

Der Weinbau in Franken

Daten – Fakten - Hintergründe

von

Dr. Hermann Kolesch

Beratung und Strukturentwicklung im Weinbau

Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau

E-mail : hermann.kolesch@lwg.bayern.de

Stand 10/2009

Die Geschichte

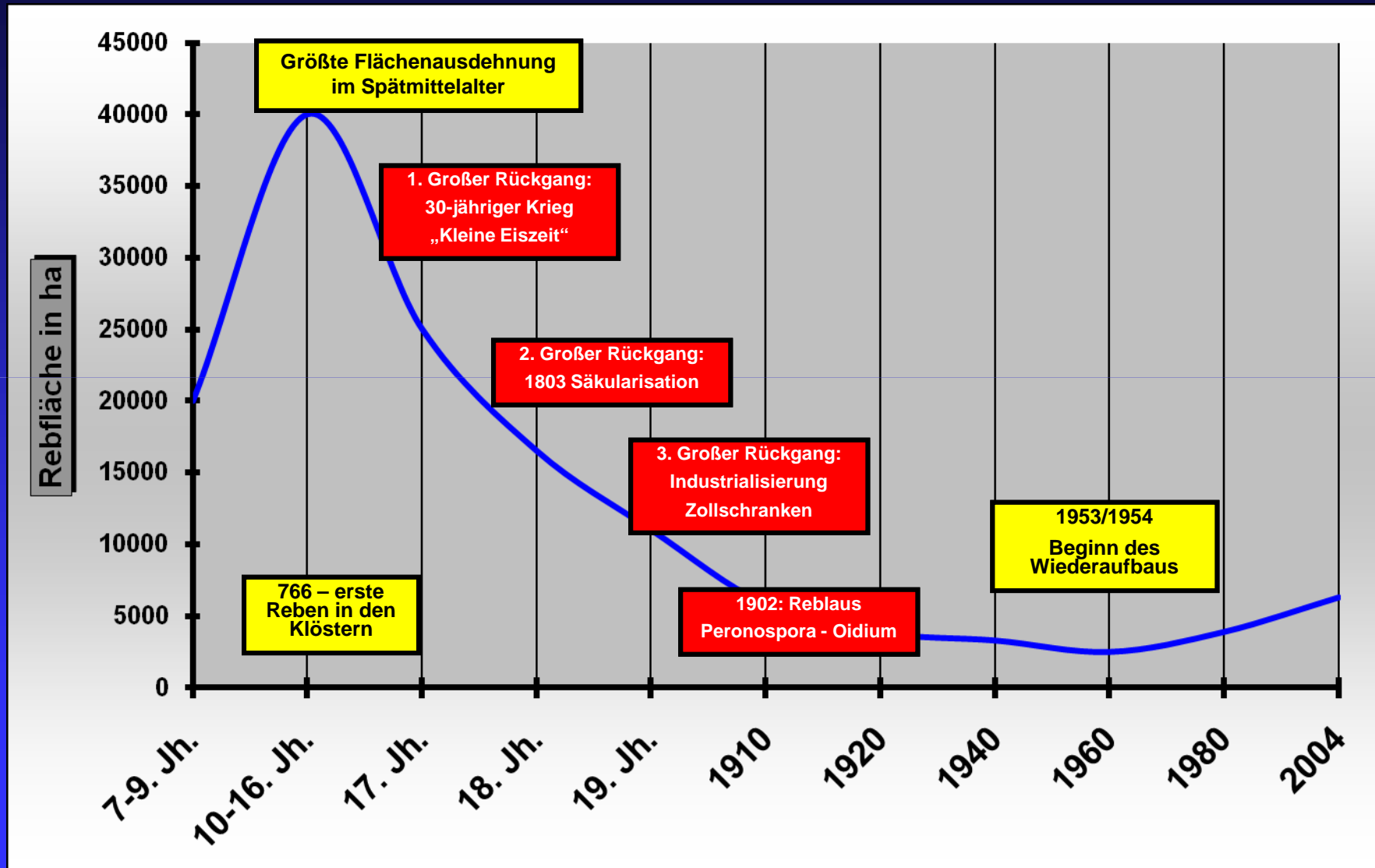
Frankens Geschichte des Weines

- Die Kelten, die Franken in der Frühzeit schon besiedelten, tranken zwar Wein, bauten aber keine Reben an. Sie bezogen den Wein über die alten Handelswege
- Römischer Einfluss auf den Weinanbau bis heute nicht nachweisbar! Unterschied zu den rheinischen Weinbaugebieten und Regensburg!
- Römischer Limes verlief immer am Rand des heutigen Weinbaugebietes (Limes am Untermain bei Obernburg vorhanden)
- Wahrscheinlich erster Weinbau in den Klöstern im 4./5./6. Jahrhundert mit der Christianisierung des Frankenreiches
- Erste urkundliche Erwähnung des Weinbaus 766 durch eine Schenkungsurkunde Kaiser Karl des Großen von Weinbergen in Hammelburg an das Kloster Fulda

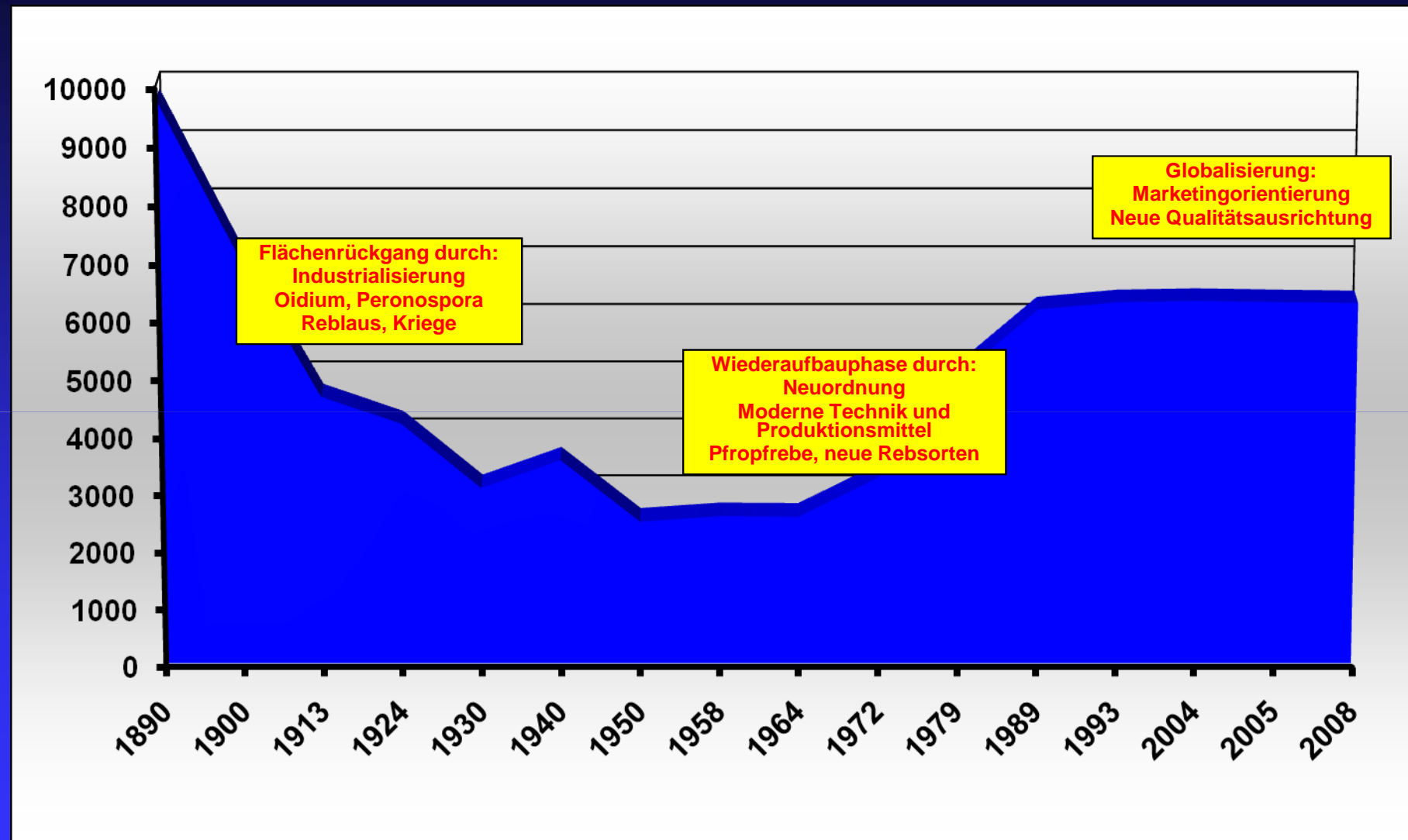


Von den Anfängen bis heute

Entwicklung des fränkischen Weinbaus



Entwicklung der Gesamtrebfläche in Bayern ab 1890 bis heute



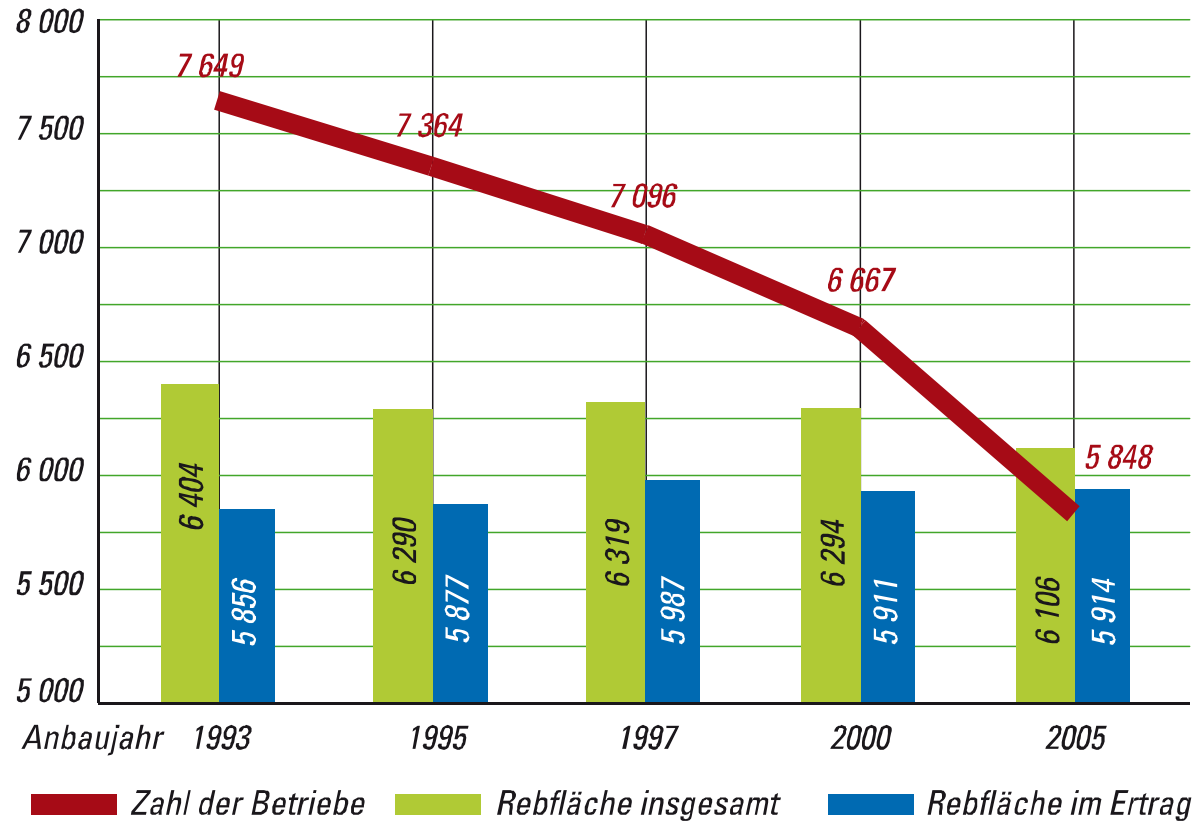
Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

Grafik 41

Rebflächenentwicklung in Bayern nach Weinbaukartei

Erhebung erfolgt in Betrieben ab 10 Ar Rebfläche

Anzahl der Betriebe
Rebfläche in ha



Die Geschichte des Bocksbeutels

das „Wein-Markenzeichen Frankens

- Die Herkunft und Ableitung des Namens ist historisch nicht genau zu deuten, es werden daher vielfach mehrere Möglichkeiten genannt:
 1. „Bugsbeutel“ → Feldflasche, die am Leib oder Buggert getragen wurde
 2. „Bookesbeutel“ → Niederdeutscher Gebetsbeutel
 3. „Bocksbeutel“ → Ähnlichkeit mit dem „capri sacculus“ des Ziegenbocks!

Die Geschichte des Bocksbeutels

das „Wein-Markenzeichen Frankens“



„Anno Domini 1576“

- Steinrelief des Juliusspitals mit dem Stiftungsauftrag zeigt eine **bocksbeutelähnliche** Flasche. Da die Menschen zur damaligen Zeit weder Lesen noch Schreiben konnten, wurde der Stiftungsauftrag in dieser Form dargestellt und war an der Außenseite des „Spitals“ angebracht

Die Geschichte des Bocksbeutels

das „Wein-Markenzeichen Frankens“

„Anno Domini 1726“

- Ein Würzburger Ratsprotokoll berichtet, dass der Stadtrat beschloss, Steinweine des vorzüglichen Jahrgangs 1718 in **gläserne Bocksbeutel** von 1 Maß (1,22 l) abzufüllen und mit einem Stadtsiegel zu versehen. Die Ursache waren zunehmende Handelsmissbräuche.



Flaschensiegel am Bocksbeutel, Juliuspital
Würzburg



Flaschensiegel am Bocksbeutel, Bürgerspital
Würzburg

Die Geschichte des Bocksbeutels

das „Wein-Markenzeichen Frankens

„Anno Domini 1659“

- Im „Handwerker- und Oekonomiebuch“ des Glasmachers Mathis Wenzel von Wertheim findet sich der Hinweis auf eine „**ronde Flasche**“ vom Aussehen eines Bocksbeutels. Im 15. Und 16. Jahrhundert erlebte die Produktion von „Waldglas“ im Spessart ihren Höhepunkt. Über 100 Glasmacher wurden damals gezählt. Das durch den hohen Eisenanteil im Sandstein → Buntsandstein grün gefärbte Glas war sehr bekannt. Auch beim Bocksbeutel überwiegt lange die grüne Farbe.

Die Geschichte des Bocksbeutels

das „Wein-Markenzeichen Frankens

„Anno Domini 1989“

- Der Bocksbeutel wird nach langen Rechtsstreitigkeiten für Qualitäts- und Prädikatsweine aus Franken und einiger anderer eng abgegrenzter Weinbauregionen in der Europäischen Gemeinschaft geschützt.
- Nur wenige andere europäische Regionen dürfen den Bocksbeutel in Verbindung mit bestimmten Herkünften auch heute noch verwenden: Südtirol, Trentino, Portugal, die griechische Insel Kefallonia (Wein: Robolla)
- In Deutschland außerhalb Frankens erlaubt:
 - Badisches Taubertal
 - Baden-Baden, verschiedene Ortsteile und dem Schöpfergrund
- In der „Neuen Welt“ des Weines kennt man dagegen keine Regelungen. So wird ein Massenwein Argentinien in der Bocksbeutelflasche abgefüllt („San Felipe“)

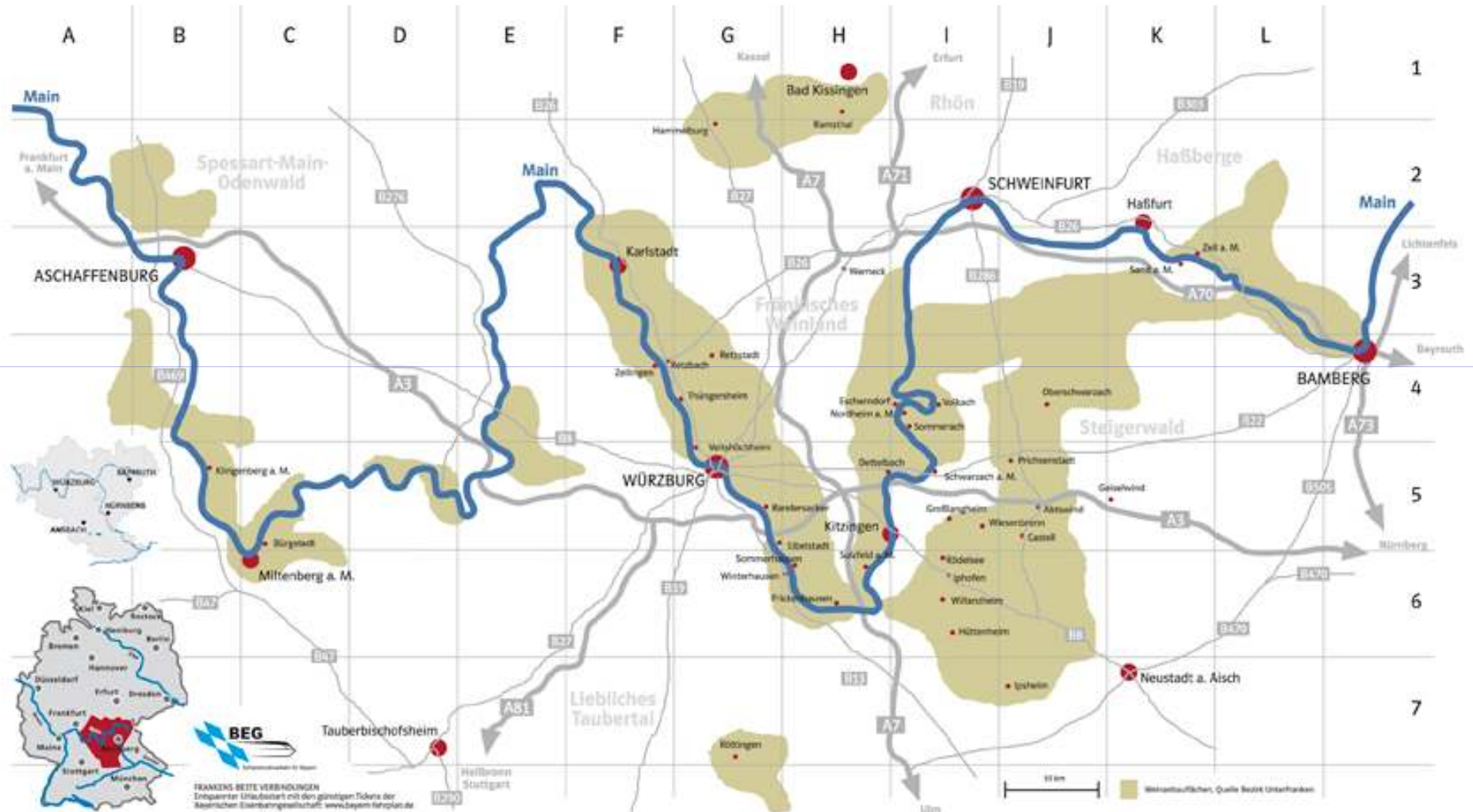
Naturraum & Terroir



Franken in Deutschland




Franken
WEIN.SCHÖNER.LAND!



Frankens Weine

- Franken ist ein Weißweingebiet !
- Ca. 80 % Weißwein
- Ca. 20 % Rotwein
- Das Klima „Cool Climate“ → starker kontinentaler Einfluss, ermöglicht die Erzeugung besonders fruchtiger, aromatischer und reifer Weißweine
- Frankens „Große Rebsorte“ ist der **Silvaner**, er steht für die „Fränkische Identität“ als Weinregion → **Geschichte des Silvaners**
- Weitere wichtige weiße Rebsorten sind der Müller-Thurgau, Riesling, Bacchus und die Scheurebe
- Zu den bedeutenden Rotwein-Rebsorten zählen der Spätburgunder, der Frühburgunder und die Sorte Domina

Das Klima – „Cool Climate“

- Kontinental geprägt, durch die Klimaveränderung jedoch zunehmend „norditalienisch“ beeinflusst → **längere Vegetationsperiode**
- Milde Winter, jedoch mit Gefahr strenger Fröste (bis – 20 Grad Celsius)
- Im Mai Frühjahrsfrost möglich → „Eisheilige“

Das Klima – „Cool Climate“

- Niederschlagsmenge zwischen 500 und 600 mm / Jahr → trocken!
- Im Frühjahr und Sommer lange Trockenphasen → Bewässerung
- Sonnenscheinstunden: > 1800 Stunden → deutscher Spitzenwert
- Ausgeprägte Herbstphase mit warmen Tagen und kühlen Nächten → gut für Fruchtbildung in den Beeren und Reife, Tag/Nacht- Unterschied > 20 Grad Celsius → Weißweine
- Lese des Riesling oft erst im November → lange Vegetationszeit in den Spitzenlagen

Die Geschichte des Fränkischen Terroirs: Es war einmal vor langer Zeit.....

Zeit: vor 251- 208 Mio. Jahren v.h.

- Kontinentaldrift
- Tiere und Pflanzen auf der ganzen Erde verbreitet
- Erdgeschichtliche Periode

des **TRIAS**

Ablagerung der Gesteinschichten:

- **Buntsandstein**
- **Muschelkalk**
- **Keuper**

Diese prägen heute noch

- **die Landschaft,**
- **die Böden**
- **und den Wein**



Die Geschichte des Fränkischen Terroirs: Der Buntsandstein

.....vor 240 Mio. Jahren
Das Klima ist heiß, trocken und wüstenähnlich
Von den umliegenden Gebirgen wird durch
große Flüsse sandiges Material in das
„Germanische Becken“ abgelagert. Durch
Oxidation werden die Sandkörner mit einer
rötlichen „Eisenhaut“ überzogen – der
Buntsandstein war entstanden.....







