

Message in a bottle foto

Endrizzi gewinnt den Fotowettbewerb von Wein-Plus Italien

Die Psychologie der Verführung

Jeder hat schon einmal das Gefühl von Verliebtheit erlebt, den Rausch der Sinne und die Leidenschaft. Ein Zwinkern, ein Lächeln, ein Treffen, ein Abendessen, eine Nacht, eine Beziehung, ein Leben. Und alles begann mit einem Blick. Als wir nichts wussten, sagte uns das erste Bild, hier könnte etwas gehen. So ist es auch mit dem Wein. Der richtige Moment, der richtige Ort, die richtige Stimmung, das richtige Foto und es funkelt.

Funkelnder Wein im Glas ist ohne Zweifel ein Assesoire für einen besonderen Abend wie zum Beispiel dem des kommenden vierzehnten Februars. Aber welchen Wein auswählen aus dem breiten Angebot? Aus welchem Land, welchem Gebiet, welcher Rebsorte, welcher Machart? Wie verstehen, ob der Wein zum Essen und unserem Geschmack passt? Weinbeschreibungen und das Wissen von Verkostungsexperten können helfen. Doch der Geschmack hängt oft von unseren Stimmungen ab, von der Situation, in der wir uns befinden und unserer Tagesverfassung. Und auch davon, wie er uns präsentiert wird, zum Beispiel mit einem schönen Etikett oder verführerischen Foto.

Der erste Eindruck

So wie es bei der Begegnung zwischen zwei Menschen keine zweite Chance für den ersten Eindruck gibt, so sind es das Weinetikett im Fachhandel oder das Foto auf der Homepage, das in Millisekunden dazu animieren muss, mehr erfahren zu wollen und sich einzulassen. Leicht und verständlich muss die Bildersprache sein, dann gelingt auch die Verführung wie bei Endrizzi.

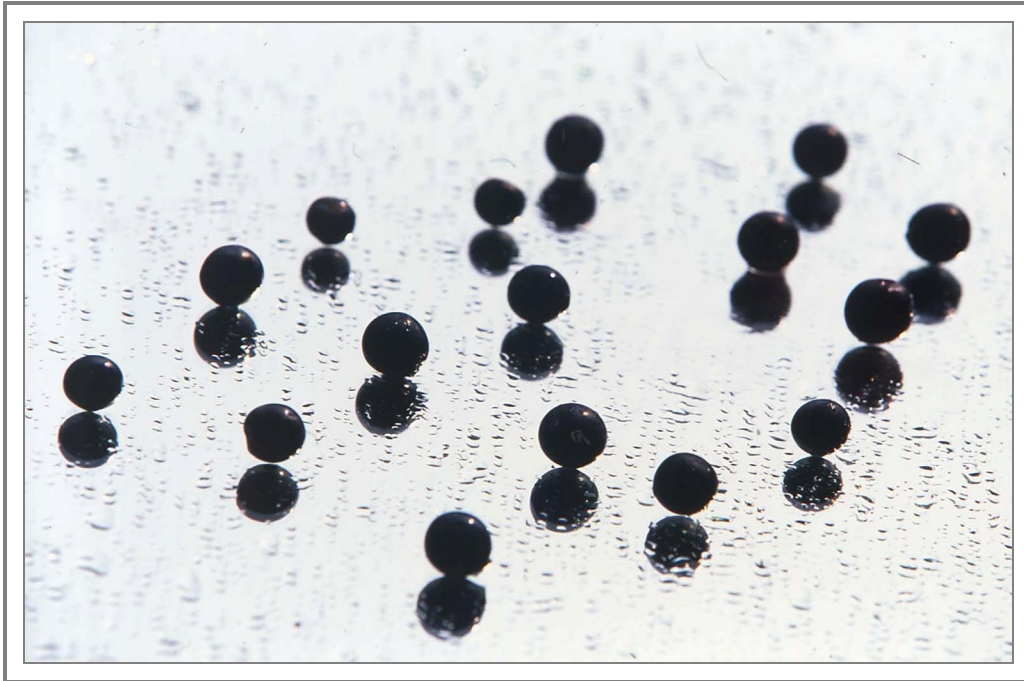
Seit einigen Jahren arbeitet das Weingut mit dem international renommierten Profifotografen Giò Martorana zusammen. So kommt es nicht von ungefähr, dass eine Aufnahme des bereits viel Prämierten den Fotowettbewerb des Weinportals Wein-Plus.de gewann. Die Aufgabe war, ein Foto einzureichen, das den Betrachter animiert, sich mit dem Unternehmen auseinanderzusetzen, das auf einen Blick eine Botschaft vermittelt, die auch den flüchtigen Betrachter innehalten lässt.

