

aus unserem Archiv vom 10. März 2011

Neuer Name und neues Design

Von unserem Redakteur Friedhelm Knopp

Mit neuem Namen und neuem Erscheinungsbild will die Winzergenossenschaft Kasel an den Markt gehen. Auf Beschluss der Mitglieder wird sich der kleine Erzeugerverband in Weinmanufaktur Kasel umbenennen. Passend dazu haben Designstudentinnen der Fachhochschule (FH) Trier den entsprechenden Markenauftritt kreiert.



Präsentieren das neue Outfit der Flaschen der Weinmanufaktur Kasel: die Studentinnen Annick Kiefer, Birgitt Schott und Stephanie Zepp (von links). TV-Foto: Friedhelm Knopp

Trier/Kasel. Deutschlands kleinste eingetragene Winzergenossenschaft sitzt in Kasel. Der Zusammenschluss von derzeit 14 Ruwerwein-Erzeugern setzt nicht auf Masse, sondern auf Exklusivität und Qualität. Das erklärte Ziel ist die Rettung des dramatisch geschrumpften Teilanbaugebiets Ruwer. Neuerdings sind auch Hobbywinzer aus weinfremden Berufen willkommen, die als Quereinsteiger bedrohte Anbauflächen in Kasel, Mertesdorf und Waldrach übernehmen (der TV berichtete). Die ersten Neuwinzer konnten im Herbst 2010 erstmals ihre Trauben lesen. Doch nicht nur bei der Erzeugung, auch bei der Vermarktung wollen die Kaseler neue Wege beschreiten.

"Die Idee war, das Bild der Genossenschaft, ihren gesamten Auftritt, nach 35 Jahren komplett neu zu gestalten", sagen Vorsitzender Gerd Biwer und Mitglied Denis Dhume, ein Initiator der Erneuerung. Doch wer sollte ein neues Logo, neue Etiketten, Briefbögen, Visitenkarten und entsprechende Internetseiten gestalten? Die Wahl fiel auf Studierende der FH Trier, Fachrichtung Kommunikationsdesign. Im Rahmen einer von Professor Andreas Hogan geleiteten Lehrveranstaltung beteiligten sich 14 Studierende des sechsten und siebten Semesters an einem Wettbewerb. Hogans Botschaft an seine Studenten: "Die Qualität der Gestaltung soll auf die Qualität des Produkts schließen lassen."

Das von einer Jury ermittelte Ergebnis war ein "Teamsieg" von drei Preisträgerinnen. Die Ideen von Annick Kiefer (Luxemburg), Birgitt Schott (Schwerin) und Stephanie Zepp (Koblenz) werden ab dem Weinjahrgang 2011 das Außenbild der Winzergenossenschaft prägen.

Die künftigen Flaschen und Etiketten verdeutlichen dies am augenfälligsten: Riesling kommt in einer schlanken, olivgrünen Schlegelflasche zum Verbraucher, Rivaner in der weißen Bordeauxflasche. Nach der Lage benannte Weine tragen schlichte weiße Etiketten mit stilisiertem "K", Gutsweine erhalten originellerweise den Vornamen eines Genossenschaftsmitglieds - etwa einfach "Jupp". Das zweite Etikett auf der Rückseite erhält die gesetzlich vorgeschriebenen Angaben, aber auch Informatives über die Genossenschaft.

"In einer außerordentlichen Mitgliederversammlung haben wir beschlossen, uns mit Einführung der neuen Etiketten in Weinmanufaktur Kasel umzubenennen", erklärt Vorsitzender Gerd Biwer bei einem Treffen mit den Nachwuchsdesignerinnen und Professor Hogan in der FH Trier.

Für die Siegerinnen war der Wettbewerb die erste Erfahrung mit praxisbezogener Designerarbeit. "Wir sind offen an die Sache rangegangen und haben uns dabei frei in unseren Entscheidungen gefühlt", sagt Birgit Schott. Und Stephanie Zepp fand "das Thema spannend, wobei der Kreativität keine Einschränkungen gemacht wurden".

Extra Mit den neuen Flaschen dürften die Kaseler für eine Diskussion in der Fachwelt sorgen: 80 Prozent aller

neuen Riesling-Schlegelflaschen sollen Schraubverschlüsse erhalten. Nur für die lieblicheren Rieslinge gibt es weiter den Korkverschluss. Gerd Biewer: "Angesichts der immer schlechter werdenden Korkqualität hat der Schraubverschluss klare Vorteile." Er garantiere die Geschmacksqualität, und angebrochene Flaschen ließen sich wieder sauber verschließen. (f.k.)

© volksfreund.de | Alle Rechte vorbehalten