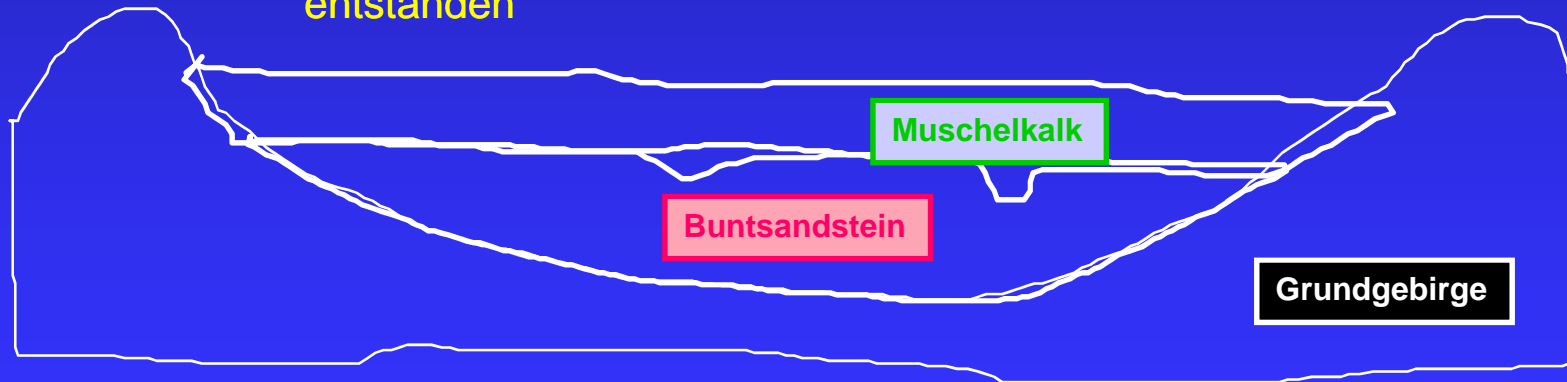
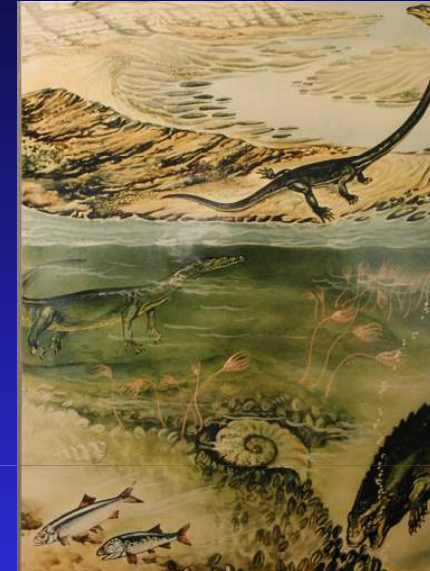
Die Geschichte des Fränkischen Terröirs: Der Muschelkalk

.....ca. 10 Mio. Jahren später

Das Klima änderte sich, das Becken öffnete sich und wurde vom Meer, dessen Reste das heutige Mittelmeer bilden, überflutet.

Das Klima war warm, mediterran geprägt. Land und Meer waren sehr fruchtbar. Immer wieder zog sich das Meer zurück und das Becken trocknete aus. Große Mengen Muscheln und andere Meerestiere starben ab und wurden an Riffen zusammengespült, bildeten riesige Ablagerungen.

Über dem Buntsandstein war der **Muschelkalk** entstanden







Die Geschichte des Fränkischen Terroirs:

Der Keuper

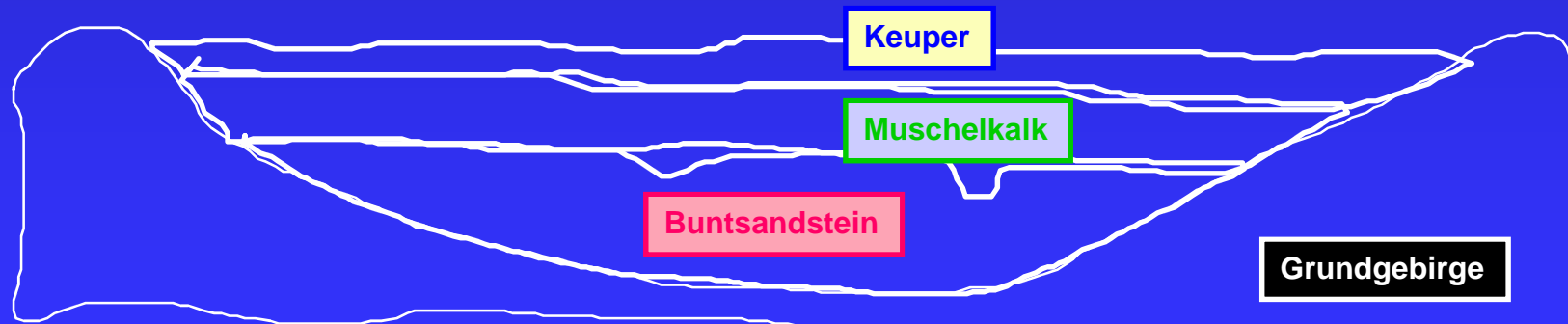
..... Wieder ca. 10 Mio. Jahren später setzte eine erneute Klimaveränderung ein.

Es wurde tropisch feucht, dann trocken, dann wieder feucht.

Das Becken war mittlerweile voller geworden und damit auch flacher, es gab Inseln und nicht alles wurde vom Meer überflutet.

Wenn wir uns eine Deltalandschaft vorstellen, kommen wir der damaligen Situation sehr nahe.

An Land wuchs eine üppige Vegetation aus Farnen und riesigen Schachtelhalmbäumen heran. Diese Wälder wurden bei Überflutungen zerstört, die Rückstände lagerten sich ab. Mit Ihnen kleine Muscheln und Krebse. Die fast unzähligen und verschiedenartigsten Ablagerungsschichten dieser wechselhaften Periode bilden heute den **Keuper**





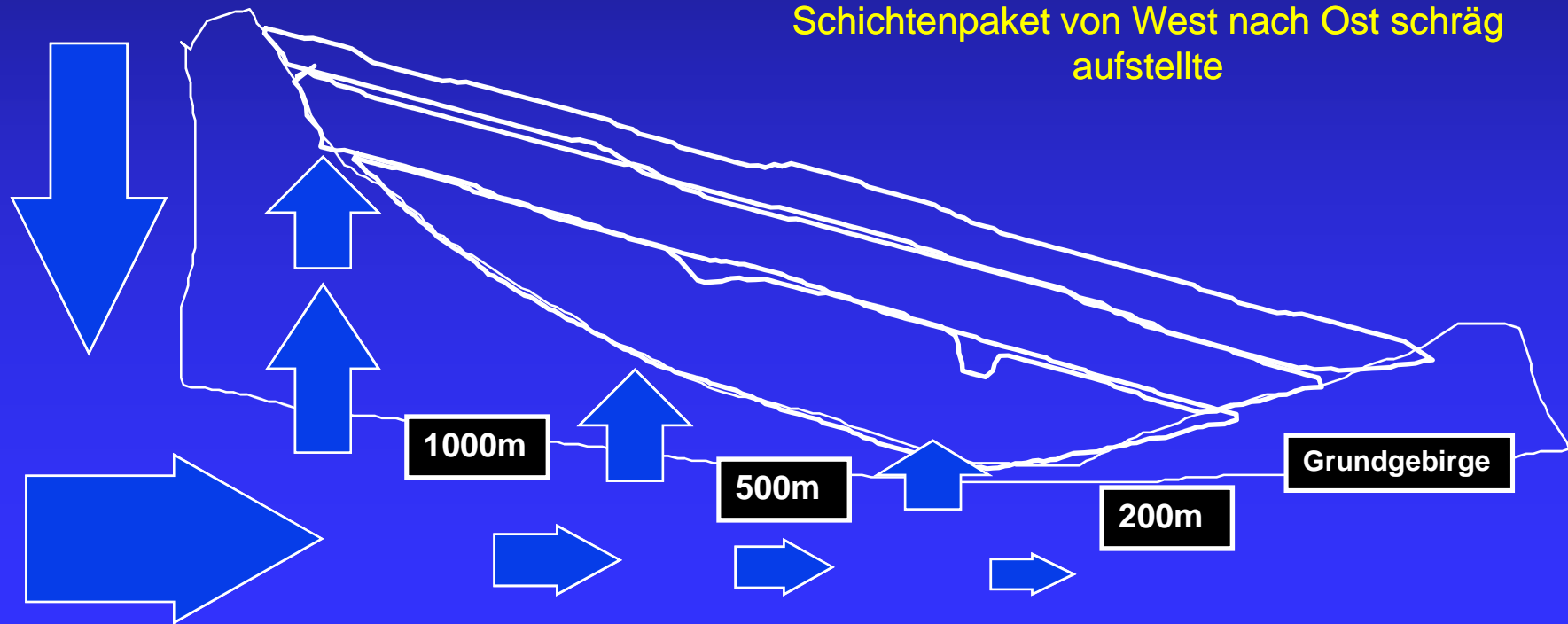


Die Geschichte des Fränkischen Terroirs: Wie die Landschaft in Form gebracht wurde

.....Die drei Schichten Buntsandstein, Muschelkalk und Keuper - **Die TRIAS** – lagen sehr lange übereinander.

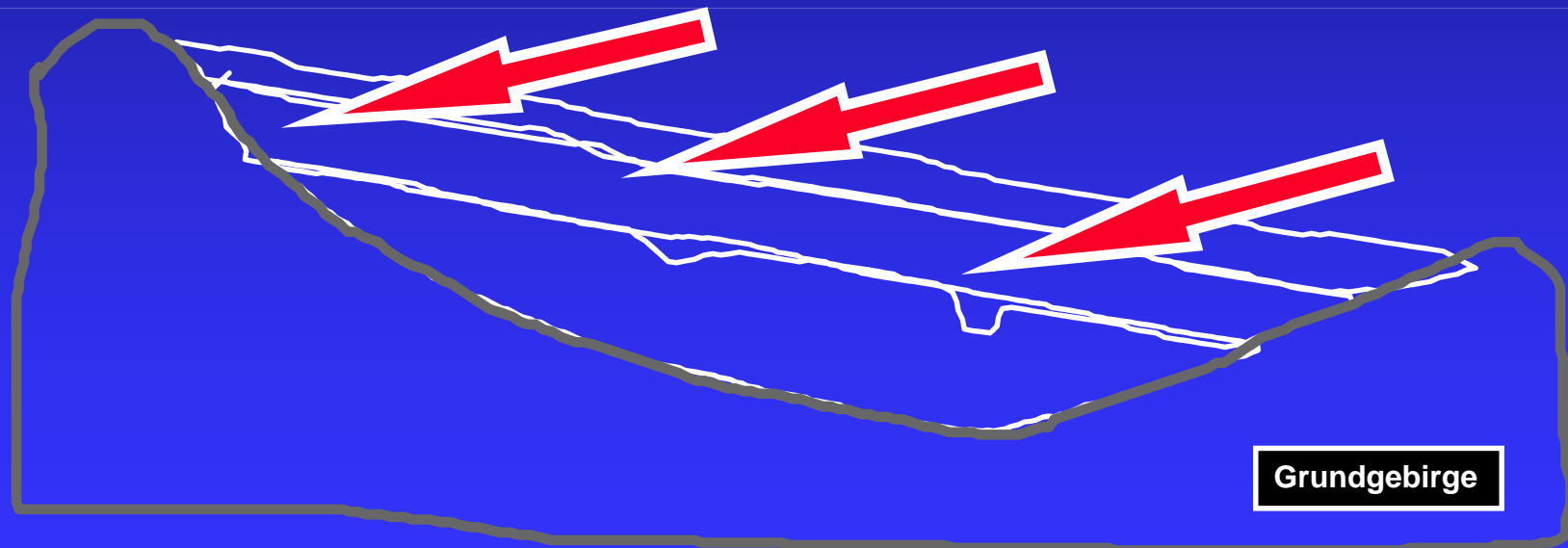
Erst vor 30 Mio. Jahren, als der Oberrheingraben mit der Auffaltung der Alpen einbrach, wurde ein enormer Druck auf die Schichten der TRIAS ausgeübt, der das Schichtenpaket von West nach Ost schräg aufstellte

Einbruch des Rheingrabens



Die Geschichte des Fränkischen Terroirs Wie die Landschaft in Form gebracht wurde

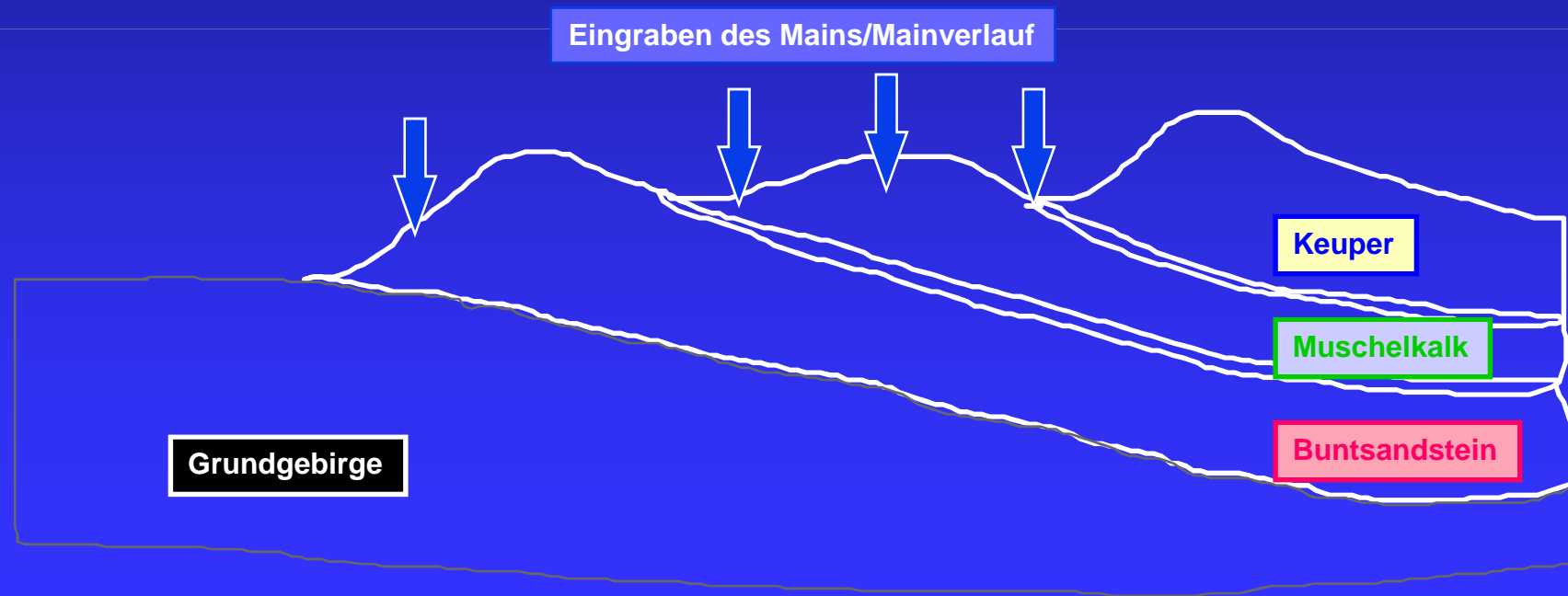
.....Die gewaltigen Kräfte der Erosion trugen dazu bei, dass die Gesteinsschichten unterschiedlich stark oder sogar vollständig abgetragen wurden. Es entstanden Verebnungsflächen (Gäuflächen), oder durch die unterschiedliche Härte des Gesteins die Steilanstiege des Steigerwalds „Die Steigen“



Die Geschichte des Fränkischen Terroirs Wie die Landschaft in Form gebracht wurde

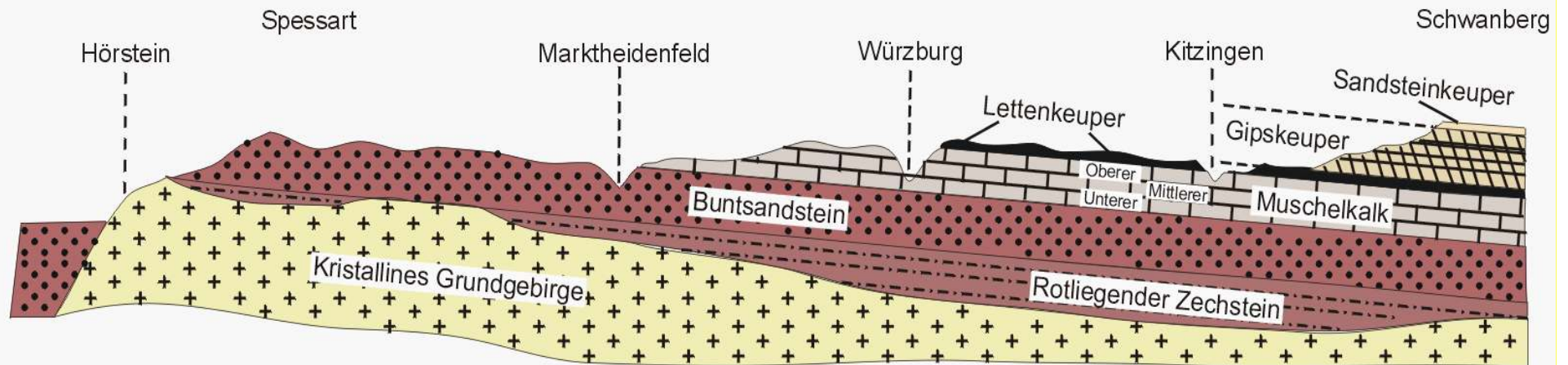
.....Erst vor ca. 2,4 Mio. Jahren – der Mensch lernte gerade laufen – grub sich der Main in das Schichtenpaket ein.

Er modulierte durch seine Kraft und das mitgeführte Gesteinsmaterial die heutige, so charakteristische Tallandschaft heraus. Zwischen 80 und 100 m hat sich der Main bis heute eingegraben und schuf die, für den Wein und dessen Qualität so entscheidenden **Prallhänge**. Sie tragen heute berühmte Lagennamen: „ Würzburger Stein, Escherndorfer Lump etc.....





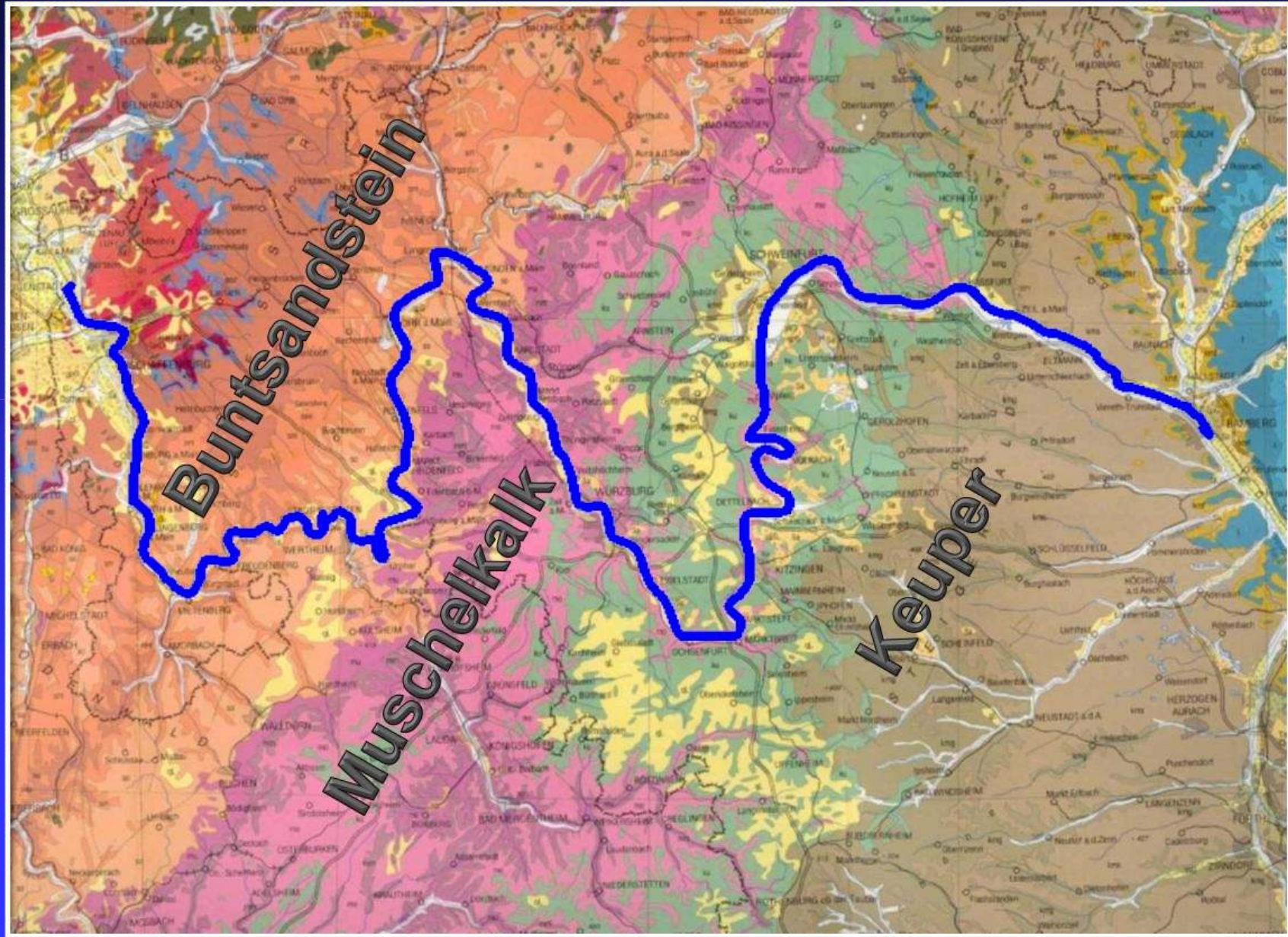
Die TRIAS: Das Geologische Profil Frankens



