

# FLÜSSIGES GOLD

# INTERVIEW MIT PROF. MARKUS WEISBECK

*Markus Weisbeck ist Designer und Professor für Grafikdesign an der Bauhaus-Universität Weimar. Seit 2011 ist er Mitglied der „Alliance Graphique Internationale“. 2013 gründete er das „Space for Visual Research“ als Labor für experimentelle Grafikforschung mit Workshops, Ausstellungen und Vorträgen weltweit. Sein Studio arbeitet für ARTE, MMK Frankfurt, das German Design Council, das Bundesfinanzministerium, Luma Arles, das Deutsche Historische Museum, die Venedig-Biennale, das Weingut VON WINNING sowie Reichsrat von Buhl u.v.m.. Seine künstlerischen Arbeiten werden von der Kai Middendorff Galerie in Frankfurt vertreten.*

🌐 markusweisbeck.studio

**Von Weinetiketten bis zu anderen kreativen Arbeiten – wie groß ist die Spannweite Ihrer gestalterischen Tätigkeiten?**

Je nach Auftrag kann der Umfang erheblich variieren. Aus einer Markengestaltung entstehen nicht nur digitale Produkte oder gedruckte Publikationen, in einigen Fällen wurden sogar ganze Filme produziert. Es geht letztlich darum, dass eine Marke visuell überzeugt und ihr visueller Output mit den jeweiligen Medien harmoniert. Wie fügt sich alles stimmig zusammen – von der Papierwahl und Drucktechnik bis hin zur Schnittdramaturgie bei Ton und animierter Grafik?

Meine eigenen künstlerischen Arbeiten, die von der Galerie Kai Middendorff vertreten werden, setzen sich auf spielerische Weise mit Designprozessen auseinander – unabhängig von einer konkreten Beauftragung.

**Sie sind international gefragt und weltweit unterwegs. Gibt es ein Projekt, was Ihnen über die Jahre besonders in Erinnerung geblieben ist?**

Im Laufe der Jahre hatte ich die Möglichkeit, viele spannende Projekte mit inspirierenden, interessanten Menschen zu entwickeln und umzusetzen. Auch wenn dieses Projekt noch relativ aktuell ist, fand ich die theoretische Auseinandersetzung mit dem Thema besonders faszinierend. 2024 entwickelte ich das visuelle Erscheinungsbild für die Installation Trinket der Künstlerin Kapwani Kiwanga im kanadischen Pavillon der Biennale von Venedig. Kiwanga thematisiert mit einer Hängung von über fünf Millionen in Murano gefertigten Glasperlen ein Währungssystem, das fast 500 Jahre lang als weltweit gültiges Zahlungsmittel im transatlantischen Sklavenhandel zwischen Amerika, Afrika und Europa diente. Es ist großartig, aus diesen Dialogen eine neue grafische Arbeit zu entwickeln, die sowohl die Medien der Transparenz als auch die Bedeutung von Währung visualisiert.

Ich arbeite seit Jahren in Ländern wie Südkorea, Japan, China oder Taiwan. Hier ist es bereichernd, Gestaltung aus der Sicht anderer Kulturen zu erleben. Die Erfahrungen, die wir mit jungen Designern in Workshops machen durften, beeindruckten immer wieder durch die Qualität der Ästhetik in ihren Ausführungen und Konzepten. In Erinnerung bleibt mir stets, dass es eben auch herausragende Sichtweisen und Designs außerhalb unserer westeuropäischen Kultur gibt.

**Sie sind ja nicht „nur“ Grafikdesigner, sondern auch Künstler. Mit welchen bekannten Künstlern aus unterschiedlichen Szenen haben Sie schon zusammengearbeitet?**

Für den Maler Gerhard Richter habe ich Editions-Plakate gestaltet, für die Bildhauerin Isa Genzken die gesamte visuelle Kommunikation ihrer Ausstellung im Deutschen Pavillon auf der Venedig Biennale 2007 entworfen. Mit dem britischen Künstler Liam Gillick realisierte ich mehrere Projekte – von Publikationen bis hin zur Rauminszenierung. Über zehn Jahre hinweg arbeitete ich eng mit dem Choreografen William Forsythe zusammen und gestaltete Plakate für sein Ensemble. Eine besondere Erinnerung bleibt eine Weinverkostung im Keller von VON WINNING mit der Malerin Jacqueline Humphries, die aus den letzten Musikvideos von David Bowie bekannt ist. Gemeinsam waren wir in Neustadt, um ihre erste Monografie zu drucken.

**Wer waren Ihre Lehrmeister?**

Wie viele Gestalter meiner Generation bin ich vom Bauhaus, der Schweizer Sachlichkeit und der Ulmer Schule geprägt – von einer Gestaltung, die auf das Wesentliche reduziert ist und visuell Überflüssiges stets hinterfragt.

