



LIECHTENSTEINS EDLER TROPFEN

Das sechstkleinste Land der Erde feiert in diesem Jahr sein 300-jähriges Jubiläum. Das Fürstentum Liechtenstein am Alpenrhein steht nicht nur für die berühmte LGT Privatbank, sondern auch für ein Weingut, das nun die Welt erobern möchte.



**ZWEI STANDORTE,
EINE VISION**

Prinzessin Marie von und zu Liechtenstein und Stefan Tscheppe bespielen zwei Weingüter: Zur Hofkellerei der Stiftung Fürst Liechtenstein zählen die Hofkellerei in Wilfersdorf im Weinviertel sowie die Hofkellerei in Vaduz mit der kellerregenen Vinothek und dem Spezialitätenrestaurant Törkel.

Foto: Zur Hofkellerei der Stiftung Fürst Liechtenstein

Fest steht: Dieses Land ist kein gewöhnliches. Zum einen ist das doch eher kleine Fürstentum Liechtenstein mit seinen überschaubaren 160 Quadratkilometern ein Land, das sich dem Dienstleistungscharakter verschrieben hat und nicht wie andere Monarchien die Königsfamilie als Tourismusmotor mit Steuergeldern finanziert. Im Gegenteil. Oberhaupt Hans Adam von und zu Liechtenstein und sein Sohn Alois begleichen sämtliche Aufwendungen und Staatsakte aus eigener Tasche. Dafür bezahlen sie keine Steuern. Die restliche Familie ist allerdings so wie die Einwohner mit 12,5% steuerpflichtig. Eine durchaus geringe Steuerlast, die man gerne trägt, vor allem weil es im Land de facto Jobsicherheit und keinerlei Kriminalität gibt. An Arbeit scheitert es im Fürstentum tatsächlich nicht, was unter anderem daran liegt, dass man sich die Ziele hoch steckt. Abseits der in der Öffentlichkeit dominierenden LGT Bank formt sich die Fürstliche Hofkellerei, die auf 600 Jahre Weingeschichte zurückblickt, nun zu einer Weinmarke, die international durchstarten möchte. Dazu hat sich Marie von und zu Liechtenstein, Chefin der Fürstlichen Hofkellerei, den Weinprofi Stefan Tscheppe ins Haus geholt, der nach seiner Tätigkeit in Kalifornien das Weingut Esterhazy nochmals kräftig ausgebaut hat.



AUSSTELLUNGSTIPP
Auf rund 3,5 Milliarden Euro wird die fürstliche Kunstsammlung geschätzt. Die Albertina gewährt nun Einblicke in diesen Kunstschatz, und Besucher dürfen Werke von Peter Paul Rubens bis Markat bestaunen.

INTERVIEW



Marie Prinzessin von und zu Liechtenstein, geborene Gräfin Marie Kálnoky de Kőröspatak, hat drei Kinder mit dem jüngsten Spross der Fürstlichen Familie, Constantin von und zu Liechtenstein. Als „Working Mum“ kennt die moderne Prinzessin natürlich den Spagat zwischen Familie und Arbeit. Schlossseiten erklärt sie, wie man alles unter einen Hut bekommt.

SCHLOSSEITEN: Was ist Ihre ursprüngliche Ausbildung und wie sind Sie zum Wein gestoßen?

Marie zu Liechtenstein: Nach meiner Ausbildung an der Europa-Wirtschaftsschule habe ich zuerst beim ORF im Bereich Marketing und danach bei einer PR-Agentur für Fashion und Luxusgüter in New York gearbeitet. Zum Wein kam ich erst vor einigen Jahren, als mein Mann mich bat, das familieneigene Weingut zu unterstützen. Begleitend habe ich eine Ausbildung zur Sommelière gemacht. Meine ersten Erfahrungen mit Weinbau konnte ich schon etwas früher, direkt nach der Matura, bei meinem Schwager am Weingut in Südtirol sammeln, wo ich die Liebe und Begeisterung zum Wein kennenlernen.

Was ist Ihre Rolle in der Fürstlichen Hofkellerei und welche Aufgaben beinhaltet diese? Und wenn wir österreichisch fragen dürfen: Was ist dort Ihr Titel? Seit wann bespielen Sie diese Rolle?

Meine Rolle ist, die Hofkellerei vor allem im Bereich Verkauf und Markenaufbau zu unterstützen und nach außen zu repräsentieren. Dazu gehören insbesondere nationale, aber auch internationale Vermarktungen. Diese Tätigkeit führe ich seit nunmehr 5 Jahren aus.

Was waren Ihre persönlichen Herausforderungen, als Sie den Job angenommen haben?

Die Ausbildung zur Sommelière. Es war herausfordernd, hat aber auch unglaublich viel Spaß gemacht, die vielen Facetten des Weines und anderer Getränke kennenzulernen sowie meine Nase und meinen Gaumen auf so viele unterschiedliche Gerüche und Geschmäcker zu schulen.

Wie arbeitet es sich als dreifache Mutter in diesem Business?