Quelle: OTTO WITTMANN, 1966

Das geologische Profil Frankens

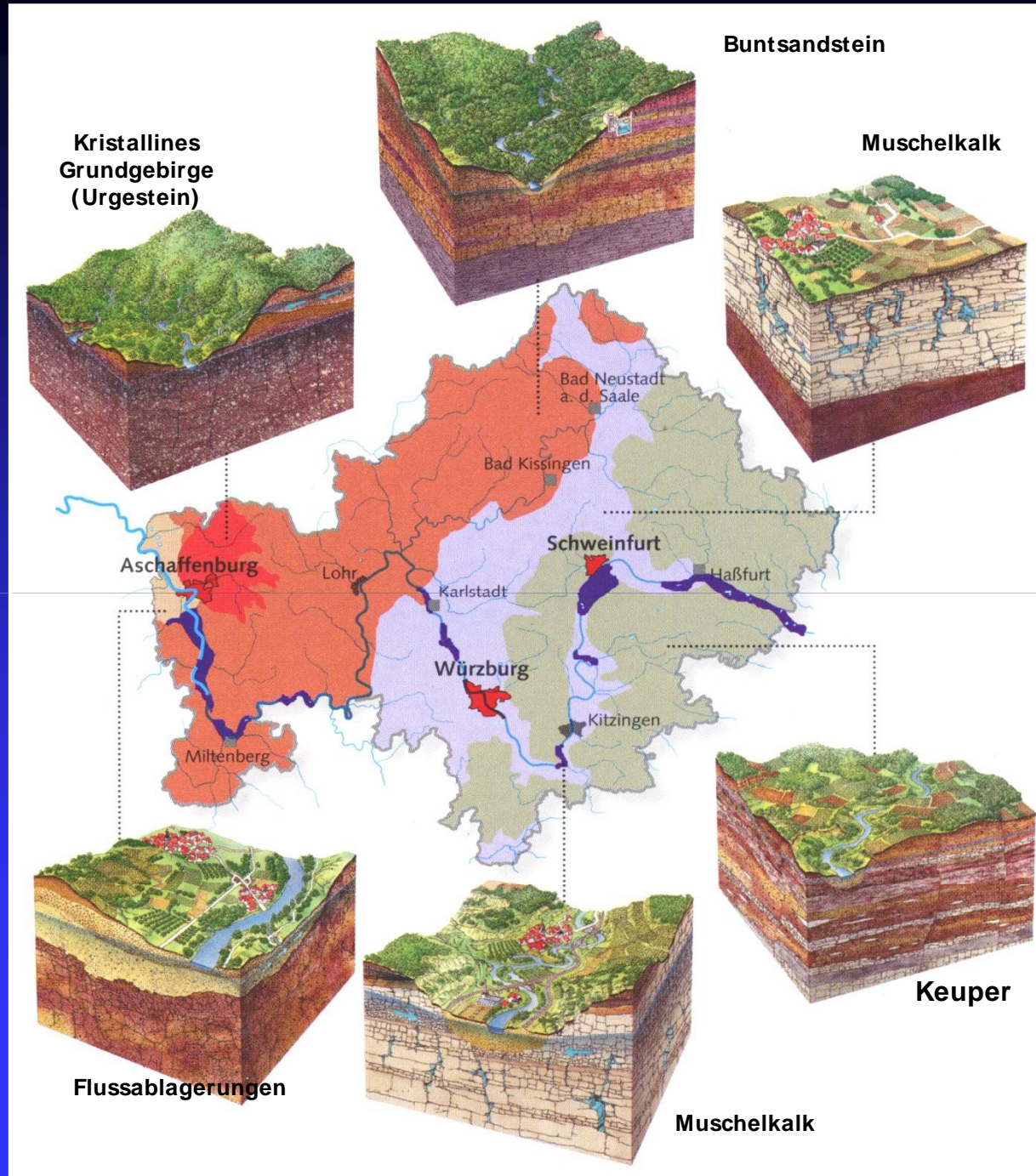
geologische Karte mit den Hauptformationen der Trias



Buntsandstein – Muschelkalk - Gipskeuper



Geologie und Boden in Weinfranken

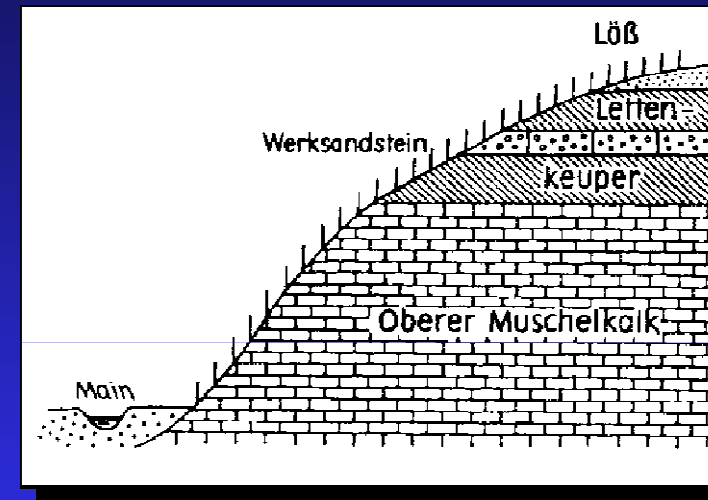
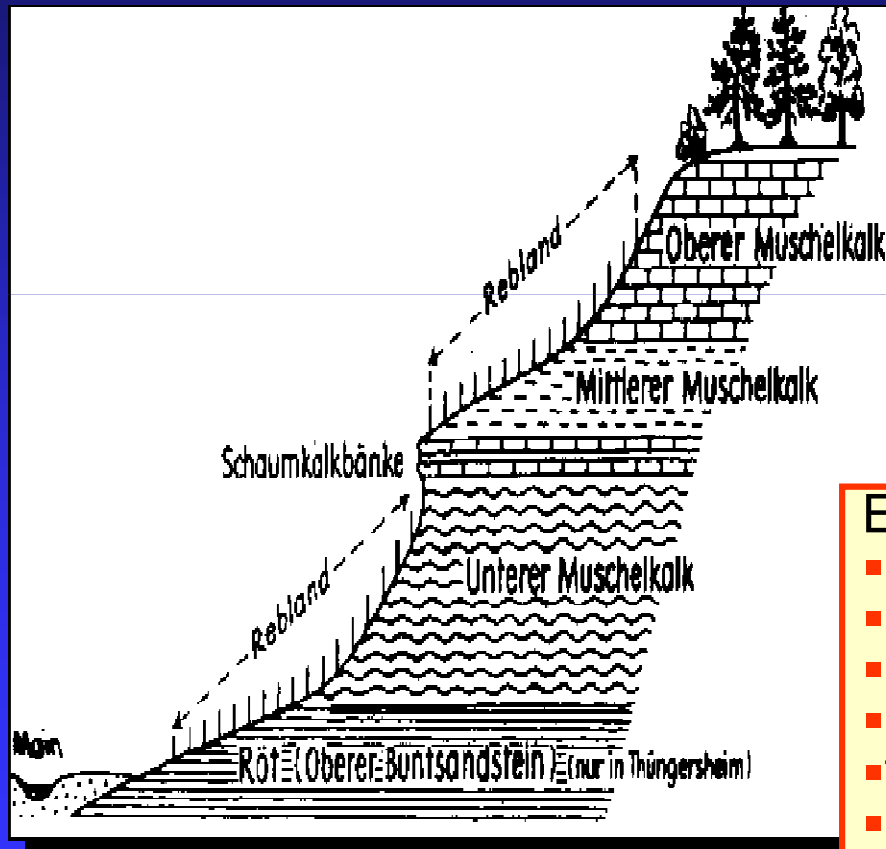


aus: Wasser für Unterfranken, Broschüre
der Regierung von Unterfranken, 2002

Die Böden des Muschelkalkes

Ausgangsgesteine: Kalk-und Kalkmergel, Tonsteine, Dolomit

Bodenart: steiniger, schluffiger Lehm, lehmiger bis toniger Sand, steiniger bis schwach toniger Lehm



Eigenschaften:

- mäßig trocken bis trocken
- geringe bis sehr gute Wasserspeicherung
- Gute Wärmespeicherung
- Langsame Erwärmbarkeit
- Teilweise sehr flachgründig
- Hoher Skelettanteil
- pH-Wert: 7,3-7,7

Quelle: OTTO WITTMANN, 1966

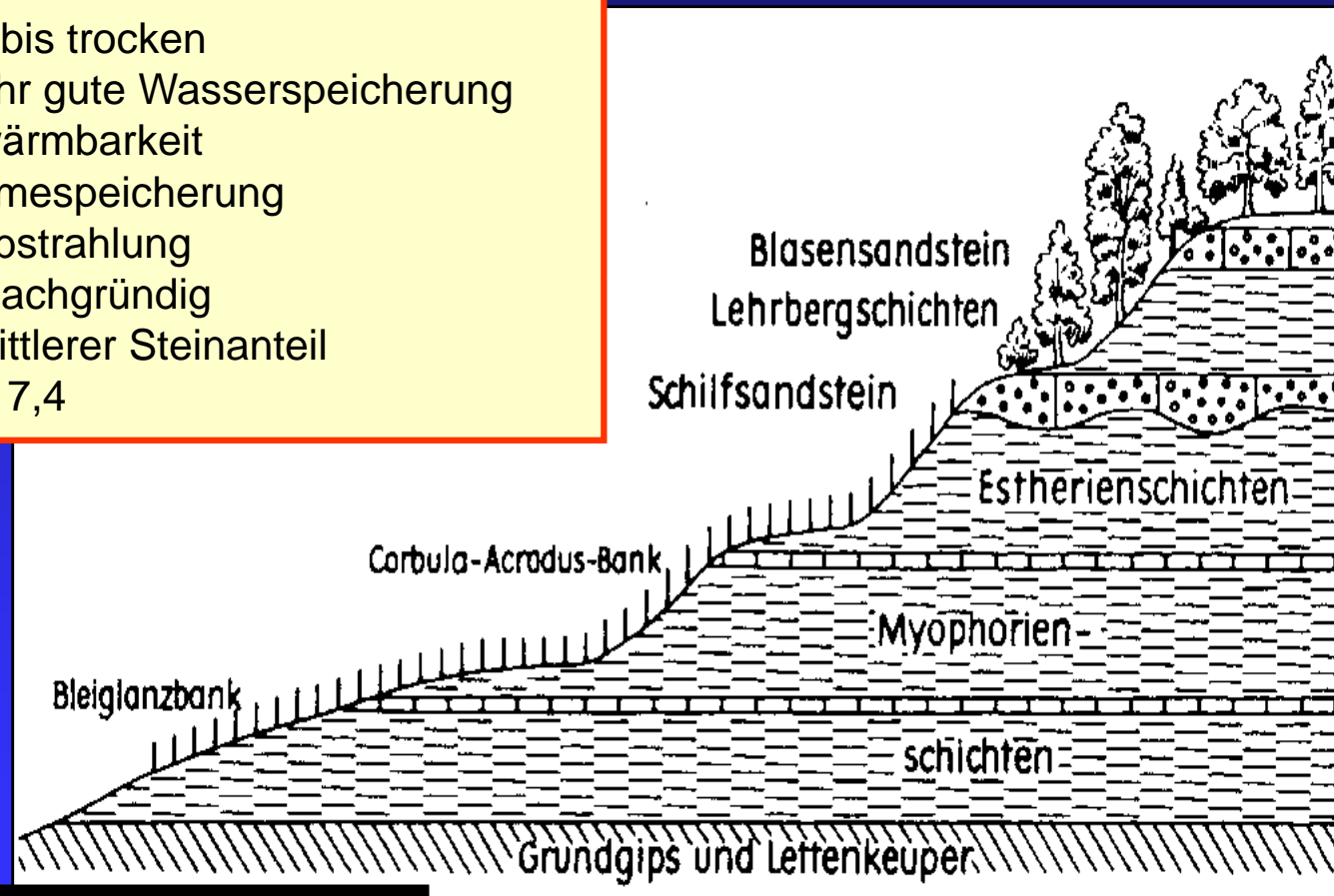
Die Böden des Keuper

Ausgangsgesteine: carbonatreiche Schiefertone, Schiefergrus

Bodenart: lehmiger Ton mit unterschiedlichem Schiefergrusanteil (bis 50 %)

Eigenschaften:

- mäßig trocken bis trocken
- Geringe bis sehr gute Wasserspeicherung
- Langsame Erwärmbarkeit
- Sehr gute Wärmespeicherung
- Hohe Wärmeabstrahlung
- Im Oberhang flachgründig
- Geringer bis mittlerer Steinanteil
- pH-Wert: 7,0 – 7,4



Quelle: OTTO WITTMANN, 1966

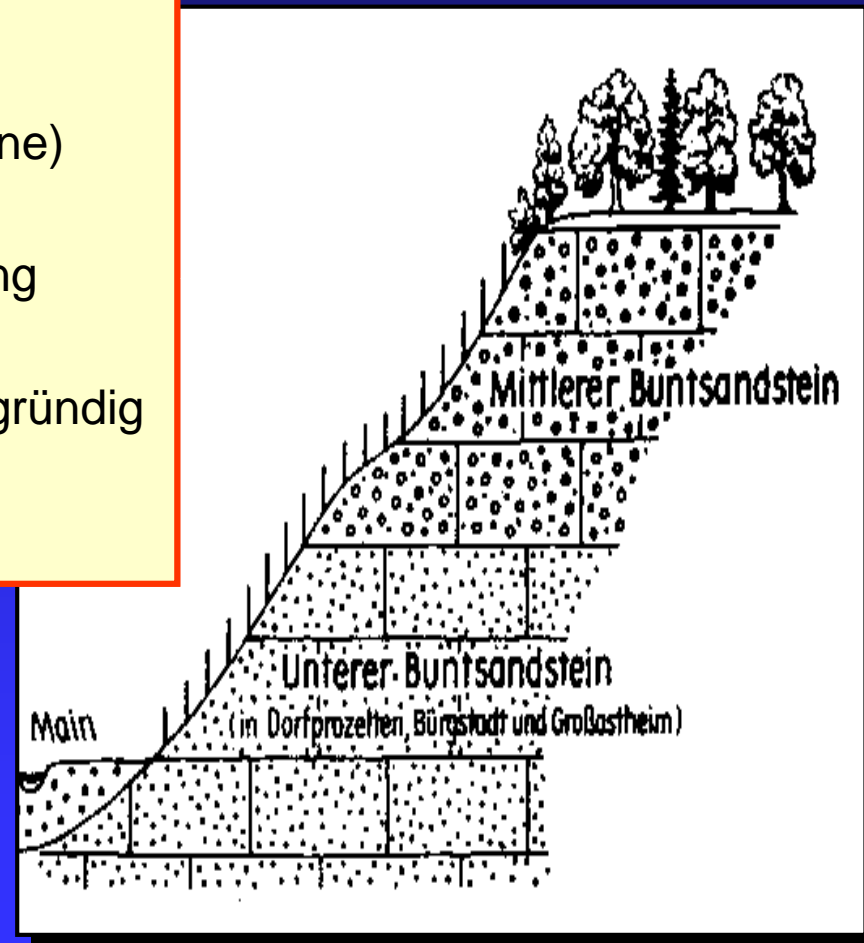
Die Böden des Buntsandsteins

Ausgangsgesteine: Sandsteine, Schiefertone des Röt

Bodenart: Lehmiger Sand, Sandiger Lehm, Toniger Lehm

Eigenschaften:

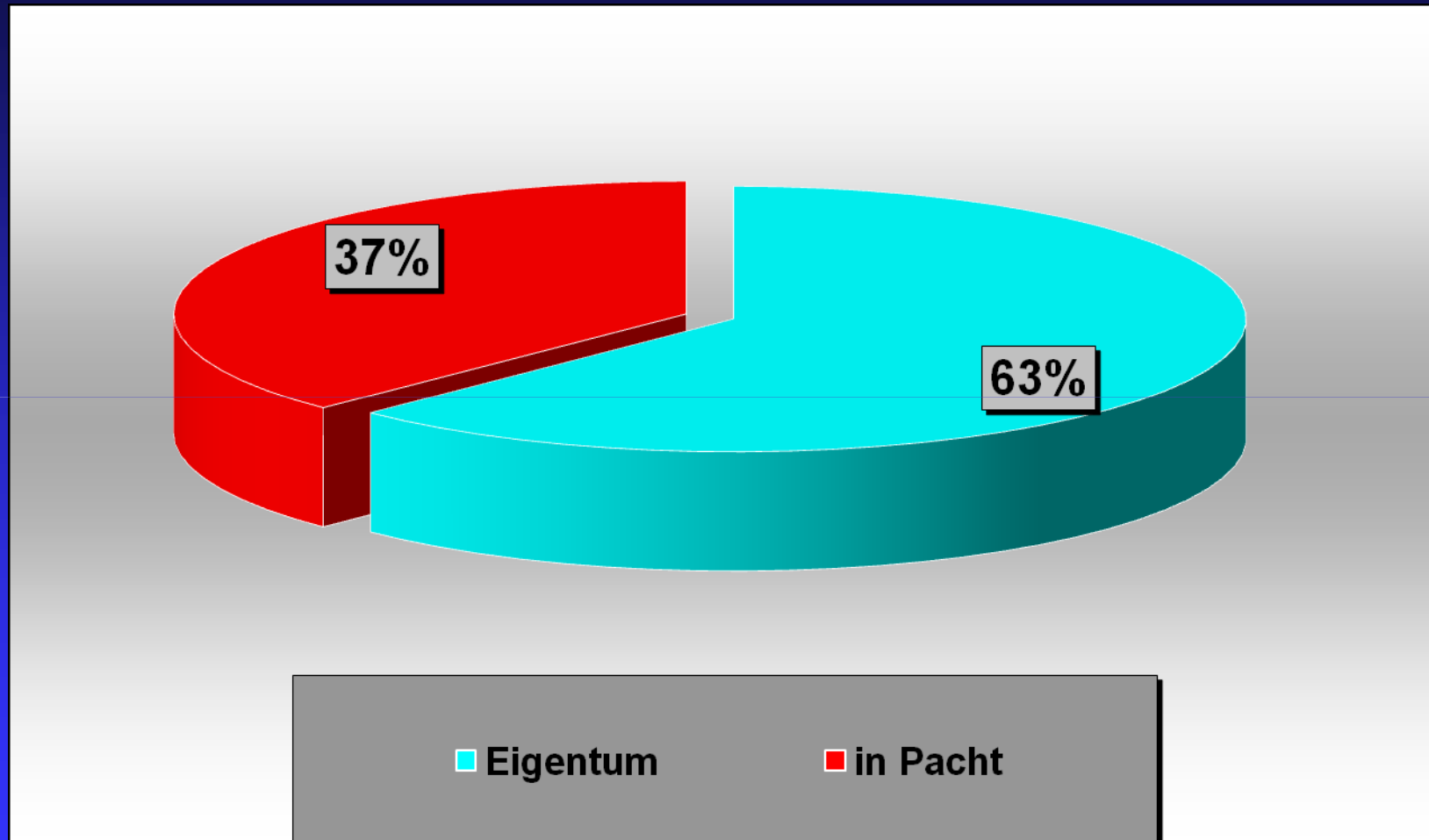
- mäßig trocken bis sehr trocken
- Teilweise hoher Skelettanteil (Steine)
- Geringe Wasserspeicherung
- Schnelle Erwärmbarkeit /Äbkühlung
- hitzig
- Teilweise im Oberhang sehr flachgründig
- pH-Wert 5,5,-6,8



Flächen- und Betriebsstruktur

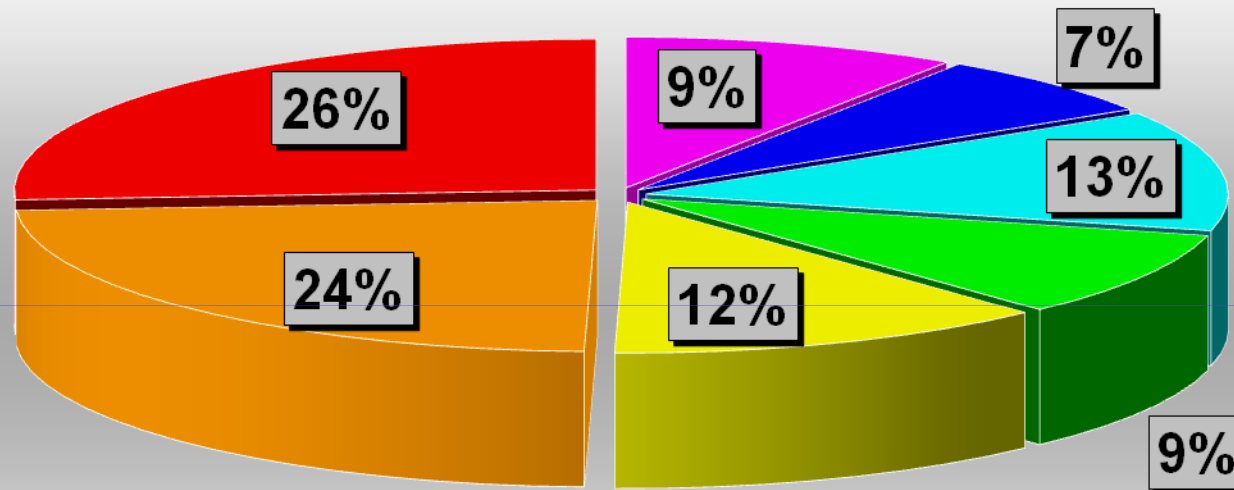
Struktur der Rebfläche

Gesamtrebfläche 6315 ha, im Ertrag 6015 ha, 37870 Parzellen



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2007

Struktur der Rebfläche - Alter der Rebstöcke



■ bis 3 Jahre ■ 4 - 5 Jahre ■ 6 - 10 Jahre ■ 11 - 15 Jahre
■ 16 - 20 Jahre ■ 21 - 25 Jahre ■ über 25 Jahre

Strukturdaten Weinbaugebiet Franken

- 6.250 ha Rebfläche mit ca. 44.000 Parzellen, davon 20 % als Steil- oder Terrassenlagen (ca.1200 ha)
- 270 Weinbaugemeinden
- 5031 Weinbaubetriebe, davon 37 % im Haupterwerb
- Ca 3182 Betriebe mit einer Rebfläche bis zu 0,5 ha!
- Ca. 940 direktvermarktende Betriebe
- 5 Winzergenossenschaften
- Ca. 2.000 vollbeschäftigte AK, ca. 13.000 teilbeschäftigte AK
- Gesamtweinerzeugung ca. 400.000 – 450.000 hl
- Umsatzvolumen ca. 150 – 180 Mio. EURO
- Umsatzvolumen Weintourismus ca. 1.468 Mio. EURO
- Arbeitskräfte im Weintourismus ca. 35.000

Beratungsteam Weinbau – Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung / Weinbauerhebung 1999

Regierung von Unterfranken 2005, Fränkisches Weinland eV. 2006

Strukturdaten zum Weinbau in Bayern (2006)

Rebfläche	6.250 Hektar, mit ca. 44.000 Parzellen; Ca. 3.200 ha neugeordnet Ca. 1.200 ha Steil- und Terrassenlagen
Weinbaugemeinden	270
Weinbaubetriebe	5031, davon ca. 37 % im Haupterwerb Ca. 3.182 Betriebe mit einer Rebfläche bis zu 0,5 ha; Ca. 940 direktvermarktende Betriebe
Winzergenossenschaften	5, mit 3318 Mitgliedern und 2133 ha Rebfläche
Weinerzeugung; 5-Jahresdurchschnitt	43.Mio. Liter, davon ca. 60 % 0,75 l Flaschen
Besucherstruktur (Fränk. Weinland)	28 Mio. Tagesbesucher, 2,27 Mio. Übernachtungen
Arbeitskräfte Weinbau	Ca. 2.000 Voll- AK, 13.000 Saison- AK
Arbeitskräfte Tourismus	Ca. 35.000 AK
Umsatzvolumen Wein	150 – 180 Mio. EURO
Umsatzvolumen Weintourismus	1.468 Mio. EURO (Fränkisches Weinland 2006)

Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung / Weinbauerhebung 1999, Fränkisches Weinland eV. 2006

Marktwirtschaftliche Phasen der fränkischen Weinwirtschaft

1955 – 1985:

- **Produktionsorientierung** → Flurbereinigung, → moderne Produktionsmittel, → „Neuzüchtungen“ → Technisierung

1975 – 1990:

- **Absatzorientierung** → Zunahme der Direktvermarktung, → Vermarktung außerhalb des Anbaugebietes → Zeit der Erzeugergemeinschaften

1985 - 1995:

- **Marketingorientierung** → Verstärkte PR, → Zeit der Gebietsweinwerbung, → Öffentlichkeitsarbeit

