

Aus der Region auf die Weltbühne: Positionierungsstrategien württembergischen Lembergers am Vorbild der Erfolgsgeschichte österreichischen Blaufränkisch

Ulrich Hagenmeyer, 15.06.2025

Fragestellung/Zielsetzung

Österreichischer Blaufränkisch wird von internationalen Weinexperten immer hochwertiger wahrgenommen. Der rebsortidentische Premium-Lemberger aus Württemberg hingegen findet international kaum Beachtung. Führende württemberger Winzer im Premium-Segment fragen sich daher, wie württemberger Lemberger nach dem Vorbild österreichischen Blaufränkisch in Zukunft auf der Weltbühne strategisch positioniert und weiterentwickelt werden kann.

Motivation für die Arbeit

Den württemberger Winzern sehr verbunden, will der Autor mit seiner Arbeit Antworten auf diese Frage aufzeigen, vor dem Hintergrund seiner deutsch-österreichischer Doppelstaatsbürgerschaft und seiner Erfahrung als langjähriger Unternehmens-Strategie namhafter Firmen.

Methodik

Dazu interviewte er 48 württembergische und österreichische Winzer sowie internationale Weinexperten. Der Interviewfragebogen dazu wurde auf Basis einer Literaturrecherche entwickelt und auf der Veranstaltung „Just Lemberger“ im März 2025 validiert. Die Interviews wurden mittels Kategorienbildung und Clusteranalyse ausgewertet.

Inhalt

Lemberger ist für das viertgrößte deutsche Anbaugebiet einer der wenigen strategischen Profilierungsmöglichkeiten im Premiumsegment mit Regionalbezug: Er stellt innerhalb Deutschlands für Württemberg (neben Trollinger) ein regionales Alleinstellungsmerkmal deutschen Rotweins dar – ca. 92% der gesamten deutschen Lemberger-Rebfläche findet sich auf württembergischen Boden. Des Weiteren ist Lemberger in Württemberg die regionale Spitzenrebsorte im dunkelfruchtigen Rotweinbereich mit hoher Komplexität und großer Fähigkeit das Terroir abzubilden. Zudem hat er eine lange regionale Anpflanzungshistorie seit Mitte des 19. Jahrhunderts und alten Rebbestand für natürlich ertragsreduzierte dichte Rotweine. Lemberger gilt in Württemberg als quasi-autochtoner Rebsorte und wird als Identitätsstiftend erlebt.

Grundsätzlich ist Blaufränkisch/Lemberger aufgrund seiner Rebeigenschaften für Württemberg in den höherwertigen Qualitäten strategisch hochattraktiv: Er zahlt hervorragend ein auf die Megatrends Klimawandel, Individualität, Regionalität und auf die sich ändernde Ausrichtung der Konsumenten auf frischere Ausbaustile und hochwertigere Weine. Als Premium-Leitrebsorte kann er zudem die Speerspitze einer qualitätsorientierten Vorwärts-Strategie nach österreichischem Vorbild der 80er/90er Jahre sein, gegen die sich abzeichnende massive Strukturkrise des württembergischen Weinbaus.

Zudem kann Premium-Lemberger sehr gut vermarktet werden sowohl als Kopplungs- als auch als insbesondere gastronomie-optimales Komplementärprodukt mit dem bereits sich etablierenden württemberger Premium-Spätburgunder. Württemberg bietet sich dafür besonders an, weil es in der Schnittmenge der beiden nordeuropäischen Cool Climate-Regionen Nordwesteuropa und Nordmittel-/osteuropa liegt und damit deren Premium-Rotweinrebsorten vereint. Württemberg wird perspektivisch klimastabil für nuancierte Premiumweine bleiben, „cool enough“ für Spätburgunder und warm genug für die Blaufränkisch-Rebe als Lemberger.

So kann Lemberger strategisch einen aufkommenden Engpass bei dunkelfruchtigeren Premium-Weinen für internationale Fine-Wine-Konsumenten besetzen: Diese suchen nach hochwertigen, authentisch-

eleganten Weinen, die ihre Finesse nuanciert und terroirbezogen abbilden – sind jedoch perspektivisch dabei, ihre bisherigen Bezugsmärkte zu verlieren. Denn den Premium-Klassikern im südlicheren Europa wird es an ihren angestammten Orten durch den Klimawandel zu warm, ihre feinen sensorischen authentischen Profile sind kaum zu halten.

