



## Innovativ & traditionell

Im deutschen Weinsüden fährt man zwar 2017 keine große Ernte ein. Aber groß ist die Innovationskraft etlicher badischer Weinerzeuger, die sich immer wieder an neue, pffiffige Weinvarianten wagen und gleichzeitig Tradition pflegen. Auch die badische Weinwerbung ist vielseitig aktiv.

Im Frühjahr, nach dem großen Frost, wurde in Baden (wie auch in anderen Regionen) für dieses Jahr schon ein dramatisches Ernteergebnis befürchtet. Doch die Natur holte auf. Zu Erntebeginn Anfang September (eine frühere Lese als normal) schätzte Peter Wohlfarth, Geschäftsführer des Badischen Weinbauverbands, dass der Ertrag am Ende 20 bis 30% unter einer Normalernte liegen dürfte. Sicher ist auf jeden Fall, dass das Weinland Baden nicht an einer verheerenden Verknappung leiden wird.

Dazu trägt auch die Konstanz bei der Rebfläche bei. Aktuell sind in dem Gebiet 15.478 ha mit Reben bestockt, das sind lediglich 3 ha weniger als im Vorjahr. Bei den Rebsorten legten die Weißweinsorten etwas zu (um 36 ha auf 9.046 ha), während bei den Rotweinsorten eine leichte Abnahme um 39 ha auf 6.432 ha zu verzeichnen ist. Hier war besonders der Spätburgunder, die mit Abstand in Baden führende Rebsorte, betroffen. 26 ha Rückgang bedeuten einen aktuellen Stand von 5.394 ha.

Die Bezeichnung „Burgunderland“ passt freilich nach wie vor zum Anbaubereich, da

mit Grauburgunder (1.970 ha) und Weißburgunder (1.438 ha) zwei starke weiße Ergänzungen zum Spätburgunder vorhanden sind. Führende Weißweinsorte Badens bleibt allerdings der Müller-Thurgau (2.397 ha). Eine starke regionale Spezialität ist nach wie vor der Gutedel im Markgräflerland (1.082 ha). Riesling ist, vor allem in der Ortenau, ebenfalls nicht unbedeutend (1.059 ha).

Im Detail ist in Baden einiges in Bewegung, auch in der Weinwerbung selbst, bei der vor gut einem Jahr die aus der Mineralwasserbranche kommende Christina Lauber die Geschäftsführung übernahm und gleich einige Akzente setzte. Die Anzeigenmotive wurden optimiert, ein neuer Funkspot entwickelt, die Homepage aufgefrischt und mit Themen erweitert (u. a. Weinvorstellungen von namhaften Sommeliers). Weinliebhaber werden sechsmal im Jahr mit einem Newsletter informiert. Es gibt Probier- und Genusspakete zu den Themen Frühling, Spargel, Herbst, Glühwein und Festtage. Den Mitgliedern wurden diverse Seminare angeboten. Wichtig war Lauber auch mehr Präsenz in den sozialen Medien mit Gewinnspielen

und Themen aus den Regionen, Kulturtipps und Informationen über die Rebsorten.

Im regionalen VDP gibt es kaum Neuerungen, wenn man davon absieht, dass das Gründungsmitglied Reichsgraf zu Hoensbroech aus Angelbachtal-Michelfeld zum Jahresanfang die Mitgliedschaft kündigte, weil für ihn die Lagenklassifizierung nicht umsetzbar war. Nachrücker sind nicht im Anmarsch. „Wir sind stets mit der Beobachtung von Weingütern beschäftigt“, lässt Geschäftsstellenleiter Timo Renner wissen. Aber ein echter Kandidat ist derzeit offenbar nicht sichtbar – obwohl es einige Betriebe gibt, die vom Niveau her passend wären. So bleibt nur noch zu melden, dass der Vorsitzende Joachim Heger unter seinen „Spezialitäten außerhalb der VDP-Klassifikation“ einen erstklassigen Silvaner aufführt, der „Pferd Willy“ genannt wird. Der vierbeinige Kaltblüter unterstützt das Heger-Team bei der Bodenbearbeitung in einer 50 Jahre alten Silvaner-Anlage. Der Wein selbst wird im großen Holzfass spontan vergoren und liegt bis zur Füllung auf der Feinhefe. Bei Heger wird außerdem ein Jubiläum hervorgehoben: Das Weinhaus Heger,

bei dem mit ambitionierten Vertragswinzern zusammengearbeitet wird, kann 2017 seinen 30. Jahrgang einfahren.

