

# Ein Hoch auf das Weinjahr 2015

Generalversammlung der Wengerter – Neue Etiketten und langfristige Imagepflege

Die Wengerter in der Sieben-Keltern-Stadt wollen die Qualität ihrer Weine weiter steigern. Um Kunden zu gewinnen, bringen sie außerdem einen Bio-Wein auf den Markt, auch am Erscheinungsbild wird gefeilt.

NORBERT LEISTER

**Metzingen.** „Ein Hoch auf ein Superweinjahr 2015“, sagte Ortsvorsteherin Lilli Reusch am Freitagabend während der Generalversammlung der Weingärtnergenossenschaft Metzingen-Neuhausen. Hoch erfreut zeigten sich aber auch die Verantwortlichen der Genossenschaft, wie Jörg Waldner und Gerhard Fritz: Die Befürchtungen, dass die Kirschesigfliege erneut Schaden anrichten könnte, erfüllten sich nicht: „Es war wohl zu warm und die Kerle dann zu faul“, mutmaßte der Aufsichtsratsvorsitzende Fritz mit Augenzwinkern.

Verschont blieben die Wengerter in Metzingen und Neuhausen nach den Worten von Geschäftsführer Waldner ebenfalls vom Hagel – der hatte ja bekanntlich 2013 zugeschlagen. Und damit auch das Weinjahr 2014/15 – das ja von August bis August reiche – massiv beeinträchtigt. Die Auswirkungen: „Rund 10 000 Literflaschen und 7000 Flaschen im Dreivierteliter-Bereich weniger – insgesamt machte das 6,6 Prozent weniger Absatz“, betonte Fritz.



Die Wengerter haben Grund optimistisch in die Zukunft zu blicken, ihre Produkte sind beliebt.

Foto: Norbert Leister

Aber: Der Umsatz sei im Vergleich zum Vorjahr „nur“ um 3,5 Prozent zurückgegangen – was ein deutliches Zeichen für die gute Vermarktung war.

Im laufenden Weinjahr 2015/16 stehe den Metzinger Wengertern jedoch ein richtig gutes Jahr bevor: „Wir kriegen mit den 2015er Weinen eine ganz tolle Qualität“, be-

tonte Gerhard Fritz. „Es geht deutlich bergauf.“ Und das angesichts einer Gesamtentwicklung auf dem deutschen Weinmarkt, die alles andere als rosig aussehe, wie Waldner berichtete. Zum einen würden bundesweit gerade einmal zwei Prozent aller verkauften Dreivierteliter-Flaschen mehr als fünf Euro kosten. Was im Umkehrschluss bedeutet:

Die Käufer bezahlen in 98 Prozent aller Fälle zwischen 99 Cent und 4,99 Euro für eine 0,75-Liter-Flasche Wein. Und eine regionale Bindung gebe es in der Bundesrepublik kaum. „In Frankreich trinken die Menschen französischen Wein, in Italien italienischen – in Deutschland trinkt man alles“, sagt Jörg Waldner. Denn nur jede zweite Fla-

sche des verkauften Weins stamme hier aus deutscher Produktion. Positiv sei indessen, dass die Metzinger Hofsteige zu den oberen zwei Prozent der Weine gehöre, für die mehr als fünf Euro bezahlt werden. Damit werde deutlich, was auch die Maxime für die Zukunft der hiesigen Wengerter sein soll: Die Genossenschaft setzt auch weiterhin auf Qualität.

Doch auf den Lorbeeren (beziehungsweise auf den qualitätshaltigen Weinbeeren) ausruhen, komme nicht in Frage: „Zwar schauen viele auf uns mit Respekt – wir müssen aber auch dran feilen, dass es uns weiter gut geht“, betonte Jörg Waldner. Die Einführung des Bio-Weins sei eine Maßnahme dazu, der Weinerlebnisweg, der im vergangenen Jahr eingeweiht wurde, eine weitere.

Als ebenfalls verkaufssteigernd sollen sich neue Etiketten etwa für den Bio-Wein wie auch für andere Produkte erweisen. Auf den Tischen war am Freitagabend ein Entwurf auf Portugieser-Flaschen zu begutachten. „Aber wir arbeiten weiter daran“, betonte Waldner.

Positive Effekte soll zudem der Verkaufshänger nach sich ziehen, der künftig sowohl bei Veranstaltungen in der Region präsent sein wird als auch an schönen Wochenenden im heimischen Weinberg. „Das ist eine langfristige Werbegeschichte“, erklärt der Geschäftsführer der Weingärtnergenossenschaft.