

## PRESSE-INFORMATION

### **Badische Weine: „Ein Herbst, der richtig Spaß macht“ - Gute Nachfrage am Markt**

Baden-Württembergischer  
Genossenschaftsverband e. V.

Müllheim, 21. September 2011

1 **Die Winzergenossenschaften in Baden freuen sich über einen Voll-**  
2 **herbst 2011 mit sehr schönen Qualitäten und über ein kräftiges Ver-**  
3 **kaufplus im 1. Halbjahr 2011. „Baden ist 2011 das gelobte Land“,**  
4 **sagte Präsident Gerhard Roßwog vom Baden-Württembergischen Ge-**  
5 **nossenschaftsverband am Mittwoch in Müllheim bei der Winzergenos-**  
6 **senschaft Hügellheim eG. In dieser Woche beginnt in Baden die Haupt-**  
7 **lese des Jahrganges 2011.**

8  
9 „Der Weinjahrgang 2011 macht richtig Spaß“, freut sich Genossenschafts-  
10 Präsident Gerhard Roßwog. „Wir bekommen sehr schöne Qualitäten, die  
11 Trauben sind reif, und gottseidank gibt es auch wieder ausreichend Menge,  
12 damit wir die gute Nachfrage bedienen können.“ Die Verbraucher dürfen  
13 sich vor allem auf sehr fruchtige und aromatische Weine vom 2011er freuen.  
14 Allerdings sind punktuell Genossenschaften von Frost- oder Hagelschäden  
15 getroffen worden: Im Taubertal hat der Frost 80 Prozent der Ernte vernicht-  
16 tet, in Durbach und in einigen Orten im Markgräfler Land hat Hagel empfind-  
17 liche Einbußen verursacht.

18  
19 Die Winzergenossenschaften in Baden erwarten mit rund 100 Mio. Liter eine  
20 gute Ernte. In den beiden Vorjahren sind nur 79 bzw. 86 Mio. Liter in die  
21 Keller gekommen, sodass die Bestände in den Genossenschaften deutlich  
22 zurückgegangen sind.

23  
24 Der Jahrgang 2011 ist außerordentlich früh dran, sagte Roßwog, ähnlich wie  
25 der 2007er. Nach dem langen und harten Winter ist die Natur schnell er-  
26 wacht, angetrieben durch den sehr sonnigen und warmen April. Der Regen  
27 im Juni hat den Wasserhaushalt wieder aufgefüllt und der Wechsel von  
28 Sonne und Regen im Sommer hat die Trauben ohne Stress reifen lassen.

29  
30 Die Lese hat ruhig begonnen, da die Reben noch voll im Saft stehen und die  
31 Blätter sich noch nicht verfärben. Diese Woche beginnt die Hauptlese. Der  
32 Müller-Thurgau ist als frühe Sorte bereits im Keller. Er war in diesem Jahr  
33 besonders fruchtbar bei guten Öchslewerten von etwa 80 Grad. Bei der  
34 Winzergenossenschaft Hügellheim ist auch der Graue Burgunder vollständig  
35 im Keller und hat mit durchschnittlich 97 Grad Öchsle hervorragende Quali-  
36 täten gebracht, berichtet Kellermeister Martin Schneider. Den gleichen Zu-  
37 ckergehalt bieten in Hügellheim die Spätburgunder-Trauben, die zu einem  
38 Drittel gelesen sind. „Die hohen Öchslegrade zu diesem frühen Zeitpunkt  
39 sind außergewöhnlich“ betont der Kellermeister. Die Lese des Gutedel, der  
40 als Spezialität des Markgräfler Landes auf einem Drittel der Rebfläche in der  
41 Region angepflanzt ist, fängt langsam an.

## 42 **Ein starkes Halbjahr für die Winzergenossenschaften in Baden**

43 Die hohen Erwartungen der badischen Winzergenossenschaften in das Jahr  
44 2011 haben sich im ersten Halbjahr voll bestätigt. Die Genossenschaften  
45 konnten 46,9 Mio. Liter Wein und Sekt verkaufen, 4,0 Prozent mehr als im  
46 ersten Halbjahr des Vorjahres. Der Umsatz konnte damit gut Schritt halten  
47 und kletterte um 3,4 Prozent auf 127 Mio. Euro. Im Kalenderjahr 2010 haben  
48 die Winzergenossenschaften in Baden 93,2 Mio. Liter verkauft (+ 1,4 %) und  
49 einen Umsatz von 260 Mio. Euro (- 0,7 %) erwirtschaftet.

