

PRESSEINFORMATION

**WERBEGEMEINSCHAFT WÜRTTEMBERGISCHER
WEINGÄRTNERGENOSSENSCHAFTEN EG, Möglingen**

13. Januar 2010

Innovative Weingärtnerqualität auf der Intergastra (Stuttgart, 6.-10.2.2010):

Württembergische Genossenschaftsweine treffen jeden Geschmack

Die Qualitätserzeugnisse aus den Weinbergen und Weinkellern Württembergs sind auch 2010 in aller Munde. Auf der Fachmesse Intergastra in Stuttgart präsentieren sich die Württembergischen Weingärtnergenossenschaften mit ihren erlesenen Produkten. Messebesucher und Endverbraucher dürfen sich auf überaus edle und köstliche Tropfen freuen. Nicht nur, weil der aktuelle Jahrgang 2009 die Qualität des Vorjahres noch übertrifft. Sondern auch, weil einige Genossenschaften inspirierende Neuheiten auf den Markt bringen.

Auf Genießer warten wieder unvergessliche Württembergische Momente: Die Weine der Württembergischen Weingärtnergenossenschaften treffen auch 2010 jeden Geschmack – und setzen in Sachen Qualität und Innovation neue Maßstäbe. Voll auskosten kann man das auf der Intergastra vom 6. bis zum 10. Februar auf der Messe Stuttgart.

Gereifte Qualität

Bei den aktuellen Weißweinen kommen Genießer bereits voll auf den Geschmack. Denn die Qualität des Jahrgangs 2009 übertrifft noch einmal die des Vorjahres. Mit viel Sorgfalt und Hingabe haben die fachkundigen Weingärtner der Genossenschaften erneut sehr anspruchsvolle Produkte

geschaffen. Die hochwertigen Weißen aus den Weinbergen und Weinkellern Württembergs wecken Vorfreude auf mehr. Weinfreunde fiebern deshalb schon den Rotweinen 2009 entgegen, die derzeit noch in den Kellern reifen. Doch das Warten lohnt sich – denn es wird mit vorzüglichen Rotweinen belohnt werden.

Auf den Geschmack kommen

Die kontinuierliche Qualitätssteigerung garantiert nicht nur exquisiten Genuss. Sie brachte den Genossenschaftsweinen auch eine immer größere Bekanntheit und Popularität. Das Markenzeichen der Württemberger Weingärtnergenossenschaften, der markante Kennerkopf, findet als Qualitätsversprechen große Akzeptanz. Für die Besucher der Intergastra bietet sich daher eine ideale Gelegenheit, um sich über die erfolgreiche Arbeit der Genossenschaften zu informieren. Auf der bedeutenden Fachmesse kommen Multiplikatoren und Entscheider aus Handel, Hotellerie, Gastronomie und Catering zusammen. Ein ideales Umfeld, um gute Kontakte zu knüpfen oder zu pflegen und sich von den Weinen der Württemberger Weingärtnergenossenschaften inspirieren zu lassen. Das sympathische und einladende Standkonzept der Werbegemeinschaft lädt zum Verweilen und Probieren ein. Riechen, kosten, genießen – die Württemberger schmeicheln prompt allen Sinnen.

Württembergischer Verführungskunst

Die Verführungskunst der württemberger Weingärtner und Kellermeister wartet auch in diesem Jahr mit interessanten Produktneuheiten auf. Mit ihrem Knowhow sorgen sie dafür, dass für jede Gelegenheit der richtige Tropfen bereit steht. Innovative Weine setzen Trends und überzeugen Liebhaber Württemberger Weine, die offen für Neues sind. Mit unverbrauchten Ideen und erfrischenden Flaschendesigns kommen die Genossenschaften dem steigenden Interesse jüngerer und jung gebliebener Verbraucherschichten an hochwertigen Weinen und weinhaltigen Getränken entgegen.

Etwa die Weingärtner Vertriebsgesellschaft (WVG) mit ihrer Produktidee *Bitter-Süss*. Das weinhaltige Getränk wird mit dem Aroma exotischer Bitterorangen verfeinert. Es ist vielseitig verwendbar und eignet sich entweder pur, auf Eis oder zum Mixen fruchtiger, phantasievoller Drinks.

Für besondere Emotionen steht die Trendlinie *Will's romantisch* und *Will's prickelnd* von der WG Willsbach. Während *Will's romantisch* – ein trockener, fruchtiger Roter – die gefühlsbetonten Momente im Leben einfängt, sorgt *Will's prickelnd* als Riesling Sekt trocken und Rosé Sekt trocken für beflügelnde Augenblicke. *Will's*, die neue Handelsmarke des Traditionsunternehmens WG Willsbach verspricht nicht nur aufregenden Genuss, sondern auch große Aufmerksamkeit bei Handel und Verbraucher: Das stimmige und Erfolg versprechende Marketingkonzept stieß bei einer Expertenjury des Marketing-Clubs Heilbronn auf viel Anerkennung und wurde für den Regionalen Marketingpreis 2009 nominiert.

Ganz zeitgemäß kommt auch *Süss&Fruchtig* der Württembergischen Weingärtner-Zentralgenossenschaft daher. Die Profilwein-Range richtet sich an eine junge Klientel, die sich beim Genießen gerne auf Experimente einlässt. Erste Versuche mit Süßweinen der WZG waren im Vorjahr derart erfolgreich, dass diese Produktlinie nun sogar bundesweit distribuiert wird. Erfolg versprechend lässt sich auch *Trèjus* von den Fellbacher Weingärtnern an. Die Komposition aus dem reifen Saft aromatischer Trauben und Verjus – dem Saft unreifer Trauben – inspiriert den Genießer ganz ohne Alkohol. Weil er gleichzeitig das volle Aroma dunkler Beeren und einen kräftigen Geschmack bietet.