Ab 1995 bis heute:

- **Kundenorientierung:** → Marktforschung, SINUS-Studie, → Zielgruppen → Qualitätsansprüche steigen → **Weinstile/Qualität** → **Flaschenformen** und Flaschenfarben → Etikettengestaltung
- **Globalisierung:** → Internationaler Markt → **Markenbildung** → Zunahme LEH / Discount
- **Dienstleistungsorientierung:** → **Weintourismus**

Die Fränkische Weinwirtschaft im internationalen Vergleich:

Wettbewerbsnachteile:

- Kleine Strukturen
- Hoher Kostendruck
- Hohe Arbeitsintensität
- Klimatische Nachteile
- Rechtliche Rahmenbedingungen

Wettbewerbsvorteile:

- Marktvolumen
- Kundennähe
- Kundenbeziehung
- Dienstleistungsangebot
- Produktumfeld
- Weintourismus

Frankens Herausforderungen

- Globalisierung → Markenbildung, Discount
- Qualität → Weinstile, Qualitätspyramide
- Direktvermarktung unter Druck → LEH, Discount, E-Commerce → Einkommensalternativen
→ Dienstleistungsorientierung
- Export → Franken liegt weit zurück!
- Image → Neues Bild erforderlich → Kommunikation, Medien
- Ländlicher Raum → Entwicklung der Strukturen → Weinbau, Tourismus, Gastronomie, Handel und Gewerbe
- Klimaveränderung → Rebsorten, Bewässerung

Maßnahmen der Fränkischen Weinwirtschaft

- Verstärktes Qualitätsbewusstsein und verstärkte Marktorientierung der Fränkischen Betriebe
- Hohe Investitionsmaßnahmen im Bereich Önologie und Vermarktung
- Qualitätsoffensive Frankenwein → 4-Säulenmodell
- Silvaner Symposium / Silvaner – Der Frankenwein
- Vermarktungsinitiativen (Der Müller; Frank & Frei, Inselweinmacher; Der Franke, Vielfalter)
- Fränkische Qualitätspyramide
- Franken besetzt das Thema Terroir (TRIAS)
- Marktwirtschaftliche Neuausrichtung der Erzeugergemeinschaften
- Fränkisches WeinTourismuskonzept

Der Wiederaufbau des Fränkischen Weinbaus

Die entscheidenden Faktoren ab 1954

- Neuordnung der Rebfläche durch Flurbereinigungsmaßnahmen
Zusammenlegung - Erschließung - Wasserführung
- Unterstützung der Erzeugergemeinschaften
Lagerkapazität - Kellertechnik - Vermarktung
- Staatl. Beratung Weinbau und Kellerwirtschaft
- Einsatz moderner Produktionsmittel:
Maschinenteknik - Düngung - Rebschutz - Pfropfrebe

Neuordnung der Rebflächen

- Flurbereinigungsmaßnahmen im Fränk. Weinbau -

- Beginn des Wiederaufbaus 1954
 - Erlenbach 1954
 - Hüttenheim 1957
 - Stetten 1958
- 3300 ha Rebfläche in 110 Verfahren neu geordnet
- Gesamtkosten ca. 200 Mio. EURO, davon ca. 60 % staatliche Beihilfen
- Kosten pro Hektar ca. 20.000 – 50.000 €

Maßnahmen der Neuordnung

- Erschließung der Rebflächen
- Zusammenlegung der durch die Realteilung entstandenen Kleinstparzellen zu sinnvollen wirtschaftlichen Einheiten
- Regelung des Wasserabflusses
- Rückhalt des Bodenabtrages
- Sicherung der Weinorte vor Hochwasser
- Bei Reblausbefall Bodenentseuchung
- Anpflanzung von Pfropfreben
- Verwendung leistungsfähiger Rebsorten („Neuzüchtungen“)

Bedeutung der Weinbergflurbereinigung Gestern und Heute

Gestern:

- Erschließung
- Mechanisierung
- Pflanzfreibe
- Leistungssteigerung
Rebschnitt
- Einsatz moderner
Produktionsmittel
- Erosionsschutz
- Rationalisierung
- Ertragssicherung

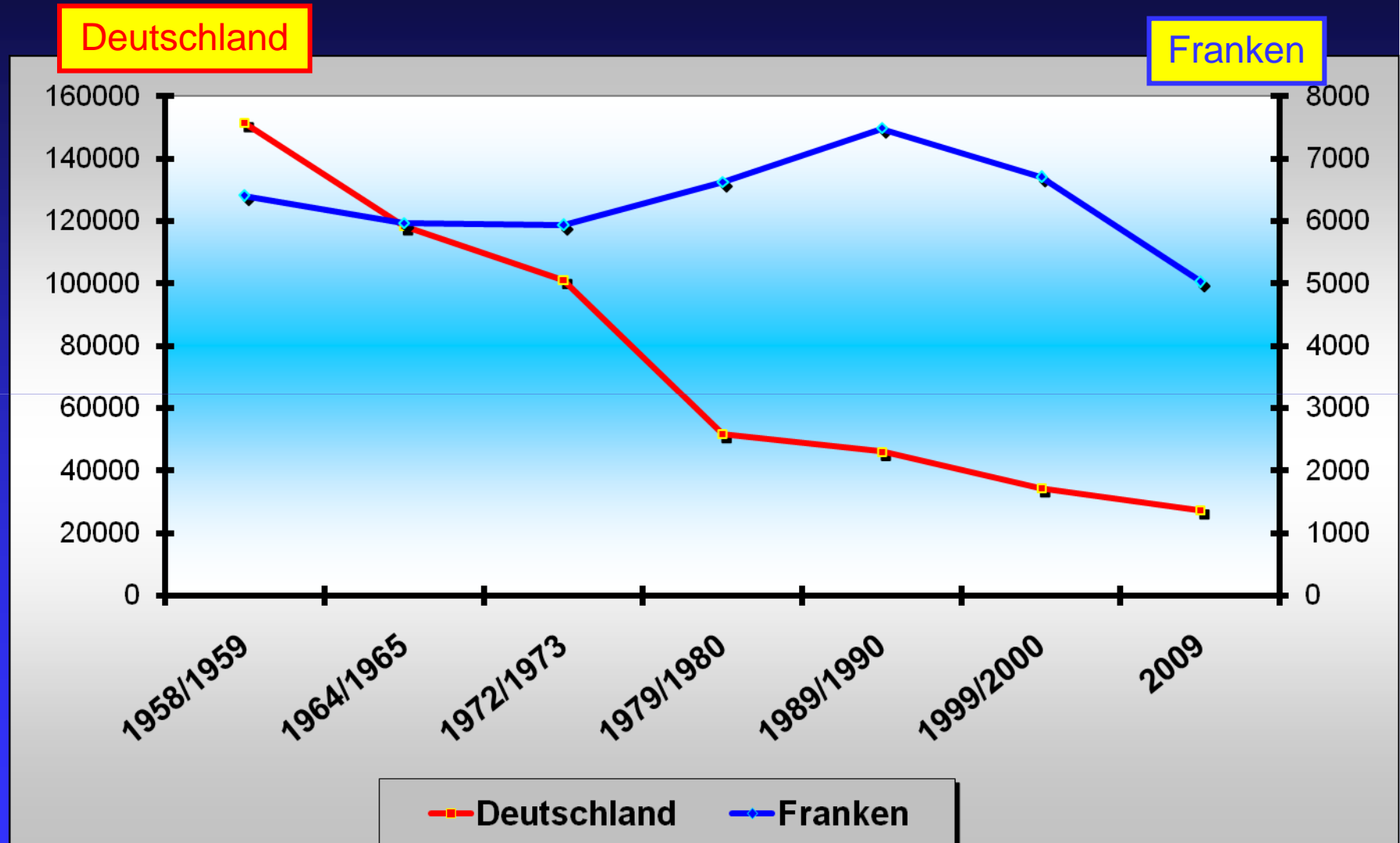
Ertragsorientierung

Heute:

- Extensive
Bewirtschaftung
- Umweltschonender
Weinbau
- Sicherung
Steilhangs
- Ertragsregulierung
- Kostenmanagement
- Weinlandschaften als
Kulturlandschaften
- Weintourismus