Spektakulär ist eine Namensänderung: Die drittgrößte badische Genossenschaft, der Winzerkeller Wiesloch, hat sich in Winzer von Baden umbenannt. In Wiesloch selbst wird das teilweise bedauert, weil der Stadtname nicht mehr in die Betriebsbezeichnung integriert ist. Aber der 700-ha-Betrieb will nach den Worten seines Geschäftsführers Curt-Christian Stoffel künftig „nachhaltige Partnerschaften nicht ausschließen“. Zwischen 6 und 7 Mio. Flaschen werden jährlich vermarktet, 40% davon über LEH und Discount. Neue Weinlinien sind in der Entwicklung; schon auf dem Markt ist der SonnenSeco in Weiß und Rot. Um das Motto „qualitativ hochwertige Weine zu erschwinglichen Preisen“ zu untermauern, wurde zudem eigens ein Qualitätsmanager eingestellt.

Im Gebiet gibt es seit einigen Jahren die Weiße Burgunder Charta mit 15 privaten Betrieben aus dem Kraichgau und der Badischen Bergstraße. Man will – unter Federführung von Claus Burmeister (Weingüter Heitlinger und Burg Ravensburg) – die weiße Burgunderfamilie mit Weißburgunder, Chardonnay und Auxerrois forcieren und wirbt auch für eine Charta-Cuvée, die zu mindestens 50% aus Weißburgunder bestehen soll. „Wir haben uns sehr gut zusammengefunden und denken über die Möglichkeiten außerhalb der Region nach“, lässt Burmeister

wissen. Zwei Betriebe sind nicht mehr dabei: das Weingut Zorn aus Neuenbürg hörte auf, Klumpp in Bruchsal will individuelle Wege gehen.

Im Breisgau existiert schon seit nahezu 20 Jahren eine Breisgauer Weinwerbung, deren Hauptaufgabe es in der Vergangenheit war, ein Weinfest in Emmendingen auszurichten. Träger des Vereins sind überwiegend Mitgliedsgenossenschaften des Badischen Winzerkellers sowie einige private Erzeuger. Jetzt wollen Tourismus und Weinbau gemeinsames Marketing betreiben. Das wurde auf einer Pressekonferenz Mitte September verkündet. Die Vereinigung der 13 Breisgauer Weingüter, die seit einigen Jahren „die Stärken des Breisgau“ zeigen will, saß allerdings nicht am Tisch. Deshalb meint Sprecher Hans-Bert Espe (Shelter Winery, Kenzingen): „Erst mal abwarten, was sich da entwickelt.“

Die badischen Jungwinzer, die in der Generation Pinot zusammengeschlossen sind, warten wieder mit einem innovativen Projekt auf. Für die inzwischen dritte Edition der „Weinbox“ haben zwölf Betriebe Weine geliefert, darunter auch die Genossenschaften aus Hügellheim und Oberrotweil sowie innovative Betriebe wie Hiss, Kiefer und Nägelsförst. In einen Weinadventskalender wurden 24 Flaschen mit je 0,25 l, überwiegend aus der Burgunderfamilie aus allen Teilen Badens, verpackt. Die Box der „badischen Entdecker“ kostet 79,90 Euro und ist auch aufgrund einer guten Optik für den Fachhandel durchaus interessant.

Eine personelle Zäsur gab es bei der großen Bezirkskellerei Markgräflerland in Efringen-Kirchen. Hagen Rüdlin löste seinen Vater Gerhard Rüdlin vergangenes Jahr ab. Er war zuvor u. a. Vertriebsleiter beim Weingut Franz Keller, hat bereits einige neue Ideen eingebracht und Strukturen verändert. Das Lagenpotenzial möchte er weiter anheben und die Weine des Markgräflerlands als „Originale“ populärer machen. Deshalb gibt es jetzt eine pfiffig gestaltete Serie mit Gutedel, Müller-Thurgau (UVP: jeweils 3,49 Euro), Weiß-, Grau- und Spätburgunder (5,49 Euro) sowie Rosé und Rot (4,99). Die Qualität ist gut (Top-Rosé für wenig Geld), die Preise sind konsumentenfreundlich.

