



Liebe Berufskolleginnen und Berufskollegen,
sehr verehrte Gäste, meine Damen und Herren,

der Bericht, den wir heute in dieser Mitgliederversammlung abgeben, betrifft auch das letzte von 36 Jahren, die Karl Heinz Hirsch für den Weinbauverband Württemberg gewirkt hat. Neben der ständigen Beschäftigung mit der Weinmarktpolitik in Land, Bund und EU standen Themen im Mittelpunkt wie die Vermarktung über die Württemberger Messe für Wein und Sekt, das Gipfeltreffen prämierter Weine und Sekte, das Weininstitut Württemberg, die Häuser der Baden-Württemberger Weine, die Württemberger Weinstraße mit Tag der Offenen Keller und Weinfrühling, der Wettbewerb „Der beste Württemberger“, die Ausbildung, die Andockung der Qualitätsweinprüfung an den Verband oder die einstimmig verabschiedeten Leitlinien der Württemberger Weinwirtschaft.

Die Geschichte des Weinbauverbandes Württemberg und mehr als die Hälfte seiner Nachkriegsgeschichte ist durch die Tätigkeit von Karl Heinz Hirsch wesentlich mitgeprägt worden. Dafür sage ich auch an dieser Stelle nochmals Danke. Auch wenn er sich mit Händen und Füßen gewehrt hat – ich weiß, dass er sich an die würdige Abschiedsfeier, die der Weinbauverband ausgerichtet hat, gerne erinnert.

Seit Januar 2012 ist Werner Bader unser Geschäftsführer. Er ist Ihnen in Rebe & Wein, den Medien und auf den Bezirksversammlungen ausführlich vorgestellt worden. Wir haben jetzt die ersten 100 Tage miteinander hinter uns. Erste Schwerpunkte sind angepackt. Die neue und natürlicherweise andere Dynamik spüren sie fast täglich. Ich denke, dass der Verband mit Werner Bader in eine gute Zukunft blicken kann.

Jetzt zum Alltag. Das Jahr 2011 haben wir trotz schwerwiegender Folgen für den einen und anderen Betrieb vor allem im Taubertal und im Heilbronner Land insgesamt mit einem ordentlichen Herbst, insbesondere was die Qualität betrifft, abschließen können.

Über EU, Bezeichnungsrecht und besonnenen Strukturwandel hin zu wirtschaftlich zukunftsfähigen Einheiten haben wir auf den Bezirksversammlungen ausführlich gesprochen.

Dass Kosten eingespart und die Kräfte gebündelt werden müssen, wenn wir auf dem globalisierten Markt auch nur ein Fünkchen einer Chance haben wollen, scheint inzwischen allgemeine Erkenntnis zu sein. Entscheidend bei allen Konzentrationsprozessen ist, dass am Ende mehr Geld in den Taschen der Wengerter bleibe. Der Verband ist nicht für die betrieblichen Entscheidungen zuständig, kann aber die politischen Rahmenbedingungen schaffen – so mit dem Struktur- und Qualitätsprogramm des Landes, über das beispielsweise fusionsbedingte Kosten und Investitionen gefördert werden konnten.

Bei dem zukünftigen Förderprogramm ab 2014 sollen Betriebsentwicklungspläne für eine Förderentscheidung eine größere Rolle spielen.

Was uns nach wie vor große Sorge bereitet, ist der Erhalt des Anbaustopps. Hier müssen wir nochmals mit unserer Landesregierung und der Bundesregierung die Position des Verbandes, die hinreichend bekannt ist, gegenüber EU-Parlament und – Kommission deutlich machen und mit politischem Druck eine Verlängerung fordern.

Die Weinbaufläche mit Zahlungsansprüchen (Flächenprämie) zu belegen, ist wohl Fakt. Über die Auswirkungen möchte ich nicht nachdenken. Ich sage nur ein Beispiel: Sieben Prozent Stilllegung von Weinbaufläche und weiteren Kontrollen innerhalb von Cross Compliance.

Auf dieses Fragen wird auch Herr Ministerialdirektor Reimer eingehen. Deshalb will ich sie nicht vertiefen.

