

Vermarktungsoffensive für Wein aus Weingarten

Nach dem Zusammenschluss mit Schliengen-Müllheim gibt es mit Benjamin Petry einen neuen Kellermeister

Von unserem Redaktionsmitglied
Matthias Kuld

Weingarten. Die Zukunft des Weingartener Weins nach dem Zusammengehen mit der Winzergenossenschaft (WG) Schliengen-Müllheim sieht Geschäftsführer Wolfgang Grether positiv. Ökonomisch ist die neue WG mit ihren rund 400 Hektar Rebfläche als einer der großen in Baden konkurrenzfähig.

Den besonderen Charme des Zusammenschlusses, über den die BNN mehrfach berichteten, sieht er aber im Abrunden des Produktportfolios, für das in Weingarten mit Benjamin Petry ein neuer junger Kellermeister Verantwortung trägt.

Die Palette von „Markgräflerland, Kaiserstuhl, Tuniberg“ wird um „Kraichgau“ und Sorten wie beispielsweise Riesling, Auxerrois oder Müller-

Angebotspalette wird ergänzt

Thurgau und Schwarzriesling „ideal ergänzt“. Die Südbadener sind in ihren Verkaufsbemühungen nun breiter aufgestellt und wollen auch den „Weingartener“ bundesweit vermarkten. Erste Erfolge gebe es bereits. Nebenbei: Beim großen Empfang der deutschen Botschaft in Ankara wird der Rebsaft aus Weingarten ausgedient.

Dass sich die gut 250 Weingartener Winzergenossen mit nur noch 72 Hektar Rebfläche mit überwältigender Mehrheit Schliengen-Müllheim anschlossen, ist leicht nachzuvollziehen. Die Zahl der Winzer und die Rebfläche waren rückläufig, die Anlagen im Winzerkeller hingegen auf ganz andere Kapazitäten ausgelegt. All das drückte auf die Bilanz.

Andere Sorgen hingegen trieben die Kollegen im Südbadischen um. Sie bekommen aus 320 Hektar von 950 Mitgliedern viele Trauben, hatten aber zu wenig Kapazitäten zum Verarbeiten. Da kam die Begegnung mit Weingarten



RIECHT GUT? SCHMECKT GUT? Betriebsleiter Benjamin Petry (links) und Winzergenossenschaft-Geschäftsführer Wolfgang Grether testen den Wein aus den Weingartener Barrique-Fässern.
Foto: Alàbiso

gerade recht. In großen Lkw wird der Traubensaft nun vom Kaiserstuhl über 180 Kilometer in die modernen Tanks nach Weingarten gebracht und dort ausgebaut.

„Ein vollkommen übliches Verfahren“, sagt dazu Geschäftsführer Grether, der nicht nur auf diese Art den Standort Weingarten stärken will. Der Verkaufsraum soll ausgebaut, die Öffnungszeiten sollen verlängert werden.

Und im Grundsatz gehe es darum, den Wein aus Weingarten nicht nur qualitativ zu verbessern, sondern auch mit einer durchstrukturierten Produktlinie

besser am Markt zu platzieren. Diesbezüglich ist schon die Handschrift der erfahrenen Südbadener zu erkennen.

Die „Corporate Identity“ wird gestärkt, Etiketten werden mit hohem Wiedererkennungswert gestaltet, die Flaschen erhalten einheitlich Longcap-Verschlüsse und die Produkte werden in einer Qualitätspyramide gestuft. Nach der Literware kommen „Klassiker“, „Elegance“ und „Exklusiv“.

Für einen erfolgreichen Marktauftritt sieht Wolfgang Grether gute Chancen. Das beginne bei der Gastronomie in Karlsruhe, wo er den „Weingartener

Wein aus Baden in Deutschland“ wieder stärker platzieren möchte und führe bis in den Lebensmitteleinzelhandel, in dem die neue Genossenschaft dank der Fusion eine durchgängige Produktlinie anbieten und so ihre Verhandlungsposition stärken könne. Die wichtige Arbeit vor Ort leistet dabei der neue Kellermeister, der die Zusammenarbeit mit den Winzern stärken und vermehrt Beratung anbieten will.

Im Vorstand der neuen WG ist Gerd Siegrist aus Weingarten mit dabei, im Aufsichtsrat sind es Bernd Lörz, Klaus Holzmüller und Frank Gauss.