

Die Visitenkarte des Weines

Der Primera LX 810 Color Label Printer im Einsatz als individuelle Etikettierlösung auf dem Weingut Gunderloch in Nackenheim



Es wird wohl ein heißer Tag. Aus der offenen Tür des Seitengebäudes klirrt die Flaschenabfüllanlage. Der Geruch von Hefe liegt schwer in der Luft. Wir sind auf dem Weingut Gunderloch in Nackenheim am Rhein.

Der Weinbau hat eine große Tradition in Rheinhessen und liegt häufig in den Händen von Familienbetrieben. Tradition spiegelt sich auch in dem stattlichen Bürgerhaus mitten im Ort, nicht weit vom Rheinufer entfernt. Ein großes Tor führt auf den gepflasterten Hof, direkt vor die gelbe Fassade mit den grünen Fensterläden.

Seit über 25 Jahren führt Fritz Hasselbach zusammen mit seiner Frau Agnes das Weingut. Bereits in der fünften Generation verkörpert Agnes die Eigentümerfamilie. Gegründet wurde das Gut 1890 von ihrem Urgroßvater,

dem Mainzer Bankier Carl Gunderloch. Bekannt für seinen großen Geschäftssinn und ausgestattet mit einem feinen Gaumen für guten Wein, erwarb Gunderloch das Gut und dazu die Spitzenlage, ein gutes Stück vom Nackenheimer Rothenberg.

Das Carl Gunderloch einen Blick für das Wesentliche hatte, bestätigen heute mineralogische und klimatologische Untersuchungen: Der Rothenberg stellt eine der wertvollsten Lagen der Region Rheinhessen dar.

Der aus Nackenheim stammende Schriftsteller Carl Zuckmayer setzte Carl Gunderloch ein eher zweifelhaftes literarisches Denkmal: In der Komödie „Der fröhliche Weinberg“, machte er ihn unter dem Namen „Jean Baptiste“ zur lächerlichen Hauptfigur und zur Zielscheibe von Späßen der etwas

derberen Art.

Die Folge war ein fast 50 Jahre lang dauerndes Zerwürfnis zwischen den Familien Zuckmayer und Gunderloch. Dann entschuldigte sich der Schriftsteller persönlich. Den Namen „Jean Baptiste“ verwendet das Weingut noch heute als Bezeichnung für seinen beliebtesten Kabinettwein.

Tradition spielt nach wie vor eine wichtige Rolle auf dem Weingut. Das ist aber nur eine Seite des Geschäftes, denn Agnes und Fritz Hasselbach arbeiten heute mit Keller- und Officetechnik auf neuestem Stand.

Agnes Hasselbach hat sich an diesem Vormittag Zeit genommen, um mit uns über Tradition, Technik und individuelle Weinetiketten zu sprechen.

[Frau Hasselbach wie gestaltet sich für Sie das Spagat zwischen traditionellem Weinbau über Familie und Marketing hin zum hart umkämpften Markt?](#)

„Das ist natürlich nicht einfach, besonders in einem Familienbetrieb, wie wir es sind. Neben der Arbeit im Weingut, der Administration und dem Verkauf, will ja auch die Familie versorgt sein. Aber wie das Wort „Familienbetrieb“ schon sagt, ist die ganze Familie mit dem Weingut verbunden. Auch unsere drei



Agnes Hasselbach

Kinder haben zum Glück einen Hang zum Weinbau und unterstützen uns in der Arbeit.

Was den Preisverfall und das Überangebot des Marktes betrifft, versuchen wir einen etwas anderen Weg zu gehen. Wir positionieren unsere Weine im oberen Marktsegment.“

Welche Voraussetzungen sind nötig, um in diesem Segment erfolgreich zu sein?