Darüber hinaus hat mich die Konzeptkunst mit ihren Herangehensweisen tief beeindruckt. Sie gab mir die Freiheit, wie ein Zeitreisender verschiedene Epochen visuell zu erkunden und zu verstehen. Dabei geht es darum, sich aus der eigenen Perspektive und Gegenwart heraus in einen anderen Kontext zu versetzen. Einerseits durch die Recherche historischer Methoden und Techniken, andererseits durch den Versuch, diese in unsere Zeit zu übertragen. Ziel ist es, sie verständlich zu halten, ohne dass sie bloß nostalgisch oder stilisiert wirken.

**Was inspiriert Sie? Welche Kultur, welche Ereignisse?**

Ein Spaziergang durch die Straßen oder die Natur wird zu einer Entdeckungsreise,



Portrait Markus Weisbeck, Foto: Schmott

wenn man mit offenen Augen und wachem Geist unterwegs ist. Eine Pflanze am Straßenrand, die Spiegelung in einer Pfütze, etwas Verlorenes auf einem Gehweg – selbst das unscheinbarste Detail kann eine Geschichte erzählen. Wie schön ist es, das Leben hin und wieder wie ein riesiges Museum zu durchschreiten und sich von den kleinen Wundern des Alltags überraschen zu lassen? Darüber hinaus Grafik von Corita Kent, Literatur von Richard Yates, Musik von Nala Sinephro und korrespondierend einen VON WINNING Weißer Burgunder 500.

**Wie finden Ihre Kunden den Weg zu Ihnen, und welche Rolle spielen Netzwerke oder Empfehlungen dabei?**

Meine Gestaltung ist meist die beste Werbung für neue Aufträge. Hierüber gibt es oft Empfehlungen und es folgen erste Gespräche für neue Designs. Stimmt dann die Chemie, können gemeinsam grossartige Entwürfe entstehen.

**Wann und wie begann Ihre Zusammenarbeit mit VON WINNING?**

Durch einen gemeinsamen Freund und Medienexperten Bernd Barde, der die Weingüter in Deidesheim sehr gut kannte und sich ebenso der Herausforderung hier eine komplett neue Marke zu positionieren bewusst war. Bernd kannte meine grafischen Arbeiten aus der Kunstwelt und brachte mich mit Stephan Attmann in Kontakt.

**Gab es besondere Herausforderungen oder interessante Anekdoten während der Entwicklung?**

Oh, sicherlich gab es mehr Verwunderung über mich als umgekehrt. Die Welt der Winzer kannte ich nur marginal und musste mich zunächst intensiv mit den verschiedenen Stilen und Traditionen auseinandersetzen. Mit Herrn Attmann verband mich ein stetiger, ideenstiftender Austausch, sei es über Farben oder andere Themen. Zum Beispiel besonders ein bestimmtes Hellblau, das Volkswagen in den 1980er Jahren verwendete, hatte es uns beiden angetan. So hatten wir plötzlich ein Riesling Etikett, welches wir dann noch mit Tiersymbolen als Icon-Sympathieträger ergänzten. Auch haben wir immer wieder versucht – und vor allem Stephan – unser Markenlogo mit unzähligen Variationen neu zu positionieren, so entstand nach und nach eine komplexe visuelle Familie für die unterschiedlichsten Weine.

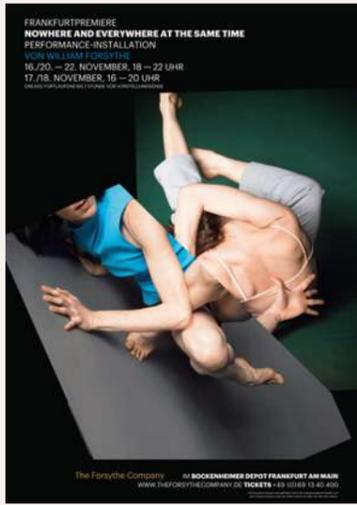
**Inwiefern unterscheidet sich die Gestaltung eines Weinetiketts von der anderer Grafiken? Welche fachlich-strategischen Fragestellungen und Emotionen lagen Ihrer Arbeit zugrunde?**

Tradition und Qualität für ein Weingut zu visualisieren hängt immer davon ab, wie genau man die Geschichte dahinter thematisiert und übersetzt. Oft sind es kleine Besonderheiten, die sich lohnen auszuarbeiten, um damit eine Designgeschichte aufzubauen. Bedingt durch Tradition und das Handwerk in diesem Genre sollte ein Etikett nie nach einem digitalem Entwurf der Gegenwart ausschauen, sondern möglichst eine Spanne von Epochen abbilden.

**Was bedeutet es für Sie persönlich, das Etikett für VON WINNING gestaltet zu haben?**

Am Anfang war uns nicht bewusst – und das war auch gut so – wie groß sich dieses Label einmal entwickeln würde. Heute ist VON WINNING in der Weinwelt nahezu jedem ein Begriff. Letzten Sommer, als mich japanische Freunde und Designer in Ginza/Tokyo in eine Weinbar einluden, wurde mir erneut bewusst, welches globale Echo VON WINNING inzwischen genießt – es wurde der WIN WIN Brut verkostet. Es erfüllt mich immer wieder mit Freude, diesen Prozess mitgestaltet zu haben.