50  
51 Genossenschafts-Präsident Gerhard Roßwog zeigte sich auch für das zwei-  
52 te Halbjahr zuversichtlich. „Das Konsumklima ist nach wie vor freundlich, die  
53 Sorgen um die Konjunktur und die Staatsschulden schlagen sich bisher  
54 nicht nieder.“ Darin drücke sich die gute Beschäftigung im Land und die  
55 noch moderate Inflationsrate aus.

56  
57 Roßwog stellte heraus, dass die Marktposition vor allem von badischen  
58 Weißweinen zurzeit hervorragend ist. Seit dem Tiefpunkt 2008 steigt die  
59 Ertragsreblfläche von Weißwein in Baden zu Lasten der roten Sorten. Vor  
60 allem Grauburgunder, aber auch Weißburgunder und Gutedel sind gepflanzt  
61 worden. Roßwog zeigte sich erfreut, dass Handel und Verbraucher höhere  
62 Preise für Weißwein akzeptiert haben. Durch die kleinen Jahrgänge und die  
63 Kostenentwicklung habe das Einkommen der Winzer zuletzt stark gelitten.  
64 Die höheren Weißweinpreise werden sich in den Umsatzzahlen der nächs-  
65 ten beiden Halbjahre niederschlagen, prognostizierte der Genossenschafts-  
66 Präsident. Die Bestände sind durch den guten Verkauf so knapp geworden,  
67 dass viele Genossenschaften den Jahrgang 2011 noch in diesem Jahr auf  
68 den Markt bringen würden. „Der Vollherbst 2011 kommt wie gerufen.“

69  
70 Baden konnte sich auch den Verlusten entziehen, die deutsche Weine ins-  
71 gesamt zuletzt hinnehmen mussten. Der Marktanteil Badens am deutschen  
72 Wein nahm der Menge nach von 11 auf 12 Prozent zu, dem Wert nach von  
73 12 auf 13 Prozent.

## 74 75 76 **Genossenschaftsverband ermuntert zu Strukturveränderungen**

77 Das Gesicht des Weinbaus in Baden hat sich enorm verändert. Fast 8.000  
78 Winzer, über 30 Prozent der Betriebe, haben seit dem Jahr 2000 ihre Reb-  
79 schere an den Nagel gehängt und ihren Weinberg verpachtet. Die Reblä-  
80 che, die im Weinland Baden bewirtschaftet wird, hat sich dadurch kaum  
81 verändert (+ 1,1 %), aber die Winzerbetriebe wurden größer, der Kapitalein-  
82 satz nimmt zu. Der genossenschaftliche Anteil an der Ertragsreblfläche ist in  
83 dieser Zeit um 1,2 Prozentpunkte auf 70,8 Prozent gestiegen.

84  
85 Über Veränderungen und größere Betriebe denken auch die Winzergenos-  
86 senschaften in Baden nach. Der Baden-Württembergische Genossen-  
87 schaftsverband hat diesen Entwicklungsprozess im Sommer durch drei Re-  
88 gionalkonferenzen aufgegriffen und verstärkt. „Strukturveränderungen sind  
89 notwendig, damit der Weinbau in Baden eine gute Zukunft hat“, betont Ger-  
90 hard Roßwog, Präsident des Baden-Württembergischen Genossenschafts-  
91 verbandes.

92

93 Er sieht zwei wesentliche Ansatzpunkte, um die Position der Winzergenossen-  
94 schaften zu verbessern. „Unsere Genossenschaften müssen ihre Stra-  
95 tegie formulieren und sie müssen sie innerhalb einer Region aufeinander  
96 abstimmen.“ Natürlich sei dazu viel Vertrauen erforderlich.

97  
98 Neben einer klaren einzelbetrieblichen Strategie sieht Roßwog die Notwen-  
99 digkeit, die Genossenschaftsgruppe in ihren Vermarktungsstrukturen ge-  
100 meinsam fortzuentwickeln. Die Anzahl der eigenständig agierenden Wein-  
101 anbieter bei den wenigen verbliebenen nationalen Handelsketten sei einfach  
102 zu hoch, die Position der Winzer gegenüber marktmächtigen Abnehmern  
103 damit weiterhin zu schwach. Das genossenschaftliche Prinzip einer Bündel-  
104 ung der Kräfte gelte mehr denn je für die Marktbearbeitung. „Wir sind es  
105 unseren Winzern und der nachfolgenden Generation schuldig, angelieferte  
106 Trauben anständig zu vergüten, und hierzu bedarf es fairer Preise am  
107 Markt.“

108  
109 Roßwog bekräftigte, dass die Rezepte für große und kleine Genossenschaf-  
110 ten unterschiedlich ausfallen müssen. „Fusion ist kein Patentrezept.“ Wer  
111 seinen Absatzschwerpunkt bei Direktkunden oder in der Gastronomie habe,  
112 müsse besondere Qualitäten bieten, die naturgemäß auch teurer produziert  
113 werden. Wer den Lebensmitteleinzelhandel und den Discount bediene, müs-  
114 se den Akzent bei guten Qualitäten für die Breite der Verbraucherwünsche  
115 setzen, die zu günstigen Kosten in die Regale des Handels gelangen müs-  
116 sen.