„Zunächst einmal Weine aus einer Spitzenlage, wie es der Nackenheimer Rothenberg ist. Aber auch eine akribische Qualitätssicherung und natürlich der Ehrgeiz, aus jedem Jahrgang das Allerbeste herauszuholen. Im Laufe der Zeit haben wir einen ganz eigenen Stil entwickelt, der die klassische Charakteristik deutscher Weißweine neu

interpretiert: Eine intensive Mineralität, ungewöhnliche Harmonie trotz markanter Säure und dazu eine tiefe Frucht dank der hohen Reife. Damit gehören unsere Weine zur Spitze im internationalen Angebot. Diese Position wird untermauert von den internationalen Auszeichnungen, die wir in den letzten Jahren erhalten haben.“

Auf welche Bereiche konzentrieren Sie ihre Vermarktung besonders?

„Ein großer Anteil unserer Weine geht in den Export. Dort liegt ganz klar einer unserer Schwerpunkte. Ausgesuchte Hotels und Restaurants sind ein weiterer Schwerpunkt. Der dritte Bereich sind die klassischen Weinhändler mit einem Sortiment von Spitzenweinen.“

Müssen Sie nicht oft ganz individuelle Wege gehen, um diese ausgesuchte Kundenschaft zufrieden zu stellen?

„Das wir unsere Spitzenweine in gleichbleibender, kontrollierter Qualität liefern, ist selbstverständlich. Aber auch das „Drumherum“ muss stimmen und nimmt einen wichtigen Anteil in unseren Bemühungen um zufriedene Kunden ein.

Nehmen Sie zum Beispiel nur die Etikettierung. Da soll alles grafisch perfekt sein und top aussehen. Außerdem müssen die gesetzlichen Vorschriften strikt eingehalten werden. Nun wünschen aber viele unserer Kunden eine individuelle Etikettierung. Sei es um ihren Hauswein mit ei-



Weingut Gunderloch

nem eigenen Label zu versehen oder für den Export muss das Etikett dem Designgeschmack und der Sprache des Ziellandes angepasst werden. Dann gibt es natürlich auch Einzelkunden, die ein individuelles Etikett zu besonderen Anlässen wünschen. Zum Beispiel für Hochzeiten, Jubiläen oder als exklusive Geschenke.“

Das hört sich kompliziert und teuer an?

„Bei den individuellen Etikettierungen geht es tatsächlich meistens um kleinere Chargen, die sich über den klassischen Etikettendruck nicht wirtschaftlich herstellen lassen. Wir haben lange nach einer für uns praktikablen Lösung gesucht, die sich mit einem wirtschaftlich vertretbaren Aufwand umsetzen lässt. Schließlich wollen die Kunden trotz des individuellen Etiketts nicht mehr für die Flasche und den Inhalt bezahlen.“

Angebote für individuellen Etikettendruck gibt es einige und zu Beginn unserer Bemühungen haben wir verschiedene Systeme getestet. Dabei scheiterten wir immer wieder an Etiketten, die nicht wasser- und wischfest waren. Was nützt eine noch so aufwendige Etikettengestaltung, gedruckt in brillanten Farben, wenn diese im Kühlschrank oder Weinkühler schon nach kurzer Zeit verschwunden sind. Oder die Farbe sich vom Etikett auf die Hände des Kellners überträgt...?“

Sie suchten also nach einer preiswerten Lösung, mit der



Etikettendruck auf dem Weingut

man wasserfeste Etiketten bedrucken kann?

„Richtig! Und genau das war mit den meisten der angebotenen Systeme nicht möglich oder einfach viel zu teuer. Erst mit dem LX 810 Color Label Printer von Primera konnten wir zu einem vertretbaren Preis farbige Gestaltung in Fotoqualität auf



Primera LX 810

wasserfeste Etiketten drucken.

Im Vergleich zu klassischen Etiketten aus der Druckerei bieten sich uns mit diesem System auch noch andere Vorteile: Es ist keine Mindestauflage notwendig und es fallen keine Stanz- oder Kli-

scheekosten an. Das System ist außerdem sehr robust und das Handling denkbar einfach und praxistauglich. Wir setzen den LX 810 jetzt seit einiger Zeit erfolgreich für Etikettenaufgaben von 1 bis etwa 1000 Stück ein. In diesem Auflagenbereich passen die Kosten pro Etikett genau in unser Kalkulationsschema.“

Und wie kommen diese Etiketten bei Ihren Kunden an?

