

KENNER  TRINKEN
WÜRTTEMBERGER

UNSER SOMMERWEIN:

Blanc de Noirs. Der weiße Württemberger aus roten Trauben.



Entdecken Sie Ihren Lieblings-Württemberger!
Württemberg Weingärtnergenossenschaften /
www.kenner-trinken-wuerttemberger.de



Foto: Pressteam Kämpfer

Werner Engelhard,
Chefredakteur

Ende Juni fallen ein paar spannende, richtungweisende Entscheidungen. Nicht nur bei der Fußball-Europameisterschaft in Polen und der Ukraine, sondern auch bei den deutschen Winzergenossenschaften. In gleich mehreren Generalversammlungen sollen die Mitglieder verschiedener Kooperativen grünes Licht für geplante Fusionen geben und damit die Weichen für die Zukunft stellen. Der zunehmende Wettbewerbs-, Kosten-, Preis- und Margendruck sowie steigende Lohn-, Material-, Energie- und Logistikkosten haben bereits eine ganze Reihe von Betrieben zu Schulterschlüssen gezwungen. Die Allianzen sollen Synergien schaffen, Kosten reduzieren, die Wertschöpfung und Auszahlungspreise für die Mitglieder verbessern, aber auch die Effizienz erhöhen und die neu formierten Unternehmen damit für mögliche Handelspartner attraktiver machen.

So gesehen sind Kooperationen und Fusionen absolut sinnvoll und werden deshalb auch von Verbandsseite befürwortet. Zweifellos sind heute zahlreiche Genossenschaften – ähnlich wie die deutsche Fußballnationalmannschaft – deutlich besser aufgestellt und liefern auch qualitativ eine hochklassigere Vorstellung ab als noch vor Jahren. Manche Betriebe müssen aber erst noch fit gemacht werden für die Zukunft (ein Update zur Entwicklung in den vergangenen Monaten und einen Ausblick auf das, was noch kommt, finden Sie in unserem ausführlichen Hintergrundbericht ab Seite 18).

Es gibt allerdings auch kritische Stimmen, die dem Strukturwandel skeptisch gegenüberstehen und in Fusionen keineswegs ein Allheilmittel sehen. „Ähnlich wie bei den Molkereibetrieben soll auch in der Weinwirtschaft alles bei einigen Leitgenossenschaften zusammengezogen werden. Auf der Landkarte ist

Spannende Entscheidungen

schon alles verteilt worden – ohne dass wir Kleinen gefragt wurden. Nur die Großen werden gefördert, die Kleinen sollen verschwinden und werden plattgemacht“, wettet ein Repräsentant einer kleineren württembergischen Genossenschaft, der namentlich nicht genannt sein möchte, gegenüber WEIN+MARKT. „Außerdem werben die großen Betriebe den kleinen die Mitglieder ab und knallen unsere Kunden mit Ware voll. Draußen am Markt tobt ein knallharter Verdrängungswettbewerb, bei dem die Kleinen über kurz oder lang kapitulieren müssen, ohne irgendwelche Forderungen stellen zu dürfen“, wird moniert.

„Ach was, es gibt keine Fusionslandkarte des Verbandes“, wiegelt Reinhard Bock-Müller ab. Der Sprecher des Baden-Württembergischen Genossenschaftsverbandes bestätigt lediglich, dass ein Strategieprojekt aus der Taufe gehoben wurde, aus dem in Baden und Württemberg jeweils drei Regionalkonferenzen hervorgegangen sind – mit dem Ziel, die genossenschaftlichen Strukturen weiterzuentwickeln, gemeinsam Marktpotenziale auszuloten, Kosten zu sparen und Synergien zu finden. Im Rahmen einer Projektgruppe seien in Württemberg neun Schwerpunktbetriebe definiert worden: die Genossenschaften Brackenheim, Lauffen, Löwenstein (heute Winzer vom Weinsberger Tal), die Bottwartaler Winzer eG, die Remstallkellerei, die Weinkellerei Hohenlohe, die Felsengartenkellerei, die Heuchelberg Kellerei und die Genossenschaftskellerei Heilbronn-Erlenbach-Weinsberg. Und es gebe die Überlegung, Zukunftsinvestitionen (z. B. für neue Abfüllanlagen) auf diese Schwerpunktbetriebe zu fokussieren. „Aber der Verband ent-

scheidet das keinesfalls von oben herab. Das würde bei demokratisch organisierten Gruppen wie Genossenschaften gar nicht funktionieren. Nein, der Verband moderiert nur und gibt Empfehlungen. Entscheiden und die Weichen stellen, müssen die Genossenschaften selbst beziehungsweise die dafür zuständigen Gremien“, sagt Bock-Müller. Überhaupt seien Fusionen kein Patentrezept: „Entscheidend sind zukunftssträchtige Strategien – und die gibt es für kleine und große Betriebe.“

Dass seine Strategie zukunftssträchtig ist, hofft auch Detlef Schmidt. Als der Eigentümer des Import- und Großhandelsunternehmens Hasenbring vor einem Jahr das Angebot bekam, die Rechte am Weinhaus Gallier zu übernehmen, griff er zu. „Mir war klar, dass da einiges zu tun ist, aber aus einer eingeführten Marke mit Kunden, Umsätzen und 30 Jahren Tradition kann man etwas machen“, lautet sein Credo. Jetzt hat er in Dortmund einen Pilotladen eröffnet, der die neue Generation der Gallier-Läden repräsentieren soll. WEIN+MARKT war dort und hat sich den Prototyp angeschaut (lesen Sie dazu unseren Beitrag ab Seite 36). Nach der Testphase des neuen Ladens und der Renovierung der alten Gallier-Läden will Schmidt neue Franchise-Läden eröffnen. „Interessenten gibt es bereits, auch aus dem Ausland“, sagt er. Man darf gespannt sein, ob er es schafft, den neuen Gallier zum Erfolgsmodell zu machen.



w.engelhard@fraund.de

„Fusionen sind kein Allheilmittel, aber sinnvoll, wenn die neu formierten Unternehmen dadurch leistungsfähiger und attraktiver für Handelspartner werden.“



Württembergische Weingärtner-
Zentralgenossenschaft e.G.
71696 Möglingen · Raiffeisenstraße 2
Tel. 0 71 41 / 48 66 - 0 · www.wzg-weine.de

Ein eleganter Begleiter für den Sommer: Sein lachsfarbenedes Leuchten im Glas, sein kräftiger Duft und das harmonische Spiel zwischen Säure und den Aromen von vollreifen Früchten machen diesen lieblichen Lemberger Weißherbst zu einem Erlebnis für alle Sinne. Der perfekte Begleiter zu gegrillten Meeresfrüchten, knackigen Salaten wie auch zu asiatischen Gerichten.