

WER IST FRITZ?

Fritz Müller ist ein trockener Perlwein (Frizzante), der aus der deutschen Traditionsrebsorte Müller-Thurgau hergestellt wird.

Mit seinem erfrischend-fruchtigen Geschmack und seinem modernen Etikett spricht Fritz ein junges Publikum auf neue Art an. Er kombiniert unkomplizierten Genuss mit Anspruch an Qualität zu einem fairen Preis und stellt somit die bessere Alternative zu Prosecco & Co dar.

WIE SCHMECKT FRITZ?

Das Konzept hinter dem Perlwein heißt: „Ehrlicher Trinkspaß“.

Neben Aromen von Grapefruit und Stachelbeere weist der Perlwein die für Müller-Thurgau typischen Noten von Muskat auf. Dank seiner spritzig-fruchtigen Saftigkeit, die zugleich leicht und bekömmlich ist, schmeckt Fritz Müller Wein-Neulingen ebenso wie Kennern, die auf eine unkomplizierte Erfrischung aus sind.

Eckdaten zum Wein:

Alkohol:	12% vol.
Restzucker:	10 g/l
Säure:	5 g/l

WIE UND VON WEM WIRD FRITZ GEMACHT?

Fritz entsteht im Weinkeller von Winzer Jürgen Hofmann aus Appenheim in Rheinhessen. Der im Gault Millau mit drei Trauben zum „Aufsteiger“ gekürte Winzer achtet bei der Herstellung darauf, dass ausschließlich gesunde, vollreife Trauben weiterverarbeitet werden.

Die Qualität profitiert zudem davon, dass ein Großteil der Trauben von alten Rebstöcken stammt, die reduzierte Erträge aufweisen. Aufgrund der jahrelangen Nachfrageflaute nach Müller-Thurgau wurden in Rheinhessen lange Zeit keine Neuanpflanzungen vorgenommen. Somit verfügen Jürgen Hofmann und seine Winzer-Kollegen, von deren Weinbergen die Trauben stammen, über weite Flächen solcher - bis zu 40 Jahre - alter Rebbestände.

Fritz bietet zuverlässige Qualität bei einem gleich bleibenden Geschmacksbild.

Dabei wird er nicht wie ein Massen-Perlwein produziert. Aber er soll allen schmecken. Allen, die nicht philosophisch am Glas schnuppern, sondern auch mal trinken wollen. Das aber ohne Kopfschmerzen und ohne leeren Geldbeutel am nächsten Tag.

WAS STECKT HINTER NAME UND ETIKETT?

Da in den 80er Jahren in Deutschland oft minderwertige Massenware aus der Rebsorte Müller-Thurgau produziert wurde, war die Traube hierzulande lange Zeit verpönt. Doch in Norditalien, wo seit Jahren gute Qualitätsweine aus Müller-Thurgau entstehen, hat sich „Müller Frizzante“ durchgesetzt und spätestens seit dem Siegeszug des „Sprizz“ zum Trendgetränk etabliert.

In Anlehnung an diesen Erfolg, gepaart mit einem Augenzwinkern, entstand der deutsche Name „Fritz Müller“. Und der ein oder andere Szene-Gastronom hat bereits den „Fritz Sprizz“ auf seine Karte aufgenommen.

Die Idee, eine traditionelle, aus der Mode gekommene Rebsorte wieder zu beleben und sich auf regionale Produkte zu besinnen, greift Grafikdesigner Timo Thurner aus München auch bei der Gestaltung des Etiketts auf: Aus einfachen grafischen Elementen zusammengesetzt, nimmt es Bezug auf die letzte Jahrhundertwende in Deutschland, die beginnende Blütezeit des Müller-Thurgaus sowie Hochphase einer liberalen, weltoffenen Kunstszene. Die Umsetzung erfolgt dabei jedoch auf leichte, humoristische Art und Weise.

Das schlichte, moderne Layout trifft den Zeitgeist und spricht eine kräftige, für Wein ungewöhnliche Sprache. So fällt Fritz nicht nur im Weinregal auf. Er macht mit seinem schicken, schwarz-weißen Outfit auch in Bars, Restaurants und im privaten Kühlschrank eine gute Figur.

WER HAT SICH FRITZ AUSGEDACHT UND WARUM?

Initiator des Projekts ist Guido Walter, Weinfachhändler aus München. Der diplomierte Weinakademiker und Sommelier beliefert seit vielen Jahren die Münchner Gastronomie sowie Fachhändler in ganz Deutschland.

Die anhaltende Nachfrage seiner Kunden nach einer Alternative zu Prosecco, ließ in ihm die Idee sprießen, einen eigenen Perlwein zu schaffen. Ziel dabei war es, seine persönlichen Vorstellungen bezüglich Qualität, Design und Trinkspaß mit den Erwartungen des Markts zusammenzuführen.

ROSA?

Weil Fritz binnen weniger Monate viele Fans gewonnen hat, wurde das Sortiment um eine Rosé-Variante aus den Rebsorten Portugieser und Spätburgunder erweitert, den „Fritz Müller rosa“.