

Das „Gutslädle“ – der Verkaufs- und Verkostungsraum.



Oben: Regelmäßig wird zum Schaubrennen mit Verkostung eingeladen.
Unten: Stimmige Aufmachung.



Marcus Hofmeister ist nicht nur Brenner. 10 ha Wein stehen 5 ha Obst gegenüber. Erstere bringt er in die Genossenschaft ein, die den Wein ausbaut und vermarktet. Beim Obst ist das „sein Geschäft“, das aber vom größeren Betriebszweig inspiriert wird. Als Mitglied der Fellbacher Weingärtner ist Marcus Hofmeister selbst mitten im Wein-Geschehen. Und als Aufsichtsrat der Genossenschaft kann er sogar deren Kurs mit beeinflussen. Da liegt nichts näher, als die Erfahrungen aus dem Weinbau auch auf die Brennerei zu übertragen.

Und das hat Marcus Hofmeister konsequent getan – beginnend bei der Firmierung als „Destillerie & Genussmanufaktur“. Der zweite Namensteil weckt Assoziationen an die nahegelegene „Weinmanufaktur Untertürkheim“, die ebenso wie ihr Fellbacher Pendant die „Genossenschaft“ aus dem Namen verbannt hat und so erfolgreich den Akzent von der gemeinschaftlichen



Fotos: Springob

INSPIRATION DURCH DEN WEINBAU

Genussmanufaktur Rieger & Hofmeister

Der Kleinstadt Fellbach vor den Toren Stuttgarts eilt ein großer Ruf voraus – zumindest in Genießerkreisen. Folgt man den einschlägigen Weinführern, residieren hier die besten Winzer Württembergs. Und es sind beileibe nicht nur Winzer, die sich von diesem dynamischen Umfeld inspirieren lassen. Marcus Hofmeister zeigt, wie man auch als Brenner davon profitieren kann.

Erzeugung hin zur handwerklichen Fertigung der Produkte verschoben hat.

STIMMIGE AUSSENDARSTELLUNG

Die individuelle Qualität sollen auch die anderen Markenelemente betonen. Dazu gehört das Logo, eine prägnante Wort-Bild-Marke aus mattgoldenen Initialen auf schwarzem Grund. Dazu gehört auch die einheitliche Gestaltung der Etiketten, die die Farben des Logos wieder aufnehmen, allerdings umgekehrt. Der jeweilige Produktname steht dort – schwarz auf gold – in einem Band. Dieses wiederum taucht in den Präsentationsräumen als umlaufendes Motiv auf. Statt der Namen stehen dort dann in einer Nische die Produkte selbst – durch Strahler gekonnt ins rechte Licht gerückt.

Gemeinsam mit dem Prospekt und der Preisliste fügen sich diese Elemente zu einem stimmigen, Wertigkeit vermittelnden

und nicht zuletzt auch einprägsamen Gesamtbild zusammen – neudeutsch „Corporate Design“ genannt.

Ist eine solche einheitliche Gestaltung unter Kleinbrennern noch nicht unbedingt die Regel, so noch weniger, dass sogar die Architektur in sie einbezogen wird. Auch hier ist der Weinbau ausdrücklich genanntes Vorbild. Mit Blick auf das Bücherregal meint Marcus Hofmeister: „Hier steht die Literatur zum Thema Wein und Architektur.“ Wobei man da nicht unbedingt an spektakuläre Chateaux oder kalifornische Wineries als Vorbild denken muss. Die wären wohl zwei Nummern zu groß für einen Kleinbrenner – auch für einen mit zwei Brennrechten wie Marcus Hofmeister einer ist.

Der Blick muss in Fellbach auch gar nicht nach Übersee schweifen, sondern nur „über die Straße“, zum Beispiel zum mehrfach für seine gelungene Innengestaltung ausgezeichneten Weingut Heid.



Arbeiten Hand in Hand – Marcus Hofmeister und sein Stiefvater, Albrecht Rieger.

