

Geheimnisvolle Früchte des Zorns

CUVÉE Norddeutsche „Kenner“ stacheln den Winzer Klaus Gallé in Flonheim zu einer furiosen Kreation an

Von Frank Schmidt-Wyk

FLONHEIM. Seit zwanzig Jahren schenkt der Flonheimer Winzer Klaus Gallé seinen Wein beim Hengstmarkt im schleswig-holsteinischen Neumünster aus. Die Veranstaltung zieht jedes Jahr internationales Fachpublikum an – Leute mit Kennerblick für rassige Pferde. Was rassige Weine angeht... nun ja, „Deutschen Rotwein kannst nicht trinken!“ – es fuchste Gallé gewaltig, dass er diesen Satz vor seinem Stand immer wieder aufzuschnappen musste. Er beschloss, es den Norddeutschen zu zeigen. „Es ist immer schlecht, wenn man uns reizt“, sagt Gallé und lächelt vielsagend.

Selbst Italiener schmalzen mit der Zunge

Wer von den Früchten des Zorns kostet, wird Gallé allerdings sofort widersprechen. Offenbar war es gut, dass man ihn reizte. Richtig gut. Den ersten Jahrgang des Rotwein-Cuvées „Furioso“ produzierte das Weingut Klaus Gallé 2012; die Grundsubstanz besteht zu 65 Prozent aus Cabernet Sauvignon, die anderen beiden Ingredienzien bleiben das Geheimnis der Winzerfamilie Gallé: Klaus und seine Frau Orttrud mit Juniorchef Jonathan und Johannes, der Jüngste.

Vielleicht kann man die Mischung rauszeichnen? „Bisher hat das noch niemand geschafft“, sagt Gallé. Er bezeichnet das Cuvée (aktueller Flaschenpreis 9,50 Euro) selbstbewusst als „unsere Interpretation eines Cabernet Sauvignon“. Manche Jahrgänge dieser nicht ganz einfachen französischen Rebsorte fielen geschmacklich rau aus, mit Aromen, die an grünen Paprika erinnerten. „Der muss aber Cassis haben, einen Tick Paprika und ein bissel Holz“ – so skizziert er seine Vorstellung von einem runden Cabernet Sauvignon, der es mit der Zugabe zweier weiterer Weine



nossen hatten, erschien eine Gruppe italienischer Touristen im Weingut Gallé, lobte die „tollen Weine“ und nahm gleich eine Ladung mit.

Die Resonanz in Neumünster fiel erwartungsgemäß etwas zurückhaltender aus. Typische Reaktion nach einem Glas „Furioso“: „Das ist ein deutscher Wein!“ Wer den, sagen wir, sehr speziellen Charme der Norddeutschen kennt, weiß, dass es sich um ein beinahe überwältigendes Lob handelt. Zusätzliche Pluspunkte dürften die Gallés mit einem Zufallsstreffer bei der Namensgebung verbucht haben: „Furioso“ ist auch der Name einer eleganten ungarischen Pferderasse. Ein solcher Wein müsste ja gut ankommen in Neumünster.



„Unsere Interpretation der Rebsorte Cabernet Sauvignon“: Klaus Gallé und Sohn Jonathan.

Foto: Harald Kaster

AUF EINEN BLICK

Information zu Wärmegewinnung

RHEINHESSEN (red.). Wie kann man über die richtige Anordnung von Fensterflächen eine optimale Wärmegewinnung für das Haus erreichen? Darauf informiert eine kostenlose Energieberatung der Verbraucherschutzzentrale. Der Ener-

gieberater hat am Dienstag, 23. Januar, von 16 bis 19 Uhr Sprechstunde in Nieder-Olm im Rathaus der Verbandsgemeinde, Pariser Straße 110. Die Beratungs Gespräche sind kostenlos. Anmeldung unter (06136) 69 48.