Diese Chance kann von Württemberg am Vorbild der österreichischen Blaufränkisch-Erfolgsgeschichte genutzt werden: Den Weg Österreichs aus der Weinskandal-Krise zum Top-Produzenten Blaufränkischs nachzeichnend, steht Württemberg als Anbaugebiet ungefähr auf der Position Österreichs vor 20 Jahren kurz nach der Jahrtausendwende bei dunkelfruchtigen Premium-Rotweinen: Noch werden auch bei Top-Produzenten zum Teil hochreife, stark extrahierte und holzbetonte Cuvees oder Single-Varietal-Weine aus internationalen Rebsorten produziert. Der Lemberger wird damit einhergehend zu hochflorig in diese Richtung interpretiert. Dennoch gibt es auch bereits genügend Spitzenbetriebe, die den Findungsweg nach einem finesseurreicherem, terroirbezogenem Profil schon einige Schritte gegangen sind, oftmals im steten Austausch oder sogar mit Arbeitseinsätzen bei den österreichischen Vorreiter-Betrieben.

Es bedarf einer gemeinsamen Idee, eine gemeinsame Suche nach österreichischem Vorbild danach, was die Rebe wirklich authentisch aus sich heraus auf württembergischen Boden produziert. Sonst wird Lemberger nicht mit einer erkennbaren Botschaft international positionierbar sein. Zumindest wäre es zielführend, sich auf eine gemeinsame Bandbreite von Reifeniveau, Extraktion und Holzeinsatz zu verständigen. Denn nur wenn Lemberger leichter ausgebaut wird, kann der Anbau durchdringen, also das Terroir – der Sense-of-Place – sowie das ganz eigene authentische würzig-vibrierende sensorische Profil der Rebsorte. Nach dem Vorbild der österreichischen Winzer, die ihren Findungsweg in diese Richtung in den vergangenen 20 Jahren gegangen sind, kann das Niveau österreichischer Top-Blaufränkisch breitbandig erreicht werden.

Dies zu koordinieren wäre zuerst Aufgabe des VDP Württemberg – oder es formiert sich nach dem Vorbild Pannobile eine Gruppe von „New-Wave-Lemberger“-Vertretern, die als Nucleus mit regelmäßigen gegenseitigen Verkostungen vorangehen und sich partnerschaftlich den Rücken stärken. Württemberg kann sich dabei auch an eigenen erfolgreichen Vorbildern der Vergangenheit wie der „HADES-Gruppe“ und „Jungen Schwaben“ orientieren, die in Württemberg Neuerungen wie das kleine Holzfass oder modernere Ausbaustile auf den Weg brachten. Das wäre der Anfang, um über die gesteigerte Produktqualität das international unbekannte Weinanbaugebiet Württemberg mit einer markanten, strategisch stabilen Leitrebsorte auf der internationalen Weltbühne der Premium-Rotweine zu positionieren.

Werblich könnten dafür sowohl beim Agrarministerium als auch bei den Weinbauverbänden des Landes Baden-Württemberg Fördermittel für eine Württembergische Wein Marketing Agentur (WWM) eingeworben werden. Denn durch den massiven Konsumentenverlust und der dadurch aufkommenden finanziellen Krise der Winzer und Genossenschaften ist dringende Handlung geboten: Zuallererst sollte das WWM in Markenwerbung des innovativen Anbaugebiets Württemberg über Symposien, Messen, Masterclasses und Sommelierschulen in für „New-Wave-Lemberger“ attraktiven Ländern und Zielgruppen investieren. Sodann sollten die einzelnen „New-Wave-Lemberger“-Weinbaubetriebe in ihren Marketing- und Vertriebsaktionen im In- und Ausland unterstützt werden: Im persönlichen Kontakt werden diese im Dialog mit Weinexperten, Sommeliers, Händlern und interessierten Endkonsumenten die Preiswürdigkeit, nuancierte Qualität und Eigenständigkeit ihrer Premium-Lemberger und seines Profils auf württembergischen Terroir erklären und verkosten lassen. Dann wird hochwertiger Lemberger aus Württemberg auf der internationalen Weltbühne für Fine-Wine-Konsumenten sichtbar.

Fazit

Das Ziel der Arbeit wurde erreicht, Impulse der internationalen Erfolgsgeschichte österreichischen Blaufränkisch für die strategische Positionierung württemberger Premium-Lembergers aufzuzeigen: Leidenschaftliches Commitment zur Rebsorte, regionales Selbstbewusstsein und partnerschaftliche Zusammenarbeit sind dabei handlungsleitend. Mit dem Ziel: „Hier ist Württemberg! Hier ist Lemberger!“