

REPORT +
Baden

Zwischen Krisenmodus und Kreativität

Interview
mit Siegbert
Bimmerle
ab S. 3



Das Sonnenmännle, seit den 1960er Jahren die Werbefigur der badischen Weinmacher, steht im Abseits. Fast schon symptomatisch spiegelt das Aus der badischen Gemeinschaftswerbung zum Ende des Jahres die Herausforderungen wider, mit denen das drittgrößte deutsche Weinanbaugebiet derzeit konfrontiert ist. Ein schwächelndes Marktumfeld, zu geringe Profitabilität und die klimatischen Unwägbarkeiten machen insbesondere den genossenschaftlichen Betrieben stark zu schaffen. Gleichzeitig ist das Land Hotspot der innovativen Garagen- und Landweinszene.

Ohne die Genossenschaften geht nichts im Ländle: Die rund 15.700 Hektar Rebfläche in Baden werden zu zwei Dritteln von Genossenschaften und deren Mitgliedern bewirtschaftet. Für diese ging es auch im 1. Halbjahr 2023 weiter abwärts. Der Absatz der badischen Winzergenossenschaften verringerte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,5 Millionen oder 3,7 Prozent auf rund 38,8 Millionen Liter Wein und Sekt, wie Dr. Roman Glaser, Präsident des Baden-Württembergischen Genossenschaftsverbands (BWGV), bei der diesjährigen Pressekonferenz zum Weinherbst in Baden mitteilte. Der Umsatz von Januar bis Juni 2023 lag mit 123,1 Millionen Euro nahezu auf Vorjahresniveau. Im Gesamtjahr 2022 haben die Winzergenossenschaften mit 79,2 Millionen Liter Wein und Sekt 6,9 Prozent (-5,8 Mio. Liter) weniger verkauft als im Vorjahr. Der Umsatz sank um 2,6 Prozent (-6,6 Mio. Euro) auf 249,1 Millionen Euro. „Die Verbraucherinnen und Verbraucher agieren sehr preisbewusst“, so Glaser. Zur Wahrheit gehört aber auch, dass neben einem schlappen Markt ein ge-

wisses Maß an Attraktivitätsverlust und eine zu geringe Marktpräsenz im Fachhandel und in der Gastronomie außerhalb der Region zu der schwachen Performance geführt hat.

Auch beim Badischen Winzerkeller in Breisach (BWK), mit 50 angeschlossenen Mitgliedsgenossenschaften die mit Abstand größte Erzeugergemeinschaft in Baden, zeigte die Absatz- und Umsatzkurve in den letzten Jahren nach unten. Im Geschäftsjahr 2022 wurde rund 15 Prozent weniger Wein verkauft. Durch eine leichte Erhöhung des Durchschnittspreises konnte der Umsatzrückgang auf minus 7,4 Prozent gegenüber dem Vor-

jahr abgedeckt werden. Immerhin bewege man sich aktuell mit Absatz und Umsatz fast auf Vorjahresniveau, so Christian Schätzle, Vorstand Produktion/Önologie. Er ist optimistisch, dass der BWK in dieser Geschäftsperiode zumindest ein ausgeglichenes Ergebnis erzielen wird, trotz des nach wie vor immensen Kostendrucks. So sind im Jahr 2022 allein die Preise für Kartonagen, Neuglas und Verschlüsse aufgrund der hohen Energiekosten um rund 50 Prozent angestiegen. Auch wenn sich derzeit die Situation leicht entspannt, werden die Packaging-Kosten auf absehbare Zeit hoch bleiben. Dr. Roman Gla-



„Wir haben in diesem Jahr die Auszahlungen leicht erhöhen können. Gleichzeitig ist uns bewusst, dass noch viel Luft nach oben ist.“