REDAKTION RHEINHESSEN

Sekretariat:

Gabriele Bös, Antje Kuli

Telefon: 06131-48-5875

06131-48-5865

06131-48-5868

E-Mail: rheinhessen@vrm.de

Redaktion:

Anita Pleic

-5943

Blattmacher:

Alexandra Eckhardt

„Team bedeutet Geben und Nehmen“

FIRMENPORTRÄT Erfolgsstrategie des Mainzer Telekommunikationsunternehmens Mitcaps heißt Mitarbeiterbindung

Von Torben Schröder

MAINZ. Auf dem lichtdurchfluteten Flur hängt eine Glocke. Wer sie schlägt, hat etwas besonders Wichtiges zu verkünden, zum Beispiel den Abschluss eines lukrativen Auftrags. Oder er gibt einen aus, lädt womöglich alle Anwesenden ins UDP-Restaurant nebenan ein. Läuten ohne Grund kostet 50 Euro in die Kaffeekasse. Wilfried Röttgers hat diese Glocke in seiner ostfriesischen Heimat gekauft. „Die Idee stammt aus einem Vertriebstraining“, erzählt der Geschäftsführer und Gesellschafter des Mainzer Telekommunikationsunternehmens Mitcaps. Es darf nie vorkommen, dass Erfolge zur Selbstverständlichkeit werden. Und, dass jemand einfach nur so auf die Pauke haut.

Firma zählt zu acht „Attraktiven Arbeitgebern“

Mitcaps zählt zu den acht „Attraktiven Arbeitgebern“, die das Land Rheinland-Pfalz unlangst ausgezeichnet hat. Das besondere Erfolge in Röttgers' GmbH auch auf besondere Weise prämiert werden, hob die Jury hervor. Für das 2007 gegründete Unternehmen ist es beileibe nicht die erste Trophäe. Dreimal gab es „Deloito-Awards“ für Technologieunternehmen mit besonderer schnellem Wachstum. Die Firma: Reihenweise hätten Head Hunter ihm die Leute abgeworben. Ohnehin ist der Fachkräftemangel auch in seiner Branche akut. Logisch, dass die Mitarbeiterbindung in den Fokus rückt. Schon während der rasanten Wachstumsphase erlegte sich die GmbH einen IT-Blase kräftig durchrechnungsprozess auf, mit externen Beratern, Trainern, Psychologen. Ein Jahr lang gab es Workshops, Meetings, Hausaufgaben, alle waren eingebunden. Die Arbeitsabläufe wurden umgestellt.

21 Mitarbeiter hat die GmbH, das Dreifache arbeitet unter dem Dach kooperierender Unternehmen ebenfalls für Mitcaps. 7,2 Millionen Euro beträgt der Umsatz des Betriebs, der



Wenn Chef Wilfried Röttgers die Glocke läutet, gibt es in der Firma meist einen Grund zu feiern.

Foto: hbz/Jörg Henkel

vor bald elf Jahren mit einer vierköpfigen Truppe an den Start ging. Dafür galt es, die organisatorische Grundlage zu schaffen.

In Röttgers' Büro befindet sich ein großes Poster. „Im Team zum Erfolg – Team bedeutet Geben und Nehmen“ steht ganz oben. Bevor er gründete, war der Firmenchef bei einem Netzbetreiber angestellt, in einer Branche, die nach dem Platzen der IT-Blase kräftig durchrechnungsprozess auf, mit externen Beratern, Trainern, Psychologen. Ein Jahr lang gab es Workshops, Meetings, Hausaufgaben, alle waren eingebunden. Die Arbeitsabläufe wurden umgestellt.

21 Mitarbeiter hat die GmbH,

das Dreifache arbeitet unter dem Dach kooperierender Unternehmen ebenfalls für Mit-

caps. 7,2 Millionen Euro beträgt der

Umsatz des Betriebs, der

ZAHLEN UND FAKTEN

► Das 2007 gegründete Unternehmen Mitcaps beschäftigt in Mainz 21 Mitarbeiter aus drei Kontinenten und gibt als **Jahresumsatz 7,2 Millionen Euro an**.

