

Badische Weinwirtschaft

Qualität statt Masse

Wein ist ein hoch emotionales Produkt: Er lebt von seinem individuellen und regionalen Profil – und prägt selbst das Bild seiner Herkunftsregion. Trotz diverser Herausforderungen schauen die badischen Winzer optimistisch in die Zukunft. Nicht nur wegen der ersten Ergebnisse des Jahrgangs 2009.





Bild: Badischer Wein GmbH

Links lagern moderne Edelstahl tanks, rechts reihen sich alte Holzfässer aneinander. Zielsicher steuert Joachim Heger auf seinen 2009er Silvaner zu, der hinten in der Reihe auf die Abfüllung wartet. „Ich bin immer noch viel im Keller“, sagt Heger und lässt einen Probierschluck in sein Weinglas laufen. Seine Arbeit bestehe zwar inzwischen zu großen Teilen aus Planung, Verwaltung und vor allem der Pflege von Kundenbeziehungen; aber auch in die Reben schaffe er es immerhin noch, um nach dem Stand der Dinge zu schauen. Die genaue Kenntnis seiner Produkte, des Produktionsstands und der aktuellen Qualität der Weine sei für ihn unerlässlich, sagt der 52-jährige Weingutbesitzer aus Ihringen am Kaiserstuhl.

Die Struktur der badischen Weinwirtschaft ist vielfältig: Sie reicht von zahlreichen kleinen, im Nebenerwerb tätigen Weinbauern mit nur wenig Rebfläche, die ihre Trauben an örtliche Genossenschaften abliefern, bis zu traditionsreichen Weingütern. In einem aber sind sich Joachim Heger und seine Kollegen der anderen südbadischen Güter und Winzergenossenschaften einig: Ein so stark kulturell und emotional geprägtes Produkt wie ihr Wein kann sich am Markt letztlich nur über eine eigene, klar erkennbare Qualität behaupten – besonders in Baden, wo die Produktionsbedingungen oft aufwendig sind, die Ergebnisse aber die Mühen auch häufig lohnen.

Teure Produktion

Das Weingut Dr. Heger wurde 1935 vom Ihringer Landarzt und Freizeitwinzer Max Heger gegründet. Nach und nach erwarb er Rebflächen am Kaiserstuhl, 1949 übernahm sein Sohn Wolfgang den Keller und baute das Weingut aus. 1981 schließlich stieg dessen Sohn Joachim mit ein, der den Betrieb heute mit seiner Frau Silvia zusammen führt. Seit den 80er Jahren erweiterte er die Rebfläche von gut 6 auf über 20 Hektar, darunter viele Steillagen auf Vulkangestein und Lössboden. „Eine ziemlich teure Produktion“, sagt Heger. „Die Weine sind aber hochwertiger, was sich auch im Preis niederschlägt.“

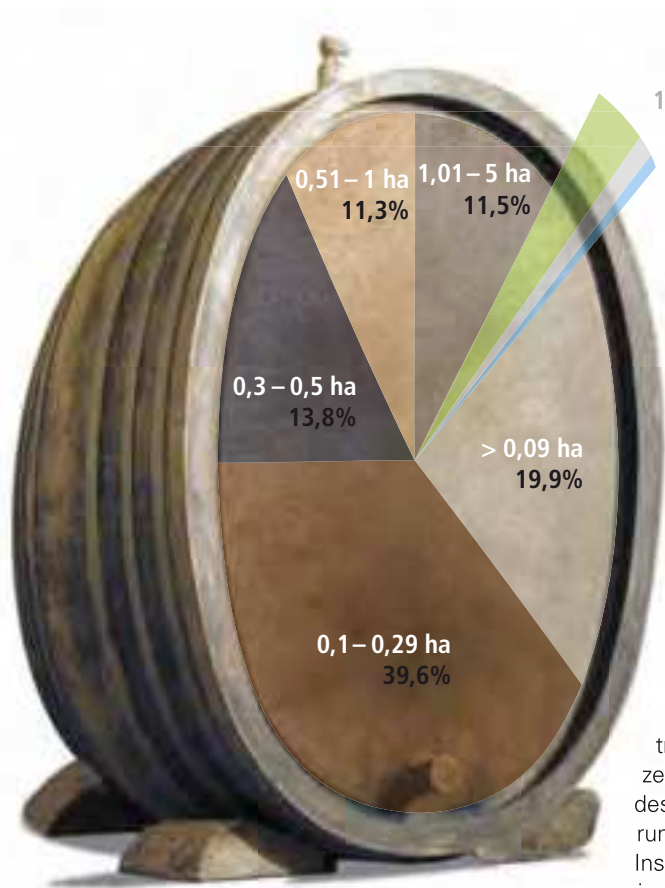
Heger ist Vorsitzender des Verbands deutscher Prädikatsweingüter (VDP) in Baden, ein Verein, der in diesem Jahr seinen 100. Geburtstag feiert und dessen Mitglieder sich strengen Qualitätskriterien unterwerfen. 1986 gründete er neben