Mutig im Preis ist die Winzergenossenschaft Achkarren unterwegs. Sie wird demnächst mit zwei „Superselektionen“ auf den Markt kommen, von denen jeweils nur



Eine „Spezialität außerhalb der VDP-Klassifikation“: der Silvaner „Pferd Willy“ von Dr. Heger.

Elegante  
Burgunder  
berühren  
die Sinne.



  
**KIEFER**<sup>1851</sup>  
by m & h schmidt

Friedrich Kiefer KG  
Privatkellerei & Weingut  
Bötzinger Straße 13

D-79356 Eichstetten am Kaiserstuhl  
Telefon + 49 (0) 76 63 / 10 63 · Telefax 39 27  
info@weingutkiefer.de · www.weingutkiefer.de



Winzer von Baden:  
Neu ist nicht nur der Name, sondern auch der SonnenSecco in Weiß und Rot.

1.000 Flaschen gefüllt wurden. Die Edition A von Grau- und Spätburgunder aus dem Schlossberg lag in neuen Barriques und wird deutlich über 20 Euro kosten. Bestehende Linien wurden mit einem neuen Design versehen. Deutlich weniger kostet das Trio Glücks-

griff mit einer roten Cuvée (Spätburgunder, Cabernet Sauvignon, 6 Euro), einer weißen Cuvée (Rivaner, Weißburgunder, 5 Euro) sowie einem Spätburgunder Rosé (5 Euro).

Neu orientiert in Vertrieb und Verwaltung hat sich die Winzergenossenschaft Schliengen-Müllheim. In Zusammenarbeit mit der WeinAllianz, der großen überregionalen Vertriebskooperation von Winzergenossenschaften und Weingütern mit Sitz im pfälzischen Ruppertsberg, will man die Geschäftsstruktur neu aufbauen. Das bedeutet, dass Vertrieb und Verwaltung in Zukunft durch die WeinAllianz organisiert werden. In der Geschäftsführung wird Schliengen in enger Abstimmung mit der Vorstandschaft ebenfalls von der Kooperation unterstützt. Die WeinAllianz hat 14 Betriebe aus verschiedenen Anbaugebieten mit insgesamt 2.500 ha Rebfläche unter ihren Fit-

tichen und kann ein flächendeckendes Vertriebsnetz für ganz Deutschland vorweisen.

Keine Veränderung gab es bei der regionalen Organisation Weinland Baden mit Sitz in Freiburg. Wie Geschäftsführer Michael Brand mitteilt, war die Umsatzentwicklung stabil. Die sechs Mitgliedsbetriebe aus Auggen/Laufen, Wolfenweiler, Achkarren, Affental, Kappelrodeck und Oberkirch seien durch eine gute Bestandssituation trotz kleinerer Ernte weiter lieferfähig und würden ihre Preise bis Ende 2017 stabil halten.

Bei der Winzergenossenschaft Bischoffingen-Endingen wurde die Qualitätspyramide neu strukturiert. Tradition bildet die Basis. Dann folgt Enselberg (überwiegend Kabinettweine), danach das Selektionsprojekt BB mit Burgunderweinen von alten Reben sowie schließlich die Réserve-Weine aus den Einzellagen Steinbuck, Rosenkranz und Enselberg. Alles ist neu ausgestattet. In Weinberg und Keller wurden die Anstrengungen schmeckbar verstärkt. Besonders zu empfeh-

**GLEICH ANMELDEN!**  
www.getraenke-impulstage.de

# GETRÄNKE IMPULS TAGE

EXPERTENRUNDE FÜR ENTSCHEIDER

2018

21. – 24. JANUAR  
IN SAALFELDEN-LEOGANG

DAS JAHRESMARKETINGSEMINAR FÜR UNTERNEHMER,  
FÜHRUNGSKRÄFTE, MANAGER UND UNTERNEHMERNACHWUCHS

## KONSUM IM DIGITALEN WANDEL

Neue Märkte · Neue Verbraucher · Neue Herausforderungen

Ihr persönliches  
Jahres-Start-Up



Neue Specials

- 📱 GIT Digital Lab
- 👤 GIT Open-Space
- 🗣️ Das persönliche Interview
- 📌 Key-Note: „The humanistic (Re)turn“
- 🍷 Tasting-live: Rum – die Spirituose der Zukunft