Ich bin Teil eines tollen Teams und bin eher beratend und unterstützend im Einsatz. Das bedeutet auch, dass ich



nicht jeden Tag Fulltime im Weingut bin. Wenn ich das Weingut auf Auslandsreisen repräsentiere, erfordert das natürlich einen generalstabsmäßigen Plan für zu Hause, wann und wo die Kinder sein müssen.

Wo möchten Sie mit der Marke gerne hin?

Wir möchten die Marke exklusiv im Premiumbereich positionieren und international bekannter machen. Hier liegt noch viel Arbeit vor uns. Ich denke aber, dass wir uns auf einem guten Weg befinden.

Was sind Ihre persönlichen Erfolgserlebnisse mit der Fürstlichen Hofkellerei?

Worüber ich mich jedes Mal beim Öffnen einer Flasche freue, ist das vor fünf Jahren gestaltete Etikett. Unser altes Etikett war schon ein bisschen in die Jahre gekommen. Die Neugestaltung war einer der ersten Schritte, und ich finde, es ist uns wirklich gut gelungen.

Man liest ja immer von einem 600-jährigen Bestehen des Weinbaus – das Fürstentum feiert aber erst sein 300-Jahre-Jubiläum ...

Die Familie Liechtenstein blickt auf eine 900-jährige Geschichte zurück. Das Weingut in Wilfersdorf kam vor knapp 600 Jahren über den Kauf des Gutes Wilfersdorf in die Familie. Ein Vorfahre meines Mannes, Fürst Hans Adam I. von Liechtenstein, kaufte Ende des 17. bzw. Anfang des 18. Jahrhunderts die Herrschaft Schellenberg und die Grafschaft Vaduz. Diese zwei Gebiete wurden dann im Jahre 1719 durch Kaiser Karl VI. zum Reichsfürstentum erhoben. Dies ist die Geburtsstunde von Liechtenstein, das somit dieses Jahr sein 300-jähriges Jubiläum feiern kann.

Was ist Ihr persönlicher Weinfavorit? Und wie zelebrieren Sie ein gutes Glas Wein am liebsten?

Das ist abhängig von Jahreszeit und Situation. Ein Grüner Veltliner passt immer. Wenn ich etwas aufwendiger und würziger koche, serviere ich gerne unseren Riesling Reserve, dieser ist ein wunderbarer Speisebegleiter. Als Aperitif oder wenn es etwas zu feiern gibt, trinke ich gerne unseren Sekt.

Interview: Beatrice Tourou

INTERVIEW



Stefan Tscheppe,
neuer Geschäftsführer der
Hofkellerei des Fürsten von Liechtenstein,
im Interview über seine neue Aufgabe.

Schlossseiten: Wo holen Sie die Weinkellerei aktuell ab?

Stefan Tscheppe: Die Hofkellerei des Fürsten von Liechtenstein ist ein qualitativ gut positioniertes Weingut mit rund 30 ha Rebgründen in besten Lagen in Österreich, in einem alten Weinbaugebiet nahe der tschechischen Grenze, und 3,5 ha Pinot Noir und Chardonnay am Herawingert in Vaduz. Während in Österreich vor allem die Rieden Karlsberg und Johannesberg viel Potenzial zeigen, zählt der Herawingert in Vaduz sicherlich zu den außerordentlichen Lagen des Rheintals. Die Weine sind derzeit noch wenig am breiten Markt vertreten. Weinkenner können diese zwar direkt über die Hofkellerei oder im Wiener Weinshop im Gartenpalais beziehen, sie sind jedoch im Fachhandel und in der Gastronomie noch nicht positioniert. Auch im Export gibt es noch viel Potenzial.

Wie möchten Sie die Fürstliche Hofkellerei künftig positionieren?

Die Hofkellerei sollte einen Platz unter den führenden österreichischen Weingütern einnehmen mit dem Anspruch, auch international im oberen Top-Qualitätsbereich mit viel Regionalität zu überzeugen. Ihre exklusive Produktion feiner Weine sollte in ausgesuchten Vertriebskanälen im In- und Ausland angeboten werden. Einerseits werden die Tradition der Eigentümerfamilie, andererseits aber auch das engagierte Team, ein zeitgemäßer Auftritt und mit dem neuen Presshaus auch ein moderner Zugang in der Produktion wichtig sein.

Was ist die besondere Herausforderung bei der Fürstlichen Hofkellerei?

Die Herausforderung liegt in der Verbindung der lan-

gen Tradition mit modernen Zugängen, der Ansprache neuer Kundengruppen und der Pflege unserer Kunden über Veranstaltungen, Einladungen, Degustationen. Eine Herausforderung ist auch die Präsentation zweier sehr unterschiedlicher Standorte, Vaduz in Liechtenstein und Wilfersdorf in Österreich.

Welche Rolle spielt das Weingut neben der LGT?

