

Zukunftsperspektiven von Weinen aus neueren Mischpflanzungen in ausgewählten deutschen Anbaugebieten – Klimaveränderungen, Rebsorten, Marktchancen

Weine aus Mischsatz/“gemischtem Satz“ haben in jüngerer Zeit in den Medien einen Zuwachs an Aufmerksamkeit erlebt und auch in den letzten etwa 15 Jahren bei deutschen Winzern ein Interesse an der Neuanlage solcher Pflanzungen geweckt. Dennoch ist ihr Anteil an der deutschen Rebfläche und am deutschen Weinmarkt sehr gering. Motivation dieser Arbeit war die Untersuchung, wo die Gründe für die Auspflanzung, das mediale Interesse und die bisher schwache Position am Markt liegen. Mediale wird ein gewisser Fokus auf die historische Bedeutung des Mischsatzes als Schutz vor Ernteaufgängen durch klimatische Erschwernisse und extreme Wetterereignisse gelegt. Der Antrieb der in diesem Gebiet engagierten Winzer scheint jedoch eventuell anders verortet und die Kundeninteressen liegen wiederum weitestgehend im Dunkeln.

Im Rahmen dieser Arbeit wurden fünf verschiedene Neuauspflanzungen in den drei Anbaugebieten Baden, Franken und Rheingau näher betrachtet, wobei Rebsortenzusammensetzung, Größe, Lage verglichen wurden. Des Weiteren wurde die Motivation der Weingüter, ihre Vermarktungsideen und Zielgruppen untersucht. Dies erfolgte weitestgehend durch persönliche mündliche und schriftliche Kontakte sowie durch die Analyse der Selbstdarstellung des Weinguts und seines Weins. Die gewählten Mischpflanzungen sind alle in den letzten 15 Jahren entstanden und weisen damit keine überlagernden Effekte durch ein sehr hohes Alter der Reben auf.

Ergänzend durch Untersuchung der auf der Seite der Winzer vorliegenden Ziele, Ideen und Konzepte wurde im Rahmen einer Befragung von Kunden des Weinfachhandels die Perspektive des Konsumenten ermittelt. Aufgrund der sehr schwachen bis inexistenten Datenlage dazu bei Weinmarketing und Winzerverbänden wurden die erhaltenen Daten und Erkenntnisse aus sich selbst heraus interpretiert und dann der Winzerperspektive gegenübergestellt. Die grundlegenden Ergebnisse der Befragung lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Weine aus Mischsatz sind interessant für bereits weinkompetente, regelmäßige Konsumenten
- Weine aus Mischsatz werden weit häufiger von jungen als von älteren Konsumenten erworben
- Männer treffen häufiger eine Kaufentscheidung für Mischsatz als Frauen
- Dominierender Grund für den Kauf ist das aromatische Profil der Weine; das Interesse an Klimafragen/Ernteschutz und alten Rebsorten beim Konsumenten ist marginal

Die Gegenüberstellung dieser Erkenntnisse mit den Interessen und Motivationen der Winzer ergibt eine klare Unterscheidung zwischen solchen Betrieben, die eine signifikante Schnittmenge mit den Vorstellungen dieses Konsumentensegments (qualifizierte Fachkonsumenten, grossstädtisches Publikum) zeigen und einer zweiten Gruppe von Betrieben, die ganz auf die lokale Vermarktung im Bereich Traditionspflege, Rebsortenerhalt setzen und eine überregionale Positionierung in anderen Bevölkerungsgruppen wenig bis nicht anstreben.

Weine aus neueren Mischpflanzungen inländischen oder ausländischen Ursprungs zeigen durchaus ein zukünftig wachsendes Marktpotential. Sie sind attraktiv für jüngere, neugierige Weinkenner und Weinkennerinnen. In diesem Segment ist auch durchaus das Erzielen noch höherer Flaschenpreise denkbar, da sich das Interesse aus der Qualität, Vielfalt und sensorischen Neuheit für den Konsumenten speist. Hier ist auch die Erweiterung der bisher sehr geringen Rebfläche für die Erzeuger zukunftssträchtig.

Im Bereich der seltenen Weinkonsumenten finden Weine aus Mischsatz bisher keinen Zugang. Dieser Teil der Konsumenten begegnet Mischsätzen quasi nie und hat keine Vorstellung von der Charakteristik und Aromatik solcher Weine. Ein Kontakt zu Weinen aus Mischsatz im Bereich der Gastronomie ist sehr selten und führt nicht zu einer Verbesserung dieser Ausgangsbedingungen.

Insgesamt sind positive Entwicklungen für Weine aus Mischsatz im Marktsegment der weinkundigen Käufer zu erwarten. Dies gilt auch und besonders für Weine aus neueren deutschen Auspflanzungen. Die Bedeutung von Weinen aus Mischsatz, wie sie in Österreich, wo etwa 2% der Fläche und des Konsums auf diese Weine entfallen, existiert, wird im deutschen Markt jedoch auch auf längere Sicht nicht erreichbar sein.