Ich will heute den Blick nach vorne richten und auf Themen eingehen, die in diesem Jahr außerdem besondere Bedeutung haben.

Wir müssen die **Ausbildung** auf allen Ebenen den aktuellen Erfordernissen anpassen und neue zukunftsorientierte Bildungsgänge und –wege einrichten. Der Ausbildungsausschuss des Verbandes hat dazu Vorschläge gemacht. Ausbildungszentrum soll die Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau in Weinsberg werden. Duale Studiengänge zum Beispiel mit den entsprechenden Hochschulen in Heilbronn sollen das Ausbildungskonzept ergänzen.

Ich habe schon 2010 die Landesregierung aufgefordert, *Studienpläne auf den Prüfstand stellen und den aktuellen Anforderungen anpassen. Wir müssen unsere Winzerjugend mehr denn je auf die Internationalisierung des Weinmarktes ausrichten. Themen wie Qualität und Vermarktung müssen stärker im Fokus einer praxisbezogenen Ausbildung stehen.*

Hier sind wir inzwischen einige Schritte weitergekommen.

Das gilt auch für neue **Vermarktungsstrategien**.

Wir haben uns jetzt mit uns selbst beschäftigt und die Strukturen neu geordnet. Strukturveränderungen werden zu einem fortlaufenden Prozess werden, zwar nicht in der gleichen Geschwindigkeit wie in den letzten zwei Jahren, aber es wird weitere Anpassungen geben. Jetzt gilt es, sich neue am Markt zu positionieren, um mehr Wein zu verkaufen. Dazu müssen wir neue Vermarktungsstrategien entwickeln.

Ganz aktuell ist die Nachricht, dass es die **ARTVINUM** weiterhin gibt. Das Land hat sich von dieser renommierten Veranstaltung verabschiedet und auf unser Drängen den Weinbauverbänden in Baden und Württemberg die Markenrechte übertragen.

Wir haben mit dem Weininstitut Württemberg schnell reagiert und die nächste ARTVINUM-Präsentation auf 17. Juni 2012 terminiert. Der Ort ist prominent und unserer Qualitätsbotschaft angemessen: Das Neue Schloss in Stuttgart.

Es wird einen Wettbewerb in zwei Kategorien für rote und weiße Burgundersorten geben und für jeweils drei Weine pro Kategorie die Auszeichnung „Beste Baden-Württemberger Weine“.

In Zusammenarbeit mit der Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg ist die Verleihung eines Weintourismus-Preises vorgesehen.

Die Ausschreibung ist erfolgt. Die Anmeldung zum Wettbewerb und zur Präsentation muss aufgrund der knappen Zeit bis 30. April erfolgt sein. Einzelheiten finden sie im Internet unter www.weinbauverband-wuerttemberg.de.

Wir wissen, dass wir an den Formalitäten unserer ARTVINUM-Veranstaltung noch arbeiten müssen. Das gilt insbesondere auch für 2013, wenn in Stuttgart die Intervitis stattfindet. Aber ein Anfang ist gemacht. Die Verbände haben das Thema in Abstimmung mit dem Land in die Hand genommen. Wir können uns so an zentraler Stelle, nämlich in der Landeshauptstadt, mit unseren besten Produkten dem Verbraucher präsentieren. Hier ist unser wichtigster Markt. Hier müssen wir Flagge zeigen, wenn sich bei uns die ganze Weinwelt tummelt.

Nach verschiedenen Experimenten mit weinorientierten Messeereignissen im Land war eine klare Fokussierung angesagt. Messen dürfen nicht beliebig werden. Sie müssen Leuchttürme für die Leistungsfähigkeit der Weinwirtschaft in Baden-Württemberg sein.

Außerhalb des Landes ist Württemberg mit Baden auch 2012 bei den „Classics“ in Duisburg, Dresden, München und Berlin vertreten.

Und am 8. November 2012 wird es in der Landesvertretung Baden-Württemberg in Berlin eine besondere Veranstaltung im Zusammenhang mit der Landesweinprämierung geben. Wir werden dort die Staatsehrenpreise verleihen sowie die „Besten Württemberger“ auszeichnen und präsentieren.