Das Weingut ist seit jeher Bestandteil der Besitzungen der Familie, es zählt zu ihren Wurzeln und ist damit auch ein wichtiger Imageträger für andere Unternehmungen. Zu vielen internen Anlässen werden Weine der Fürstlichen Hofkellerei mit Stolz gereicht. Letztendlich spielt der Genuss eine große Rolle im Leben und schafft Raum für Kreativität und Entwicklung.

Eines Ihrer Anliegen ist die Expansion nach Asien. Worin bestehen hier die Herausforderungen im Vergleich zu den USA, wo Sie ja bereits Erfahrung sammeln konnten?

Asien ist ein guter Markt für Traditionsbetriebe im Weinbau. Das reiche kulturelle Umfeld und die Sammlungen der Familie spielen hier sicherlich eine wichtige Rolle. Die Markenbotschaft zielt hierbei mehr auf Tradition, Eleganz und auch Romantik des Fürstenhauses. Hohe Qualität ist hier Voraussetzung. Das feinfühligste Engagement von Prinzessin Marie zeigt sich in der besonderen Aufmachung der Flaschen und Verpackungen, die in Asien großen Anklang finden. Die Herausforderung liegt hier natürlich in der Kommunikation und in der schieren Größe der einzelnen Märkte. Wein ist ein sehr persönliches Produkt, das durch Passion kommuniziert wird. Hier gilt es vor allem, gezielt aufzutreten und die richtigen Partner im Vertrieb zu wählen, die die Geschichte der hochwertigen Weine auch an ihre Kunden transportieren können. Die Ausstellungen der „Princely Collection“ fördern natürlich ebenfalls den Bekanntheitsgrad der Weine.

In den USA ist die Kommunikation der Tradition zwar auch wichtig, hier gilt Österreich vor allem aber immer noch als Geheimtipp und modernes Weinbaugebiet. Die frischen und eleganten Farben der Etikettenlinie, der moderne Weinstil und die etwas jovialere Kommunikation spielen hier eine große Rolle. Persönliche Kontakte sind im US-Markt unerlässlich. Auch Einladungen nach Österreich und Vaduz sind wichtig, um die Qualität der Lagen und der die Weine schaffenden Menschen zu kommunizieren. Ähnlich wie in Asien gliedert sich die USA in viele unterschiedliche Märkte, die unterschiedlich angesprochen und betreut werden wollen. So ist New York etwas förmlicher, während die Westküste etwas mehr „casual“ im Auftritt sind.

Skizzieren Sie bitte eine typische Arbeitswoche.

Mit einem Wort: „kreativ“. Der Mix aus Weingärten,



Der Weinbau hat in Liechtenstein bereits 600 Jahre Tradition.

Produktion im Weingut, Kundenkontakten, Mitarbeiterführung, Veranstaltungen, Verkostungen, Netzwerken und auch administrativen Tätigkeiten hält auf Trab. Immer wieder gilt es, in Ruhe über zukünftige Entwicklungen, neue Weine und Möglichkeiten nachzudenken. Montag und Dienstag gehören im Allgemeinen der Produktion und den Mitarbeitern in den Weingütern, ab Mittwoch verlagert sich der Fokus mehr in Richtung Kundenservice und Marketing.

Was sind Ihre Jahres-Highlights im Weingeschäft?

Die größten Highlights sind stets die Füllung neuer Weine und deren Präsentationen. Im Rebberg ist es das Erwachen der Reben nach dem Winter, die ersten Triebe, die Blüte im Juni und natürlich die Ernte. Besuche unserer Kunden in den Hofkellereien zählen zu den weiteren Highlights, denn hier haben wir die Möglichkeit, unsere Philosophie und Arbeit vor Ort zu zeigen und zu verkosten.

Wo kann ich den Wein aktuell beziehen? Wo soll ich ihn gegen Ende des Jahres finden?

Derzeit sind die Weine bei einigen Fachhändlern in Wien und Vorarlberg, der Schweiz und Liechtenstein erhältlich sowie in den eigenen Verkaufsstellen in Wien und in der Steiermark. In Zukunft sehen wir unsere Weine breiter

im Fachhandel sowie in der gehobenen Gastronomie und Hotellerie vertreten. Auch wird es wohl einige Anlässe mehr geben, bei denen auf die Weine der Hofkellerei zurückgegriffen wird.

Welcher Weintitel ist Ihrer Meinung nach der Hidden Champion, dem sie mehr Bühne bieten wollen?

Wir werden hier im Weinviertel konsequent auf Grünen Veldliner und Riesling, zum Teil aus alten Rebbergen und Anlagen, setzen sowie auf fruchtig-elegante Rotweine wie Zweigelt und Merlot. Die Rieslinge vom Karlsberg sind beeindruckend, hier kommt mit dem Jahrgang 2017 erstmals eine neue limitierte Abfüllung aus den alten Rebgründen.

Interview: Beatrice Tourou

INFOBOX



Ab sofort sind die bereits mehrfach ausgezeichneten Weine auch im Weinshop beim Gartenpalais Liechtenstein im 9. Wiener Bezirk erhältlich.

Öffnungszeiten:
Montag bis Freitag von 9.00 bis 17.00 Uhr
www.hofkellerei.at