dem Familiengut das Weinhaus Joachim Heger – als zweite Marke des Betriebs. Aus eigenem Anbau und Bewirtschaftungs- oder Abnahmeverträgen mit lokalen Winzern kommen so noch die Erträge von mehr als 30 Hektar Reben hinzu. „Diese Weine sind etwas leichter, auch leichter verständlich“, sagt Heger; preiswerter sind sie auch. „Wir stehen gut auf unseren zwei Beinen: Das eine ist das Sternelokal, das andere das Bistro.“

Heute sei es einfacher, mit guten Weinen auch gute Preise zu erzielen, sagt Heger, auch wenn er sich wünscht, dass das Qualitätsbewusstsein weiter wachse: „Oft sind die Leute noch zu wenig informationshungrig.“ Wer sich mit naturnaher, qualitätsorientierter Produktion beschäftige, der wisse, dass sie nicht gerade günstig sei: „Ein gutes Stück Fleisch aus artgerechter Haltung zum Nulltarif – das geht halt nicht.“ Insgesamt sei er aber zufrieden; ein großer Stamm von festen Kunden kauft regelmäßig seine Weine, zunehmend auch über das Internet; im für das Weingut wichtigen Direktverkauf sei bisher auch die Wirtschaftskrise nicht zu spüren gewesen. Nur in der Gastronomie, über die in den vergangenen Jahren bis zu 70 Prozent seiner Weine vertrieben wurden, sei es zu leichten Einbrüchen gekommen. Seit die Hegers 1997 auch noch das Weingut Fischer in Nimburg-Bottingen übernahmen, das selbstständig als eigene Marke weitergeführt wird, produzieren sie im Jahr mit 25 Mitarbeitern rund 500.000 Flaschen Wein. Über schiere Masse sei zwar nichts zu erreichen, sagt Heger, aber auch ein Qualitätsprodukt mit gutem Namen müsse in gewissen Mengen geliefert werden, um die Kunden zuverlässig zu bedienen: „Ein Wirt will unseren Wein ja das ganze Jahr auf der Karte stehen haben – und nicht nur zwei Wochen lang.“

Güter und Genossenschaften

Die Frage der Betriebsgrößen beschäftigt Peter Wohlfarth, den Geschäftsführer des Badischen Weinbauverbands mit Sitz in Freiburg. Rund 19.000 Bewirtschafter von Rebflächen sind in Baden registriert – eine enorme Zahl. Doch rund 60 Prozent von ihnen sind kleine Hobby- oder Nebenerwerbswinzer mit einer Anbaufläche von weniger als 0,3 Hektar, sie bearbeiten insgesamt nur 9,5 Prozent ▶



5-10 ha 2,6%
 10-20 ha 1,1%
 >20 ha 0,2%

Kleinteilige Weinwirtschaft:
 Betriebsgrößen in Hektar (ha)
 und ihre prozentuale Verteilung
 im Anbaugebiet Baden
 (Stand 2008).

Breisach, der 1952 aus dem Zusammenschluss mehrerer WGs entstand, nimmt heute wegen seiner Größe eine Sonderstellung ein – trotz einiger Turbulenzen in letzter Zeit: So wurde Anfang des Jahres der Vertrag des Marketingvorstands nicht verlängert, im Juni kündigte die WG Eendingen ihren Liefervertrag. Dennoch erzeugt der Winzerkeller weiterhin fast ein Viertel des gesamten Badischen Weines, rund 25 Millionen Liter pro Jahr. Insgesamt 6.000 Winzerbetriebe sind angeschlossen. „Wir bespie-

len die gesamte Klaviatur des Vertriebs“, sagt Produktionsvorstand Wilfried Dörr, „vom Lebensmittelhandel inklusive Discountern bis zum Fachhandel.“ Entsprechend gering ist beim Winzerkeller der Anteil der Direktvermarktung: Er liegt zwischen sieben und zehn Prozent. Um bundesweit im Lebensmittelhandel mitspielen zu können, sagt Dörr, brauche es eben eine gewisse Größe – doch auch in seinen Augen ist Masse nicht das entscheidende Erfolgskriterium: „Zweitklassige Qualität bekommen Sie am Markt nicht unter.“