LIEBER HERR PROFESSOR WEISBECK,  
IHRE KREATIVE HANDSCHRIFT PRÄGT NICHT NUR DAS COVER  
UND DIE THEMEN DIESER AUSGABE, SONDERN AUCH UNSERE  
WEINETIKETTEN – UND DAMIT EINEN TEIL UNSERER IDENTITÄT.  
WIR BEDANKEN UNS VON HERZEN FÜR DIE AUSSERGEWÖHNLICHE  
KÜNSTLERISCHE ZUSAMMENARBEIT.



1



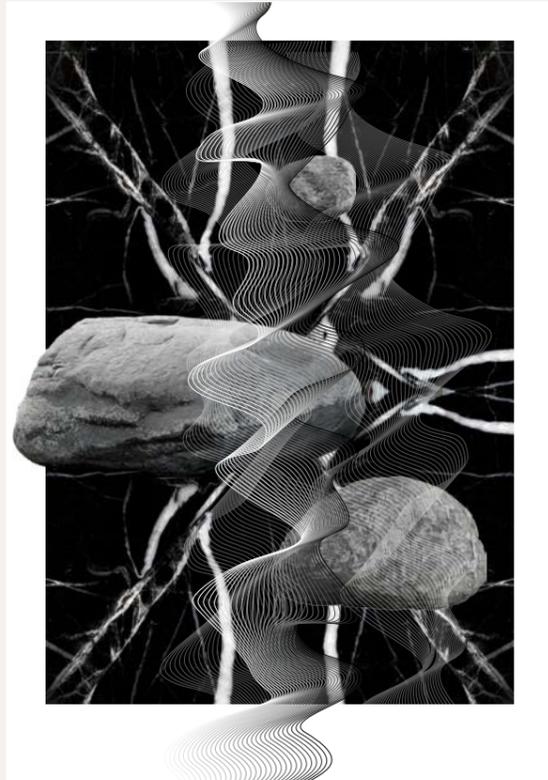
2



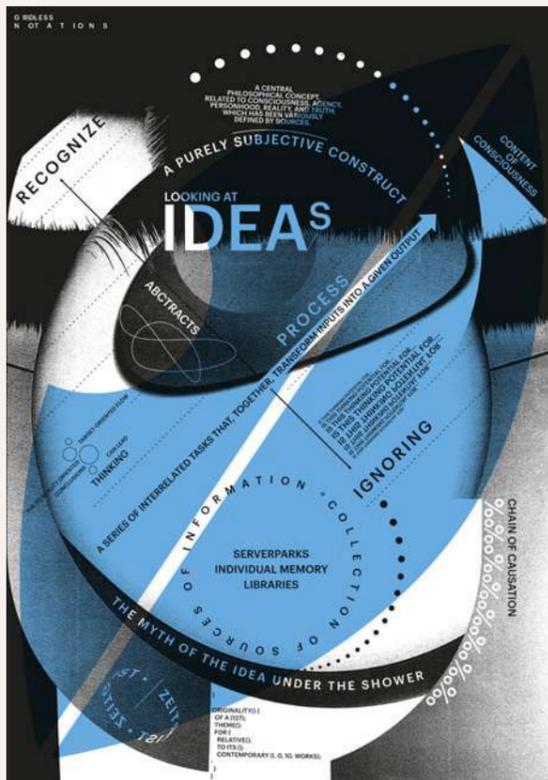
3



4



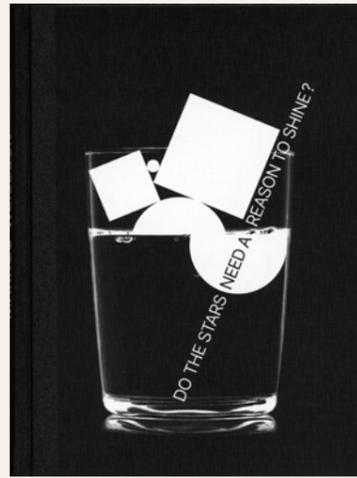
5



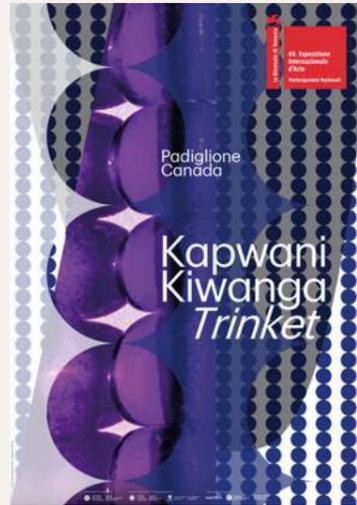
6



7



8



9



10



11

- 1 The Forsythe Company, NOWHERE AND EVERYWHERE, Foto: Dominik Mentzos, Poster, 2007 2 "Clouds, Fine Art Pigment Print, 100x140 cm, 2022 3 documenta, Politik und Kunst, DOCUMENTA ARCHIV, Foto: Joachim Scherzer, © THE ESTATE OF WALTER DE MARIA, Poster, 2022 4 Städelschule Architektur Class, Poster, 2018 5 Post Proposal, Markus Weisbeck, Fine Art Pigment Print, Lack., 70x100 cm, 2021 6 GRIDLESS NOTATIONS, Markus Weisbeck, Fine Art Pigment Print, 100x140 cm, 2022 7 Isa Genzken, Oil Plakat, 2007, Foto: Jörg Baumann 8 DO THE STARS NEED A REASON TO SHINE? Markus Weisbeck, SpectorBooks, 2022 9 Kapwani Kiwanga, Trinket Plakat, 2024 10 Ballett Frankfurt, Decreation, 2003, Foto: Florian Jaenicke 11 Shantel, Tour Plakat 2013, Foto: Harcourt, Paris

# WEINGUT VON WINNING – GRAFISCHE ENTSTEHUNG EINER MARKE

TEXT PROF. MARKUS WEISBECK

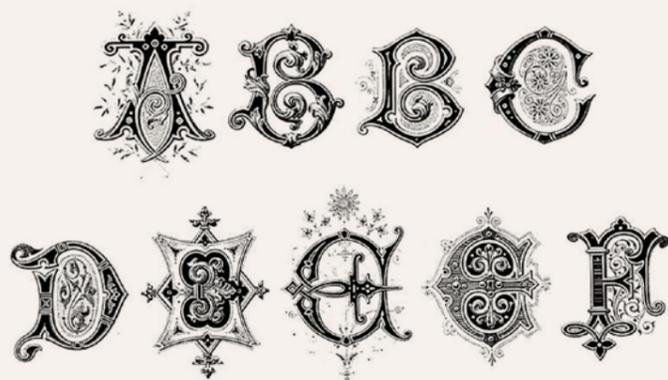
## DIE ÄSTHETIK DER BUCHSTABEN

Um 1850 erlebte die Typografie einen großen Aufschwung. Die Entwicklungen beim Entwerfen, Schneiden und Gießen neuartiger Schriften schritten mit beeindruckendem Tempo voran. Auch die Auswahl an Schriftgraden und -stilen nahm rapide zu, wodurch eine Vielfalt neuer und historischer Formen entstand.

