

DIPLOMARBEIT

DIE HESSISCHE BERGSTRASSE-UNBEKANNTE QUALITÄT

Unit 7/ Weinakademie Österreich 2006-07

ZUSAMMENFASSUNG

Das Weinbaugebiet Hessische Bergstraße mit Rebbau-Tradition seit der Römerzeit liegt zwischen Neckar, Rhein und Main an den Hängen des Odenwaldes, dessen klimatischer Schutz es zum „Frühlingsgarten Deutschlands“ macht. Da die Bergstraße mit den beiden Bereichen Starkenburg und Umstadt mit 435 ha bestockter Rebfläche hinter Sachsen die kleinste Weinbauregion der Bundesrepublik ist, verwundert es nicht, dass sie außerhalb Hessens oder gar Deutschlands kaum bekannt ist. Dabei würde der Bergsträsser Wein mehr Bekanntheit verdienen, da er qualitativ in Deutschland einen der vorderen Ränge einnimmt.

Neben den für den Weinbau günstigen klimatischen Bedingungen kann die Bergstraße mit 232 verschiedenen Bodenarten auf die größte Vielfalt aller deutschen Anbaugebiete verweisen; es dominieren kalkhaltige Löss- und Sandlössböden. Die Weinberge werden nach den Prinzipien des Integrierten Weinbaus angelegt, in den steilen Lagen wurden Terrassen errichtet. Das Lesegut wird schonend abgekeltert, die Gärung findet i.a. in Edelstahltanks oder Großen Holzfässern statt. Der Mostertrag liegt im 10-Jahresschnitt bei 77,4 hl/ha, der viertniedrigste Wert Deutschlands. Tafelwein wird nicht produziert; der QbA-Anteil liegt bei 10,9% und der QmP-Anteil bei 89,1%, der zweithöchste in Deutschland. Die Produktionsmenge beträgt 29.288 hl, d.s. 0,3% der gesamtdeutschen Weinproduktion.

Den Sortenspiegel dominieren mit 80% die Weißweine mit Riesling, aber auch Grauburgunder und Müller-Thurgau an der Spitze; bei den Rotweinen liegt der Spätburgunder klar voran. Der Riesling gerät filigran und fruchtig, der Spätburgunder gehaltvoll. Alle Weinstile bis hin zu Sekt und Perlwein sind vertreten, bei Prämierungen erreichen die Weine nationale und internationale Auszeichnungen.

Die 560 Produzenten sind zumeist Hobby-, Klein- und Mittelbetriebe; Großbetriebe gibt es 9, die Zahl der Vollerwerbsbetriebe beläuft sich auf 82. Die Vermarktung erfolgt überwiegend in der Region, am meisten über Direktverkauf und die Gastronomie. Das Preis-Leistungsverhältnis der Bergsträsser Weine kann als ausgewogen bezeichnet werden.

Den natürlichen Vorteilen des Weinbaus an der Bergstraße stehen freilich auch eine Reihe von Problemen gegenüber; insbesondere sind dies der Klimawandel, der Vertrieb und die überalterte Winzerschaft.

Der in Gang gekommene und sich beschleunigende Klimawandel mit steigender Durchschnittstemperatur und Trockenheit würde dem Weinbau und der Weinwirtschaft ohne Reaktion seitens der Winzerschaft und Öffentlichen Hand erheblichen Schaden zufügen. Es drohen Reduktion der Erntemenge, Ende der Eiswein-Produktion, fehlende physiologische Reife des Traubenguts, Säuremangel bei den Weißweinen, neue tierische und pilzliche Schädlinge, aber auch Wassermangel bei gleichzeitiger Zunahme von Starkregen. Es muss gelingen, die Anbaufläche in größere Höhen und die Seitentäler zu verlegen –mittelfristig auch weiter in den Odenwald-, den Rebsortenspiegel in mehr spätreifende und trockenresistente Sorten zu verändern, früher und häufiger zu spritzen und im Zuge der Flurbereinigung die Tropfbewässerung zu installieren, um die Zukunft des Bergsträsser Weinbaus langfristig zu sichern. Mit dem Umdenken und den Maßnahmen muss aber begonnen werden; etwa steht jeder Weinberg, der jetzt gepflanzt wird, in einer Generation noch im Ertrag und muss dem Klimastress in jener Zeit gewachsen sein.

Der Vertrieb wird erheblich erschwert durch die Änderung der Kundenwünsche einerseits und die Verschärfung der Konkurrenz andererseits.

Die Kunden verlangen preiswerte Qualität –sie wird bereits geboten- und Innovationen. Diese sollen die Rebsorten (Reaktion durch Neuzüchtungen wie Cabernet Mito), die Produktpalette (z.B. Idee Trinkessig) und die Stile betreffen (Forcierung trockener, junger und frischer Weine, Rücknahme bukketreicher Weine).

Die zunehmende Konkurrenz bewirkt, dass die Weine nicht einmal mehr in der eigenen Region zur Gänze abgesetzt werden können. Also müssen zunächst der deutsche Inlandsmarkt und in der Folge benachbarte ausländische Märkte angegangen werden. Dies setzt eine klarere Strukturierung des Angebots in Basis-, Lagen- und Topweine ebenso voraus wie entsprechendes Marketing. Intensive Bemühungen sind erforderlich, der Weinbauverband, die Kommunen und das Land Hessen sind gefordert. Regionsintern bietet sich auch die Förderung des Weintourismus als zusätzliche Vertriebschance an.

Die Überalterung der Winzerschaft ist deswegen ein Problem, weil der Winzernachwuchs immer weniger an einer Übernahme interessiert ist. Im Sinne der Erhaltung und gleichzeitigen Strukturverbesserung des Weinbaus in der Region sollten die Flächen an Vollerwerbwinzer verkauft oder verpachtet werden; sind die Lagen unattraktiv, sollen sie zusammengelegt, planiert und so besser nutzbar gemacht werden.

Wenn Winzer und Weinwirtschaft auf die geschilderten Herausforderungen richtig und rechtzeitig reagieren, könnte die Hessische Bergstraße samt dem Odenwald eine Topregion des Weinbaus im 21. Jahrhundert im gesamteuropäischen Vergleich werden.