

Rheinhessen. Ganz schön anders.

Otto Schätzel, DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück

2016 feiert Rheinhessen sein 200jähriges Geburtsjubiläum. Die Agrar- und Weinbaubranche der Region feiert mit!

Die Region ist anders, sie denkt anders und entwickelt sich anders. Sie hat eine andere Historie: Sie ist 2000 Jahre alt und 200 Jahre jung!

Die Betriebe sind anders strukturiert: Es gibt Ackerbaubetriebe, Obstbaubetriebe und Weinbaubetriebe und viele Mischformen, die sog. Gemischtbetriebe!

Bedeutung der Agrarwirtschaft

Rheinhessen ist seit Jahrtausenden aufgrund seiner natürlichen Ressourcen für eine intensive, agrarwirtschaftliche Nutzung prädestiniert. Neben den Sonderkulturen wie Obst-, Wein- und Spargelanbau hat vor allem der Ackerbau über viele Jahrhunderte bis heute eine dominierende Bedeutung. Auf den fruchtbaren Lößböden hat er dem Gebiet, trotz der teilweise extrem knappen Niederschläge, großen Wohlstand und den rheinhessischen Bauern ein gesundes Selbstbewusstsein gegeben. Die z.T. großen Hofanlagen in fränkischer Bauweise in fast allen Ortschaften legen bis heute davon Zeugnis ab.

Insgesamt beträgt die landwirtschaftliche Nutzfläche 84.725 Hektar.

Hiervon sind 54.000 Hektar (64%) Ackerfläche, 26.000 Hektar (31%) bestockte Rebfläche und 3.000 Hektar (3%) Obst- und Gemüsefläche.

In den letzten Jahren hat besonders der expandierende Weinbau zur Prosperität der Region beigetragen. Seit 1979 lässt sich ein rasanter Strukturwandel in der rheinhessischen Agrarwirtschaft beobachten: Es gibt einen deutlichen Trend zu größeren Haupteinzelbetrieben. Besonders dynamisch wachsen die Weinbaubetriebe im Haupteinzelbetrieb, die überwiegend Flächen zwischen 10 und 20 Hektar bewirtschaften. Immer mehr Betriebe bewirtschaften Flächen sogar über 20 Hektar. **Damit übernimmt das Anbaugebiet Rheinhessen die Spitzenstellung in Deutschland.**

„Rheinhessen. Ganz schön anders.“

Die Situation des Weinbaus

Die Rahmenbedingungen für die Weinbaubetriebe sind grundsätzlich positiv. Unbestritten schwierig bleiben die Abhängigkeiten vom globalen Markt, wie Weltweinerzeugung und -konsum sowie die Weinrechtssituation in der Europäischen Union. Ein weiterer Abhängigkeitsfaktor ist das Konsumklima in Deutschland und Rheinhessen. Der weltweite Weinüberschuss sowie die strukturellen Weinüberschüsse in Europa machen Deutschland zum größten

Weinimportland der Welt und stellen die eigenen Weine unter einen großen Konkurrenz- und Preisdruck.

In diesem Kontext stellt sich die Zukunftsfrage der Weinbranche in Rheinhessen. Es ist die Frage, worin kann sich Rheinhessen Alleinstellungsmerkmale erarbeiten? Mit welchen Weinprofilen kann sich Rheinhessen interessanter machen? Welche wirtschaftlichen Besonderheiten kann Rheinhessen noch besser nutzen? Diese Fragen führten u.a. zum Jahresmotto 2016:

Rheinhessen. Ganz schön anders.

Drei wichtige Tendenzen scheinen sich in Rheinhessen herauszubilden:

1. Reine Weinbaubetriebe stabilisieren sich in der Spezialisierung entweder zu größeren Fassweinbetrieben oder zu Weinbaubetrieben mit intensiver Flaschenweinvermarktung. Das sind größtenteils Betriebe zwischen acht und fünfzehn Hektar. Möglicherweise werden diese Betriebe auch in der Fläche weiter wachsen.
2. Der Übergang vom Haupterwerbsbetrieb zum Nebenerwerb ist in fast allen Fällen die Vorstufe zur Betriebsaufgabe. Das sind Betriebe unter fünf Hektar. Diese freiwerdenden Flächen werden von anderen Vollerwerbsbetrieben problemlos übernommen.
3. Die Anzahl der reinen Flaschenweinvermarkter ist nur leicht rückläufig. Dort findet immer mehr der Übergang zum Dienstleister und Touristiker statt. **Das Erscheinungsbild einer attraktiven und einmaligen Kulturlandschaft mit Ackerbau, Weinbau und Obstbau, die gepflegten Rheinauen und die gut beschilderten Wander- und Radwege sind Faktoren für eine Weiterentwicklung der Region zu mehr Touristik und Weinabsatz.**

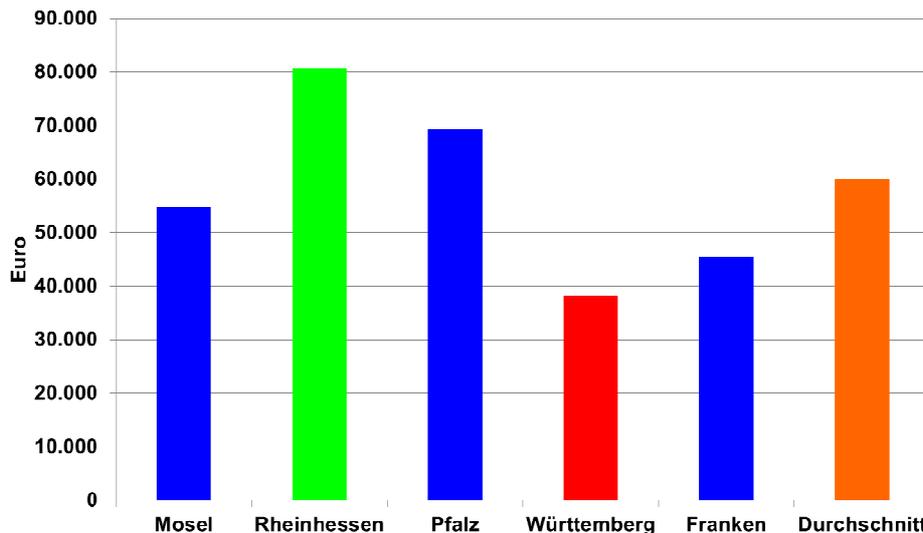
Chancen für den rheinhessischen Weinbau

Das Anbaugebiet ist insgesamt ein herausragend guter Standort am Rhein mit idealen natürlichen Ressourcen für Weinkultur, Weinwirtschaft, Tourismus und unbestreitbaren Kostenvorteilen in der Weinproduktion.

Viele betriebswirtschaftliche Studien und Erhebungen belegen diese Spitzenposition von Rheinhessen mit Kostenvorteilen in der Trauben – Most – und Weinproduktion.

Die Bewirtschaftungsverhältnisse, Betriebsgrößen, besonders die Nutzung des technischen Fortschritts, haben es ermöglicht, dass das Anbaugebiet Rheinhessen bei den Unternehmensgewinnen der Weinbauspezialbetriebe die Spitzenposition in Deutschland übernehmen konnte. (Abb. 1).

Abb. 1: Gewinn je Unternehmen der Weinbauspezialbetriebe nach Anbaugebieten 2013/2014



Ein weiterer wichtiger Gesichtspunkt ist die geostrategische Lage und die damit verbundenen Vorteile der Infrastruktur. Durch die Nähe zu den Ballungsgebieten Rhein-Main und Rhein-Neckar ergeben sich teils noch ungenutzte Vorteile der Verbrauchernähe und der touristischen Erschließung. Die großräumige und abwechslungsreiche Landschaft mit hohem Freizeitwert, die Nutzung für aktive genuss- und erlebnisorientierte Zielgruppen jeden Alters, sind eine der größten Chancen Rheinhessens.

Die Menschen möchten auf kurzen Wegen zu ihren Freizeitregionen gelangen. Die Dörfer, die Weinbaubetriebe mit Selbstvermarktung, Vinotheken, Gutsschänken und Straußwirtschaften haben in den letzten Jahren das Angebotsformat Rheinhessens positiv verändert.