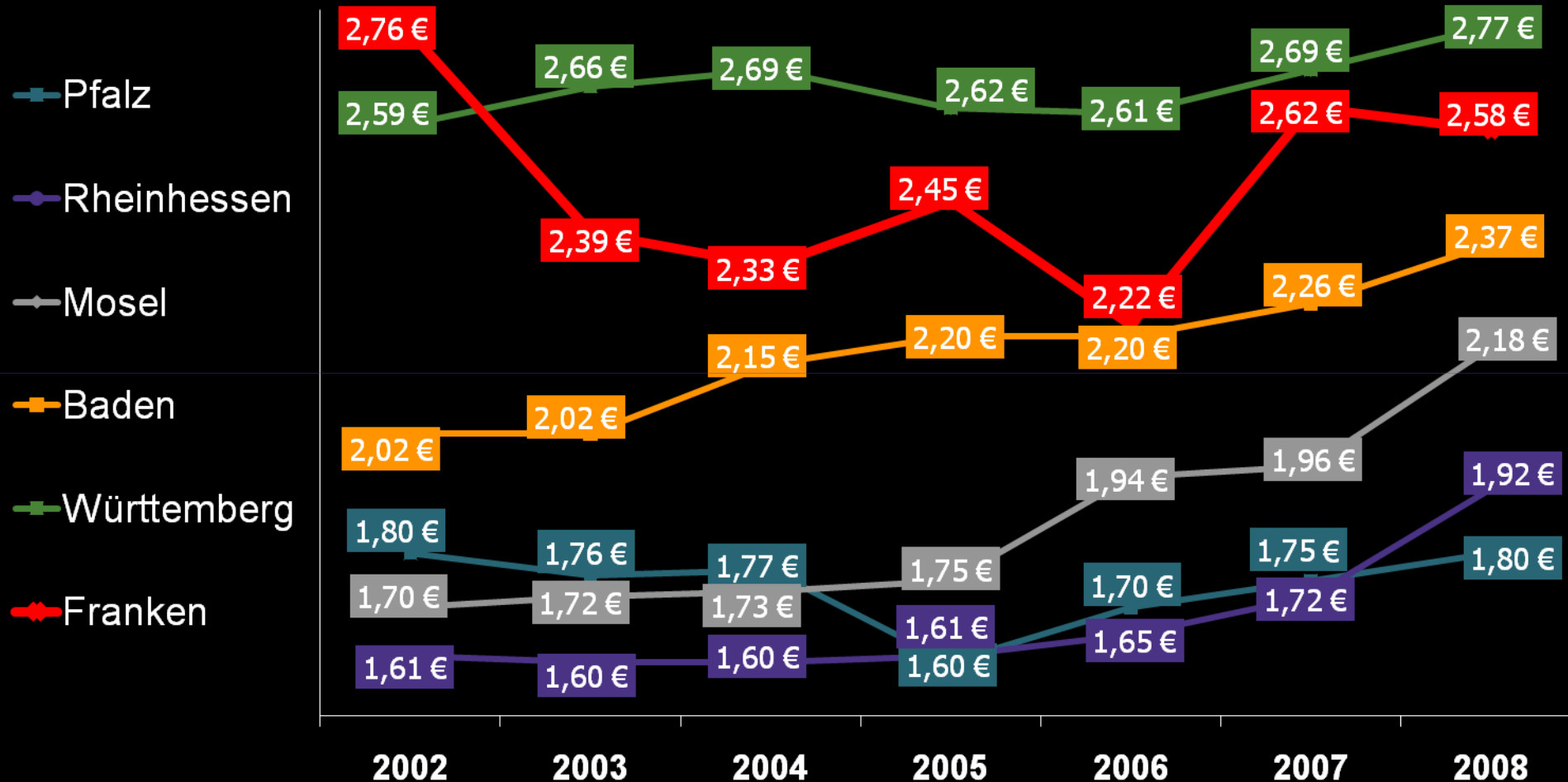
Marktorientierung

Entwicklung der Weinbaubetriebe in Deutschland und Franken



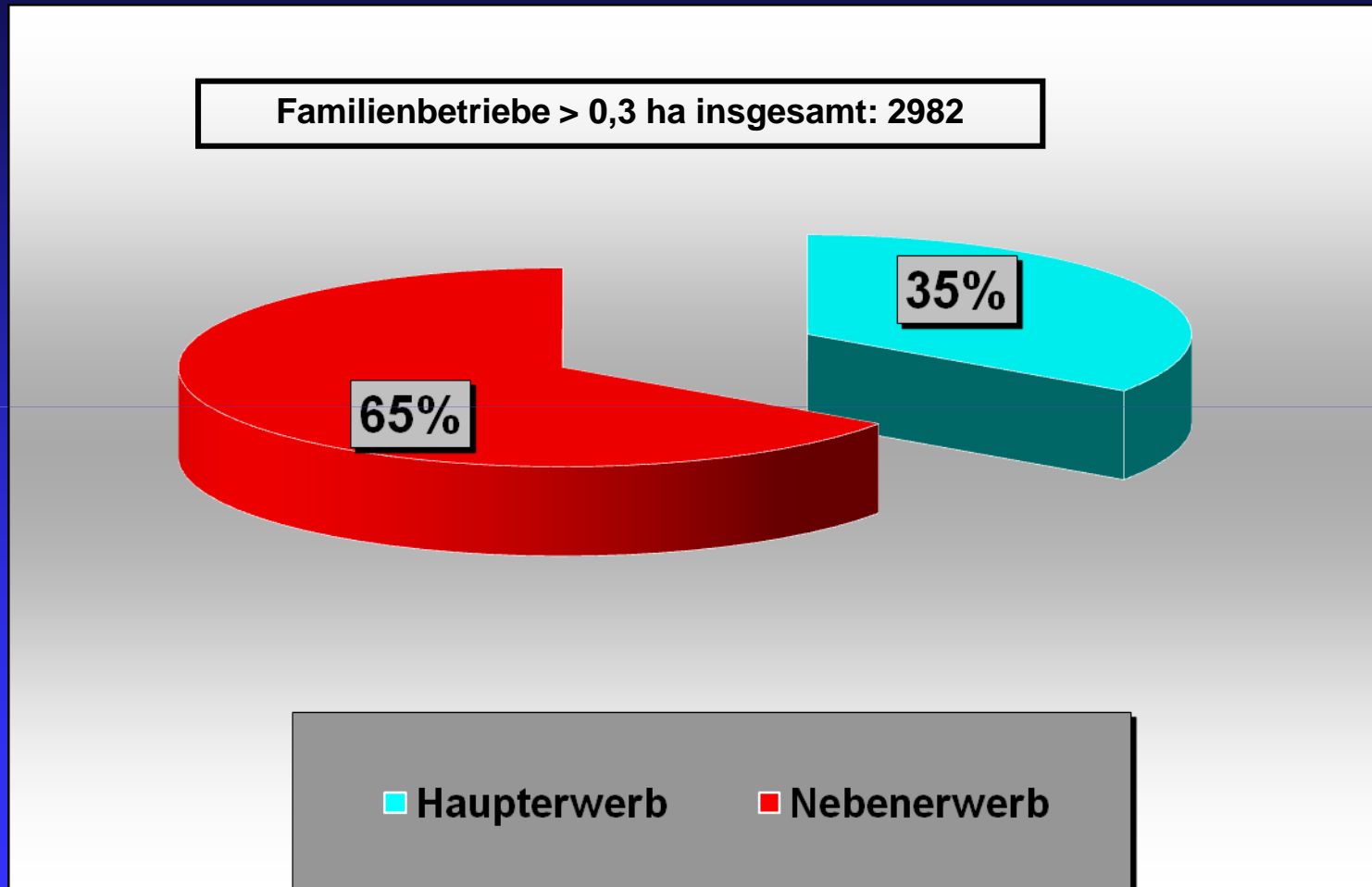
Preisentwicklung deutscher Anbaugebiete

D gesamt, LEH inklusive Discounter, Durchschnittspreis je 0,75 l Flasche



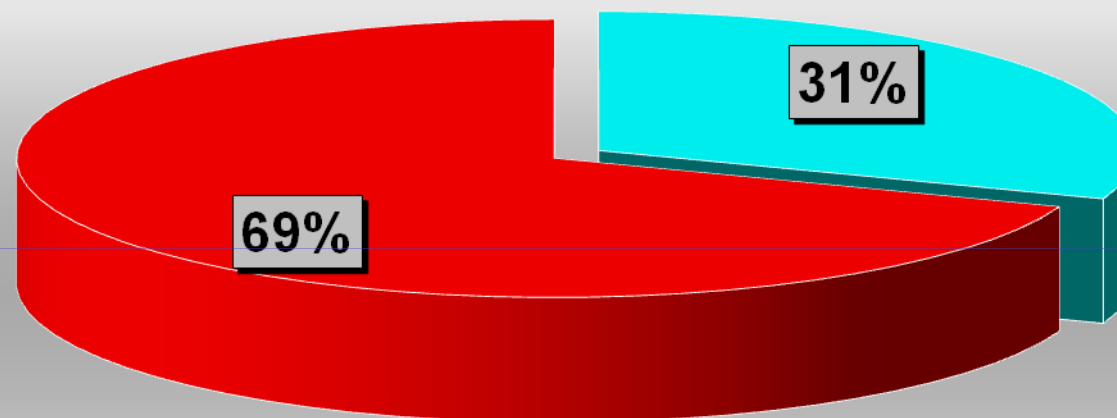
Quelle: GFK Consumer Tracking, GWF 2009

Sozioökonomische Betriebsstruktur des Fränkischen Weinbaus



Vermarktungsstruktur des Fränkischen Weinbaus

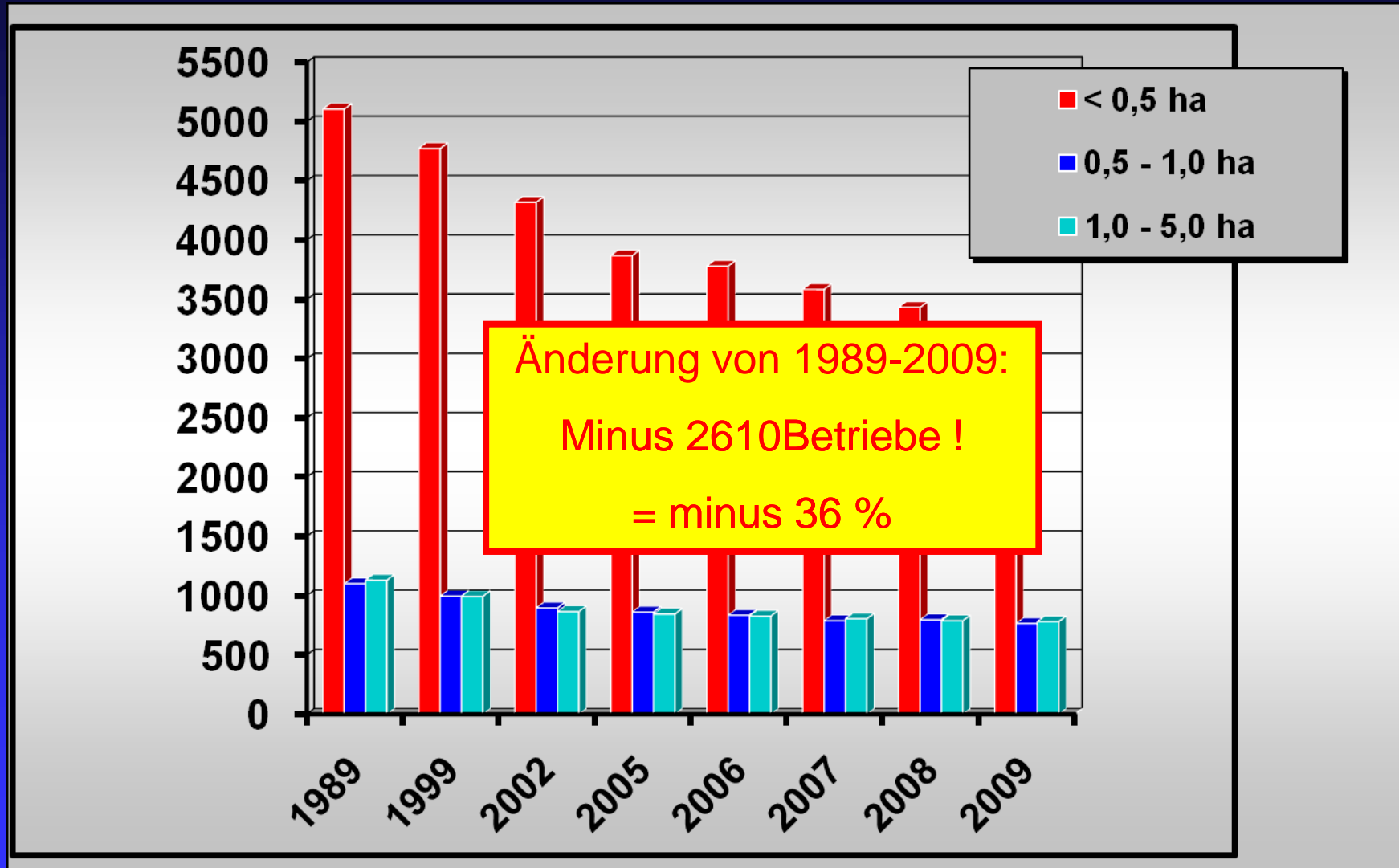
Betriebe > 0,3 ha insgesamt: 3067



■ Ausbauende Betriebe

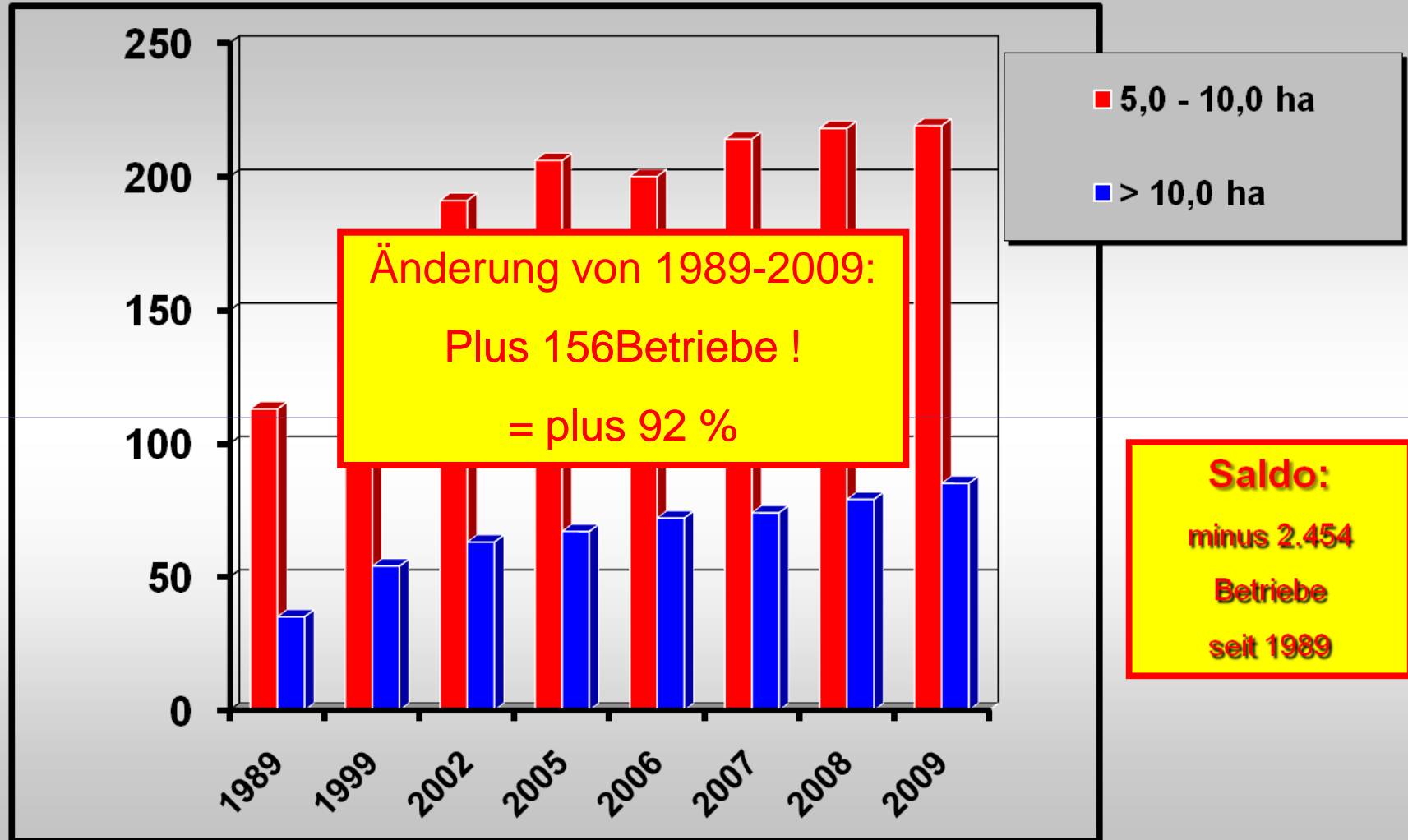
■ Traubenerzeuger

Strukturelle Veränderung der Weinbaubetriebe Bayerns



Quelle: Weinbaukartei, LWG - 2009

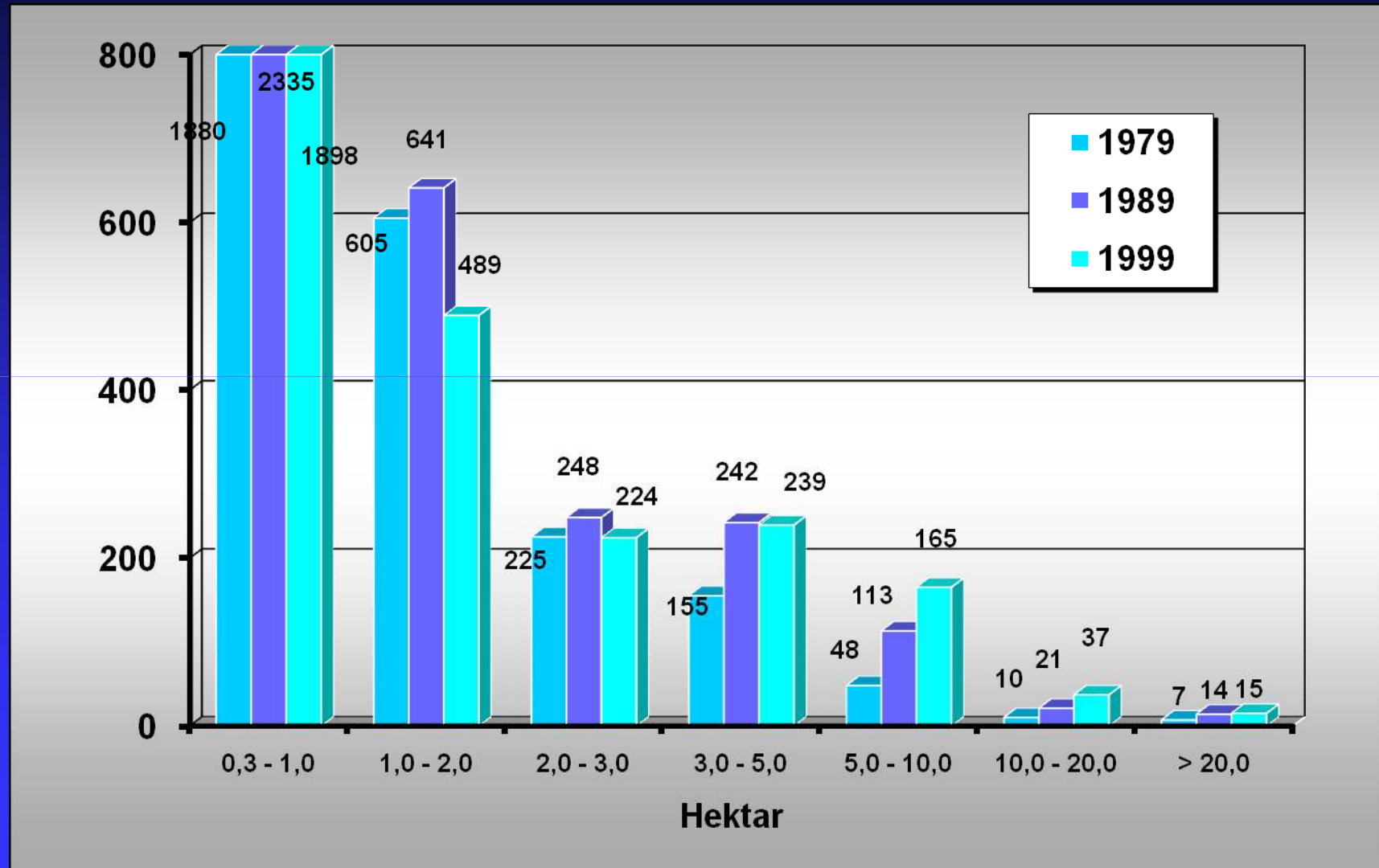
Strukturelle Veränderung der Weinbaubetriebe Bayerns



Quelle: Weinbaukartei, LWG - 2009

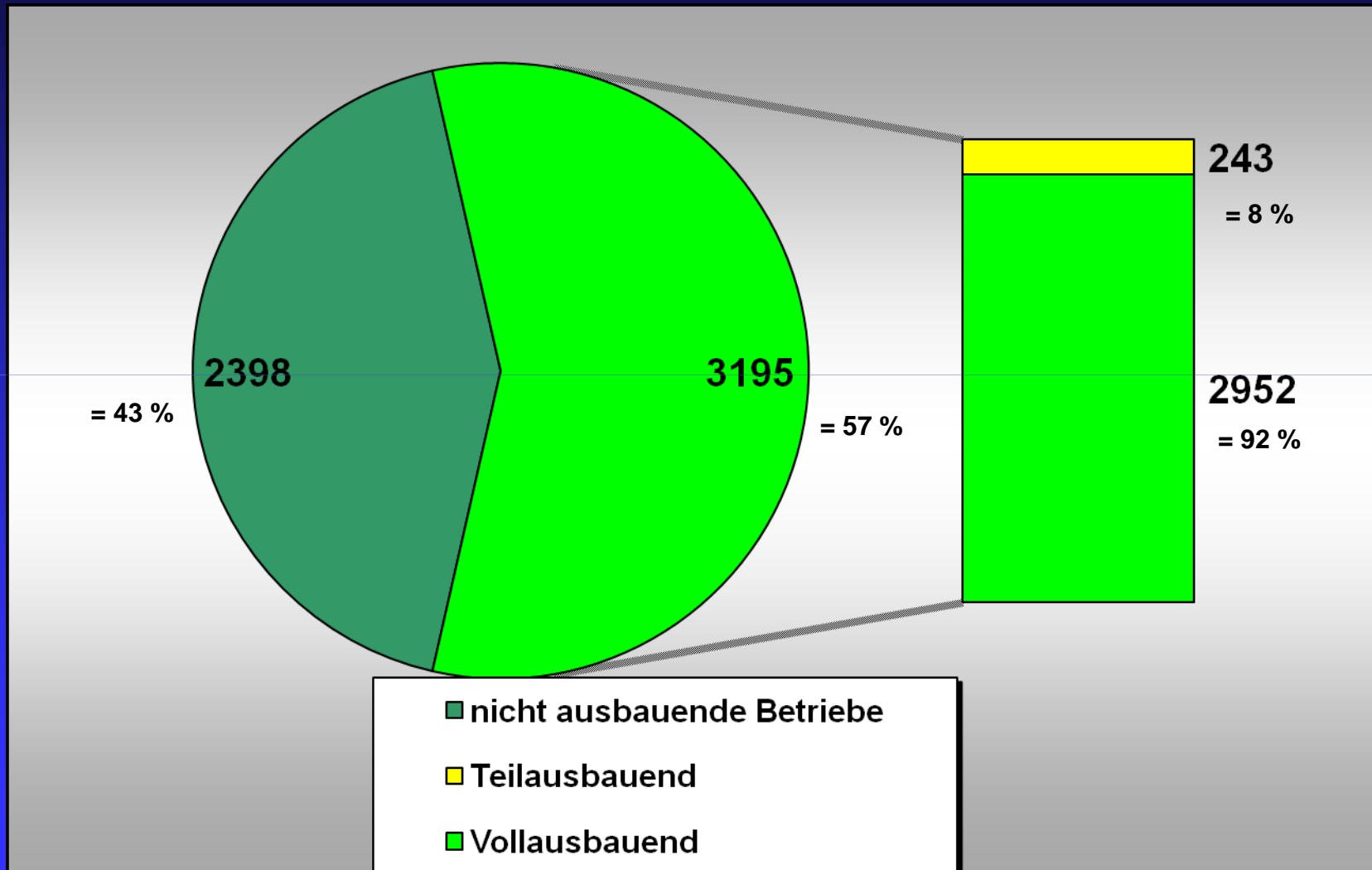
Betriebe mit Weinbau

Entwicklung der Betriebsgröße



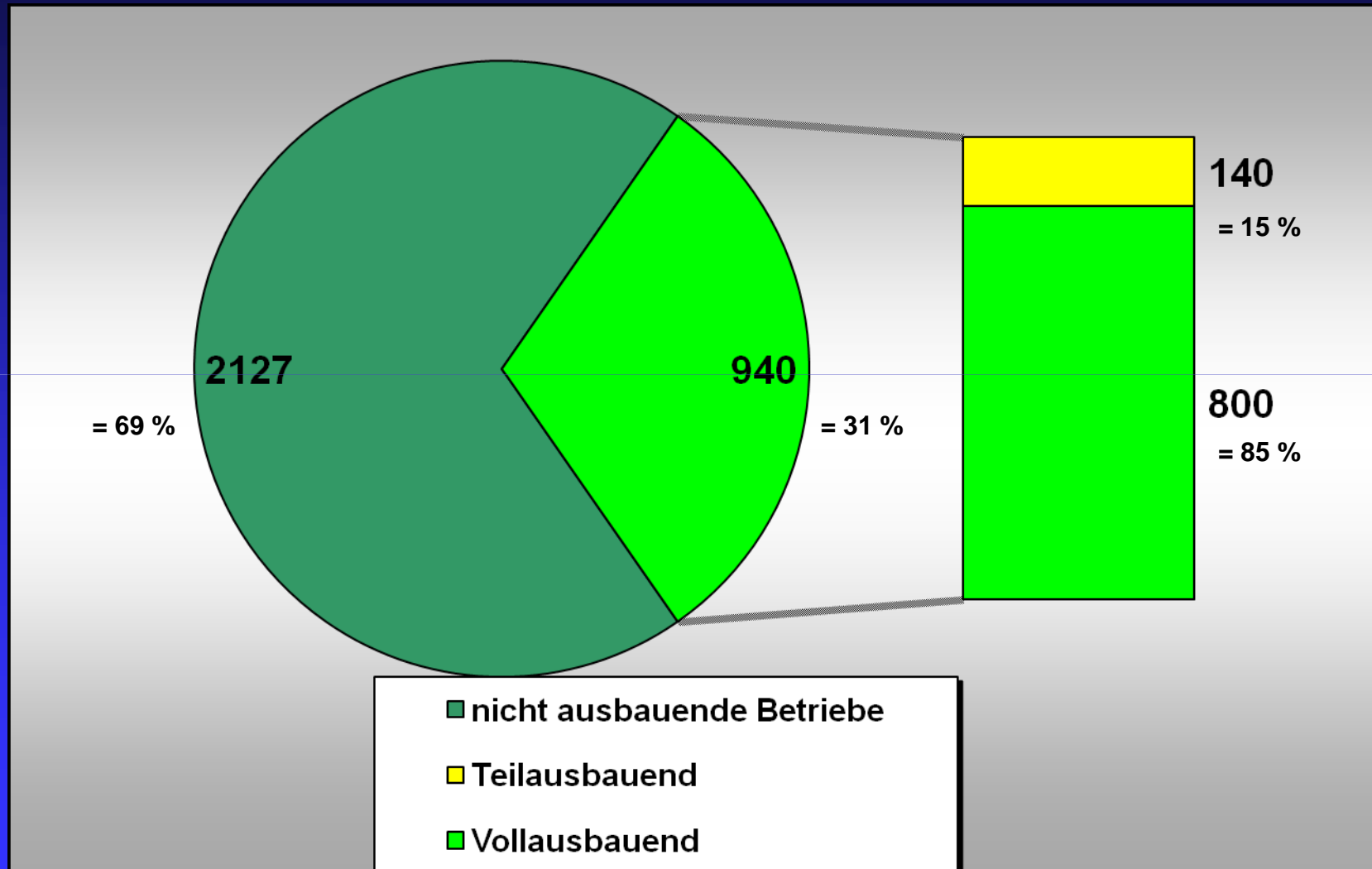
Rebflächen der Betriebe mit Weinbau nach der Verwertung des Lesezeuges

Insgesamt 5593 ha Rebfläche



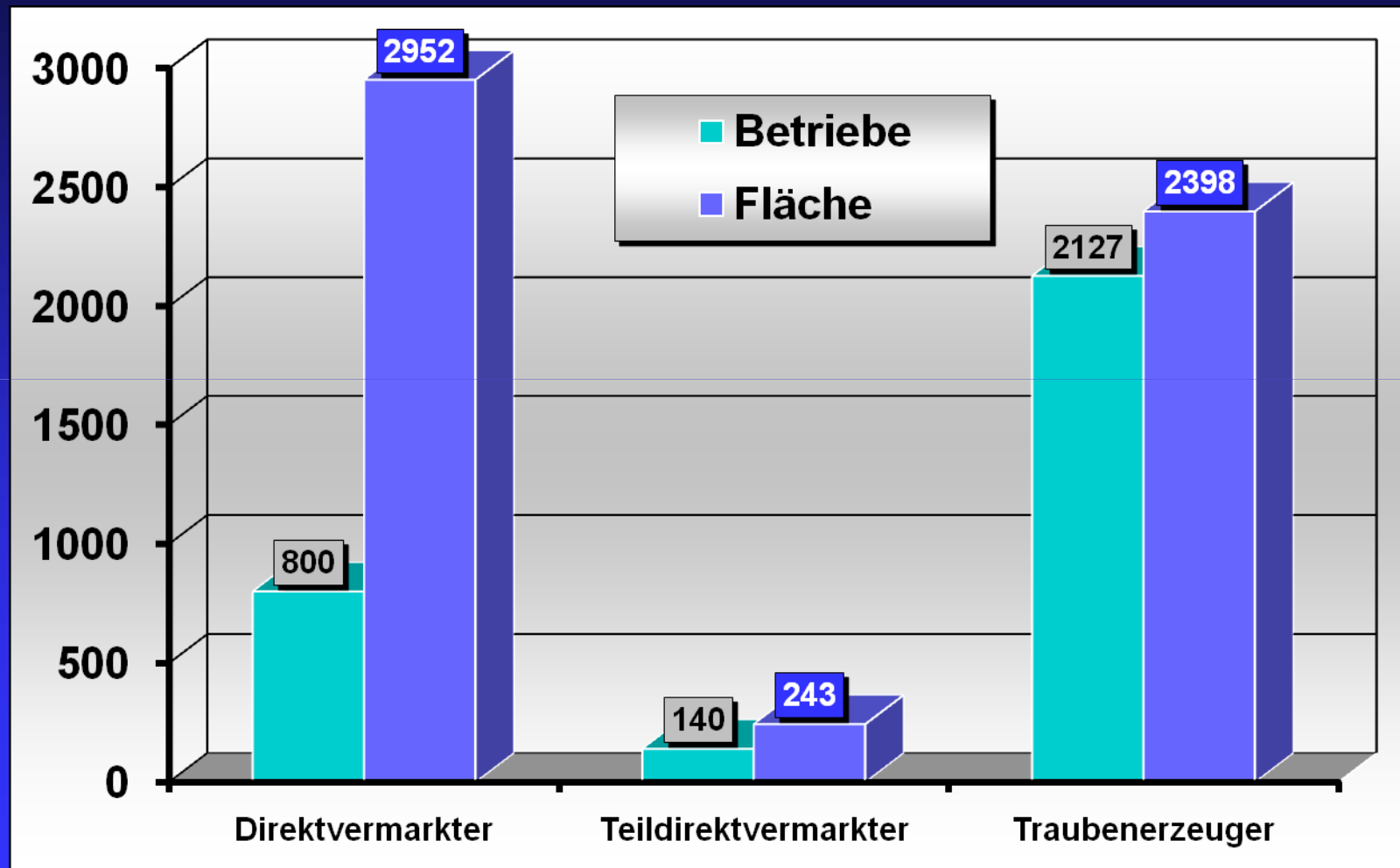
Betriebe mit Weinbau nach der Verwertung des Lesegutes

Insgesamt 3067 Betriebe > 0,3 Hektar Rebfläche



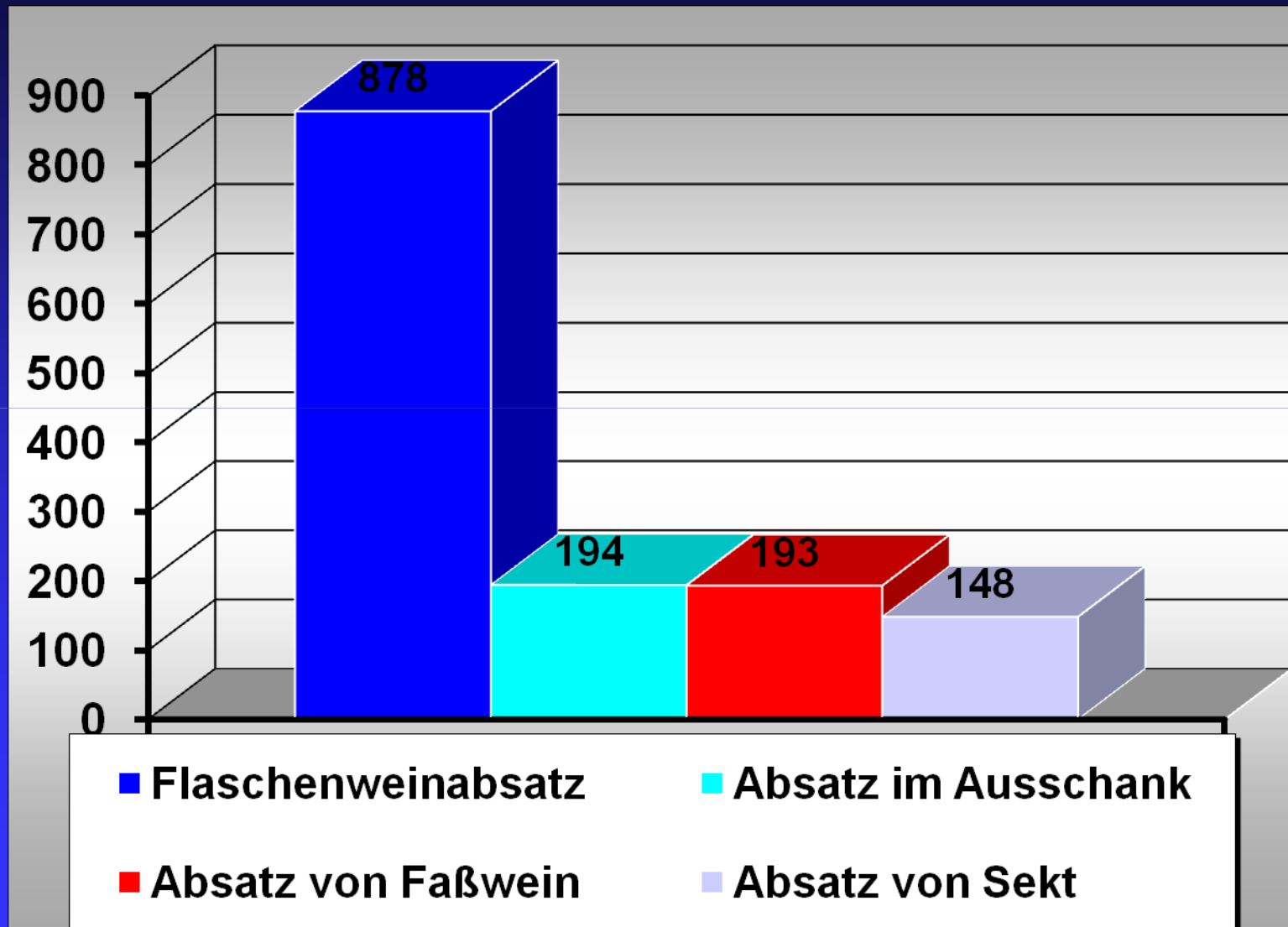
Betriebsstruktur in Franken

3067 Betriebe > 0,3 ha



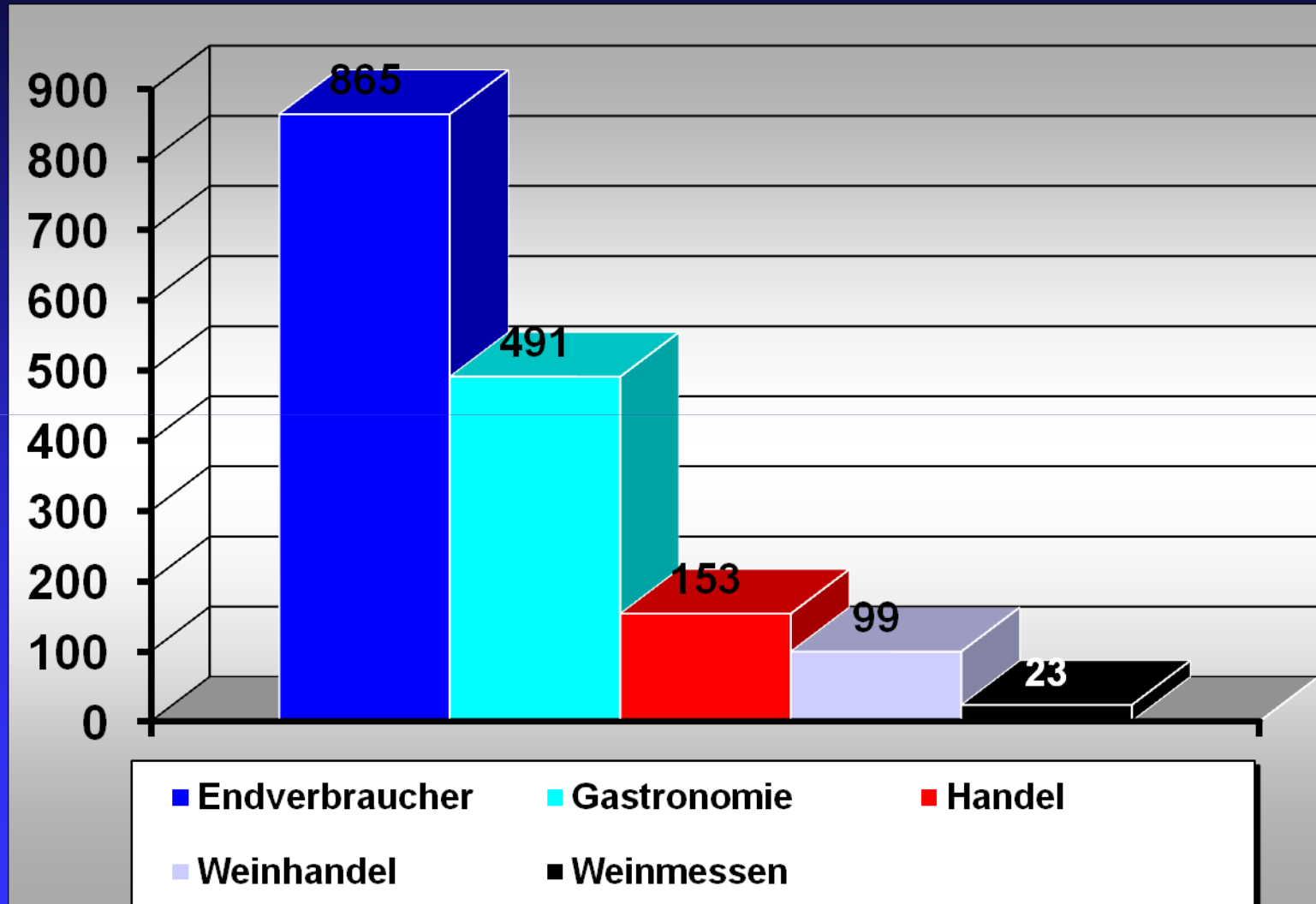
Ausbauende Betriebe nach Absatzarten

Insgesamt 940 ausbauende Betriebe (> 0,3 ha)