THEMEN U.A.:

ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN – ZIELE ERREICHEN | DREHT DER ONLINE MARKT DEN HANDEL | DREHKREUZ FÜR DEN ONLINE-MARKTERFOLG | WAS GEN Y WIRKLICH DENKT UND ERWARTET | DIE REVOLUTION DER KOMMUNIKATIONS TOOLS | TRANSFORMATION EINES TRADITIONSHAUSES IN DIE DIGITALE ZUKUNFT | ENTSCHEIDEN – FÜHREN – VERHANDELN MIT CHIRURGISCHER PRÄZISION

REFERENTEN U.A.:

BIATHLON WELTMEISTERIN KATI WILHELM | MUSTAFA ASLANDAG | PROF. DR. CHRISTIAN KILLE | EX-KAUFLAND CEO FRANK LEHMANN | DR. STEFFI BURKHART | MICHAEL KURIAT | SUZANNE GRIEGER-LANGER | CHRISTOF QUEISSER | SEBASTIAN SCHREIBER | PROF. DR. STEPHAN A. JANSEN | REGINE BARTH



len sind Grauburgunder Réserve und Grauburgunder Tradition, der Spätburgunder Enselberg sowie ein Brut-Sekt vom Chardonnay.

Die Winzergenossenschaft Oberbergen marschiert in eine ähnliche Richtung. Sie hat ihre besten Weine in einer neuen Selektionslinie zusammengeführt. Sie stammen aus ausgesuchten Rebanlagen, die Erträge wurden deutlich reduziert. Zur aktuellen Kollektion gehören Grauburgunder Spätlesen trocken aus 2014 und 2015, ein prächtiger Weißburgunder 2016 und ein Spätburgunder 2014. Als Spezialität offeriert man außerdem einen im Holzfass ausgebauten soliden Rivaner. Demnächst kommt ein prickelnder Crémant auf den Markt.

Noch heftiger prickeln lässt es die Winzergenossenschaft Britzingen, die derzeit zwölf verschiedene Sekte im Portfolio hat. Die Grundweine stammen aus Ganztraubenpressung. „Die qualitative Steigerung ist deutlich“, meint Geschäftsführer Achim Frey. Man will mit solchen Aktivitäten in die Premiuliga deutscher Sekterzeuger vordringen und in diesem Zusammenhang auch gereifte Produkte offerieren. Die neueste Kreation ist ein Classic brut nature, der über 36 Monate auf der Hefe lag.

Mit modernem Marketing und guter Qualität fällt das 30-ha-Weingut Hiss (Weingut vom Kaiserstuhl) in Eichstetten auf. Die Etikettengestaltung ist mutig, frech und originell. Das Sortiment ist in sechs Linien aufgeteilt, nämlich die Unanständigen, die Eigen-

ständigen, die Bodenständigen, die Beständigen (ausschließlich Obstbrände) sowie die Ständigen (als Alltagsbegleiter). Außerdem gibt es noch überdurchschnittlichen Sekt. Die trockenen Chardonnay Kabinett und Scheurebe sind im aktuellen Sortiment besonders hervorzuheben.

Im Weingut Siegbert Bimmerle in Renchen-Erlach, das in der Ortenau sowie im nördlichen Breisgau auf breiter Front Rebbesitz hat, darf sich Junior Benedikt Bimmerle auf etwas ungewöhnliche Art eigenständig entfalten. „Finde deinen eigenen Stil“, lautet sein Motto. Er setzt mit einem optisch auffälligen Trio auf fruchtige Gewächse im oberen halbtrockenen Bereich. „Sie sind unkompliziert und können überall mit Freunden und Freude getrunken werden“, meint er – und liegt damit nicht falsch, weil die Qualität für jeweils 7,50 Euro sehr in Ordnung ist. Es gibt einen saftigen Riesling mit Rückgrat, einen nach Himbeeren duftenden, verspielten Rosé vom Pinot Noir sowie einen beerigen Pinot Noir.