Christian Schätzle, Badischer Winzerkeller

Foto: Jurek Schwann/MW, VDF/Peter Bredt/Ermen, WEIN+MARKT

VERÖFFENTLICHUNG

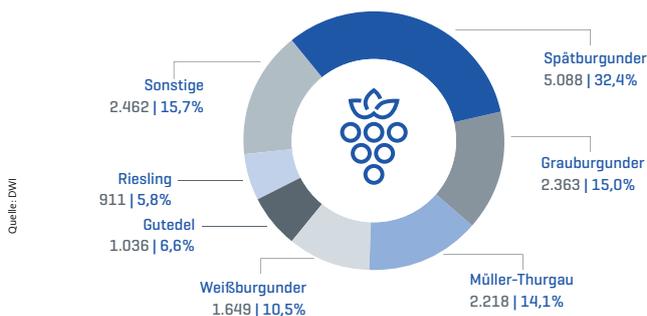
Wein + Markt, Dezember 2023

REPORT

BADEN IN ZAHLEN (2022)



Die wichtigsten Rebsorten (Fläche in Hektar)



Quelle: DWI



ser vom BWGV sieht diese Entwicklung ebenfalls mit Sorge. „Die Produktionskosten steigen und die Erlöse sinken. Das ist eine gefährliche Entwicklung. Der Preis für eine Flasche badischen Weins spiegelt nicht annähernd die Kostensteigerungen bei der Erzeugung wider“. Er weist neben den gestiegenen Kosten für Energie, Logistik und Verpackung auch auf wachsende Lohnkosten hin. Die Erhöhung des Mindestlohns wirke sich gerade in einem Jahr wie 2023 mit aufwendiger Arbeit im Weinberg stark aus.

Malus: Abhängigkeit vom LEH

Weitere notwendige Preiserhöhungen sind angesichts eines schrumpfenden Markts und des sich verschärfenden Wettbewerbs

nur schwierig durchzusetzen. Im Gegenteil: Die ersten Forderungen seitens der Discounter und des LEH, die Preiserhöhungen des letzten Jahres zurückzunehmen, flatterten den badischen Winzergenossenschaften bereits ins Haus. Hier zeigt sich das ganze Dilemma. Viele Betriebe hängen buchstäblich am Tropf der Marktgiganten. In der Spitze liegt der Umsatzanteil in diesen Kanälen bei rund 80 Prozent. Ein zumindest teilweiser Umstieg in marginträchtigere Absatzwege wie den ambitionierten Fachhandel oder die Gastronomie ist mühsam und langwierig, aber nicht unmöglich. Christian Schätzle vom Badischen Winzerkeller sieht in der konsequenten Erschließung lukrativerer Kanäle einen der Schwerpunkte in der weiteren Neuausrichtung des Unternehmens. Er nennt als

WEIN+MARKT 12|2023



siegbert bimmerle
WEINGUT

AUSGEZEICHNETE SPITZENWEINE,
die begeistern!

Qualität macht den Unterschied.

STAATS
EHREN
PREIS
2022

Eines der TOP 100 Weingüter Deutschlands

Siegbert Bimmerle, Philipp Milke, Benedikt Bimmerle

WEINGUT & PRIVATKELLEREI
SIEGBERT BIMMERLE
77871 Renchen in Baden
T 07843-654 · info@wein-bimmerle.de

REPORT



„Der Verlust der badischen Weinwerbung macht es vielen Betrieben in der Region nicht einfacher, die Vermarktung anzukurbeln. Als Erzeuger muss man sich nun noch sehr viel mehr auf die eigenen Möglichkeiten fokussieren.“

Alexander Ultes, Weingut Julius Zotz

Beispiel die Kooperation mit Getränke Hoffmann in Berlin. Mit „The New Wine Experts“ wurde eine neue Weinlinie aus der Taufe gehoben, die vor allem auf die Generation Z (18-26 Jahre) abzielen soll. Zunächst sind zwei Weine unter der neuen Linie zu finden, die Ausstattung ist betont knallig. Bei einem „Day of the Trade“ im Frühjahr 2023 waren Mitarbeiter des BWK in den Märkten von Getränke Hoffmann und haben die neuen Weine direkt am Regal angeboten und verkauft, um daraus weitere Erkenntnisse abzuleiten. Auch im Wachstumssegment Alkoholfreier Wein geht der BWK in die Offensive und hat im Sommer ein Weiß und Rosé Duo auf den Markt gebracht.