Verführe mich

"Teroldego-Beeren wie Perlen ist ein herausragendes Foto. Die Aussage ist klar: Der Wein ist erlesen und einzigartig. Wie Perlen scheinen die Teroldego-Beeren eben von einer wertvollen Kette gerutscht. Da Perlen das Synonym für Reichtum, Weisheit, Würde und Glück gelten und darüber hinaus als Aphrodisiakum wie auch als Heilmittel, ist hier die positive Assoziation perfekt. So wie keine Perle der anderen gleicht, ist es auch bei den Beeren von Jahrgang zu Jahrgang. Sie sind das Ergebnis eines natürlichen Prozesses, also der Spiegel dessen was Mutter Natur geschaffen hat. Die Spiegelung vermittelt die Unverfälschtheit des Produktes. Es wird nicht verändert und ist gut, genussvoll und sauber (ohne die Umwelt zu belasten), was noch durch die frischen Wasserspitzen unterstrichen wird. In der Tat arbeitet das Weingut nach den Regeln von Slow Food. Das alles wurde von dem Berufsfotografen Giò Martorana symbiotisch zur Philosophie des Unternehmens umgesetzt. Kein Schnappschuss sondern eine wohl überlegte Message", so die Begründung für das Siegerfoto.

Die Natur der Leidenschaft

"Heute reicht es nicht mehr, nur gut zu sein", sagt Christine Endrici, die Hausherrin, "man muss seine Passion auch vermitteln können. In einer Zeit, in der Handys Foto schießen, kann theoretisch jeder Bilder produzieren. Trotzdem gibt es einen Unterschied zu denen von Professionisten, die den Kern eines Unternehmens herausarbeiten und ihn wettbewerbsrelevant darstellen." Die gelernte Architektin weiß nur zu gut, wovon sie redet und arbeitet ausschließlich mit Kommunikationsexperten zusammen, die in der Lage sind, die Dinge auf den Punkt zu bringen und mit einem Bild oder Slogan, genau den Reiz schaffen, der die Aufmerksamkeit weckt und motiviert, genau dieses Produkt zu wählen.



Dass man nach der Wahl nicht enttäuscht ist, dafür sorgt der Chef-Önologe Vito Piffer. Er ist stolz auf den Topp-Wein aus den edelsten Teroldego-Beeren von Endrizzi, dem Gran Masetto, der "würzig und nach eingelegten und eingekochten Kirschen und gemischten Beeren schmeckt, röstige und schokoladige Noten zeigt sowie kräftig und nachhaltig ist mit einem sehr angenehmen und schmelzigen Abgang" und meint, "dies wäre eine gute Option für den Valentinstag."

San Michele all'Adige, den 24. Januar 2011

Hintergrundinformationen:

Giò Martorana

Giò Martorana wurde in Palermo geboren und ist seit 1980 Berufsfotograf. Seine professionelle Tätigkeit erstreckt sich auf Mode- und Portrait-Fotografie, Reportagen und Werbung. Seine Fotos werden in italienischen und internationalen Magazinen veröffentlicht. Er arbeitete für Markenfirmen wie Hausbrandt, Tag Heuer, Superga, Louis Vuitton, Porsche, Valtur, Wella, Gruppo Alta Marca und eben für Endrizzi. Er hat bedeutende Fotobände gestaltet. Seine Arbeiten kann man in Museen und privaten Sammlungen bewundern, wie zum Beispiel in den Gebäuden der Stiftung Alinari in Florenz. Er stellte unter anderem auf der Biennale in Venedig, im Space Museum in New York, im Museum of Modern Art in Miami, an der Georgetown Universität in Washington, in der Mart Gallery von Los Angeles, im Espace Electra von Paris, in der Sotheby's Gallery in Tel Aviv und in der Photogallery von Montecarlo aus. 1997 wurde er von William Livingston von National Geographic für den Dokumentarfilm "The Italiens" zum Botschafter des italienischen Stils in der Welt, zusammen mit Krizia und Sergio Pininfarina, gewählt. 1999 wurde ihm für seine Portraits der Unesco-Preis verliehen.