



Uwe Michelfelder, Marianne Steinschulte

Staatsweingut Weinsberg - seit Jahren eine Marke für beste Qualität

Die Marke „Staatsweingut Weinsberg“ steht für die Vermarktung bester Erzeugnisse und herausragender Qualität. Das innovative Sortiment umfasst elegante Weißweine, fruchtige Roséweine, kräftige Rotweine, aromatische Seccos und klassischen Sekt aus traditioneller Flaschengärung. Veredelte Früchte aus dem Bereich Frucht- und Brennereitechnologie runden das Angebot ab (Bild 1).

Bild 1
Staatsweingut-Produkte.



Bild 2
Burg Wildeck von oben.

Von den 45 ha Weinbergen des Staatsweingutes Weinsberg befinden sich 22,5 ha in Weinsberg in den Lagen Weinsberger Schemelsberg und Burgberg, 10 ha in Gundelsheim mit 2,5 ha terrassierter Steillage im Gundelsheimer Himmelreich und die Burg Wildeck mit rund 12,5 ha. Die Lage Burg Wildeck befindet sich im Alleinbesitz des Staatsweinguts. Die Rebflächen befinden sich an Süd- und Südwesthängen des württembergischen Unterlandes. Auf tiefgründigen Muschelkalkböden, warmen Gipskeuper- und Bunte Mergel-Böden gedeihen Weine mit individueller Ausprägung (Bild 2).

Die angebauten Rebsorten orientieren sich an den jeweiligen Bodenformationen der Weinbaubetriebe und sind zudem mit Fragestellungen von Seiten der LVWO geprägt. Bei

den klassischen Rebsorten überwiegt bei den weißen Sorten der Riesling (20 %), gefolgt von Muskateller und Sauvignon Blanc (je 5 %). Für die klassischen roten Rebsorten sind rote Burgundersorten (25 %), Lemberger (15 %) und Trollinger (5 %) zu nennen. Durch den Einfluss der Rebenzüchtung werden auch neue Rebsorten wie [Acolon](#), [Cabernet Dorsa](#) und [Cabernet Cubin](#) gepflegt. Man blickt gespannt in die Zukunft auf die ersten Ergebnisse der eigenen pilzresistenten Sortenweine. Unter dem Aspekt des Klimawandels wird seit 2008 auch ein internationales Rebensortiment bewirtschaftet, das Rebsorten wie Syrah, Tempranillo, Malbec, Nebbiolo und Pinotage enthält. Bei deutschen und internationalen Verkostungen und Wettbewerben erringen die Weinsberger Weine immer wieder Spitzenplätze.



Mitgliedschaften

Schon seit 1971 besteht die Mitgliedschaft im Verband der Deutschen Prädikatsweingüter (VDP) (Bild 3). Die herausragenden Weinlagen, die vom VDP als „VDP. GROSSE LAGEN“ klassifiziert wurden, sind das Gundelsheimer Himmelreich für Spätburgunder, der Weinsberger Schemelsberg für Lemberger und Burg Wildeck als Herrschaftsberg für Riesling.

Außerdem ist das Staatsweingut Mitglied der Studiengruppe HADES, die seit den 1980er Jahren zu den Pionieren des Barriqueausbaus in Deutschland gehört, sowie im Deutschen Barrique-Forum engagiert.



Bild 3
VDP-Plakette.

Entstehung des Staatsweinguts

Seit der Gründung als Königlich Württembergische Weinbauschule im Jahre 1868 war die Erzielung von Einnahmen durch Weinverkauf ein wichtiger Aspekt. Jedoch erfolgte dies bis in die 1940er Jahre hauptsächlich durch Versteigerungen und Offenweinverkauf. Erst in der Nachkriegszeit entwickelte sich der Weinverkauf so, wie man ihn heute kennt.

Bereits Ende der 1980er Jahre gab es seitens der Weinsberger Lehr- und Versuchsanstalt Bestrebungen, die für das Marketing sehr sperrige Bezeichnung „Staatliche Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau, Weinsberg“ (Bild 4) durch den Namen „Staatsweingut Weinsberg“ zu ersetzen. Lange Jahre wurde das durch die vorgesetzten Stellen nicht befürwortet. Doch nach vielen Anfragen und nachdem auch andernorts die Bezeichnung Staatsweingut immer öfter verwendet wurde, fruchteten die Bemühungen schließlich im Jahre 1995. Seither gibt es das Staatsweingut Weinsberg, mittlerweile auch mit eigener Website www.staatsweingut-weinsberg.de.

Verkaufsraum und Unternehmensdesign (Corporate Design)

Die Verbindung der Kompetenzen von Lehre und Forschung mit der Praxis findet auch im



Bild 4
Weinetiketten 1973 und 1984.



Bild 5 und Bild 6
Verkaufsraum von außen und innen.

Staatsweingut seine Anwendung. Viele Besucher und Gäste zeigen sich von dieser Kombination besonders fasziniert.

Der Verkaufsraum entstand durch Umbau und Erweiterung des im Jahr 1981 fertiggestellten Versand- und Flaschenlagergebäudes (Bild 5). Am 4. November 1999 erfolgte die offizielle Einweihung durch Ministerin [Gerdi Staiblin](#). Der Raum dient der Präsentation der hochwertigen Produkte und auch individuellen Beratungsgesprächen. Ebenso gut ist der Verkaufsraum für Veranstaltungen und für den Empfang von Gruppen geeignet. Bei der Gestaltung waren folgende Aspekte von Bedeutung: Ästhetisch, zeitlos, klassisch, modern, elegant und außergewöhnlich. Wichtig ist das großzügige Fenster zur Hildtvilla und der Grünanlage (Bild 6).

Wie gut der Verkaufsraum gelungen ist, zeigt die Auszeichnung beim „contractworld award“, dem internationalen Design- und Architekturwettbewerb für innovative Raumkonzepte. Die offizielle Preisverleihung fand am 13. Januar 2001 auf der DOMOTEX Messe in Hannover statt. Weiterhin wurde der Raum mit dem Architekturpreis Wein 2007 auf der Intervitis in Stuttgart ausgezeichnet.

Der neue Verkaufsraum fügt sich nahtlos in das Unternehmensdesign (Corporate Design) ein. Seit 1996 werden die mit Hilfe eines professionellen Designers neu gestalteten Produktausstattungen, Verpackungen, Geschäftspapiere, Preislisten und Werbemittel verwendet. Die neu gestalteten Etiketten für die Weine und alle weiteren Produkte bedeuteten einen großen Schritt vorwärts für das Marketing (Bild 7 - Weinetiketten 1998, 1999 und 2015). ■



Uwe Michelfelder
LVWO Weinsberg
Tel. 07134/504-135
uwe.michelfelder@lvwo.
bwl.de