Die konsequente Fokussierung auf markenträchtigere Absatzkanäle sowie eine Diversifizierung der Angebotspalette identifiziert auch Vera Wiedemann, Vertriebsleiterin der Privatkellerei und Weingut Friedrich Kiefer KG in Eichstetten, als wichtigen Eckpfeiler. „Für uns hat sich die Positionierung im Fachhandel und in der Gastronomie bis jetzt als richtiger Weg erwiesen und dieser Devisen bleiben wir treu! Durch unser vielfältiges Angebot mit konventionellen, bio-zertifizierten sowie bereits teilweise Fair-Choice-zertifizierten Produkten sind wir gut aufgestellt und können mit einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis bei unseren Kunden punkten“. Für Alexander Ultes, Vertriebschef des Heitersheimer Weinguts Julius Zotz ist Produktinnovation für den zukünftigen Erfolg unverzichtbar. „Als Wegbereiter im Bereich der alkoholfreien Weine verfügen wir über Erfahrungen in der Produktion, die uns helfen, heute mit einem feinen Sortiment von fünf entalkoholisierten Schaumweinen und Weinen sehr erfolgreich am Markt zu sein und dem Wettbewerbsdruck gut standzuhalten. Aktuell bereiten wir eine Überarbeitung in unserem Einstiegsbereich vor. Wir werden im kommenden Jahr mit einer kleinen Range von Cuvées auf den Markt gehen und damit für eine unverwechselbare Wahrnehmung unserer Weine sorgen“. Jonathan Schäfer, Geschäftsführender Vorstand der Oberrotweiler Winzerverein eG, sieht zukünftiges Potential bei der Entwicklung und Platzierung von neuen Artikeln, dem Erschließen von Kooperationen in der Produktion und im Vertrieb sowie einer

Fokussierung auf Flächen mit hoher Wertschöpfung und der Profilierung von Spitzenlagen.

Zu wenig verdienen derzeit auch viele Traubenlieferanten, selbst bei gut verdienenden Genossenschaften ist ein Abwärtstrend unverkennbar. Beim Traubengeld gelten 10.000 Euro je Hektar in der Regel als Break Even. Dieser Auszahlungsbetrag wird oft gerade noch so erreicht, teilweise aber auch deutlich unterschritten. Das nagt kurzfristig an der Motivation für eine qualitätsbewusste Bewirtschaftung des Weinbergs, bringt aber mittel- und langfristig das Risiko von Betriebsaufgaben und die Nichtbewirtschaftung von Weinbergen, insbesondere bei Klein- und Mischbetrieben mit sich.

Is Big Beautiful?

Die daraus resultierenden Flächenstilllegungen werden nur teilweise durch die bestehenden Betriebe aufgefangen, zumal sich auch bei erfolgreichen Weingütern die Erkenntnis durchgesetzt hat, dass Größe nicht alles ist. Insider der badischen Szene gehen davon aus, dass allein am Kaiserstuhl sich die Rebfläche in den nächsten zehn Jahren um 20 Prozent reduzieren könnte. Sicherlich betrifft das hier zunächst die Flächen im Tal, wo früher Obstbau betrieben wurde und die für den Qualitätsweinbau eher suboptimal sind. Aber andernorts sind auch wahre Filetstücke dabei: Weinberge, die von der Flurbereinigung verschont wurden und sich durch eine alte Genetik auszeichnen, wie beispielsweise im Markgräflerland. Innerhalb weniger Jahre sind die Landpreise gepurzelt, ehemaliges Genossenschaftsland ist teilweise schon ab 2,50 Euro je Quadratmeter zu haben. Dieser Preis könnte in den nächsten Jahren

sogar noch unterschritten werden. Die Ironie des Schicksals: Es ist fast ein bisschen Goldgräberstimmung, die sich breit macht.