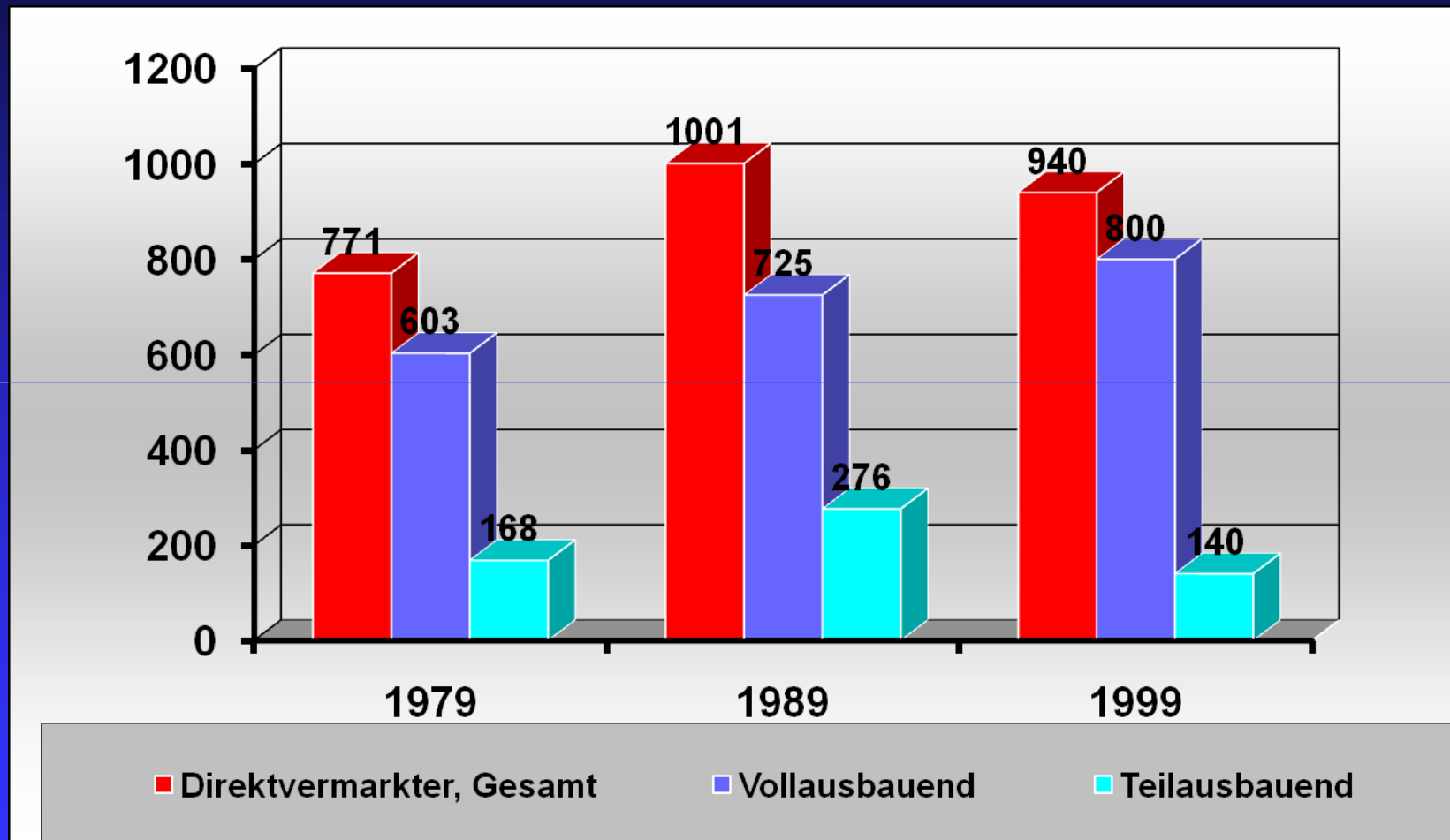
Ausbauende Betriebe nach Absatzwegen

Insgesamt 878 ausbauende Betriebe mit Flaschenweinabsatz (> 0,3 ha)



Entwicklung der Direktvermarktung

3067 Betriebe > 0,3 ha



Die Bedeutung der Winzergenossenschaften für den Weinbau in Franken

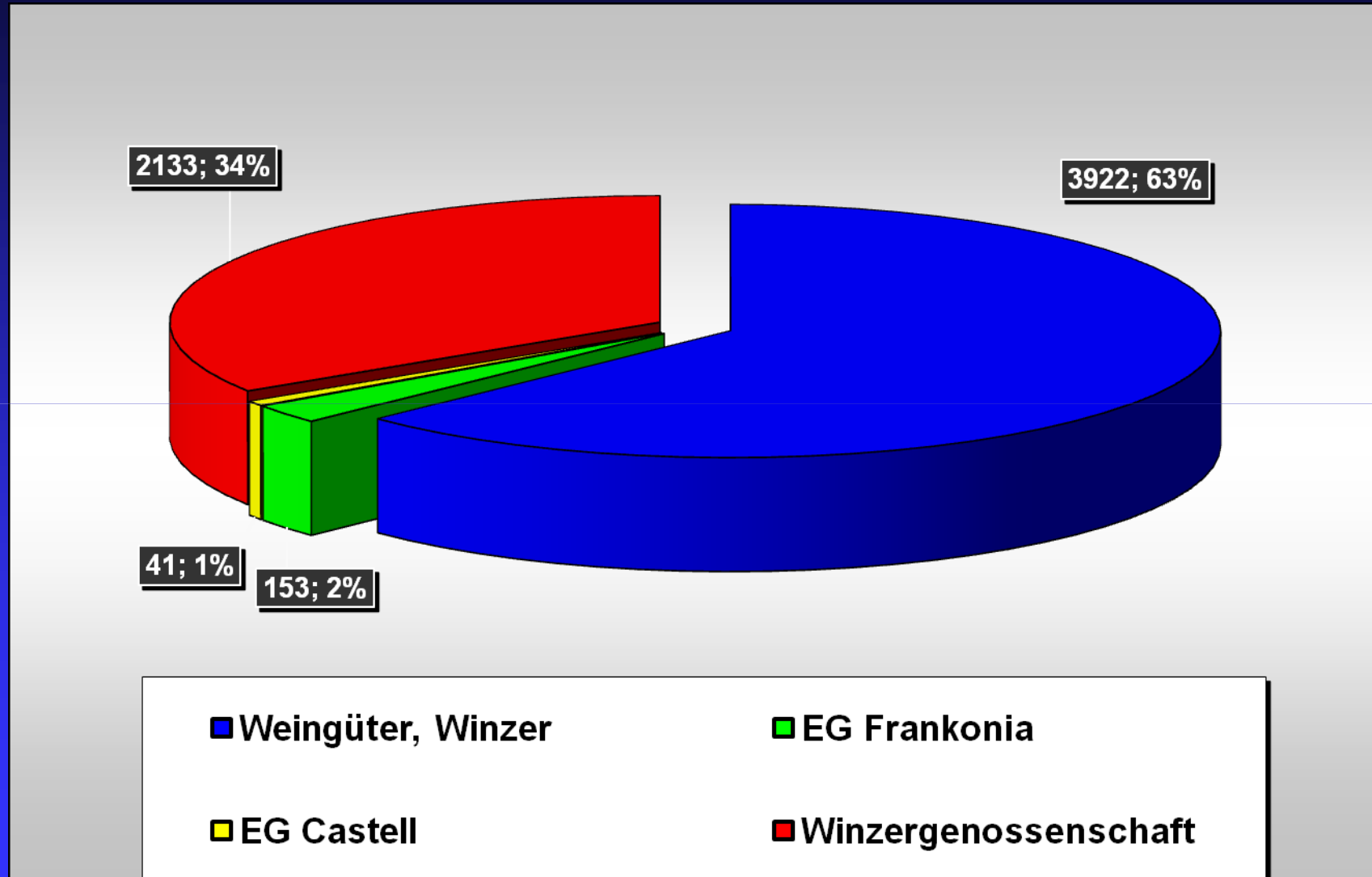
- Erhalten volkswirtschaftlich eine breite Streuung des Eigentums (Nutzen für alle)
- Wirken marktstabilisierend durch hohe Einlagerungskapazitäten und weite Vermarktung
- Erhalten und ermöglichen den Steillagenweinbau (Hobbyweinbau)
- Sichern die Weinqualität durch modernste kellerwirtschaftliche Technologie
- Stabilisieren den Strukturwandel in der Landwirtschaft

Die Bedeutung der Weingüter und Selbstvermarkter für Franken

- Erhalten eine vielfältige Betriebsstruktur in der Region
- Sind wichtige Partner der vor- und nachgelagerten Wirtschaft (Handwerk, Handel, Dienstleistung)
- Sind wichtiges Bindeglied zur Gastronomie und zum Tourismus
- Bringen Gäste und Weinfreunde in die Region
- Tragen zur kulturellen Bereicherung der Region bei (Bsp. Hofschoppenfeste, Weinfeste, etc.)
- Sichern und schaffen Arbeitsplätze
- Erhalten die Kulturlandschaft

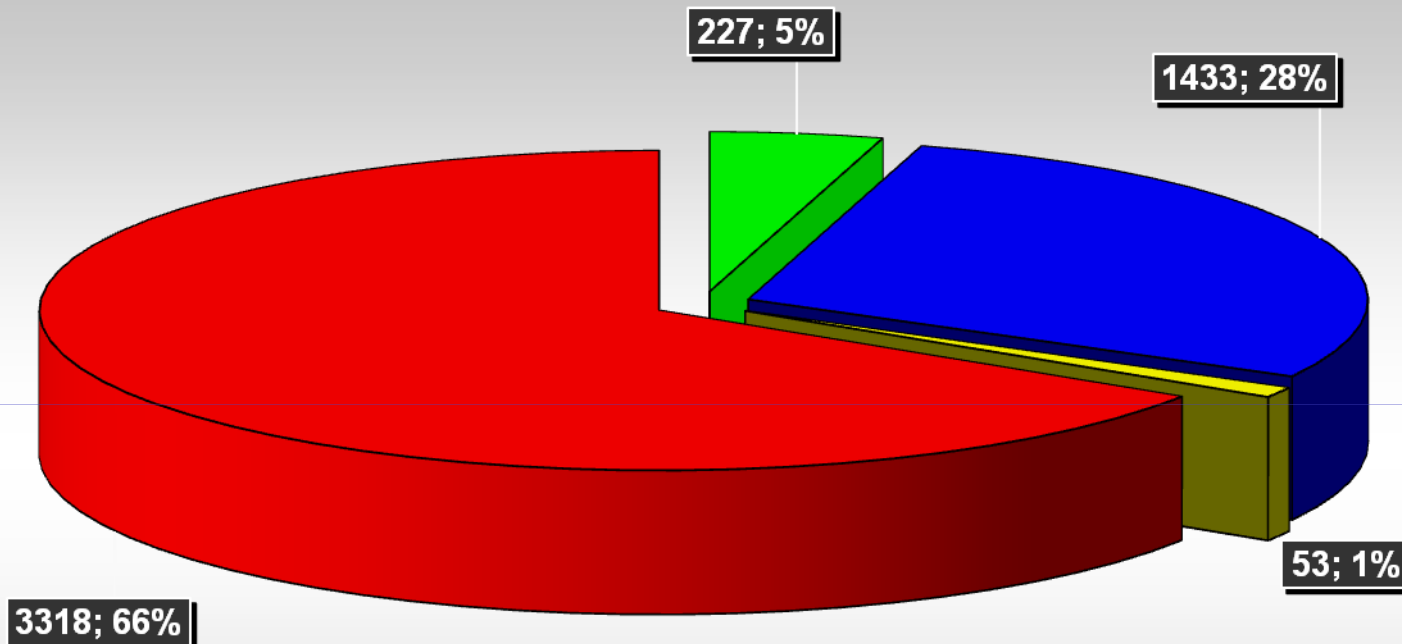
Verteilung der Rebfläche auf die Erzeugungsstrukturen

6250 Hektar insgesamt



Verteilung der Betriebe auf die Erzeugungsstrukturen

5031 Betriebe insgesamt



■ EG Frankonia

■ Weingüter, Winzer

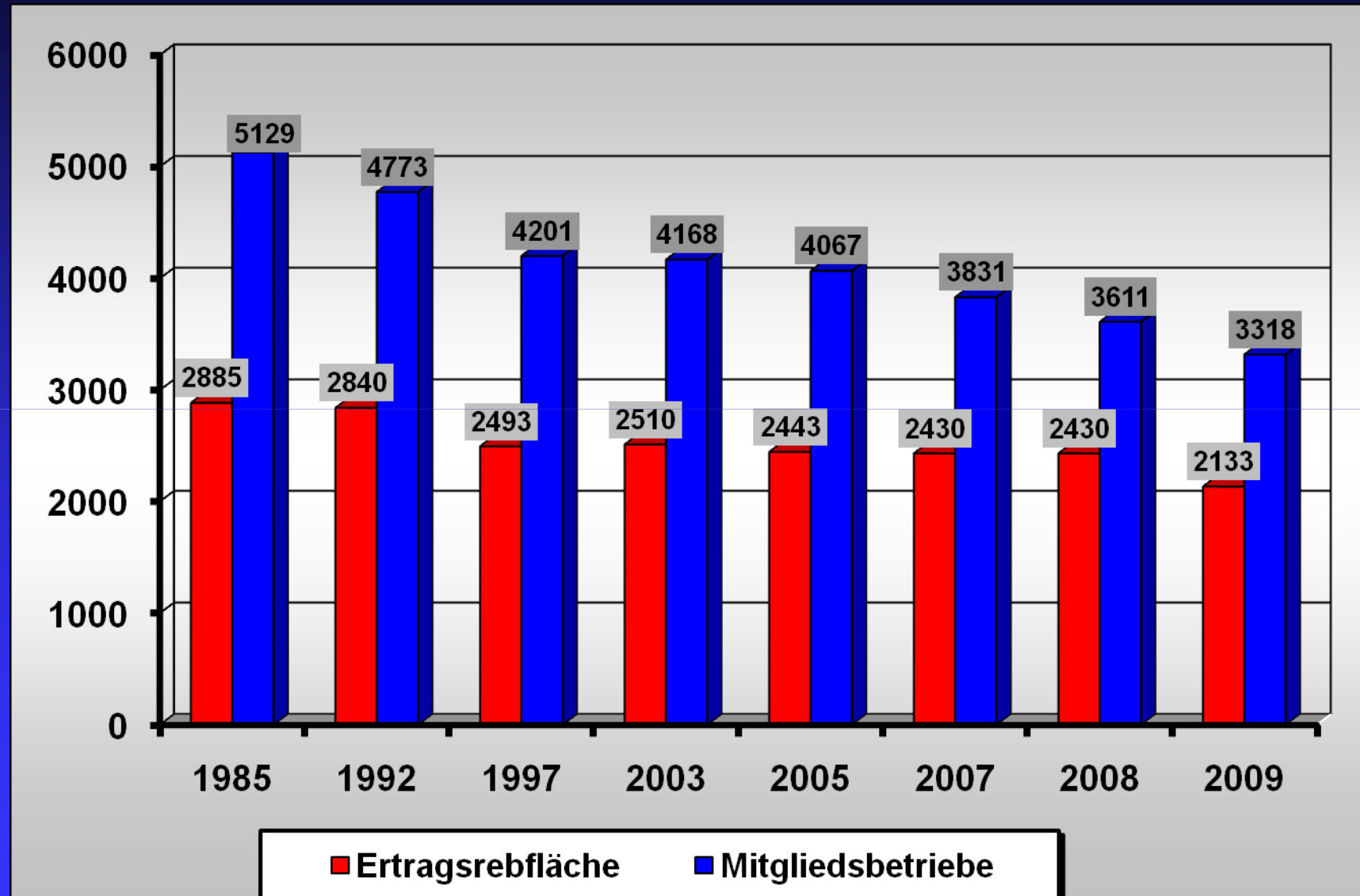
■ EG Castell

■ Winzergenossenschaft

Erzeugergemeinschaften

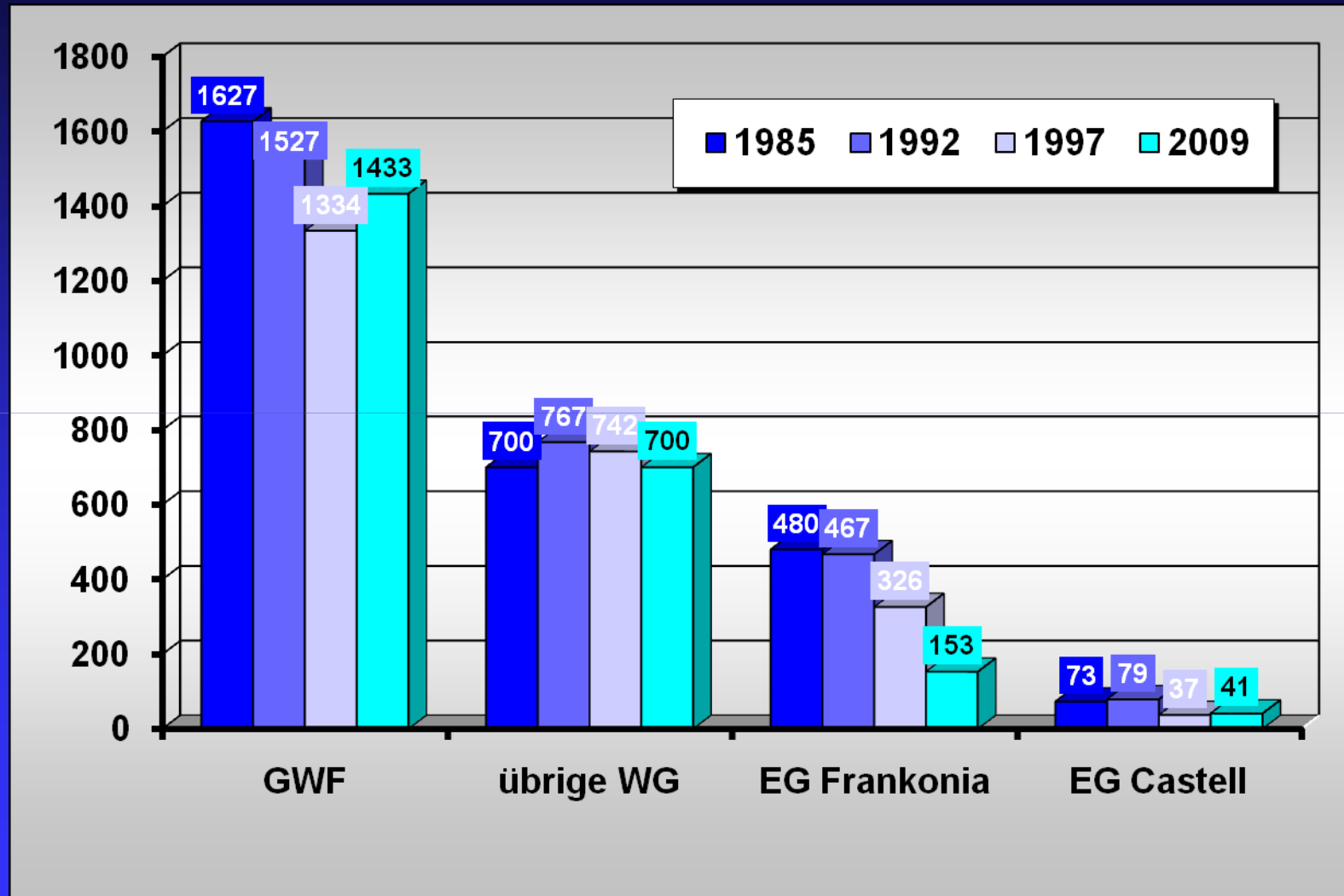
Entwicklung der Mitgliedsbetriebe und Ertragsreblfläche