Die zunehmende Vernetzung und die Zusammenarbeit der Kommunen durch die positive Arbeit der Touristikzentrale (Rheinhessen-Touristik GmbH), das gesamte Kultur- und Erlebnisangebot der Region hat zu einer enormen Belebung der Gäste- und Übernachtungszahlen beigetragen. Die Zusammenarbeit mit den Städten Worms, Mainz, Bingen und Alzey, entwickelt sich zu einem funktionierenden Tourismusnetzwerk mit hoher Professionalität. Schließlich hat die Mitgliedschaft von Mainz und Rheinhessen im globalen Netzwerk der Great-Wine-Capitals hierzu einen erheblichen Beitrag geleistet. Rheinhessen hat auch in den Regalen des Lebensmitteleinzelhandels, der Discountmärkte und auf den Exportmärkten einen positiveren Klang.

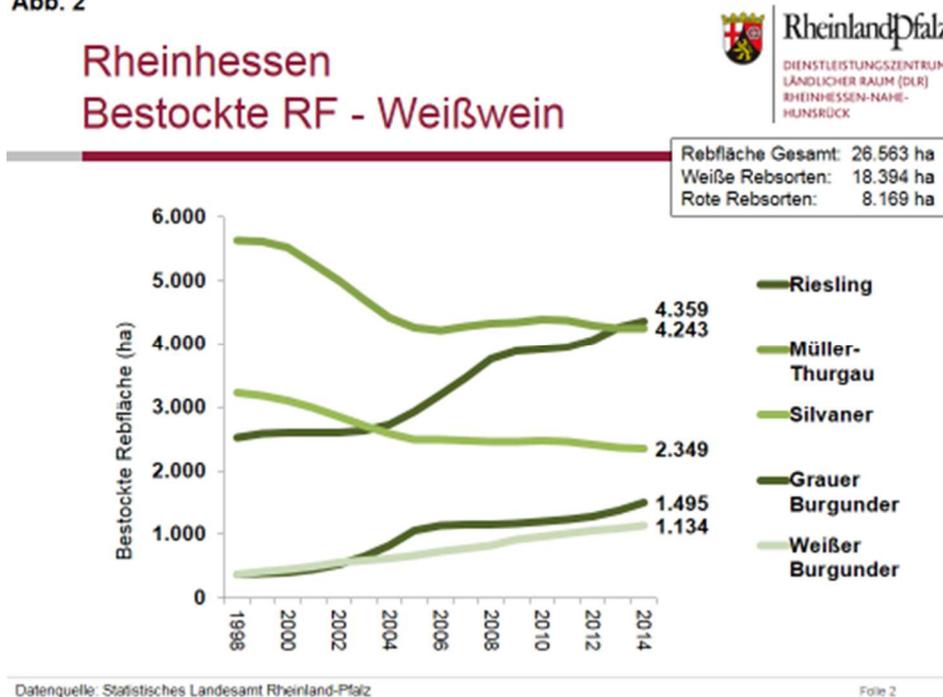
Die alten Klischees der süßen Spät- und Auslesen mit den bekannten aber antiquierten Namen wie Niersteiner Gutes Domtal, Oppenheimer Krötenbrunnen oder Liebfrauenmilch, werden durch moderne trockene Weißweine mit schmeckbarer Herkunft ersetzt. Hierzu hat der Wandel des Rebsortenspiegels, besonders der weißen Rebsorten, erheblich beigetragen.

Silvaner bietet Zukunftspotenzial für Alleinstellung

Rheinhessens Weißweinsorten werden seit 2014 von der Rebsorte Riesling angeführt. Der Silvaner erreicht mit 2.375 ha gleichzeitig die weltweit größte Anbaufläche und bietet enormes Zukunftspotential für eine Alleinstellung mit

qualitativ hochwertigen trockenen Silvanerweinen. Die Anteile der Burgunderweine (Grau,- und Weißburgunder) sind signifikant angestiegen und ergeben Chancen auf nationalen und internationalen Weinmärkten (Abb. 2)

Abb. 2



Hoher Ausbildungsstand der jungen Wein- und Winzergeneration

Der hohe Ausbildungsgrad der Weinbaubetriebsleiter, seien es Diplom-Ingenieure der Forschungsanstalten oder Winzermeister und Weinbautechniker der Weinbauschulen des DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück, haben zu einer hohen Weinbaukompetenz und Berufsmotivation beigetragen.