Hanspeter Zierysen aus Efringen-Kirchen kommentiert die Situation: „Die aktuellen Preise für Land bieten lange nicht gekannte attraktive Einstiegsbedingungen. Sowohl für den Erwerb als auch für die Pacht von Weinbergen.“ Siegbert Bimmerle, Geschäftsführender Gesellschafter der Weingut & Privatkellerei Bimmerle KG in Renchen sieht ebenfalls die Chance, das eigene Flächen-Portfolio mit Lagen zu ergänzen, die zu seiner Qualitätsphilosophie passen: „Mit den Investitionen der letzten Jahre ist unser Betrieb ganz klar auf Wachstum ausgerichtet“.

In den Schaltzentralen der Genossenschaftsbetriebe ist man sich der Gefahr dieser Entwicklung bewusst, denn einer der unschlagbaren Vorteile der Genossen ist ihre Mengenpower als verlässlicher Partner für den Handel. Und weniger Weinberge bedeuten am Ende auch weniger Wein. So sieht es Christian Schätzle vom BWK als eine der Prioritäten im Unternehmen an, dass dauerhaft ein Traubengeld erwirtschaftet wird, welches den Winzern – und damit auch dem BWK – eine nachhaltige Existenzgrundlage sichert. Mit der im vergangenen Jahr begonnenen Konzentration auf ein umsatzstarkes Kernsortiment sowie einem Streamlining aller Geschäftsprozesse sieht sich der BWK auf einem guten Weg. „Wir haben in diesem Jahr die Auszahlungen leicht erhöhen können. Gleichzeitig ist uns bewusst, dass noch viel Luft nach oben ist,“ sagt Schätzle.

Pflanzenschutz unverzichtbar

Ein weiteres Thema, das die Winzerschaft umtreibt, sind Klimawandel und Pflanzenschutz. Franziska Schätzle vom Weingut Schätzle in Schelingen hat hierzu eigene Erfahrungen im Weingut gesammelt. „Wir haben seit 2015 ein Projekt, das zeigt, dass nachhaltiges Wirtschaften als Weingut ohne chemische Pflanzenschutzmittel, also auch

Interview
mit Siegbert
Bimmerle



„Mit den Investitionen der letzten Jahre ist unser Betrieb ganz klar auf Wachstum ausgerichtet.“

Siegbert Bimmerle, Weingut & Privatkellerei Bimmerle KG

REPORT

GENOSSENSCHAFTSLAND BADEN

Genossenschafts-Kennzahlen 2022



Genossenschaftswinzer bewirtschaften **zwei Drittel** der Fläche Badens.



Die badischen Genossenschaften haben 2023 rund 16 Millionen Liter mehr geerntet als 2022 verkauft.

Quelle: Baden-Württembergischer Genossenschaftsverband

Bewässerungstechniken und die Steigerung des Wasserhaltevermögens von Böden, etwa über verbesserten Humusaufbau. Laut einer durchgeführten Konsumenten-umfrage im Rahmen des Projekts werden den resistenten Rebsorten gute Marktchancen, insbesondere bei jüngeren Zielgruppen, bescheinigt. Ein Blick auf die aktuelle Rebsortenstatistik weist aktuell eine Rebfläche von knapp 400 Hektar aus, die in Baden mit Piwis bestockt sind. Das entspricht rund 2,5 Prozent der badischen Anbaufläche und ist derzeit zu wenig, um neue Absatzkanäle und Konsumentengruppen zu erschließen.