Dekorschriften stützten sich zunächst auf traditionelle Letternformen, die durch Schattierungen, Umrisse und Ornamente ergänzt wurden, ohne dabei die klassische Struktur aufzugeben. Die Rückkehr der Zierinitialen – jener kunstvollen Anfangsbuchstaben, die seit dem Mittelalter ein wichtiges Stilelement waren – erlebte eine neue Popularität als Metalllettern.



Gutenberg Bibel, 1455, Gutenberg-Museum, Mainz; Foto: Carsten Costard



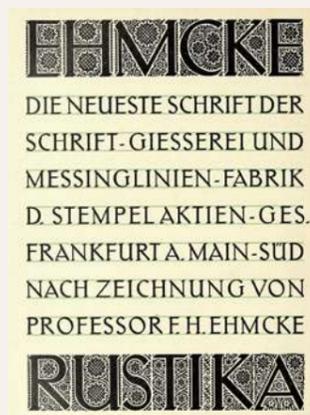
Dekorative Initiale, 19. Jahrhundert



Historischer Stempel  
v. Winning'sches Weingut



Gebrüder Klingspor,  
Urkunde, 1906



Dekorative Initiale Rustika,  
Ehmcke um 1908

## HISTORISCHE INSPIRATION FÜR MODERNES DESIGN

Künstler wie Fritz Helmuth Ehmcke wurden von Schriftgießereien ab 1908 beauftragt, neue Ornamente zu entwerfen, die den Zeitgeist dieser Epoche widerspiegeln. Diese Entwicklungen fanden nicht nur in der Typografie, sondern auch in der Weinproduktion ihren Ausdruck. Die Wiederbepflanzung der Weinberge nach der Reblauskatastrophe mit resistenten Unterlagsreben in den 1870er Jahren führte zu einer veränderten Anbaumethode und einer stärkeren Qualitätsorientierung.

In dieser Zeit wurden auch die Grundlagen für Dr. Deinhard und später das Weingut VON WINNING gelegt. Als die Marke 2008 eine neue visuelle Identität erhielt, orientierte sich mein Studio bei dieser Arbeit bewusst an den typografischen Entwicklungen der Jahrhundertwende.

ZIEL WAR ES, DIE GESCHICHTE DER MARKE  
GESTALTERISCH AUFZUGREIFEN UND SIE IN  
VISUELLEN ELEMENTEN ZUM AUSDRUCK ZU  
BRINGEN. DIE ZENTRALE FRAGE LAUTETE:  
WIE HÄTTE SICH DIE FORMENSPRACHE DES  
WEINGUTS UM 1900 ENTWICKELT?