► Angeboten werden „Rundumsorglos-Pakete“ für Daten und Standorte.

Kommunikation beim international vertretenen Mittelstand. Die größten Kunden sitzen in Pennsylvania und Paris.

► Das größte Netz erstreckt sich auf mehr als 100 internationale Standorte.

gen – so soll es bei Röttgers nicht laufen.

Er berichtet von Gleitzeit („Wer unter Hochspannung arbeitet, braucht auch Ruhepausen“), jeder Menge Fortbildungsangebote online, intern und extern. Und vom jährlichen Kickoff, der das gesamte Team zuleitet für drei Tage nach Straßburg führte.

Erste die Arbeit, dann feiert die „Family“

Einen Tag lang wird intensiv konflikt, danach gefeiert. Auch auf den Kölner Karneval ging es schon. „Die Arbeit geht besser von der Hand, wenn man Spaß hat“, sagt Röttgers. Um Weihnachten und Neujahr herum wurde die Glocke wieder geläutet. Einmal gab es Waffeln, einmal Champagner. Auch gemeinsamer Genuss ist eben etwas besonders Wichtiges.

Lust auf Urlaub wecken

TOURISMUS Rheinhessen stellen neue Printkampagne zur Bewerbung der Hiwweltouren vor / Auch Online-Marketing rückt in Fokus

Von Anita Pleic

RHEINHESSEN. Magazinig, frisch, modern, so präsentiert die Rheinhessen Tourismus ihre neue Printkampagne für die Region in neuer Form. Zum Portfolio gehört dabei neben den Urlaubsmagazinen, die die unterschiedlichsten Facetten der Region in Geschichten, Interviews und Fotos präsentieren, auch der Veranstaltungskalender mit dem Titel „Dabei sein 2018“. In den Blick gerückt und in Szene gestellt werden dabei natürlich auch die Hiwweltouren in der Region, aber auch andere touristische Ziele.

Radtourismus soll bedeutender werden

Über Leader soll in den kommenden Jahren auch ein radtouristischer Entwicklungspunkt für die Region erstellt werden. Einen entsprechenden Antrag hat man in die Wege geleitet. Beschilderung, Rastmöglichkeiten, Service- und Reparaturstationen, Ladestationen – das alles soll geschaffen beziehungsweise verbessert werden. Bisher gibt es in der Region acht Themenrouten und einen überregionalen Flussradweg. Dass bei diesem Thema großes Gästepotenzial für die Re-

wanderwege für mögliche Gäste so dargestellt werden, dass der Qualitätsanspruch der Urlaubsregion spürbar ist. Das Projekt ist Teil der Lokalen Aktionsgruppe und wird über das Programm Leader von der Europäischen Union gefördert. 40 600 Euro aus dem Förderkopf schickt Brüssel in die Erstellung der Werbekampagne für die Region. Erlebnis, Wein, Kultur, Landschaft, das sind auch in den kommenden Jahren die Eckpunkte der Tourismusstrategie Rheinhessens. Im Durchschnitt bleiben die Gäste 1,6 Tage in der Region und übernachten vor allem in den Städten.



Rund um Wörstadt führt eine der Hiwweltouren auch am Burgunderturm vorbei, einer der Anziehungs- und Aussichtspunkte.

Archivfoto: photoagenten/Axel Schmitz

gion da ist, beschrieben Christian Halbig und Karen Jäger von der Rheinhessenkonferenz in Oppenheim, 4,5 Millionen Deutsche, so Halbig und Jäger, machen regelmäßig Radurlaub. 85 Prozent dieser Menschen verbringen ihren Urlaub mit Rad am liebsten in Deutschland. Und dabei geben

Rhein und Reben“ informiert schon jetzt über die rheinhessischen Themenrouten, Sehenswürdigkeiten am Wegesrand und Bahnhofsanbindungen. Zu jeder Route gibt es eine Beschreibung mit Höhenprofil.

Auf www.rheinhessen.de können alle neuen Broschüren bestellt werden.