Badens Profilierungsnöte

Dabei stellt sich generell die Frage, wie es nach dem Aus der badischen Weinwerbung, Badischer Wein GmbH, mit der Profilierung der Marke „Baden“ weitergeht. Wofür steht das Anbaugebiet Baden, ist ein klares Profil für den Konsumenten überhaupt erkennbar? Die Diversität und Größe des Gebiets mit einer Länge von rund 400 Kilometern und neun Teilregionen in eine Botschaft zu fassen, ist sicherlich eine Herkulesaufgabe. Die letzte Kampagne „Wein aus dem Garten Deutschlands“ konnte nicht alle überzeugen. Vielleicht war das neben dem Kostenfaktor ein weiterer entscheidender Grund, warum der Badische Winzerkeller und einige andere Betriebe ihre Mitgliedschaft in der Weinwerbung in diesem Jahr gekündigt haben. Mit den Kündigungen zum 31. Dezember 2023 wird der satzungsgemäße Schwellenwert von 10.000 Hektar beitragszahlender Fläche im Verband unterschritten. Damit fallen ab dem kommenden Jahr fast alle Aktivitäten der badischen Weinwerbung in den Bereichen Funk, Media und Online-Marketing weg. Es wird nur noch eine Mitfinanzierung einer zweijährigen Projektstelle „Ursprungs-Kommunikation“ beim Badischen Weinbauverband geben, damit der Kontakt in die Außenwelt nicht ganz abreißt.

Dass dieser Kontakt unbedingt notwendig ist, zeigt eine kleine Umfrage bei verschiedenen Marktteilnehmern. Die Zusammenfassung ergibt ein heterogenes Bild des Anbaugebiets. Von „klassisch und alter Stil, wenig Ecken und Kanten, etwas langweilig“ bis zu „einige der Top-Betriebe des Landes“ und „spannende Landweine“ ist fast alles dabei. Alexander Ultes vom Weingut Julius Zotz sagt: „Der Verlust der badischen Weinwerbung macht es vielen Betrieben in

ohne Kupfer und Schwefel, nicht möglich ist. In dem Weinberg, den wir ausschließlich mit natürlichen Stoffen wie Ackerschachtelhalm, Brennnessel, Vitamin C, Orangenölen und biodynamischen Aspekten behandeln, hatten wir in den Jahren 2021, 2017 und 2016 einen Totalausfall und in den restlichen Jahren maximal eine halbe Ernte. Wenn wir also im Schelinger Kirchberg und den ‚Schatz-vom-Vulkan‘-Lagen (alles Vogelschutzgebiete, Biotop und Natura-2000-Gebiete) keinen Pflanzenschutz mehr betreiben dürften, dann würde es für einen nachhaltigen Weinbau in diesen Lagen eng“, kommentiert sie die gescheiterte EU-Verordnung zum Pflanzenschutzverbot (Sustainable Use Regulation, kurz SUR).

Die Politik müsse beim Kampf gegen den Klimawandel und dessen Folgen weg von einer reinen Verbotskultur und stattdessen stärker auf Fortschritt und Innovationen setzen, sagt Dr. Roman Glaser vom BWGV mit Blick auf die gekippte SUR. So gebe es Projekte wie das „EIP Agri Nachhaltiger Wein“. An diesem seit Oktober 2021 laufenden EU-Programm sind neben mehreren Genossenschaften und Kellereien aus Baden-Württemberg drei wissenschaftliche Partner – die Staatliche Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau in Weinsberg, das Weinbauinstitut Freiburg und der Weincampus Neustadt/Weinstraße – beteiligt. Ein Schwerpunkt liegt auf Weinen aus resistenten Rebsorten. Darüber hinaus geht es auch um optimale

WEIN+MARKT 12|2023



Kaiserstuhl

Ihre Winzergenossenschaften

Jahr für Jahr investieren wir Kaiserstühler Genossenschaften in erheblichem Maße in die Modernisierung unserer technischen Anlagen und die Beschaffenheit unserer Weinberge. Nur so entsteht dauerhaft preisgekrönte Qualität, die schmeckt!