Bei den Recherchen entdeckten wir im Archiv des Offenbacher Klingspormuseums – einer der wichtigsten Institutionen für historische Typografie – eine Vielzahl von Manuskripten, Skizzen und Zierlettern aus jener Zeit. Früh fiel die Wahl auf eine Ehmcke-Zier, die sich durch ihre handwerkliche Anmutung und organisches Gesamtes auszeichnete und die wir hier weiterentwickelten, verfeinerten und um den Letter V ergänzten. Die dekorativen Elemente in den Zwischenräumen der Schrift erinnerten an geschnitzte Holzlettern früherer Tage. Die detailreichen Zier-Ornamente ermöglichten zudem eine spielerische Variation, indem sie farblich unterschiedlich gestaltet und neu gruppiert werden konnten, wodurch das Markenzeichen in zahlreichen Varianten präsentiert werden konnte.

# EINE VISUELLE IDENTITÄT ENTSTEHT

Die für die restlichen Schriftbestandteile dieser Idee folgend gewählte Typografie basiert ebenfalls auf der historischen Ästhetik: Die Stempel Schneidler von F. H. Ernst Schneidler, eine 1930 entstandene Schrift, ergänzt die Dekorelemente perfekt. Sie fügt sich harmonisch in die Etikettenkomposition ein und unterstreicht deren nicht-digitale Herkunft. Nach und nach verdichteten sich hier alle gestalterischen Elemente zu dem Bild, das heute für das Weingut VON WINNING als visueller „Leuchtturm“ steht.

*Text: Prof. Markus Weisbeck*



*Ehmcke Zier, 1910*

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
1234567890!.,;

*Specimen Stempel Schneidler, 1930*



*VON WINNING Markengrafik*

# VON WINNING UND DIE FARBEN

Unsere Etiketten wurden über die Jahre mit viel Liebe zum Detail weiterentwickelt. Neben Ornamenten und Typografie verleiht ihnen heute eine „dritte Dimension“ ihren besonderen Charakter – die Farbe! Heute sind unsere Etiketten so farbenfroh und individuell wie unsere Weine, dank der kreativen Arbeit von Florentine Baier und unseres Geschäftsführers Stephan Attmann, die jedes Design sorgfältig auf das jeweilige

Farbkonzept abstimmen. In den meisten Fällen dient die Farbe also der Ästhetik – mit gelegentlichen Ausnahmen, die ganz bewusst Akzente setzen. All das macht unsere Etiketten mit ihrem originellen, prägnanten Design zu einem unverkennbaren Teil unserer Marke.



# UNSERE WEINE

## TEIL V: CHARDONNAY

Die Verbundenheit zwischen Tradition und Moderne zeigt sich bereits von Beginn an in unseren historischen Weinkellern in Deidesheim, in denen „kontrolliertes Nichtstun“ betrieben wird. Hier reifen unsere Weine, welche wir auf 52 Hektar eigener Rebfläche entlang der Weinstraße von Haardt, über Deidesheim bis Forst anbauen. Unsere neuen Lagen-Chardonnays sind das Ergebnis jahrelanger Vorbereitung: Mit Dichtpflanzungen bis zu 12.500 Stöcken pro Hektar und sorgfältiger Selektion bringen wir das Terroir der Mittelhaardt präzise ins Glas. Wie unsere Rieslinge zeigen diese Weine die einzigartige Identität jeder Lage.

### CHARDONNAY ROYALE



Der Royale ist der Einstieg in unsere Chardonnays. Beim Ausbau auf der Feinhefe in Tonneaus kommt das Holz dezent zur Geltung. Die konzentrierten Aromen zeigen eine leichte Exotik mit grüner Banane, Physalis und Orangenschale, sowie eine zarte Butternote. Herzhafte Säure und feine Salzigkeit geben dem Royale Frische und Eleganz.

### CHARDONNAY IMPERIALE



Der Imperiale ist eine Selektion der besten Weinberge in Ruppertsberg und Deidesheim und der feinsten Fässer. Er duftet nach reifen Zitronen und Aprikose, dazu schwebt eine leichte Feuersteinnote im Glas. Und er schmeckt mindestens genauso gut: Konzentriert und straff, dennoch cremig mit salziger Struktur. Das Zusammenspiel aus Frucht, Holz und Mineralität ist einfach genial. Das ist Finesse à la Meursault, hat aber die satte Aromatik kalifornischer Chardonnays kühler Jahre. Einer unserer Lieblings-Chardonnays.

### CHARDONNAY 500



Chardonnay 500 ist eine Selektion der spektakulärsten kleinen Holzfässer. Nur die dichtesten und aromatisch komplexesten, aber feinsten Fässer werden ausgewählt und das nur in besonderen Jahren. Dementsprechend vielschichtig ist die Aromenwelt, in die man hier eintaucht. Da ist viel kühle, ätherische Zitrusfrucht mit Kumquat und rosa Grapefruit, aber auch gegrillter gelber Pfirsich. Dazu das noble Holz, das mit seinen Anklängen von Salzkaramell und Paranuss die Frucht stoffig unterbaut. Am Gaumen hochfein, salzig und griffig, dicht und cremig mit langem Nachhall. Aristokratische Eleganz von der Mittelhaardt.

