



Friedrich Hammer und die 280 Mitglieder der Weingärtner Marbach eG freuen sich über ihr neues Logo und exzellente Weine vom Jahrgang 2009.

Foto: Werner Kühnle

Genossenschaftler spielen mit W und M

Marbach Die Weingärtner-Genossenschaft präsentiert ihr neues Logo und die positive Bilanz von 2009. *Von Götz Schultheiß*

Dreht man den Buchstaben W um, erhält man ein M – und umgekehrt. Wenn man nun die Buchstaben direkt übereinander stellt und mit einem Rahmen in Fassform versieht, drängt sich der Verdacht auf, dass der Schabernack einen tieferen Sinn hat. In der Tat: W steht für Weingärtnergenossenschaft und M für Marbach, das Ganze ist das neue Logo der Weingärtner in der Schillerstadt.

Einfach und deshalb einprägsam soll ein Logo sein, außerdem hat es gefälligst den Zeitgeschmack zu treffen – Anforderungen, die leicht zu stellen, aber schwer zu erfüllen sind. Doch der Pleidelsheimer Grafiker Olaf Bender hat es geschafft, den Weingärtnern eine moderne Visitenkarte zu verschaffen. Sein Oeuvre, auf das sich

nach längerem Entscheidungsprozess ein Wengerter-Gremium unter dem Vorstandsvorsitzenden Friedrich Hammer einigte, wurde von den Weingärtnern bei der Generalversammlung am vergangenen Mittwochabend in der Marbacher Kelter mit großem Applaus bedacht.

Der Grafiker faszinierte die Weingebenen sichtlich, als er seine Entwürfe Revue passieren ließ. Die Ursache seiner Mühe: Der alte Name „Weingärtnergenossenschaft Marbach und Umgebung“ ist für den globalen Markt zu umständlich. Einprägsamkeit ist gefragt. Deshalb haben sich die Genossen vergangenen Herbst auf die etwas knappere Formel „Weingärtner Marbach eG“ verständigt. Im selben Aufwusch sollte auch das aus heutiger Sicht alba-

ckene Logo in Wappenform mit Geweihten und rebenumranktem Turm ein neues Make-up erhalten. Die Marketing-Kosmetik hat Folgen: Zug um Zug müssen die Aufschriften geändert werden, von der Wand der Genossenschaft über den Transporter bis zum Briefpapier. Die Kosten dafür veranschlagt der Vorstandsvorsitzende Friedrich Hammer auf „einige tausend Euro.“

Zeit lassen mit der Modernisierung wollen sich die Genossenschaftler mit den Etiketten. Hammer: „Hier haben sich andere, die zu abrupt umgestellt haben, ein blaues Auge geholt.“ Nur fürs neue Logo werden die Etiketten erst einmal angepasst, denn zügig müssen jetzt die Prädikatsweine, von denen die früheren Jahrgänge ausverkauft sind, in die Flaschen.

Apropos Wein – mit dem Geschäftsjahr 2009 sind die Marbacher Wengerter voll auf zufrieden. Beim Verkauf verzeichnen sie den Rekordzuwachs von 13,5 Prozent. Auch der Jahrgang 2009 lässt die Gesichter strahlen, obwohl 15 Prozent weniger Wein als vom Jahrgang 2008 abgefüllt wird.

Dafür trumpft der neue Jahrgang mit Qualität auf, denn das Wetter hatte die Trauben verwöhnt und beschert Gauenfreuden wie eine trocken ausgebaute Grauburgun-

der-Spätlese, Spätlesen von Lemberger und Samtrot und einen Schiller-Eiswein. Auch mit einem neuen Produkt für die Literflasche warten die Wengerter-Genossen auf: einen Lemberger mit Trollinger aus Affalterbach. Deshalb gibt es von dort vom Jahrgang 2009 keinen Trollinger.



**WEINGÄRTNER
MARBACH**

Marbacher
Zeitung
vom 30.04.2010