**VOLLEN
EINSATZ
BRINGEN**

Ihre Winzergenossenschaften

Achtkarren · Badischer Winzerkeller –
Die Sonnenwinzer · Bickensohl
Bischoffinger & Endinger · Der Bötzingen
Burkheim · Ihringen · Jechtingen-Amoltern
Königschaffhausen-Kiechlingsbergen
Oberbergen · Oberrotweil · Sasbach

KAISERSTUEHLER-WEIN.DE

REPORT



„Insbesondere in den Chardonnay-Lagen haben wir viel in den Pflanzenschutz investiert und regelmäßige Molkebehandlungen durchgeführt.“

Alexander Götz, Weingut Wasenhaus

der Region nicht einfacher, die Vermarktung anzukurbeln. Als Erzeuger muss man sich nun noch sehr viel mehr auf die eigenen Möglichkeiten fokussieren. Wir bei Zotz tun dies mit einer sehr klaren Profilierung sowie einem Netz von 13 Handelsagenturen, die dafür sorgen, dass wir bundesweit Präsenz zeigen. Wir verleugnen keineswegs unsere Herkunft, rücken sie unverkennbar in den Vordergrund. Auf der anderen Seite spielt jedoch unser Betrieb als Marke für uns die wichtigere Rolle als eine Herkunftsbezeichnung“.

Innovation ist beim Landwein zuhause

Paradoxerweise ist im Segment der Landweine, einer Kategorie, die vom Gesetzgeber eher für einfachere Weine geschaffen wurde, das kreative und innovative Baden zu Hause. Es existieren zwei Bezeichnungen: Badischer Landwein und Landwein Oberrhein. Noch ist die Gesamtproduktion der badischen Landwein-Winzer im Vergleich zur Gesamtproduktion verschwindend gering, die Statistik weist für das Jahr 2020 eine Menge von 13.600 Hektolitern aus, was einem Anteil von 1,2 Prozent entspricht.

Das Echo jedoch ist enorm. Die badischen Garagen- und Landweingüter sind eines der aktuellen Oberthemen im alternativen und unabhängigen Fachhandel, in ambitionierten Weinbars und bei der jüngeren Social-Media- und Blogger-Szene. Auch im Ausland beobachtet man mit Spannung, welche Perlen im Süden der Republik heranreifen – und honoriert es. Die hohen Exportanteile einiger Weingüter belegen dies eindrücklich. Die Winzer dieser Bewegung sehen sich und ihre Weine als Gegenpol zum klassischen Quali-

tätsverständnis und vermarkten diese mit wenigen Ausnahmen als Landwein, um sich nicht in ein Korsett aus Vorschriften pressen zu lassen.

Vom Naturwein bis zu eher klassisch schmeckenden Weinen ist in diesem Spektrum alles vertreten. Bewusst wird damit auch auf die Nennung einer näheren geografischen Herkunft verzichtet, obwohl gerade bei diesen Betrieben viele individuelle Lagenweine zu finden sind. Überwiegend setzen sie auf die regionalen, traditionellen Rebsorten und fangen damit die Vielfalt Badens ein.

Eine der Galionsfiguren der Landwein-Bewegung ist das Weingut Ziereisen in Efringen-Kirchen im Markgräflerland. Schrittweise vollzogen Edeltraud und Hanspeter Ziereisen ab 2004 den Absprung aus der amtlichen Prüfung. „Seit ich auf die Qualitätsweinprüfung verzichte, bin ich freier und kreativer“, sagt Hanspeter Ziereisen. Schwerpunkt sind neben dem traditionellen Gutedel die Burgundersorten. Die jüngere Geschichte des Weinguts klingt nach einem Winzertraum: Die Spitzenweine sind rar und hoch bewertet und bewegen sich in einer Preisrange, die wohl manchem badischen Winzer die Tränen in die Augen treibt. Der Exportanteil beträgt 70 Prozent, die größten Märkte sind Skandinavien, Großbritannien und die USA.