## NEU: UNSERE LAGEN-CHARDONNAYS

### NEU: HERRENLETTEN CHARDONNAY



Die Reben in dieser Haardtter Lage wachsen auf einem tiefgründigen Lettenboden aus kalkigem Lehm und mergeligem Ton, der durch seine gute Wasserspeicherkapazität auch in trockenen Perioden optimale Versorgung bietet. Die Nase macht neugierig. Satt gelbe Steinfrüchte, dazu Holunderblüte, Stachelbeere und Quitte. Aromen, die man vielleicht nicht direkt mit Chardonnay in Verbindung bringt. Zusammen mit den zarten Anklängen des Holzes mit einem Hauch grünem Kaffee und gerösteten Haselnüssen ergibt das eine einladende würzige Wärme. In Barriques in der ersten und zweiten Belegung spontan vergoren, zeigt sich ein harmonisches Zusammenspiel von sanftem Schmelz und lebendiger Säure, ohne dabei an frische einzubüßen. Kurz: Ein spannungsgeladener und stoffiger Chardonnay.

### NEU: HERZOG CHARDONNAY



Die Trauben für unseren HERZOG wachsen am Ortsrand von Neustadt/ Haardt auf kargen Böden aus Haardtsandstein und Kies. 15 Monate in kleinen französischen Eichenholzfässern und regelmäßige Batonnage verleihen ihm seine cremige Textur und vielschichtige Tiefe. Wir empfehlen, ihn zu Dekantieren oder in großzügigen Gläsern zu servieren, die ihm Raum geben. In der Nase entfaltet sich ein komplexes Bouquet mit Noten von rauchig karamellisierter Maracuja, feiner Holunderblüte, weißer Johannisbeere und Bergamotte. Am Gaumen deutet die seidige Textur zunächst einen raumgreifenden Körper an, dicht gefolgt von einer prägnanten salzigen Frische, die die Cremigkeit elegant ausbalanciert. Das gibt ihm einen nahezu spielerischen und gleichzeitig ausdrucksstarken Charakter. Ein großartiger Neuzugang in unserer Chardonnay-Familie.

### NEU: BÜRGERGARTEN CHARDONNAY



Vom Haardtgebirge geschützt, liegt dieser Weinberg in idealer Südausrichtung. Morgens fängt er die ersten Sonnenstrahlen ein, während der tiefgründige Buntsandstein-Lösslehm-Boden auch in trockenen Jahren für optimale Wasserversorgung sorgt. Der Bürgergarten Chardonnay funkelt mit grün-gelben Reflexen im Glas und spiegelt so bereits optisch seine filigrane Frucht wider. In der Nase entfaltet sich ein schwebender, feiner Maiglöckchenduft, begleitet von frischer Yuzu. Der Holzausbau setzt ihm lediglich einen dezenten Rahmen: helle Röstaromen, dazu eine Spur Feuerstein. Am Gaumen präsentiert er sich differenziert und komplex, ohne laut zu sein, alles steht in Balance. Stilistisch erinnert er eher an Puligny-Montrachet oder Chablis, als an Meursault oder kalifornische Chardonnays. Ein Wein, der sich innerhalb der neuen Lagen-Chardonnays durch seine strahlende Finesse auszeichnet. Der zweite Schluck? Unvermeidlich.

### NEU: PARADIESGARTEN CHARDONNAY



Wenn Sie oberhalb von Deidesheim aus dem Pfälzer Wald treten, stehen Sie mitten im Paradiesgarten. In unserer kühlest klassifizierten Lage wächst nicht nur ein renommierter Riesling, sondern auch ein charismatischer Chardonnay. Der in Teilen mit 10.000 Stöcken/Hektar sehr dicht bepflanzte Weinberg wird im aufwändigen Albarello-Rebschnitt gepflegt. Das Resultat sind kleine Trauben und kleine Beeren, die aromatisch den altbekannten Chardonnay-Horizont übersteigen. Wir empfehlen Ihnen, den Wein durch Karaffieren zu belüften, oder ihn in großen Gläsern atmen zu lassen. Was Sie dann erleben, ist energiegeladen: geröstete Paranuss, Toffee, warme Sommerkräuter wie Thymian und Rosmarin, aber auch Hanfblüte. Natürlich geizt dieser Wein nicht mit den fruchtigen Gegenspielern wie Mango, Limette und reifer gelber Mirabelle. 18 Monate auf der vollen Hefe schaffen ein ausgewogenes Spiel zwischen feingliedriger Säure und cremiger Textur. Wer gerne Vergleiche zieht, wird Parallelen zu unserem Riesling Paradiesgarten erkennen. Geduld wird hier belohnt: Nach mindestens 12 Monaten Flaschenreife zeigt dieser Chardonnay seine wahre Eleganz, doch sein Potenzial reicht weit über ein Jahrzehnt hinaus. Eine feine Ergänzung unserer neuen Lagen-Chardonnays.