Die ganzheitliche und nachhaltige Aus- und Weiterbildung, die neue Wein-Gedankenwelt, die vom Boden über den Weinberg bis in die Flasche übergreift, hat zu einem neuen Denken geführt.

Weinstile und Qualitätsveränderung

Die eigentliche „Revolution“ in Rheinhessen liegt in der deutlichen Verbesserung der Weinqualitäten und der z.T. gelungenen Veränderung der Weinstile. Die junge Winzergeneration versteht den Begriff des Terroirs längst nicht mehr elitär, sondern interpretiert diesen Begriff als Herausforderung für eine neue Qualitäts- und Herkunftsorientierung. Es geht dieser Winzergeneration darum herauszufinden, welche Pflanzen sich auf welchen Standorten besonders wohlfühlen. Es geht den jungen Winzerinnen und Winzern darum einen unverwechselbaren einzigartigen Wein zu produzieren, der die Identität des Standortes in sich trägt. Was alte Winzer der vorletzten Generation erzählt haben, was Johann Philipp Bronner (1792-1864) über Böden, Lagen und Terroirs in Rheinhessen aufgeschrieben hat, erfreut sich bei den Jungwinzern eines neuen und großen Interesses.

Diese sog. vertikale Qualitätsdifferenzierung in Verbindung mit Ertragssteuerungen durch den Winzer gilt heute fast als Standard. Hieraus

entwickelte sich die klassische Qualitätspyramide mit den Segmenten Gutswein, Ortswein und Lagenwein.

Bündelung der Kräfte, strategische Partnerschaften bleiben wichtige Faktoren

Von Beginn seiner Gründung 1816 bis heute verfügt Rheinhessen über ein erfolgreiches und traditionsbewusstes Weinbürgertum mit kleineren Weinbaubetrieben und größeren sogenannten Gemischtbetrieben. Seit dem Einfluss Napoleons wurde der klassische Adel zurückgedrängt und das Bauerntum gefördert. Hieraus erklärt und entwickelte sich das „Selbstbewusstsein“ der heutigen jungen Winzergeneration. Die aktuelle Werbekampagne der Gebietsweinwerbung Rheinhessenwein e.V., greift mit ihren Bildern von Jungwinzerinnen und Jungwinzern und dem Slogan „die Weine der Winzer“ diese Gegebenheit aktiv und psychologisch geschickt auf. Mit wachsender Internationalisierung und Globalisierung bekommen Regionen eine immer größere Bedeutung. Die aktuellen vielfältigen Bewegungen in Rheinhessen verbunden mit den Vorbereitungen auf die 200-Jahrfeier im Jahr 2016 geben der gesamten Region auf allen Ebenen einen nie für möglich gehaltenen „neuen Drive“.

Das hat Auswirkungen nicht nur auf die regionale wirtschaftliche und kulturelle Infrastruktur, sondern auf das gesamte gesellschaftliche Leben in der Region. Rheinhessen nimmt als Wachstumszentrum eine Brückenfunktion inmitten Deutschlands ein.

In dieser besonderen geo-strategischen Lage Rhein-Main und Rhein-Neckar liegt das eigentliche Zukunftspotential, liegen Chancen und Perspektiven für die Entwicklung von Bevölkerung, Wirtschaft und Lebensqualität. Diese Möglichkeiten gilt es für die Weinwirtschaft zu nutzen, durch die Bündelung der Kräfte von Rheinhessenwein e.V., Rheinhessen-Touristik GmbH, Rheinhessen-Marketing e.V. und dem Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum in Oppenheim.

Diese Chancen sind bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Sie lassen sich über eine noch stärkere Bündelung der Kräfte, noch stärkerem Bekenntnis zum einzigartigen Standort und dem Blick auf die globalen Zusammenhänge verwirklichen.

Hieraus ergeben sich die Aufgaben und Herausforderungen für die Zukunft, hieraus schöpfen wir Kraft und Lust diesen wertvollen Lebensraum weiterzuentwickeln und haben das Motto des Jubiläumsjahres 2016 ausgerufen: „*Rheinhessen. Ganz schön anders.*“