117  
118 Zum Beispiel die Winzergenossenschaft Hügellheim im Markgräfler Land  
119 erwirtschaftet für ihre Mitgliedswinzer überdurchschnittliche Auszahlungs-  
120 preise, ist aber mit 75 Hektar Ertragsreiblefläche und 45 aktiven Winzern eine  
121 der kleinen Genossenschaften im Land.

122  
123 Ein gutes Drittel ihrer Weine verkauft sie direkt an Privatkunden, die über-  
124 wiegend aus der Region zwischen Freiburg und Lörrach kommen. Lebhaft  
125 ist in jüngster Zeit aber auch die Nachfrage von Besuchern aus der  
126 Schweiz, berichtet das geschäftsführende Vorstandsmitglied Thomas Benz,  
127 und auch immer mehr Tagestouristen aus Frankreich werden von dem gu-  
128 ten Preis-Leistungs-Verhältnis in Deutschland angezogen. Dank dieser Ver-  
129 triebsschienen ist auch der Sektanteil in der Genossenschaft in den letzten  
130 Jahren auf 5 Prozent gestiegen, nach der Menge gerechnet. Im Vorder-  
131 grund steht dabei der Nobling, eine weitere Spezialität des Markgräfler Lan-  
132 des. Ein zweites Drittel der Hügellheimer Weine geht in die regionale Gast-  
133 ronomie, 30 Prozent in den Fachhandel und den Lebensmitteleinzelhandel.

134  
135 Immerhin 20 Prozent der Hügellheimer Weine werden außerhalb von Baden  
136 getrunken. Dies verdankt die Genossenschaft der Kooperation „Badische  
137 Weinhäuser“, der sie sich angeschlossen hat, einer genossenschaftlich ge-  
138prägten Vertriebsorganisation für den Fachhandel. Deshalb ist Thomas  
139 Benz auch die traditionelle Mitgliedschaft in der badischen Weinwerbung  
140 wichtig. „Wir wollen auch in Hamburg oder Berlin verkaufen, dann müssen  
141 wir unseren Wein national bekannt machen.“

142 **Bisher eine Verschmelzung im Jahr 2011 in Baden**

143 In Baden arbeiten aktuell 88 Winzergenossenschaften, davon bauen 43 ihre  
144 Weine im eigenen Keller aus. Im Jahr 2011 wurde bisher eine Verschmel-  
145 zung beschlossen, die in dieser Zahl noch nicht berücksichtigt, weil noch  
146 nicht im Genossenschaftsregister eingetragen ist: Auggener Schäf und Lau-  
147 fen. Im Vorjahr wurden zwei Verschmelzungen vollzogen, 2009 und 2008  
148 gab es keine Veränderungen.

149  
150 Darüber hinaus haben Genossenschaften bekanntgegeben, dass sie an  
151 einer Strukturveränderung arbeiten. So sind Königschaffhausen und Kiech-  
152 linsbergen ebenso miteinander im Gespräch wie Gengenbach, Zeller Abts-  
153 berg und Rammersweier. „Die Verschmelzungen von Winzergenossen-  
154 schaften mit eigener Kellerwirtschaft sind von wirtschaftlicher Tragweite, weil  
155 hier Synergien zu heben sind“, betonte Roßwog.

**Ihr Ansprechpartner beim Baden-Württembergischen Genossenschaftsverband e.V.**

Reinhard Bock-Müller, Pressesprecher

Heilbronner Straße 41, 70191 Stuttgart  
Fon 07 11 222 13-27 70 Fax 07 11 222 13-29 73 77  
E-Mail: reinhard.bock-mueller@bwgv-info.de

Fotos zur Weinlese in Baden  
in Druckqualität zum Down-  
load finden Sie bei uns im  
Internet:

**[www.bwgv-info.de/](http://www.bwgv-info.de/)**  
Presse und Information /  
Presse-Fotos