### NEU: KO CHARDONNAY



In der herausragenden Deidesheimer Lage KALKOFEN entsteht unser KALKOFEN RIESLING GG, sowie unser KO Chardonnay. Die Rebstöcke wachsen auf einem Konglomerat aus Buntsandstein, Flusskiesel, Basalt, Ölschiefer und tertiärem Kalk in einer Dichtpflanzung mit 12.000 Stöcken pro Hektar. Durch diese hohe Stockdichte entstehen besonders kleine Beeren und hochkonzentrierte, dichte Weine. Der Ausbau auf der Vollhefe im neuen Barrique bringt zunächst geniale Rösttöne zum Vorschein: Feuerstein, heller Kaffee und gebrannte Mandel machen den Auftakt. Darum baut sich eine voluminöse, charismatische Gewürz- und Fruchtmischung aus vielfältigen Zitrusnoten und exotischen Aromen auf: Pomelo, Passionsfrucht und Senchablatt treffen auf Kardamom und Ingwer. Der KO Chardonnay zischt mit einem fokussierten, dichten Zitrusstrahl direkt durch den Gaumen und hält dann mit feinem Schmelz nach.

# HIER WACHSEN UNSERE LAGEN- CHARDONNAYS



## UNSERE WEINPAKETE

Bei VON WINNING hat man die Qual der Wahl – das ist kein Geheimnis. Bei so vielen feinen Weinen kann die Entscheidung schon mal schwerfallen. Mit unseren sorgfältig zusammengestellten Weinpaketen machen wir sie Ihnen (etwas) leichter.

### CHARDONNAY PAKET

Entdecken Sie die Vielfalt unserer Chardonnays aus verschiedenen Lagen in Deidesheim, Ruppertsberg und Haardt!

**DAS PAKET ENTHÄLT  
JE EINE FLASCHE VON:**

- 2023 CHARDONNAY ROYALE
- 2022 CHARDONNAY IMPERIALE
- 2023 CHARDONNAY 500
- 2022 CHARDONNAY HERRENLETTEN
- 2023 CHARDONNAY HERZOG
- 2023 KO CHARDONNAY



**259.00 €\* | 4.5 Liter**

57.55 €\* / 1 Liter | versandkostenfrei  
Allergene: Enthält Sulfite | Änderungen der Jahrgänge vorbehalten



### SOMMER- LIEBLINGE

Ob Grillabend, Picknick oder Terrasse – mit unseren Sommerlieblingen ein Genuss!

**DAS PAKET ENTHÄLT  
JE EINE FLASCHE VON:**

- 2023 DRACHE RIESLING
- 2023 DEIDESHEIMER RIESLING
- 2023 SAUVIGNON BLANC II
- 2023 GRAUER BURGUNDER  
SECCO BLANC
- SECCO ROSÉ



**66.90 €\* | 4.5 Liter**

15.53 €\* / 1 Liter | versandkostenfrei  
Allergene: Enthält Sulfite | Änderungen der Jahrgänge vorbehalten



# WEINERLEBNISSE

## KELLERFÜHRUNG

Unser ca. 2000 qm großes historisches Kellergewölbe ist das Herzstück unseres Weinguts. Bei einer **Kellerführung** zeigen wir Ihnen, wo unsere Weine heranreifen und bieten Ihnen unter anderem spannende Einblicke in die Weinbereitung.

## WEINBERGSPAZIERGANG

In unmittelbarer Nähe zu unserem Weingut beginnen die besten Lagen Deidesheims, welche Sie bei einem **Weinbergspaziergang** erkunden. Dabei können Sie den Ausblick über die Rheinebene genießen und unser Terroir kennenlernen, das unsere Weine prägt.

## WINE & LUNCH NEU

Mit einem Glas Sekt starten wir in der Vinothek zu einer **offenen Kellerführung mit 3 Weinen**. Im Anschluss genießen Sie in unserem LEOPOLD Restaurant ein **3 Gänge Menü mit Weinbegleitung**. Das Menü enthält neben unseren Klassikern wie dem Tatar oder der Leberknödelsuppe auch saisonale Köstlichkeiten. Natürlich haben wir auch ein vegetarisches Menü und auf Unverträglichkeiten gehen wir gerne ein, wenn Sie uns diese vorab mitteilen.

Alle weiteren Informationen zu unseren **WEINERLEBNISSEN**, sowie die **Buchungsanfrage** finden Sie hier:



## WÄHREND DER WEINLESE

Von ca. Anfang September bis ca. Mitte Oktober können wir aus sicherheitstechnischen Gründen keine Kellerführungen anbieten. Die geführten Weinerlebnisse finden in dieser Zeit während eines Weinbergspaziergangs statt. Bei schlechtem Wetter stehen die Räumlichkeiten unseres Weinguts zur Verfügung.

## UNSER WEINVERKAUF

Unabhängig von den geführten Weinproben sind Sie herzlich eingeladen, in unserer Vinothek alle aktuell verfügbaren Weine zu probieren. Hierfür ist keine Anmeldung notwendig.