FUNDIERTE AUSBILDUNG

Der in Fellbach demnach so naheliegende Blick über den Tellerrand wurde sicherlich auch noch während der Ausbildung gefördert: Erst das Diplom in Weinbau in Geisenheim, dann der Master in Agri-Business in Hohenheim. Der Abschluss als „Fachkraft für Brennereiwesen“ rundet das Profil ab. Das oenologische, brennereitechnische und nicht zuletzt das betriebswirtschaftliche Wissen ist demnach fundiert und wird – das zeigt der Betrieb – auch erfolgreich in die Praxis umgesetzt. Erleichtert sicherlich dadurch, dass Marcus Hofmeister sein Wissen nicht allein aus Büchern bezieht, sondern auch aus der direkten Anschauung. Die Fellbacher Betriebs-

erfahrungen wurden durch Praktika in den USA und Österreich ergänzt. In Ländern also, die entweder wie Amerika von je her den Weinbau marktwirtschaftlich betreiben oder aber sich wie die österreichische Weinwirtschaft nach dem Glykolskandal neu erfinden musste und dementsprechend stark die Vermarktung zu buchstabieren gelernt haben.

QUALITÄT ALS GRUNDLAGE DES ERFOLGS

Doch Marketing, und sei es noch so gut, funktioniert auf die Dauer nur dann, wenn die Produkt-Qualität stimmt. Das gilt für einen „Klein“-brenner, der sich im Spirituosen-Markt gegen einige große Mitbe-

werber und viele kleine behaupten muss, wahrscheinlich doppelt. Marcus Hofmeister lässt sich seine Qualität daher regelmäßig attestieren.

Von der letzten Nordwürttemberger Landes-Prämierung brachte er einen Punkteschnitt von 19,25 (von 20 möglichen) und 17 Medaillen mit. Dass dieser beeindruckende Erfolg nicht am begrenzten regionalen Rahmen liegt, beweisen rund zwei Dutzend Medaillen, die Marcus Hofmeister auf der international ausgerichteten Destillata errungen hat. Selbst eines seiner jüngsten Produkte, ein Single Malt Whisky, wurde dort 2010 und 2011 mit Silber prämiert. „Das hat mich fast noch mehr gefreut als die Auszeichnung „Sortensieger Spirituosen“, die ich 2010 mit unserem Himbeerbrand errungen habe.“

Die objektiv bescheinigte Qualität subjektiv erlebbar zu machen, dazu dienen die Räumlichkeiten des – in schwäbischer Bescheidenheit so genannten – „Gutslädle“, wo man mehr als nur einkaufen kann. Es ist repräsentative Probierstube und lädt auch zum längeren Verweilen ein. Dementsprechend wird neben der Verkostung auch die passende Verkostung ausdrücklich angeboten. Mit Blick durchs Fenster auf den Brennkessel Destillate zu probieren und passende Speisen dazu zu genießen, das ist schon fast gläserne Produktion und Erlebnisgastronomie in einem...

FAMILIÄRER RÜCKHALT

Erfolge in der Heimat und grenzüberschreitend, Arbeit im Betrieb und für die Genossenschaft, fast wundert es, dass noch Kapazitäten bleiben, sich auch noch im Klein-

Behälter aus Leidenschaft!

Maischeverarbeitung
Maischebevorratung
KZE-Tanks
Fruchtsaftlagertanks

www.speidel-behaelter.de



Speidel Tank- und Behälterbau GmbH
Krummenstraße 2 · 72131 Ofterdingen · Tel.: 07473 9462-0 · Fax: 07473 9462-99

brennerverband zu engagieren. In Nord-Württemberg ist Marcus Hofmeister seit dem Frühjahr 2011 stellvertretender Vorsitzender. Als ehemaliger stellvertretender Bundesvorsitzender der Landjugend ist das Verbandswesen vielleicht kein ganz unbekanntes Terrain.