Mit dem Wasenhaus aus Staufen ist in der Topliga Badens auch ein echtes Start-up dabei. Obwohl erst 2016 von Alexander Götz und Christoph Wolber gegründet, zählt der Betrieb bereits zu den Stars in der Spätburgunder-Szene. Beide Winzer haben das Handwerk dafür im Burgund gelernt. Nach ihrer Rückkehr suchten sie vor allem Parzellen in Steillagen mit alten Reben. Die Weinberge werden ökologisch bewirtschaftet, auf techni-

schen Schnickschnack im Keller verzichten sie. Aushängeschilder des Wasenhauses sind die Spätburgunder „Möhlin“ und „Bellen“, mit 60 Prozent ist der Exportanteil sehr hoch. Alexander Götz sieht die Landwein-Bewegung als „wichtigen Qualitätstreiber für Baden“ und rechnet mit einem weiteren Zuwachs.

Nicht weniger interessant ist das 1,5 Hektar zählende Weingut Charlotte und David Beck in Jechtingen am Kaiserstuhl. 2017 war ihr erster Jahrgang. Im Mittelpunkt steht ebenfalls der Spätburgunder aus alten Anlagen. Im Weinberg wird biologisch und ohne Traktor gearbeitet und es erfolgt keine Bodenbearbeitung, um weitestgehend den natürlichen Bewuchs zu erhalten. Charlotte und David haben sich bewusst dafür entschieden, das Weingut im Nebenerwerb zu betreiben. Sie möchten nicht komplett finanziell davon abhängig sein und sich die kreativen Freiräume erhalten. Fünf Weine umfasst das Portfolio, zwei Landweine und drei Lagenweine, die als Qualitätswein vermarktet werden.

Insgesamt sind es derzeit rund 35 Betriebe in diesem dynamischen Segment Badens, Tendenz steigend. Einmal jährlich gibt es im Frühjahr das Familientreffen, den Badischen Landweinmarkt in Efringen-Kirchen. Badische Landwein-Winzer durften und dürfen ihre Produkte nicht auf Veranstaltungen wie etwa der Weinmesse Offenburg anstellen. Das war der Anstoß, im Jahr 2017 eine eigene Plattform zur Präsentation der Landweine zu schaffen. Schirmherr in diesem Jahr war Joschka Fischer. Die Resonanz war überwältigend. Die nächste Auflage des Landweinmarktes findet am 26. April 2024 statt.

Ab Ende August herrschte Druck im Weinberg

Der aktuelle Jahrgang hatte es im Weinberg in sich. Milde Temperaturen und genügend Niederschlag im Frühling führten zu einem zügigen Wachstum der Reben. Der Austrieb erfolgte Mitte April, die Blüte war bis zur zweiten Juniwoche überwiegend abgeschlossen. „Ein perfekter Verlauf“ fasst Julian Huber vom VDP-Weingut Bernhard Huber in Malterdingen den Start in das Weinjahr 2023 zusammen. Vereinzelt gab es Infektionen mit Peronospora und Oidium, aber stabile und trockene Witterungsverhältnisse im Frühsommer entspannten die Lage. Die Niederschläge zwischen Ende Juli und Anfang August waren nach der langen Trockenphase willkommen und sorgten für



„Seit ich auf die Qualitätsweinprüfung verzichte, bin ich freier und kreativer.“

Hanspeter Ziereisen, Weingut Ziereisen

REPORT



„Wir haben seit 2015 ein Projekt, das zeigt, dass nachhaltiges Wirtschaften als Weingut ohne chemische Pflanzenschutzmittel, also auch ohne Kupfer und Schwefel, nicht möglich ist.“

Franziska Schätzle, Weingut Schätzle

eine ausreichende Wasserversorgung der Reben. Allerdings war in dieser Zeit ständige Präsenz im Weinberg gefragt, um neu auftretende Infektionen mit Pilzkrankheiten in Schach zu halten. „Insbesondere in den Chardonnay-Lagen haben wir viel in den Pflanzenschutz investiert und regelmäßige Molkebehandlungen durchgeführt“, sagt Alexander Götzte vom Wasenhaus über diese arbeitsintensive Zeit.