Ein wichtiges Thema ist auch die Zukunft unserer **Landesweinprämierung**. Wir haben bereits erste Aspekte diskutiert, mit denen wir die Wertigkeit dieser Prämierung und die Attraktivität für alle Gruppierungen steigern werden. Die zuständigen Gremien sind in der Beratungsphase.

Ich darf die Gelegenheit nutzen, von hier aus Hermann Schneider zu danken, der altersbedingt die Mitverantwortung als Leiter unserer Landesweinprämierung in jüngere Hände geben will. Die personellen Weichen sind weitgehend gestellt. Bereits 2010 hat Gerhard Götz nach 15 Jahren den einen Probenleiter-Stab an Fritz Herold übergeben. Demnächst soll im zuständigen Ausschuss der Nachfolger für Hermann Schneiders vorgeschlagen werden.

Lieber Hermann, du hast zusammen mit Gerhard Götz die Landesweinprämierung zum bedeutendsten Branchen-Wettbewerb in deutschen Anbaugebieten gemacht. Dafür haben wir zu danken. Wir werden Dich zum geeigneten Zeitpunkt noch würdig verabschieden. Noch mit Hermann Schneider haben wir neue Überlegungen zur Landesweinprämierung angestellt und dabei seine Erfahrung genutzt. Wir haben die Betriebe eingeladen, darüber mit uns am 25. April zu sprechen.

Es geht insgesamt um eine Steigerung der Wertigkeit, auch in der Außendarstellung. Das betrifft auch die Broschüre, die wir ja schon im Jahr der 50. Prämierung neu gestaltet haben und über deren künftige Konzeption wir gestern ein entscheidendes Gespräch hatten. Ziel ist die wirkungsvolle Verbreitung an Verbraucher und Handel. Das liegt im Interesse aller teilnehmenden Betriebe.

Auch **Kommunikation nach innen** ist ein wichtiges Thema. Sie haben schon bemerkt, dass wir mit einer Vielzahl von Fach- und Informationsveranstaltungen ins erste Vierteljahr gegangen sind. Das wird so weitergehen. Unser Themenkatalog ist lang. Betrachten Sie es nicht als Belästigung, wenn in kurzen Abständen neue Termine mitgeteilt werden, sondern als Angebot. Der Verband wird sich zur Anlaufstelle für alle politisch und praxisrelevanten Fragen rund um den Weinbau weiterentwickeln. Deshalb bieten wir unseren Mitgliedern vielfältige Dienstleistungen an. Die Informationsveranstaltungen gehören dazu. Auch unser Internetauftritt wird in diese Richtung weiterentwickelt.

Dazu gehört auch die Ankündigung auf der ProWein, für die vielfältigen Jungwinzerinitiativen in allen Gruppierungen ein Dach und praktische Beratung zu bieten.

Kommunikation nach außen haben wir auf einer neuen Ebene betrieben. Es gab im Februar ein erstes Treffen der Weinbauverbände Baden und Württemberg mit dem Landkreistag Baden-Württemberg. Landratsämter sind aufgrund ihrer hoheitlichen Aufgaben wichtige Partner der Weinwirtschaft. Themen wie die Zukunft der Weinbauberatung, Wein und Tourismus, Bauen im Außenbereich sowie die Folgen der EU-Weinmarktpolitik wurden beraten.

Dabei spielte auch die Zukunft der Steillagen eine wichtige Rolle. Auch die Vertreter verschiedener Landratsämter mit Weinbau sorgten sich um die Zukunft der Kulturlandschaft in ihrem Kreis beim Wegfall des Anbaustopps. Einig war man sich, dass der Weintourismus noch in den Startlöchern steht und ein großes Potential beinhaltet.

Es ist wichtig, dass wir mit Repräsentanten verschiedener Institutionen im Gespräch sind. Bei den genannten Themen können wir nicht genug Partner an unserer Seite haben. Alle waren sich einig, dass der Austausch regelmäßig fortgesetzt werden muss. Das nächste Arbeitstreffen der Landkreise mit Weinbau und der Weinbauverbände soll im Hohenlohekreis stattfinden.

Weil ich gerade die **Steillagen** angesprochen habe: Wir haben jetzt lange genug über dieses Thema diskutiert. Jetzt sind Entscheidungen mit Perspektiven notwendig.

