

# Frisch und süffig und attraktiv

Der neue Jahrgang kommt bei der Winzervereinigung aus Freyburg auch mit einem neuen Outfit

Die neuen Weine der aktuellen Lese sind bereits in die Flaschen gekommen. „Unser Erster“ ist ein Müller-Thurgau, der am 25. September 2006 gelesen wurde. Ausgestattet mit dem hohen Mostgewicht von 88 Grad Oechsle haben die Kellermeister einen frischen, fruchtigen Müller-Thurgau reifen lassen, der mit 12,5 Volumenprozenten Alkohol und je 6 Gramm Säure und Restzucker ganz den Geschmack der Zeit treffen dürfte.

Damit hat der größte Erzeuger Mitteldeutschlands bereits das dritte Mal noch im Lesejahr zum Verkaufsstart aktueller Weine geblasen. Der frische Wein wird stets bestens von den Kunden angenommen. In diesem Jahr kommt zudem dazu, dass der Wein des Vorjahres (nur 1,6 Millionen Liter) vielfach ausgetrunken ist und der Markt lautstark nach Nachschub verlangt. In diesem Jahr sind die Aussichten besser, denn immerhin reifen jetzt etwa 2,7 Millionen Liter in den Kellern des größten Weinproduzenten Mitteldeutschlands.

Gleichzeitig mit dem neuen Jahrgang verändert sich auch der optische Auftritt der Weine aus der über 70jährigen Winzervereinigung in Freyburg. Der architektonische Angelpunkt der Region, die Neuenburg, hat auf den Etiketten zwar weiterhin einen prominenten Platz, aber wichtige Produkt-Informationen treten nun klarer an den Kunden heran. Die Rebsorte dominiert das Papierrechteck, flankiert vom Jahrgang, der Qualitätsstufe und dem Anbaugebiet „Saale-Unstrut“. Am Kopf gibt das Logo der Win-

zervereinigung dem neuen grafischen Auftritt halt. Alle weiteren Informationen wurden auf das Rücketikett verbannt, das alle Flaschen der Genossenschaft ziert. Hier erleichtert eine kurze Weinbeschreibung die Auswahl.

„Je edler der Inhalt, desto edler auch die Ausstattung“, begründet Geschäftsführer Dr. Gerald Lange den Relaunch der Etikettenserie. Diese einfache Faustregel soll den Verbraucher besser durch die Produktvielfalt navigieren. Grün steht dabei für Weißwein und Rot folglich für die dunklen Rebsorten. Zudem heben sich die Qualitätsstufen Spätlese, Classic und Selection auch farblich von den QbA-Weinen ab.

Dieser Wechsel an den Flaschenhälsen hatte sich aber bereits angekündigt mit einer gründlichen Überarbeitung des Corporate Designs. Seit Jahresbeginn wurden so schon Preislisten, Printanzeigen, Imagebroschüren, Werbeflyer, Kartonagen und jetzt eben auch die Etiketten einem einheitlichen Erscheinungsbild zugeordnet, um so effektiver und sympathischer auf dem Markt wahrgenommen zu werden.

Ganze fünf Millionen Euro haben die Winzer aus Freyburg in den vergangenen Jahren für die Verbesserung ihrer Infrastruktur locker gemacht. Damit wurde das Tanklager neu gebaut und auch eine attraktive Wein-Galerie geschaffen. Sie wird jährlich von gut 20.000 Kunden frequentiert, und dort setzt die Genossenschaft ein



Geschäftsführer Dr. Gerald Lange auf dem Händel-Weinberg von Zappendorf/Saalkreis. (Fotos: Archiv Winzervereinigung)

Fünftel ihrer Produktion ab. Zur Strategie des Hauses gehört auch die angestrebte Transparenz des Betriebes. So sind nicht nur die Schatzkammer und der romantische Holzfass-Keller für Besucher zugänglich. Auch die effektive und schonende Traubenannahme sowie die Gär- und Reifetanks aus Edelstahl mit ihrer computergesteuerten Systemtechnik vermitteln einen Eindruck hoher, streng kontrollierter Qualitätsarbeit. Allein in diesem Jahr haben über 7.000 Weininteressierte aus aller Welt an Führungen teilgenommen.

Theo M. Lies



Seit 2000 empfängt ein großzügiges Eingangsportale die Gäste der Weingalerie an der Winzervereinigung Freyburg. Dort treffen sie auch Claudia Gorn, die ehemalige Weinprinzessin von Freyburg gehört zum Beratungsteam der Genossenschaft.



Die Mannschaft im Keller wurde in den letzten Jahren gründlich aufgestockt. Chefunter Tage ist Hans-Albrecht Zieger (links), der als Produktionsleiter die Fäden in der Hand hält. Hier beim Fachsimpeln mit Kellermeister Knut Kiok.