Vielleicht ein neuer Trend in Baden ist Landwein. Topwinzer Hanspeter Ziereisen, der seine Weine aufgrund seiner nicht immer der Schulmeinung entsprechenden Vinifikation (Spontangärung, langes Hefeleger, unfiltrierte Füllung) schon länger nicht mehr zur Qualitätsweinprüfung anstellt, bat im April 2017 zum ersten Landweinmarkt nach Müllheim. 14 Erzeuger folgten seinem Ruf, über 400 Besucher wurden registriert. Eine Neu-

auflage für 2018 ist bereits angedacht. Klar ist, dass einige der Landwein-Winzer verdientermaßen keine Prüfnummer bekommen, weil die Weine schlicht schlecht sind. Aber es gibt auf diesem Feld schon Erzeuger, die glänzen können. Neben Ziereisen sind das beispielsweise Sven Nieger aus Baden-Baden und Alexander Danner aus Durbach. Noch nicht in Müllheim dabei war ein interessanter Winzer aus Endingen. Ronald Linder praktiziert im kleinen Umfang eine „kontrollierte Spontangärung im Weinberg“. Die daraus entstehenden Landweine von Grauburgunder und Chardonnay sind angenehm würzig und haben viel Spannung.

Das Kontrastprogramm zu solchen Gewächsen liefert Badens Riese, der Winzerkeller in Breisach, der mit seiner noch jungen Dachmarke Sonnenwinzer offenbar gut unterwegs ist. Im Geschäftsjahr 2016 konnte man ein Umsatzplus von



Der Badische Winzerkeller punktet mit den Weinen der Serie Schloss Munzingen und mit den Gosch Fisch Weinen.



BADEN // GENUSS // LEBEN

## Neue Kreationen



**Freiherr von Gleichenstein: 2012er Spätburgunder aus der Beethoven-Weinedition Opus 69**

**Das Weingut Freiherr von Gleichenstein** offeriert im Rahmen seiner Beethoven-Weinedition Opus 69 einen saftigen, verspielten 2012er Spätburgunder aus der Oberbergener Baßigeige. 2 Euro des Verkaufspreises [15 Euro] gehen an den Internationalen Förderverein Beethovenfest Bonn.

**17 junge Winzer aus Auggen und Laufen** kreierten für den Winzerkeller Auggener Schäf zwei Junge Drübel, nämlich eine Weißweincuvée aus Weißburgunder, Chardonnay und Sauvignon Blanc [7,90 Euro] sowie einen Gutedel [5,90 Euro]. Das Niveau ist gut, das Preis-Wert-Verhältnis ebenso.

**Gute bzw. solide Qualität** verkörpert ein Jungwinzer-Projekt des Kaiserstühler Winzervereins Oberrotweil mit Weißem Burgunder, Grauem Burgunder und Spätburgunder. Weil der Totenkopf mit 557 m über NN die höchste Erhebung am Kaiserstuhl ist, prangt diese Zahl auf den Etiketten [Preis: 7,20 Euro].



**Weingut Kiefer: Schmetterlinge im Bauch in der Variante Secco Sparkling Flight Rosé**

**Als spritzige Variante** zum erfolgreichen Wein Schmetterlinge im Bauch gibt es beim Weingut Kiefer in Eichstetten seit der ProWein 2017 einen nach Erdbeeren und Himbeeren duftenden Sparkling Flight Rosé, der auch als Piccolo erhältlich ist. Das Unternehmen hat von dem neuen Secco nach eigenen Angaben bereits 30.000 Flaschen verkauft. Zum Valentinstag plant Kiefer eine Aktion speziell für Fachhändler.

**Monkey Mountain** heißt eine Weißweincuvée der Affentaler Winzer aus Riesling, Weißburgunder und Sauvignon Blanc. „Jung, frisch, fruchtig“, meint dazu Geschäftsführer Ralf Schäfer und freut sich: „Hat im Handel schon Fuß gefasst.“

**Einen roten Traubensaft-Secco ganz ohne Alkohol** mit zugesetzter Kohlensäure bietet das Weingut Andreas Männle in Durbach jetzt für 6,90 Euro an.