Dieser Tage haben wir deshalb von der Landesregierung einen Strategiewechsel und ein konkretes Landesförderprogramm für abgegrenzte terrassierte Steillagen gefordert.

Aus unserer Sicht können terrassierte Steillagen nur noch mit Hilfe einer starken direkten Förderung aus Landesmitteln erhalten werden. Für sinnvoll wird ein jährlicher direkter Zuschuss zur Landschaftserhaltung erachtet. Zielgebiet sollen speziell Flächen sein, die innerhalb der abgegrenzten Steillagenkulisse liegen (ca. 800 ha in Württemberg). Angestrebt wird ein finanzieller Beitrag in Höhe von 5.000 Euro pro Hektar ohne weitere Auflagen.

Es sollen also weder eine Parzellen-Mindestgröße noch eine Mindestförderungssumme als Voraussetzung fixiert werden, sodass alle Bewirtschafter unserer historischen und emotionsgeladenen terrassierten Steillagen in den Genuss des Förderbeitrages kommen können.

Flankierend fordern wir zudem:

- kein Pflanzrecht als Voraussetzung einer Wiederbepflanzung
- Förderung der Anschaffung von Maschinen zur Bewirtschaftungserleichterung in Höhe von 60 % der förderfähigen Kosten – vergleichbar zur Unterstützung von Einschiene- und Zahnradbahnen
- Niederlassungsprämie für Jungwinzer, die terrassierte Steillagen bewirtschaften
- verstärkte Forschungen zur technischen Weiterentwicklung, etwa zu Alternativen des Hubschraubereinsatzes im Pflanzenschutz mit Hilfe von sogenannten unbemannten Luftfahrzeugen („Drohnen“), wie sie aktuell an der Mosel getestet werden.

Wir sind überzeugt, dass die wertvollen Steillagen auf Dauer erhalten werden können. Den Aufwand allein über den Verkauf von Wein zu finanzieren, gelingt uns nicht mehr. Es handelt sich hier um ein gesellschaftspolitisches Problem. Das haben wir auch im Gespräch mit den Landräten so empfunden.

Wir erwarten deshalb eine baldige Klärung über eine finanzielle Unterstützungs-Konzeption des Steillagenweinbaus durch das Land Baden-Württemberg. Wir müssen jetzt aufs Gas drücken, weil uns die Entscheidungen in Brüssel dazu zwingen.

*Ich wiederhole gerne, was ich schon 2010 an dieser Stelle gesagt haben: Wir Wengerter arbeiten schon über Generationen hinweg erfolgreich für den Erhalt unserer Natur. Wir haben als Erste Richtlinien für den umweltschonenden Weinbau erarbeitet und umgesetzt. Damit gehen wir in Vorleistungen, die bei allen zukünftigen Entscheidungen berücksichtigt werden müssen. Uns muss man **Naturschutz** nicht erklären, wir praktizieren ihn. Wir leben mit der Natur und für sie. Wir sind die geborenen Naturschützer. Wir sehen den Naturschutz und Landschaftsschutz als oberstes Ziel bei der Bewirtschaftung unserer Weinberge.*

Ich habe den Eindruck, dass hier an oberer Stelle der nötige Nachdruck fehlt. Das gilt auch für den Bereich **Tourismus**. Er ist ja seit einem Jahr im MLR angesiedelt. Wir hatten dort dieser Tage ein Gespräch dazu. Und wir haben erstaunt und enttäuscht festgestellt, dass ein Gesamtkonzept fehlt. Auch dazu zitiere ich mich gerne aus dem Jahr 2010: *Beim Thema Weintourismus brauchen wir eine konsequentere Strategie. Es geht noch zu viel kreuz und quer. Gemeinsame Erfolge werden auf dem Altar der regionalen und politischen Profilierung geopfert. Es wird zu viel geredet und zu viel Euphorie gestreut. Zählbare Erfolge lassen auf sich warten. Das geht an die Adresse der Wengerter, die mitziehen müssen, ebenso wie an die Fachministerien (damals noch) Wirtschaft und MLR. Sie müssen zusammen mit den Landesorganisationen für Tourismus sowie dem Weininstitut Württemberg eine gemeinsame Strategie entwickeln, damit das Thema Weintourismus kein Papiertiger bleibt und endlich in Schwung kommt.*

Die Touristikgemeinschaften wurden auch von den Landräten aufgefordert, die „Wein-Marken“ Baden und Württemberg deutlicher nach außen zu positionieren.

