannend und bleibt weiterhin spannend“, meint Ulrich und freut sich schon auf die neuen Projektweine, die bald in den Verkauf gehen werden. „Mit einem coolen Label macht es eben noch mehr Spaß, Wein zu trinken.“ |w|j



Spricht mit seinen frischen Vermarktungsideen für besondere Weine auch ein jüngeres Publikum an: Markus Ulrich von Swagwine. FOTO: SWAGWINE/FREI