Diese Überzeugung teilt auch die Oberkircher Winzergenossenschaft – und geht

deshalb seit 2002 einen neuen Weg: Als eine von wenigen WGs in Baden beschäftigt sie einen Qualitätsmanager, der als Bindeglied zwischen Traubenerzeugern und Kellerei fungiert. „Früher sah der Kellermeister die Trauben erst bei der Einlieferung“, sagt Geschäftsführer Markus Ell, „heute wissen wir schon vorher, was kommt, und können unseren Winzern auch beratend zur Seite stehen.“ Die Oberkircher Winzergenossenschaft ist mit 455 Hektar Ertragsreblfläche und 580 Winzern die größte WG der Ortenau. Im Wirtschaftsjahr 2008/2009 machte der Betrieb mit 37 Mitarbeitern einen Umsatz von 10,5 Millionen Euro – und investierte 3,5 Millionen, unter anderem in eine schonende, das Aroma des Weines besser bewahrende Abfüllanlage. Im Frühjahr gewannen die Oberkircher außerdem einen wichtigen Wettbewerb: Ab Herbst wird einer ihrer Weine in der Business Class der Lufthansa ausgeschrieben.

„Wenn man es schafft, sich über Qualität zu profilieren, kann es auch gelingen, höhere Erlöse zu erzielen“, formuliert Ell das Credo nicht nur seines Betriebs, sondern der badischen Weinwirtschaft insgesamt. Das Bewusstsein für deutschen Wein steige, sein Image habe sich verbessert. Dafür sei es wichtig, sich auch offen für Kundenwünsche zu zeigen. So habe die Oberkircher WG neben ihren trocken ausgebauten Weinen auch eine milde Reihe im Programm, die gut nachgefragt werde. Und neben dem klassischen Spätburgunder wächst im warmen Klima der Ortenau auch etwas Cabernet Sauvignon und Merlot: als „Türöffner“ für international

► der badischen Rebfläche. Seit einigen Jahren aber ist eine Entwicklung hin zu größeren Produktionsstrukturen erkennbar. Vor allem die Zahl der so genannten Vollerwerbsbetriebe mit mehr als fünf Hektar nimmt zu, von ihnen gibt es rund 750 im Anbaugebiet Baden. „Die größeren Betriebe nehmen Flächen auf, die zum Beispiel aus Altersgründen aufgegeben werden“, sagt Wohlfarth. Betriebswirtschaftlich ergäben größere Einheiten in Maschinen eine rein manuelle Bearbeitung sei, außer in Toplagen, auf Dauer kaum zu finanzieren, eine stärkere Mechanisierung je nach Gelände oft ohne Qualitätseinbußen möglich. Auch bei der Vermarktung des Weines böten sich größere Einheiten oder Kooperationen an.

Die insgesamt kleinteilige Struktur der badischen Weinwirtschaft hat zur Folge, dass die Erträge von über 70 Prozent der Rebflächen durch Winzergenossenschaften vermarktet werden – eine Besonderheit unter den deutschen Anbaugebieten, die Baden nur mit Württemberg teilt. Die erste badische Winzergenossenschaft (WG) wurde 1881 von dem Pfarrer Heinrich Hansjakob in Hagnau am Bodensee gegründet. Der Badische Winzerkeller in

Von den wärmsten Weinbergen Deutschlands in die kühlen Keller: Reben in der Ortenau (rechts oben), Holzfässer im Weingut Heger.



Bild: Roland Krieg



Bild: Dieter Simon

■ BADISCHER WEIN

geprägte Weintrinker, sagt Ell – „und um sie über diesen Weg zurückzuführen zu unseren heimischen Gewächsen.“ Denn hier liege die Zukunft der Branche: in Produktqualität und im regionalen Profil.