Unser Team freut sich auf Ihren Besuch!

Öffnungszeiten:

**Montag – Freitag** 8.00 bis 18.00 Uhr

**Samstag, Sonntag & Feiertage** 10.00 bis 18.00 Uhr

# VERANSTALTUNGEN JULI BIS DEZEMBER 2025

18. Juli & 12. September | Einlass 17 Uhr | Live-Jazz von 18.30 – 21.30 Uhr | Ende 22 Uhr | Eintritt frei

## WINE & JAZZ UNTER DER PLATANE

Dazu ausgewählte Weine und kulinarische Köstlichkeiten.  
Anmeldung gerne unter [event@von-winning.de](mailto:event@von-winning.de), 0 63 26 - 966 8888

08. – 12. & 15. – 19. August | Fr., Mo., Di., Sa. ab 17 Uhr und So. ab 11 Uhr

## DEIDESHEIMER KERWE UNTER DER PLATANE

07. September | 13 – 18 Uhr | 25 € p. P.

## DIE \*GROSSE\*VERKOSTUNG IN UNSERER GUTSVILLA

Wir zeigen unsere GROSSEN Weine und weitere Highlights.  
Anmeldung gerne unter [weingut@von-winning.de](mailto:weingut@von-winning.de)

08. November | 17 – 23 Uhr | 35 € p. P.

## LANGE NACHT DER WEINGÜTER IN DEIDESHEIM & FORST

Tickets über das Weingut Bassermann-Jordan, keine Abendkasse.

13. & 14. Dezember | 13 – 18 Uhr | 20 € p. P.

## ADVENTSWEINPROBE IN UNSERER GUTSVILLA

Offene Verkostung aktueller Jahrgänge und Raritäten.  
Anmeldung gerne unter [weingut@von-winning.de](mailto:weingut@von-winning.de)

Unsere Wein-Yoga Events mit Yogalehrerin Kathrin Vestner bieten eine entspannte einstündige Yoga-Session, die von einer Weinprobe begleitet wird. Danach genießen Sie gemeinsam kulinarische Köstlichkeiten aus unserer LEOPOLD-Küche.

## ROSÉ YOGA YEAH!

27. Juli | 11 Uhr | 70 € p. P.

### IN UNSEREM GARTEN

60 Min. Yoga, 3-teilige Roséprobe und gemeinsamer Sonntags-Brunch.

## WEIN YOGA YEAH!

26. September | 18 Uhr | 70 € p. P.

### IN UNSEREM GARTEN

60 Min. Yoga, 3-teilige Weinprobe und gemeinsames Abendessen.

maximal 30 Plätze

Anmeldung gerne unter [event@von-winning.de](mailto:event@von-winning.de)

Bei schlechtem Wetter findet die Veranstaltung in unserer Gutsvilla statt.

## NEWSLETTER

Sie möchten über all unsere Neuigkeiten informiert bleiben? Dann melden Sie sich doch gerne zu unserem Newsletter an.



Änderungen und Druckfehler sind vorbehalten

## WEINGUT VON WINNING

Weinstraße 10, Parkplatz Weinstraße 8  
D-67146 Deidesheim, Tel.: +49 63 26-966 870  
[weingut@von-winning.de](mailto:weingut@von-winning.de)

## ÖFFNUNGSZEITEN WEINVERKAUF

Montag – Freitag  
8.00 – 18.00 Uhr

Samstag, Sonntag & Feiertage  
10.00 – 18.00 Uhr

 [weingutvonwinning](https://www.facebook.com/weingutvonwinning)  
 [von.winning](https://www.instagram.com/von.winning)



Geführte Weinerlebnisse  
gerne nach Absprache

## LEOPOLD RESTAURANT

Weinstraße 10, Parkplatz Weinstraße 8  
D-67146 Deidesheim, Tel.: +49 63 26-966 8888  
[leopold@von-winning.de](mailto:leopold@von-winning.de)

## ÖFFNUNGSZEITEN RESTAURANT

### DURCHGEHEND WARME KÜCHE

Montag – Samstag 12.00 – 24.00 Uhr  
Küchenschluss 21.00 Uhr

Sonntag 12.00 – 16.00 Uhr  
Küchenschluss 14.30 Uhr

 [leopold.restaurant](https://www.facebook.com/leopold.restaurant)  
 [leopold.restaurant](https://www.instagram.com/leopold.restaurant)



Reservierungen  
auch hier möglich

## EVENTS

Weinstraße 10, Parkplatz Weinstraße 8  
D-67146 Deidesheim, Tel.: +49 63 26-966 87 13  
[event@von-winning.de](mailto:event@von-winning.de)

## PERSÖNLICH ERREICHBAR

Montag – Freitag  
9.00 – 16.00 Uhr

 [weddingvonwinning](https://www.facebook.com/weddingvonwinning)  
 [weddingvonwinning](https://www.instagram.com/weddingvonwinning)



Weitere  
Informationen



WEIN | BEWUSST | GENIESSEN