**Affentaler Winzer: Weißweincuvée Monkey Mountain aus Riesling, Weißburgunder und Sauvignon Blanc**

**Beim Weingut Zotz** in Heitersheim gibt es eine neue Weinserie. „Feel good Wines“ besteht aus den Cuvées Be Happy [Müller-Thurgau, Sauvignon Blanc, Weißburgunder], Enjoy life [Rosé aus Dornfelder und Spätburgunder] sowie einem Rotwein aus Merlot, Cabernet und Spätburgunder. Angesprochen werden soll ein junges, weinaffines Publikum.

**Die Kappelrodecker Genossenschaft Hex vom Dasenstein** lässt es mit der roten Cuvée Rock'n Rot aus Pinot Noir und Merlot international rocken, und das für nur 5,80 Euro.

**Nach zwei Jahren Entwicklungsarbeit** will das Önologen-Trio Lukas Meyer [Kellermeister bei Fritz Waßmer], Ralph Ropohl und Bettina Schumann Badisch Rotgold wiederbeleben. Probeläufe mit einer kleinen Auflage waren erfolgreich. Richtig durchstarten über eine große Agentur will man in wenigen Monaten. Selbstbewusstsein wird beim Preis praktiziert: 9,90 Euro.

2,1% auf 42,2 Mio. Euro erzielen. 17,2 Mio. l Wein landeten im Keller.

Die Rebfläche, bewirtschaftet von 4.000 Mitgliedern in 52 Mitgliedsgenossenschaften, beläuft sich auf 1.741 ha (gegenüber dem Vorjahr ein Schwund von 29 ha). Gute Zuwachsraten erzielen verschiedene Marken wie Martin Schongauer, Heinrich Hansjakob (Badens stärkste Marke im Literbereich) und Schloss Munzingen (inzwischen nicht mehr nur Sekt, sondern auch verschiedene Stillweine). Für Schlagzeilen sorgte das Unternehmen auch durch die Kooperation mit dem Sylter Fischspezialisten Gosch. Gemeinsam wurden die Gosch Fisch Weine entwickelt. Ziel sei gewesen, nicht bloß irgendeine Lizenzmarke ins Programm zu nehmen, sondern eine Marke mit Authentizität und Seele zu kreieren, betonen die Breisacher. Die Range besteht aus feinfruchtigem Spätburgunder Rosé, Weißburgunder trocken, Rivaner trocken und einer Rotwein-Cuvée Noir trocken (UVP: je 5,99 Euro). Für den Aktionseinsatz am POS wurden ein Pyramidendisplay und ein aufmerksamkeitsstarkes Verkaufsdiskontrollsystem im Strandkorb-Design konzipiert.

Stolz ist man in Breisach zudem auf die Ergebnisse der Prämierung Ende 2016, die nach Einschätzung der Vorstandschaft (Dr. Peter Schuster, Eckart Escher), zu einer deutlich verbesserten Gesprächsplattform in allen Vertriebskanälen führten. Rund 500 verschiedene Weine füllt der Winzerkeller jährlich ab. Trotzdem sind 235 x Gold, 95 x Silber für Wein sowie 23 x Gold und 7 x Mal Silber für Sekt schon ein sehr üppiges Ergebnis. Der Winzerkeller gestattete einen kleinen Testlauf mit einem Dutzend prämierten Weine. Das Ergebnis: Beim Weißwein sind die Breisacher gut unterwegs und Erfolge verständlich, beim Rotwein ist dagegen noch Luft nach oben, da sollte man sich im Medaillenglanz nicht unbedingt sonnen.

Gespannt sein darf man schließlich auf das Marketing- und Vertriebs-Joint Venture Markgräflich Badisches Weinhaus, das vor kurzem von der Rotkäppchen-Mumm Sektellereien GmbH (Freyburg/Unstrut) und dem Haus Baden über dessen Markgräflich Badische Verwaltung GmbH & Co. KG (Saalem/Baden) aus der Taufe gehoben wurde. Der offizielle Startschuss fiel am 1. September. Strategisches Ziel des Joint Ventures, an dem die beiden Partner zu je 50% beteiligt sind, ist der nationale und internationale Ausbau der Weinmarke Markgraf von Baden sowie die gemeinsame Entwicklung neuer Konzepte für badischen Wein.

RUDOLF KNOLL