Und hier liegen auch ihre Herausforderungen, sagt Peter Wohlfarth vom Badischen Weinbauverband: Ein Hauptziel für die Zukunft sei die Aufrechterhaltung des so genannten Anbaustopps für Reben, über den die EU 2012 entscheiden muss: Eine Aufhebung könnte dazu führen, dass leicht zu bewirtschaftendes Land in der Rheinebene massenhaft in Rebflächen umgewandelt würde und so den schwieriger zu bearbeitenden, für Baden typischen Hanglagen Konkurrenz machte. Das gefährde nicht nur die Weinqualität, sondern auch den Erhalt der geschlossenen Rebkulturn Landschaften und damit das Image der ganzen Region: „Wir werden den Anbaustopp mit dem Messer zwischen den Zähnen verteidigen“, sagt Wohlfarth: „Das ist auch ein gesellschaftspolitisches Anliegen – und im Interesse nachgelagerter Wirtschaftszweige wie Tourismus, Hotellerie und Gastronomie.“ Der Weinbauverband werde versuchen, das regionale Image weiter zu fördern: So könnten Weine, die bestimmte Kriterien erfüllen, gemäß EU-Recht zu Produkten mit geschützter Ursprungsbezeichnung werden – etwa als „Kaiserstühler Grauburgunder“ oder „Ortenauer Riesling“. Wohlfarth hofft dabei auch auf die Weiterentwicklung der gemeinsamen Dachmarkenwerbung für badischen

Baden ist mit gut 15.000 Hektar Ertragsreblfläche und einer Produktion von knapp 120 Millionen Liter pro Jahr das drittgrößte deutsche Weinbaugebiet nach Rheinhessen und der Pfalz. Als einziges deutsches Anbaugebiet liegt es in der wärmeren Weinbauzone B der EU, zu der unter anderem auch die Weinbaugebiete Österreichs, das Elsass und die Champagne gehören. Rund vier Prozent der Fläche werden ökologisch bewirtschaftet.

In Baden sind 25.000 Winzer und knapp 19.000 Betriebe registriert. Die meisten von ihnen produzieren Wein aber als Hobby oder im Nebenerwerb (siehe Grafik). 70 Prozent des Badischen Weins wird von Winzergenossenschaften vermarktet, 20 Prozent von Weingütern. Der geschätzte Gesamtumsatz lag 2009 bei rund 350 Millionen Euro.

Neben den südbadischen Weinbaubereichen Bodensee, Markgräflerland, Breisgau, Tuniberg, Kaiserstuhl und Ortenau zählen auch noch das Kraichgau, die Badische Bergstraße und Tauberfranken zum Weinbaugebiet Baden. Das Verhältnis von Weiß- zu Rotwein beträgt etwa 55 zu 45 Prozent; einen Schwerpunkt bilden Burgundersorten. Während beim Rotwein durchweg der Spätburgunder dominiert, ist die Sortenverteilung beim Weißwein differenzierter: Das Markgräflerland ist vom Gutedel geprägt, an Bodensee, Tuniberg und im Breisgau ist Müller-Thurgau stark vertreten, am Kaiserstuhl wächst besonders Grauer Burgunder, und die Ortenau ist Riesling-Land. *thg*

Wein, ein Thema, das in den vergangenen Jahren unter den Winzern immer wieder für Ärger und Streit über Sinn, Qualität und Finanzierung des Vorhabens sorgte. Seit 2009 beteiligen sich nun Weingüter und WGs auf freiwilliger Basis gemeinsam an der neu gegründeten Badischer Wein GmbH; seit diesem Monat ist mit Sonja Höferlin eine Frau Geschäftsführerin, die berufliche Erfahrungen sowohl bei Winzergenossenschaften als auch Prädikatsweingütern gesammelt hat.

Spannende Zeiten also für die badische Weinwirtschaft. Aber die Richtung ist klar und die Stimmung trotz Wirtschaftskrise nicht schlecht: „Weil ich eine Optimistin bin, habe ich vergangenes Jahr den ‚Optimiste‘ gemacht“, sagt Rosemarie „Roy“ Blankenhorn: einen trockenen Perlwein, der für gute Laune stehe. Seit 1993 führt sie das Weingut Blankenhorn, einen 1847 von ihrem Urgroßvater gegründeten Familienbetrieb in Schliengen im Markgräflerland mit rund 25 Hektar Rebfläche und sieben Mitarbeitern. Sie ist überzeugt davon, dass der badische Wein die Qualität besitzt, sich in Zukunft am Markt gut zu behaupten, wenn die Winzer sorgfältig mit ihm umgehen: „Es gibt genug Kunden, die wissen wollen, was sie trinken, und bereit sind, auch einen guten Preis dafür zu zahlen“, sagt sie. Und wer momentan die Keller der Weingüter und Genossenschaften in Baden besucht, hat laut Blankenhorn ohnehin Grund genug zum Optimismus: „Der 2009er Jahrgang ist sensationell.“ *Thomas Goebel*