Wir selbst und unser Weininstitut entwickeln die drei Routen Württemberger Weinstraße, den wiederbelebten Radwanderweg und den vom Schwäbischen Albverein gepflegten Weinwanderweg, dessen 25jähriges Bestehen wir im Mai feiern, zu Kernpunkten eines touristischen Vermarktungskonzeptes. Unsere zusammen mit der LVWO und dem DEHOGA durchgeführten Kurse für Weinerlebnisführer sind begehrt. Neuer Schwung ist bei der Zertifizierung von Weinfesten, Besenwirtschaften und Häusern der Baden-Württemberger Weine angesagt.

Unsere Betriebe stehen in den Startlöchern. Sie müssen aber das Gefühl haben, dass es im Baden-Württembergischen Tourismus mehr gibt als Schwarzwald, Alb und Bodensee. Von einer Dachmarke WeinSüden ist bisher außer im Internet wenig zu sehen und spüren.

Wir haben letztes Jahr gesagt, dass wir zum Nutzen der Weinwirtschaft auch mit der aktuellen Regierung zusammen arbeiten und nicht auf Konfrontationskurs gehen, weil wir etwas für unsere Branche und damit zum Wohle des Landes, seiner Menschen und Landschaften erreichen wollen. Heute ist der Zeitpunkt für eine Zwischen-Bilanz.

Wir mussten uns innerhalb von drei Jahre mit drei verschiedenen Regierungen auseinandersetzen. Nach dem Oettinger-Abgang Richtung Brüssel und dem Mappus-Intermezzo arbeiten wir jetzt ein Jahr mit Rot-Grün.

Wir haben positiv registriert, dass Minister Bonde sofort zu Stelle war, als der Mai-Frost 2011 schnelles Handeln erforderte.

Wir haben positiv registriert, dass auf der unteren operativen Ministeriums-Ebene die bisherigen Fachleute weiter unsere erfahrenen Partner sind.

Wir stellen aber auch fest, dass in einigen Bereichen wie dem schon genannten Wein-Tourismus noch viele Hausaufgaben zu erledigen sind.

Ein Weinbauverband Württemberg mit rund 15000 Mitgliedern ist nicht irgendein Verein, insbesondere dann nicht, wenn man auch seitens des Ministeriums immer wieder die Bedeutung der Weinwirtschaft betont. Da würden wir uns wünschen, dass bei öffentlichkeitswirksamen Verbandsterminen der Minister durch Anwesenheit die Bedeutung der Weinbranche dokumentiert. Die Württemberger Weinwirtschaft leistet ihren Beitrag für die Anerkennung des Landes und erwartet auch umgekehrt Anerkennung – zum Wohle Baden-Württembergs und seiner Bürger.

Das Weinland Württemberg gilt in Deutschland in vielen Bereichen als Vordenker. Wir haben weinbaupolitisch bis hin in die europäische Weinlandschaft einen sehr guten Ruf. Das soll so bleiben.

Dazu können Sie liebe Mitglieder als Wengerter, wir als Verband und die Regierung beitragen. Für uns ist am Arbeitsplatz Weinberg alltäglich Genießerland. Der Weinberg ist bei uns Chefsache. Wir sind nicht nur Süden. Wir leben Süden. Und das gerne. Dafür danke ich allen Wengertern im Weinland Württemberg.

Württembergischer Wein-Kontakt

Präsident Hermann Hohl Telefon 0171-2430270

Geschäftsführer Werner Bader Telefon 07134-8091

E-Mail werner.bader@weinbauverband-wuerttemberg.de

Öffentlichkeitsreferent Gerhard Schwinghammer

E-Mail: gerhard.schwinghammer@weinbauverband-wuerttemberg.de

Telefon 0171/8644270 und 07066/912839 Fax 07066/912840