Sehr hochwertig in Optik und Inhalt präsentiert sich *Edelis*, eine neu kreierte Weinlinie der Weingärtner Flein-Talheim. Sie ist exklusiv für den Fachhandel und die Gastronomie bestimmt. Die charaktervollen Weine bewähren sich vor allem im besonders anspruchsvollen Segment. Nicht von ungefähr ist *Edelis* eine Kombination aus edel und deliziös.

Die viel versprechenden Neulinge können ebenso wie die traditionsreichen Tropfen aus der Genossenschafts-Palette während der Intergastra probiert werden.

Frische Ideen für den Erfolg

Da Probieren immer noch über Studieren geht, stellen die Württemberger neuerdings besondere Weinprobierpakete zusammen. Diese Auswahl enthält je sechs Flaschen verschiedener Genossenschaften, jeweils passend zur Jahreszeit. Das „Trollinger-Probierpaket“ wird auf der Intergastra vorgestellt und darf als erstes in dieser Serie die Aktion starten. Ehre, wem Ehre gebührt, denn der Trollinger wird bekanntermaßen als das Nationalgetränk der Württemberger bezeichnet. Im Laufe des Jahres werden die Themen „Spargel“, „Sommer“ und „Festtage“ folgen. Die Probierpakete sind besonders attraktiv für Weinliebhaber, die sich einen Überblick über die vielseitige Produktpalette der Württemberger Weingärtnergenossenschaften verschaffen wollen – und nebenbei ihr Wissen über Weinkultur vertiefen möchten. Denn zu den Trollinger-Sets gehört nicht nur der Trollinger-Siegerwein von 2008 (Goldmedaille bei der Landesweinprämierung 2009 sowie Goldmedaille Top Level beim internationalen Weinwettbewerb „Premium Select Wine Challenge 2009“ der Fachzeitschrift SELECTION) sondern auch eine DVD, auf der ein renommierter Sommelier Tipps und Erklärungen liefert. Damit holen sich die Verbraucher den Experten für ihre persönliche Weinprobe sprichwörtlich nach Hause. Mit etwas Glück flattern die Probierpakete sogar als Gewinn ins Haus, denn 100 Pakete können via Gewinnspiel eingeworfen werden. Beworben wird die POS-Aktion mit auffälligen Flaschenhalsanhängern. Die Probierpakete können von Endverbrauchern zu einem ansprechenden Preis auch online bestellt werden (www.wwg.de).

Zeitgemäß der Tradition verpflichtet – auch im Internet

Modern, dynamisch und gleichzeitig der Tradition verpflichtet – was für die Produktpalette der Württemberger Weingärtnergenossenschaften gilt, gilt auch für ihr Erscheinungsbild. So präsentiert sich etwa die Homepage der Werbegemeinschaft seit neuestem noch frischer und serviceorientierter. Unter www.wwg.de warten aktuelle Infos und viel Wissenswertes auf den

Besucher. Auf der durchdacht gestalteten Seite lässt sich bequem stöbern und bestellen. Interessant für den Handel ist der neue Onlineshop für Werbematerial. Als besonderes Special wartet eine interaktive Datenbank mit Videos, Retrofilmen und TV-Spots – aus vielen unvergesslichen Genießersjahren.

Die Werbegemeinschaft Württembergischer Weingärtnergenossenschaften findet man auf der Intergastra in Halle 9, Stand A70 auf der Messe Stuttgart.

Landschaftliche Vielfalt und ein einzigartig reichhaltiges Rebsortiment kennzeichnen das Weinland Württemberg. Von den unterschiedlichen Burgunder-Sorten über die Spezialitäten Trollinger und Lemberger bis zu Samtrot und Acolon erstreckt sich die Württemberger Rotweinwelt. Unter den Weißen findet man neben den bekannten Sorten Riesling, Silvaner, Müller-Thurgau und Gewürztraminer auch weiße Burgundersorten sowie den beliebten Kerner. Mit ca. 11.800 ha Rebfläche ist Württemberg das viertgrößte Weinbaugebiet Deutschlands und das mit dem höchsten Rotweinanteil. Die jährliche Gesamterzeugung beträgt ca. 110 Millionen Liter. 62 rechtlich und wirtschaftlich selbstständige Weingärtnergenossenschaften und eine Zentralgenossenschaft liefern jährlich Spitzen-Erzeugnisse von Könnern für Kenner, die auf der ganzen Welt gerne genossen werden.

Weitere Informationen:

WERBEGEMEINSCHAFT WÜRTEMBERGISCHER
WEINGÄRTNERGENOSSENSCHAFTEN EG
Ulrich-M. Breutner, Dipl. oec. Vorstandssprecher
Raiffeisenstraße 6, 71696 Möglingen
Tel.: 07141/24 46-14, Fax: 07141/24 46-20
E-Mail: breutner@wwg.de
www.wwg.de

PRINZIP E GmbH
Kirsten Hechler
Benzstraße 33, 71083 Herrenberg
Tel.: 07032 289 99-01, Fax: 07032 289 99-11
E-Mail: kirsten.hechler@prinzip-e.de
www.prinzip-e.de