Und trotzdem ließe sich die provokante Frage stellen, auf wieviel Hochzeiten jemand tanzen kann. Marcus Hofmeister könnte gelassen auf die eigene Heirat verweisen. Denn in seiner Frau Stephanie, die ebenfalls in Geisenheim studiert hat, hat er offensichtlich tatkräftige Unterstützung. Sie hält ihm nicht nur familiär den Rücken frei und kümmert sich um die zwei Kinder, sie bringt auch ihr Wissen und Können bewusst in die Brennerei ein. Nicht zuletzt dank ihr ist sie eben auch „Genussmanufaktur“, weil sie für das Zusatzsortiment in Form von „G'sälz“ und Chutneys zuständig ist. Ihr Gaumen ist obendrein, so Marcus Hofmeister, der sensiblere. Stephanie Hofmeisters Gespür ist ebenfalls in der Dekoration des „Gutslädle“ zu bemerken. Nicht zuletzt ist die Verköstigung von Gruppen, sofern es sich um ein kaltes Vesper handelt, ihr Metier. Wie heißt es doch so treffend in den Sprüchen Salomos: „Eine tüchtige Frau, wer findet sie? Sie übertrifft alle Perlen an Wert.“

Tüchtig „mitschaffen“ tut außerdem noch der Stiefvater von Marcus Hofmeister, Albrecht Rieger. Von ihm stammt das Stammkapital, ein Großteil der Nutzfläche, er hat den ehemaligen Mischbetrieb mit Ackerbau, Viehzucht und Sonderkultur über die Jahre zu einem auf Wein- und Obstbau spezialisierten Hof umstrukturiert, er hat das erste Brennrecht erworben – und er hat Marcus Hofmeister für sein Metier begeistern können. Albrecht Rieger engagiert sich vor allem im Außenbetrieb, welche Bedeutung er aber hat, macht der Betriebsinhaber dadurch deutlich, dass er den Namen „Rieger“ dem eigenen vorangestellt hat.

Die Firmierung als „Rieger & Hofmeister“ hat schon zu der scherzhaft gemeinten Frage geführt, ob hier zwei große, regional bekannte Möbelhäuser gleichen Namens fusioniert hätten. Das natürlich nicht, aber das kaufmännische „&“ im Firmennamen könnte durchaus symbolhaft dafür stehen, dass sich in diesem Unternehmen Wein- und Obstbau, Produktion und Vermarktung, Tradition und Moderne glücklich ergänzen.

Friedrich Springob, Stuttgart

Destillate ins Eichen-Fass
www.haasdestille.de



Der Vorsitzende der Rheinischen Obst- und Kleinbrenner sowie von Eifel Premium Brand Bernhard Bares konnte die rheinland-pfälzische Landwirtschaftsministerin Ulrike Höfken, Thorsten Wehner (Mdl) und...



... den Ministerpräsidenten von Schleswig-Holstein Peter Harry Carstensen begrüßen.



Sänger und Moderator Hansy Vogt gilt auch als Botschafter des Scharzwaldes.

Grüne Woche Berlin

Werbung für heimische Destillate

Die diesjährige Grüne Woche verzeichnete die höchste Besucherzahl seit vier Jahren. Über 420 000 Besucher (2011: 415 000) strömten vom 20. bis 29. Januar in die Messehallen unter dem Berliner Funkturm. Die Pro-Kopf-Ausgaben der Verbraucher lagen mit 111 Euro leicht über dem Vorjahresniveau (2011: 110 Euro) und bescherten den Ausstellern Umsätze von rund 47 Millionen Euro.

Auch die Anzahl der Fachbesucher stieg im Vergleich zur letzten IGW um 5000 auf über 105 000 Branchenvertreter (+5%). Mit einer Beteiligung von 1624 Ausstellern aus 56 Ländern (2011: 1632/57 Länder) und einer Ausstellungsfläche von 115 000 m² erreichte die weltgrößte Verbraucherschau für Landwirtschaft, Ernährung und Gartenbau das Rekordniveau der Vorjahre.

Mit der neu konzipierten Deutschlandtour durch sieben Hallenkomplexe bestand die „Straße“ der 14 Bundesländer ihre Feuertaufe. Regionale Spezialitäten von der Küste bis zu den Alpen erfreuten sich großer Beliebtheit beim Publikum.

Die neue Bayernhalle, mit der der Freistaat erstmals auf 2350 m² gebündelt auftrat, war laut Landwirtschaftsminister Helmut Brunner vom ersten Tag an Besucher-

Fotos: Bares, Eder, Gumberger