„Unsere Kunden sind von den Möglichkeiten der individuellen Gestaltung sehr angezogen. Aber auch die Druckqualität und die wasserfeste Ausführung sind sehr überzeugend.“

Frau Hasselbach, vielen Dank für das Gespräch.



Nähere Informationen:

<http://www.onepoint.de>

<http://www.gunderloch.de>

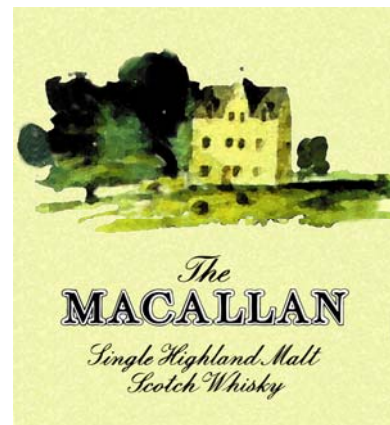


Technische Daten

Druckmethode:	Tintenstrahl/ Inkjet
Druckauflösung:	4800 x 1200 dpi, 2400 x 1200 dpi, 600 x 600 dpi Ca. 51 mm (2") pro Sekunde Schwarz/Weiss Ca. 38 mm (1,5") pro Sekunde für Farbe+Schwarz
Druckgeschwindigkeit:	Ca. 25,4 cm (10") pro Sekunde Etikettendurchsatz
Farbpatronen:	53376 Farbpatrone (CMY) 53377 Schwarz Dye-Basierend 53020 Schwarz Pigment-Basierend
Farben:	16.7 Millionen und einfarbig schwarz
Farbkorrektur:	Z-Color™ Farbkorrektursoftware (ICC kompatibel) im Lieferumfang neue Einstellungen erlauben "true-to-Life" das farbrealistische Drucken von Hauttönen
Standardetiketten / Farbetiketten	matt oder glänzend mit permanent Kleber
Max. Druckbreite Farbetiketten:	203mm (8")
Max. Etikettenbreite:	210mm (8.25")
Min. Etikettenbreite:	19mm (0,75")
Max. Drucklänge Farbetiketten:	609mm (24")
Min. Etikettenlänge:	19mm (.75")
Arten von Medien:	Etiketten auf Rolle
Medienabtastung:	Beweglicher Lichtsensor für konturgeschnittene Etiketten und Reflektionssensor Markierungsstreifen
Vorratsrolle für Etiketten:	152mm (6") max. Durchmesser auf 76mm (3") Kern
Tintenstandsanzeige:	Kalkulation der Anzahl noch zu druckender Etiketten basierend auf dem Tintenverbrauch für das aktuelle Drucklayout (zum Patent angemeldet)
Kontrollanzeigen:	Stromversorgung, Pause, Tintenstand
Bedienertasten:	Pause, Vorschub, Entladen
Betriebssysteme:	Windows XP/2000, Apple Mac OS X (v 10.2 oder höher)
Schnittstelle:	USB 2.0
Minimale Systemvoraussetzungen:	Pentium® IV Computer oder besser, 512MB RAM, 500MB freier Festplattenspeicher, USB 2.0 NiceLabel™ ME Primera Edition im Lieferumfang. Die meisten anderen bekannten Windows-Label Programme können ebenfalls benutzt werden.
Label Design Software:	
Gerätspannung:	12 VDC, 5 A
Stromversorgung:	100-240VAC, 50/60 Hz, 60 Watt
Zulassungen:	UL, UL-C, CE, FCC Class B
Gewicht:	13,2 kg
Maße:	432 mm x 231 mm x 394 mm (BxHxT) (17"W x 9.1"H x 15.5"D)
Option:	Etiketten-Rollenaufwickler



Der LX 810 Labeldrucker



One Point Storage Systems
Am Kuemmerling 21-25
D-55294 Bodenheim
Tel. 06135 93 222 0
Fax. 06135 93 222 10
info@onepoint.de
www.onepoint.de