Richtig Druck auf dem Kessel war dann ab Ende August. Ergiebige Niederschläge und regionale Hagelschäden machten den Jahrgang 2023 zu einer echten Herausforderung. Dr. Roman Glaser vom BWGV: „Niederschläge und Hitze führen zu sehr weichen Beerenhäuten. Vor allem bei den kompakten Burgundersorten kam es darüber hinaus immer wieder dazu, dass die Beeren sich in den Trauben gegenseitig abdrückten oder aufplatzen.“ Temperaturen von über 35 Grad Celsius sorgten für Sonnenbrandschäden, immer wieder einsetzende Niederschläge trieben das Risiko für Essigfäule in die Höhe. Die Hauptlese begann Anfang September und war in vielen Betrieben in der ersten Oktoberwoche abgeschlossen. Einmal mehr zeigte sich, wie divers das Weinbaugebiet Baden aufgrund seiner Größe ist. Für Hanspeter Ziereisen im Markgräflerland war es ein „Traumherbst“, nur punktuell gab es Essigfäule oder eingetrocknete Beeren. Allerdings war eine hohe Schlagkraft während der Lese erforderlich, der Korridor für die perfekte Reife war eng. Eine rigorose Selektion des

Leseguts war ebenfalls eine Notwendigkeit im diesjährigen Jahrgang, insbesondere der Spätburgunder machte seinem Ruf als Weinbergs-Diva alle Ehre und erbrachte in vielen Weinbergen sehr unterschiedliches Lesegut.

Insgesamt liegt nach ersten Angaben des Deutschen Weininstituts die Lesemenge mit rund 119 Millionen Litern in Baden unter dem Vorjahresniveau (2022: 135 Mio Liter). Der Badische Winzerkeller in Breisach zieht ein erstes Fazit: „Geschmacklich führte der Jahrgangsverlauf zu aromastarken Weinen. Die Erntemenge ist zwar mit 15,8 Millionen Kilogramm um rund 20 Prozent geringer gegenüber 2022 ausgefallen. Aber wir leben mit und von der Natur und sind infolgedessen mit dem Ergebnis und der Qualität zufrieden.“ Auch bei Bimmerle liegt der Ertrag durch konsequente Selektion unter der Menge des Vorjahres. Dies kommt insbesondere auch der wichtigsten Produktlinie des Hauses „Siegbert Bimmerle“ zugute. Alexander Götzte erwartet Rotweine mit viel Frucht. Schon die Gärung sei „extrem aromatisch verlaufen“, Julian Huber sieht beim 2023er Spätburgunder einen spannenden Gegensatz zum Jahrgang 2022, der momentan im Keller irre Sprünge mache und sich zu einem richtigen Terroir-Jahrgang entwickle.

Für den Burgunderspezialisten Jürgen von der Mark MW aus Bad Bellingen war 2023 das heterogenste Jahr, dass er je erlebt hat. „In Summe war es ein richtig schwieriges Jahr. Der Aufwand war enorm. Wer nicht bereit war, Zeit und Kraft in den Weinberg zu investieren, hatte verloren.“ Er attestiert den Weißweinen viel Frische und Zug, beim Spätburgunder könne es in der Spitze ein sehr guter Jahrgang werden, der „die positive Reife des Sommers besitzt“. Die Basisqualitäten sieht von der Mark in diesem Jahr eher kritisch. „Wo es zu viel Stress und vor allem zu hohe Erträge gab, lag die Chance bei null, vernünftige Qualitäten in den Keller zu bekommen.“ Für ihn ist der Jahrgang 2023 ein weiterer Beleg, dass das Burgunderland Baden seine Hausaufgaben machen muss. Die Arbeitsintensität im Weinberg werde hoch bleiben, die Kosten auch. Ohne eine klare Positionierung und dem kompromisslosen Bekenntnis zur Qualität wird es schwer werden, ist sich der Master of Wine sicher. Das Positive dabei: Jede Krise bringt auch einen Neuanfang. Die noch kleine, aber stetig wachsende, kreative Szene ist der lebendige Beweis dafür. Vielleicht beginnt Baden jetzt richtig, sein gigantisches Potential in voller Breite auszuspielen.

JANEK SCHUMANN MW