(GWF ohne Tauberfranken)



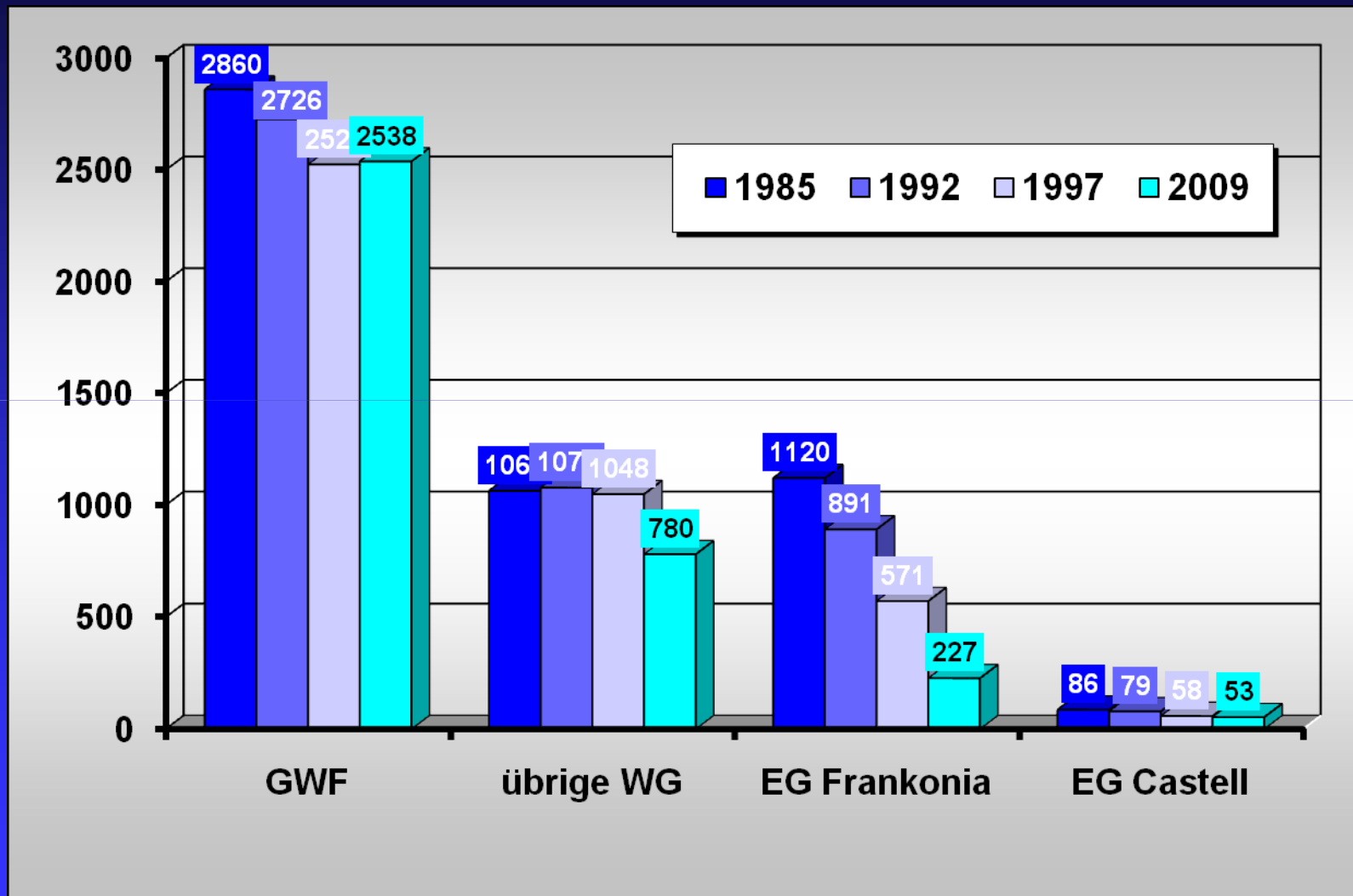
Entwicklung der Ertragsreblfläche bei den fränk. Erzeugergemeinschaften

(GWF ohne Tauberfranken)



Entwicklung der Mitgliedsbetriebe bei den fränk. Erzeugergemeinschaften

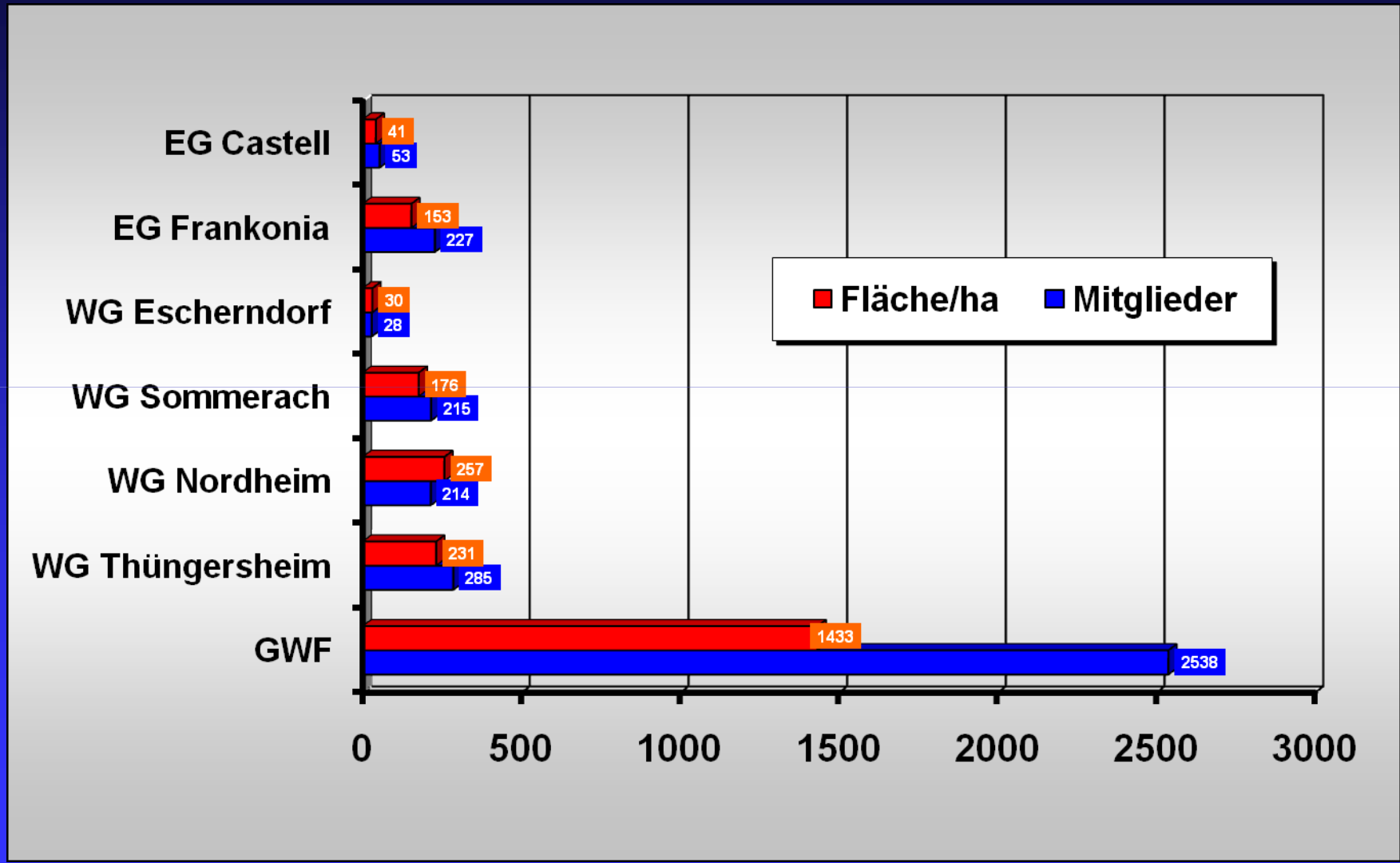
(GWF ohne Tauberfranken)



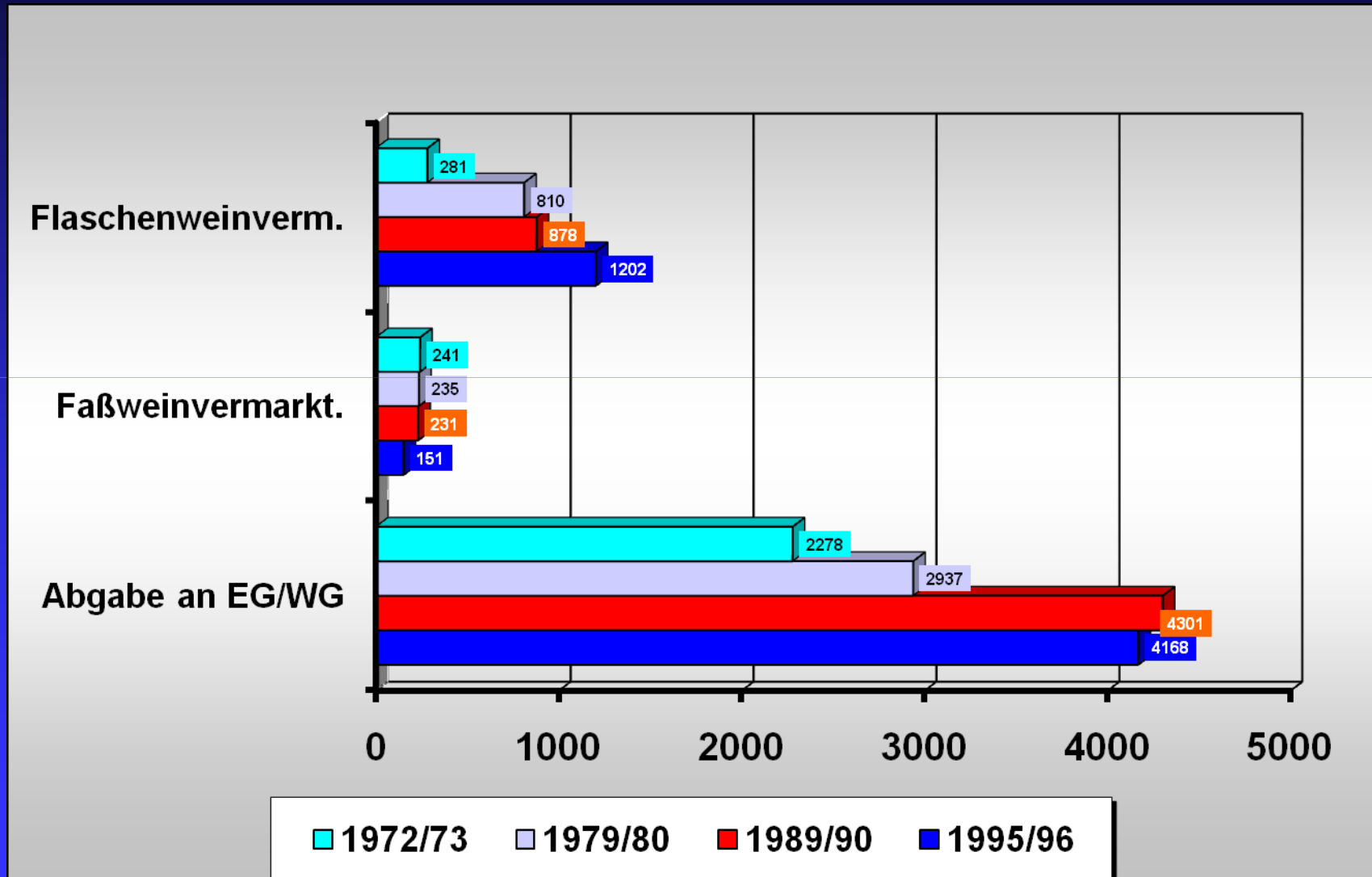
Erzeugergemeinschaften

Mitgliedsbetriebe und Ertragsreblfläche

(GWF ohne Tauberfranken)



Entwicklung der Vermarktungsformen



Bedeutung der Weinwirtschaft für die Region

Winzergenossenschaften:

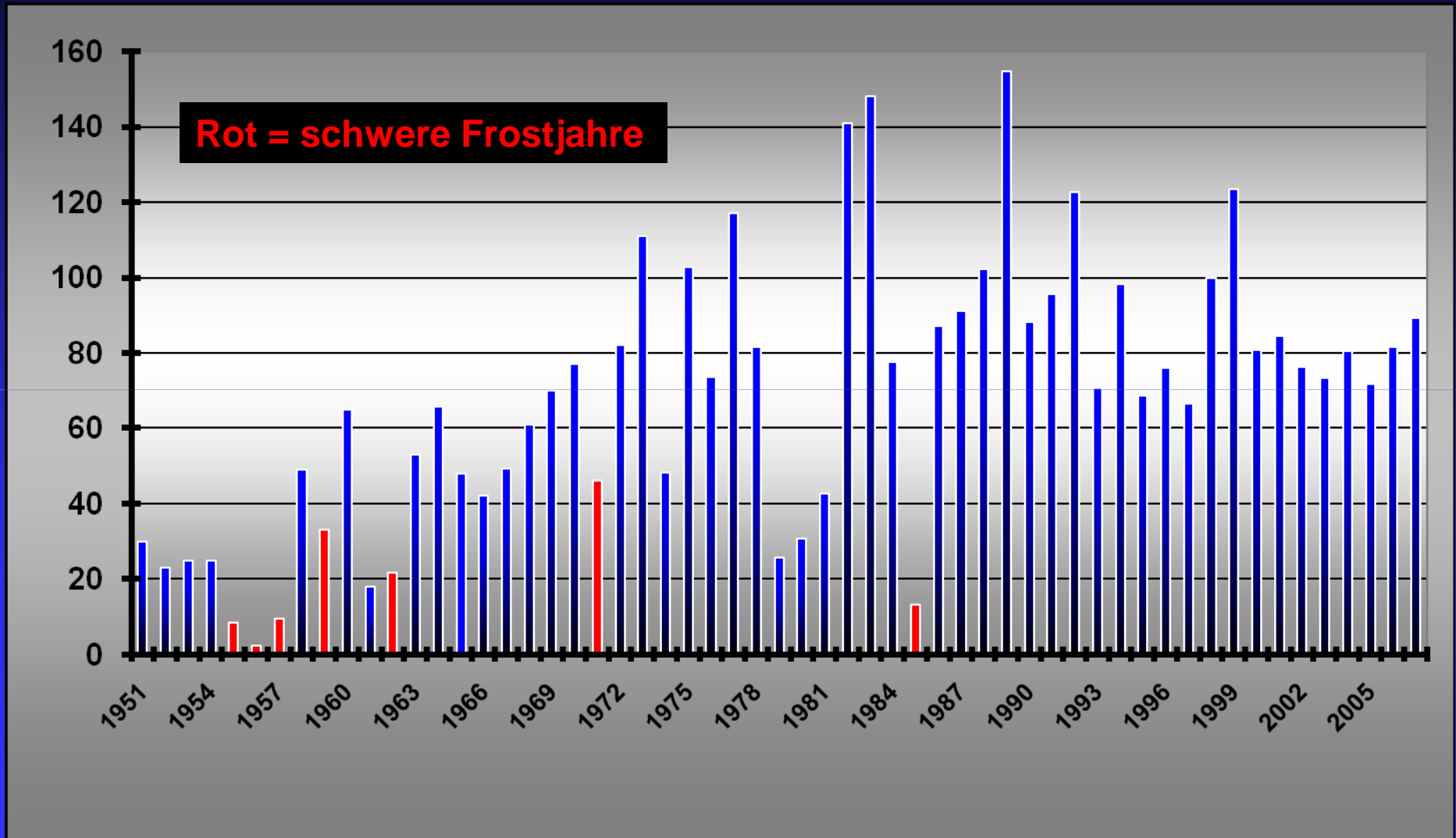
- Erhalten eine breite Eigentumsstreuung
- Wertschöpfung des Weinbaus verbleibt in der Region
- Sichern Neben- und Zuerwerbsweinbau
- Imagefunktion außerhalb Frankens
- Sichern Steillagenweinbau
- Stabilisieren Strukturwandel in der Landwirtschaft

Weingüter / Selbstvermarkter:

- Vielfalt an Betriebsstrukturen sichert Arbeitsplätze
- Bringen Gäste in die Region
- Bereichern kulturelles Angebot
- Spitzenbetriebe sind imagebildend
- Sichern vor- und nachgelagerte Wirtschaftsbereiche
- Erweitern das Produkt- und Dienstleistungsangebot der Region

Ertragsentwicklung in Franken

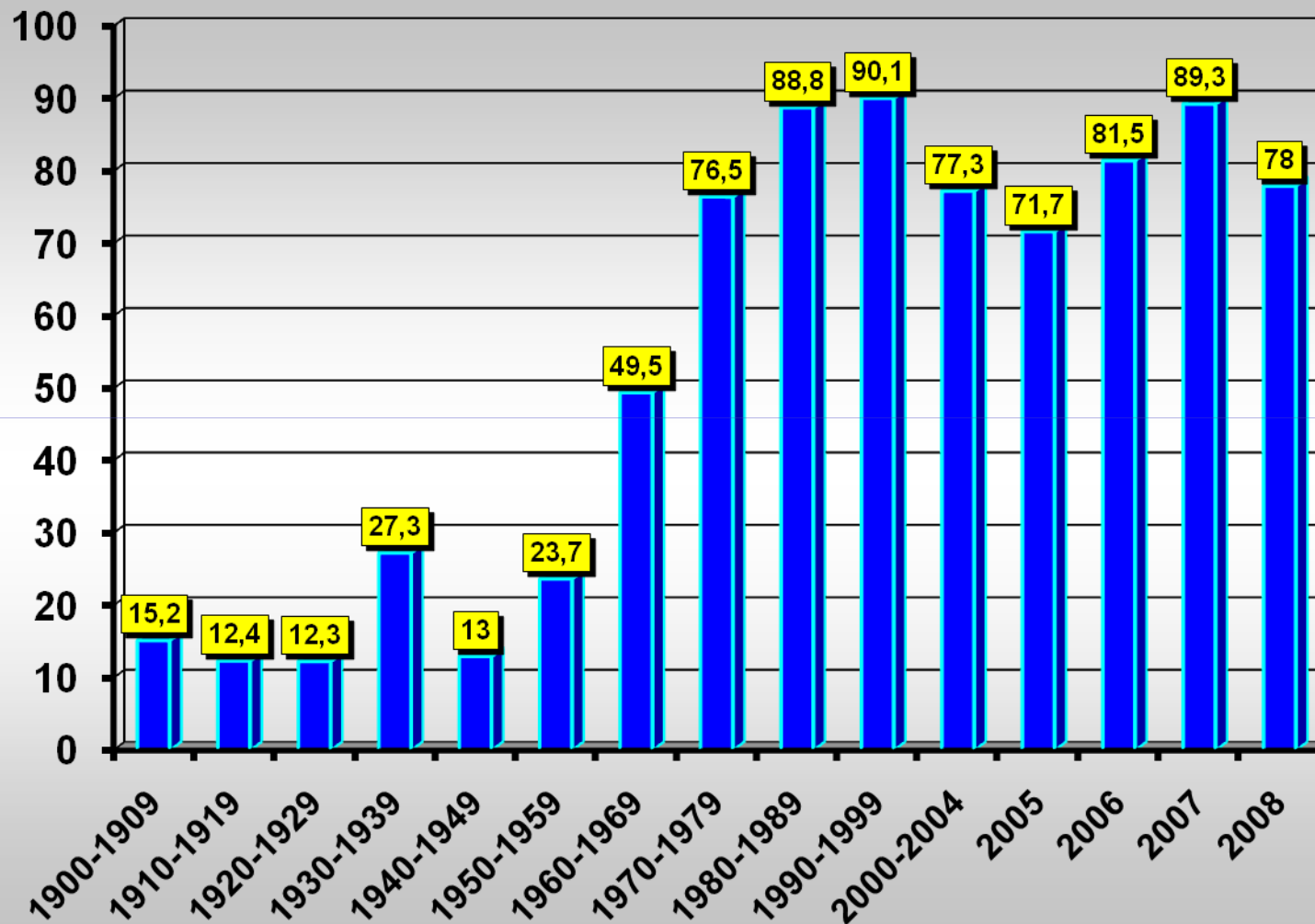
Entwicklung der Hektarerträge von 1965 bis 2007



Quelle: Bayer. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

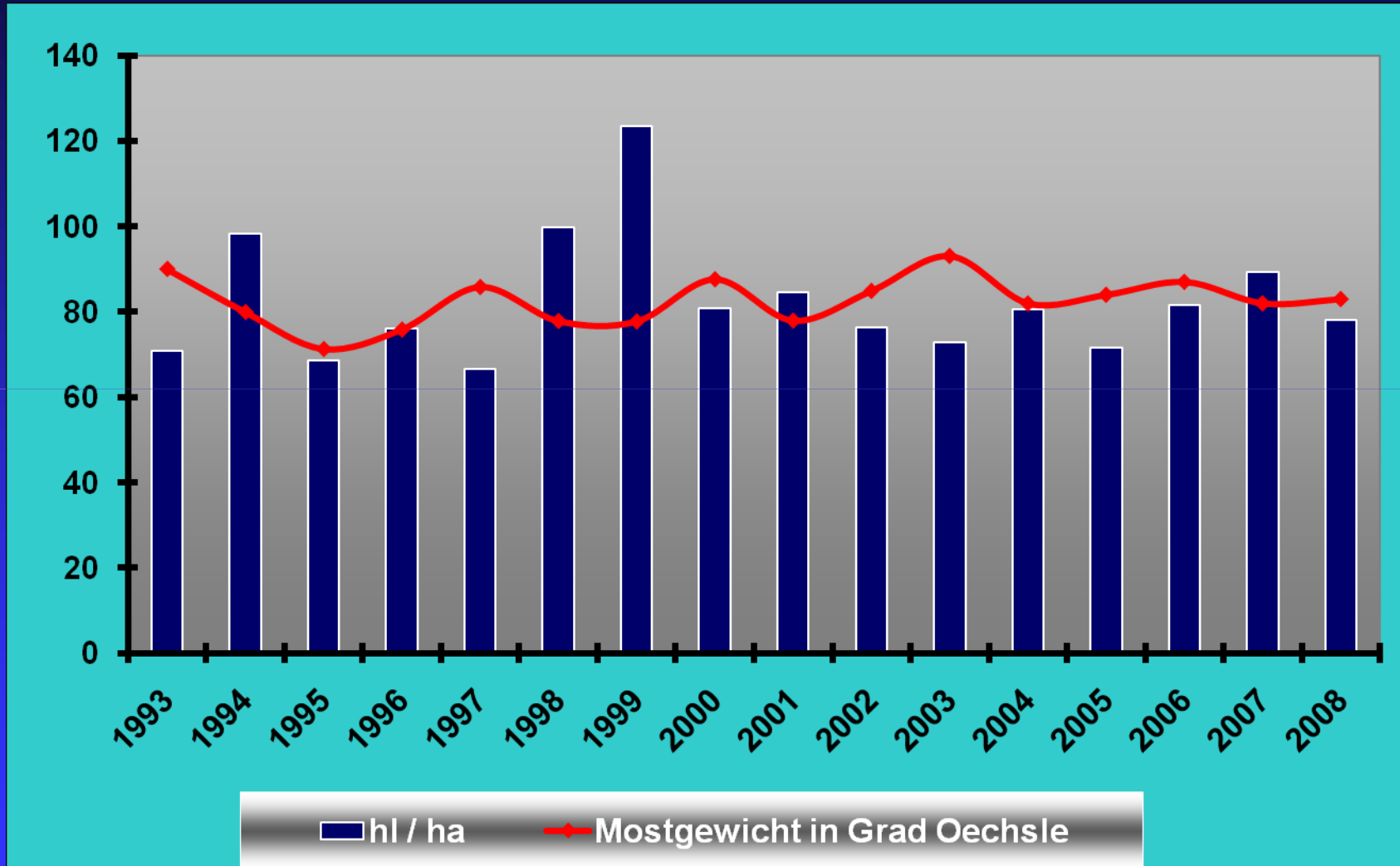
Ertragsentwicklung in Franken

in Hektoliter / Hektar



Franken auf dem Weg zu mehr Qualität!?

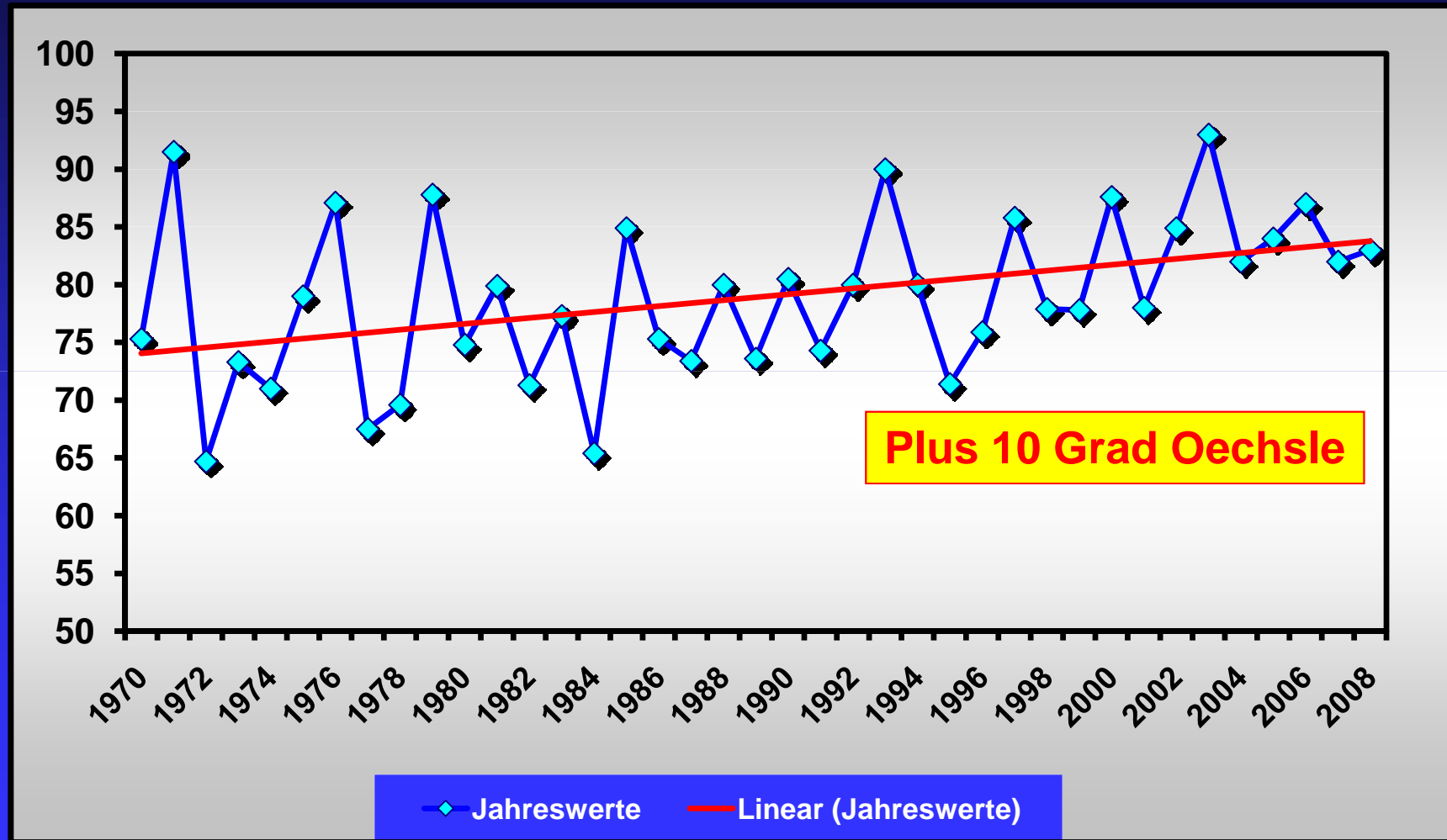
Entwicklung der Hektarerträge und der Mostgewichte von 1993 - 2009



Zu mehr Qualität !?

durch weinbauliche Maßnahmen und mit Hilfe der Klimaveränderung?

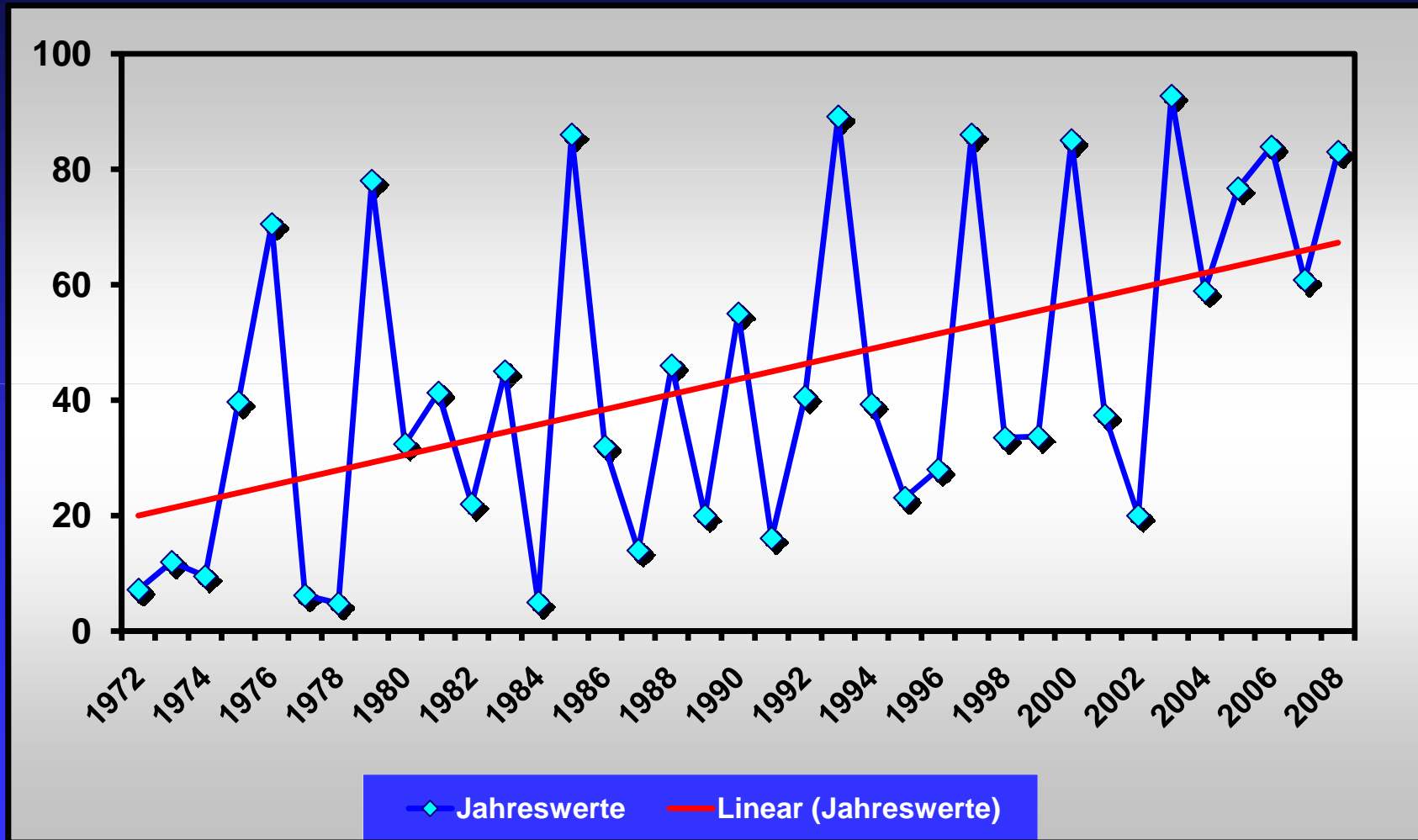
Entwicklung der durchschnittlichen Mostgewichte in Grad Oechsle seit 1970



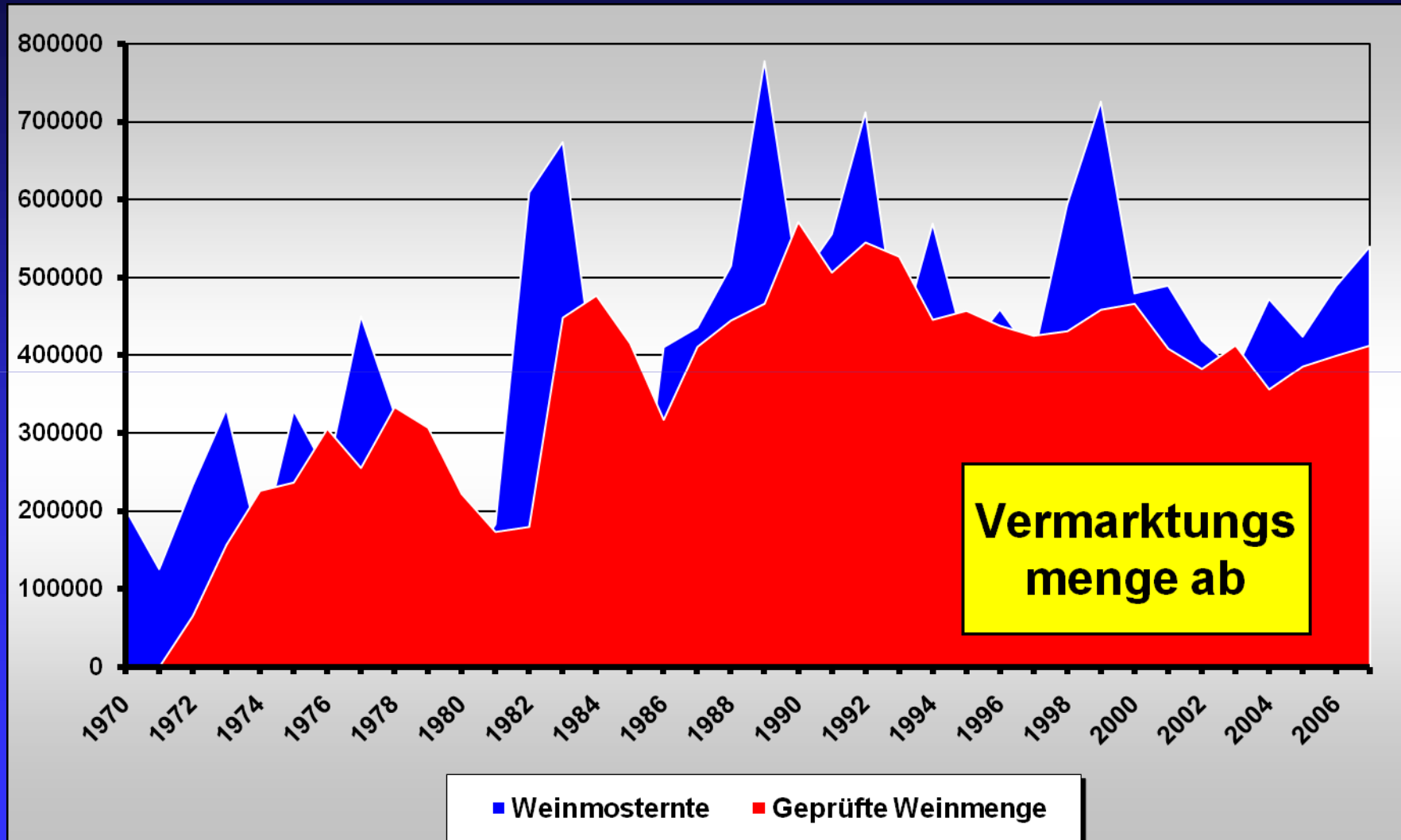
Zu mehr Qualität !?

durch weinbauliche Maßnahmen und mit Hilfe der Klimaveränderung?

Entwicklung des Prädikatsweinanteils ab 1972



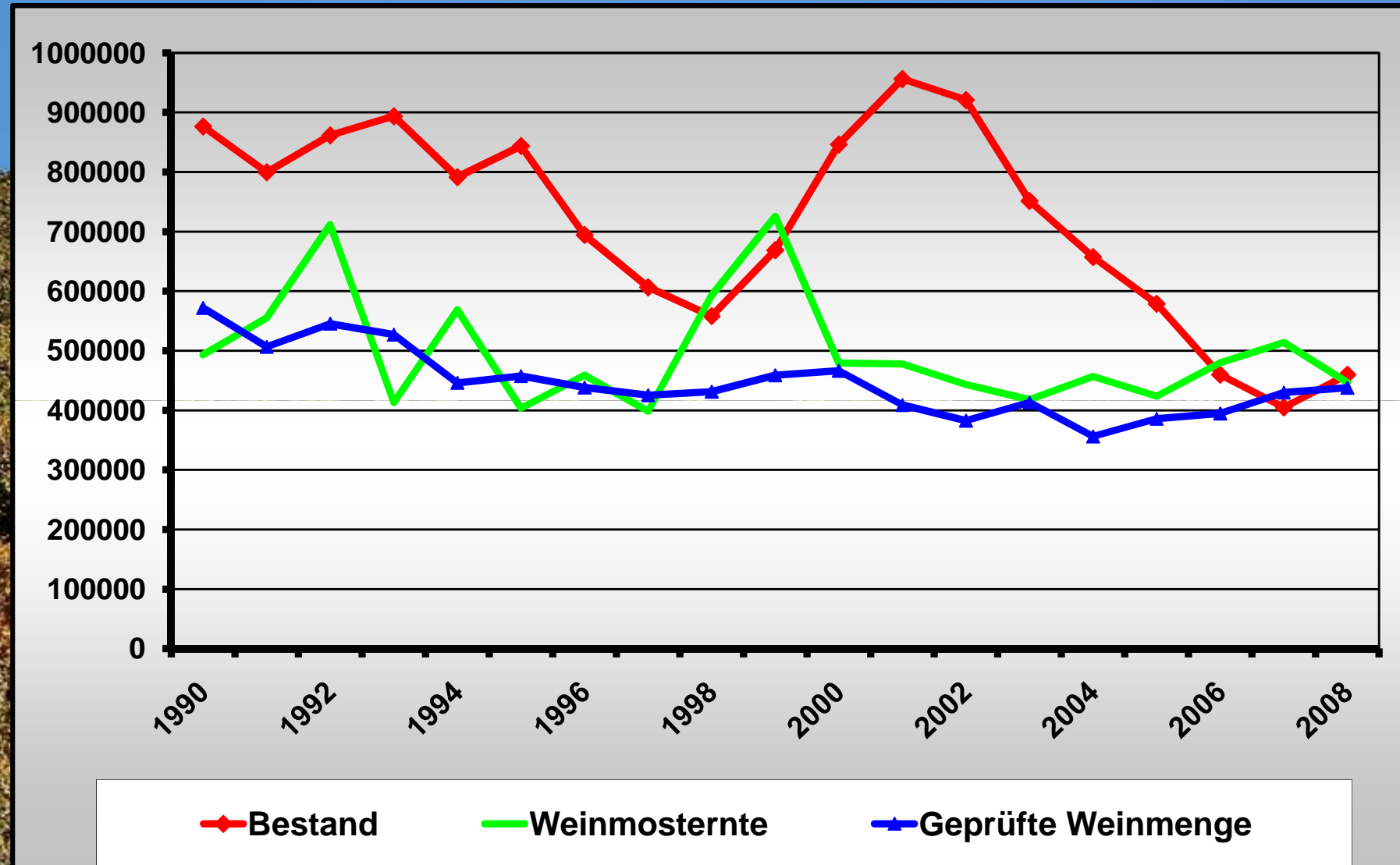
Weinmosternte und geprüfte Weinmenge in Franken in Hektoliter



Quelle: Bay. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Regierung von Unterfranken, 2008

Ernte- und Vermarktungsstatistik Franken

in Hektoliter (Bestand bei Erzeugern: Wein gesamt, Ufr. und MfR.)



Quelle: Bay. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Regierung von Unterfranken, 2009

Bayerische Landesanstalt für
Weinbau und Gartenbau



Rebsorten

Geschichte der (fränkischen) Rebsorten

- Ursprung der Weinrebe reicht weit in die Frühgeschichte zurück:
 - Wahrscheinlich schon vor 130 Mio. Jahren rebenähnliche Schlingpflanzen
 - Älteste Samenfunde sind 60 Mio. Jahre alt
- Anfänge der gezielten Weinkultur vor ca. 6.000 – 8.000 v. Chr. (Kaukasusregion)
- Erste Rebsortenbeschreibung bei den Römern: VERGIL (70-19 v.Chr.), PLINIUS (24-79 n.Chr.), COLUMELLA (um 60 n. Chr.)
- Ab 13. Jahrhundert Güteklassen von Wein:
 - Vinum hunicum – „heunischer Wein“
 - Vinum francium – „besserer Wein“
- Ab dem 15./16. Jahrhundert werden erste Rebsorten genannt
- 1659 der Silvaner kommt nach Franken
- 1874 erhalten die Rebsorten ihren Namen – eine internationale Kommission fasst über 1500 Synonyme zu 355 Rebsorten zusammen
- Beginn der wissenschaftlichen Rebzüchtung
- 1870 Sebastian Englerth beginnt in Randersacker mit der Klonenselektion
- 1882 entstand der Müller-Thurgau
- 2002 über 80 Rebsorten sind für Franken klassifiziert

Der „Gemischte Satz“

- Auch „**alter Satz**“ genannt
- Bezeichnet den Anbau von 5-10 verschiedenen Rebsorten in einer Rebanlage
- Ziel:
 - Ausgleich der Witterungseinflüsse auf die Reben
 - Gleichmäßiger und sicherer Ertrag
- **Frentsch** = Fränkischer Satz = Vinum Francium → wertvoller Wein → Zehntwein → Handelswein:
 - Riesling, Traminer, Silvaner, Gutedel, Muskateller, Ruländer, Elbling, Trollinger, Spätburgunder
- **Huntsch** = Vinum hunicum → minderer Wein → Haustrunk/ Eigenverbrauch:
 - Elbling, Tauberschwarz, Muskateller, Malvasier, Krachgutedel, Welschriesling, Hammelhoden, roter und weißer Heunisch



Die Rebsorte
Der Silvaner
Die Fränkische Identität !

„Die Geschichten“ um den Silvaner, Teil I

- **1. Version: „.....Dracula lässt grüßen“**
 - Herkunft aus **Transsylvanien** ? → Kaukasus → Beginn der Weinkultur vor 5000 Jahren
- **2. Version „.....Ex oriente lux“:**
 - Ostanatolisches Dorf „**Silvan**“ → alter Weinort → an der Seidenstraße → Moslems ließen den Weinbau verkümmern, heute noch viele Wildreben (leider leitet sich der Name Silvan von einem kurdischen Herren-Geschlecht ab)
- **3. Version: „.....Oder wie wär´s damit ?“**
 - Altes Rom: **Silvana** → Tochter eines römischen Kaisers, oder **Silvanus** → römischer Gott des Waldes (dargestellt wird er mit Pinienzweig und Rebmesser ?)
- **4. Version: „.....und nichts als die Wahrheit !?“**
 - Nach modernen Methoden der Genanalyse befindet sich im Silvaner das Blut vom **Traminer** (→ eine der ältesten Rebsorten der Welt) und von der Rebsorte „**Österreichisch Weiß**“ (→ selbst Kreuzung aus „**Heunisch**“, Bestandteil vieler Rebsorten und einer unbekannteren Rebsorte). Dies erklärt auch die alte Bezeichnung des Silvaners „**Österreicher**“, wie sie bis heute noch von alten Winzern verwendet wird.

...aber wie ging es weiter ?

Am 5. April 1659 ließ der Gräflich Castell'sche Amtmann Johann Georg Körner von dem Amtsboten Michel Saueracker für 8 Schilling 3 1/2 Pfennig 25 Fechser des Österreicher aus Obereisenheim heranschaffen.

Von Jacob Hagdten, dem Jacob Hagdten, gesagt,
Vnd die 25 in Jonas Hagdten, Wringarten, von
Jacob Hagdten, gesagt worden. Ist vom 100.
10 Pf. Dreyer, thun in allem — 2 fl. 6 1/2 Pf.
Läuß in der Hand zu gewürt, hat 70. Dreyer, 10 Pf.
zum fassen vnd auffhengen, fergiben, diese
maß — 9 Pf. 3. auf. Castell, Drey
10. 2. Aprilis Anno. 1659.

ist bezalt

Am 3. Junij 1659. Nicolauß Sumner
Wringarten

Das historische Silvaner – Dokument aus dem Casteller Archiv

Die Geschichte des Silvaners, Teil II

....oder wie es wirklich war!

- Das **Casteller** Archiv belegt, dass im Jahr **1659** „**Österreicher Fehser**“ von Obereisenheim in die Casteller Weinberge geholt wurden
- Eine Gedenktafel aus dem Jahr **1665** nennt den Abt des Klosters Ebrach **Alberich Degen**, der die „**Östareiche Rebe**“ in Franken zuerst pflanzte.
- Es ist anzunehmen, dass der aufgeschlossene Abt die Reben aus den Weinbergen des Tochterklosters Rein in der Steiermark nach Franken geholt hat

....Aber, wie wir Franken sagen: „Nix gnaus wiss mer nit!“

Die Geschichte des Silvaners, Teil III

Noch mehr Silvaner:

- Blauer Silvaner → Mutation des Grünen Silvaners mit blauer Beerenfarbe
- Silvaner als Erbgut vieler „Neuzüchtungen“ wie Scheurebe, Regent, Bacchus, Rieslaner etc...

Andere Bezeichnungen:

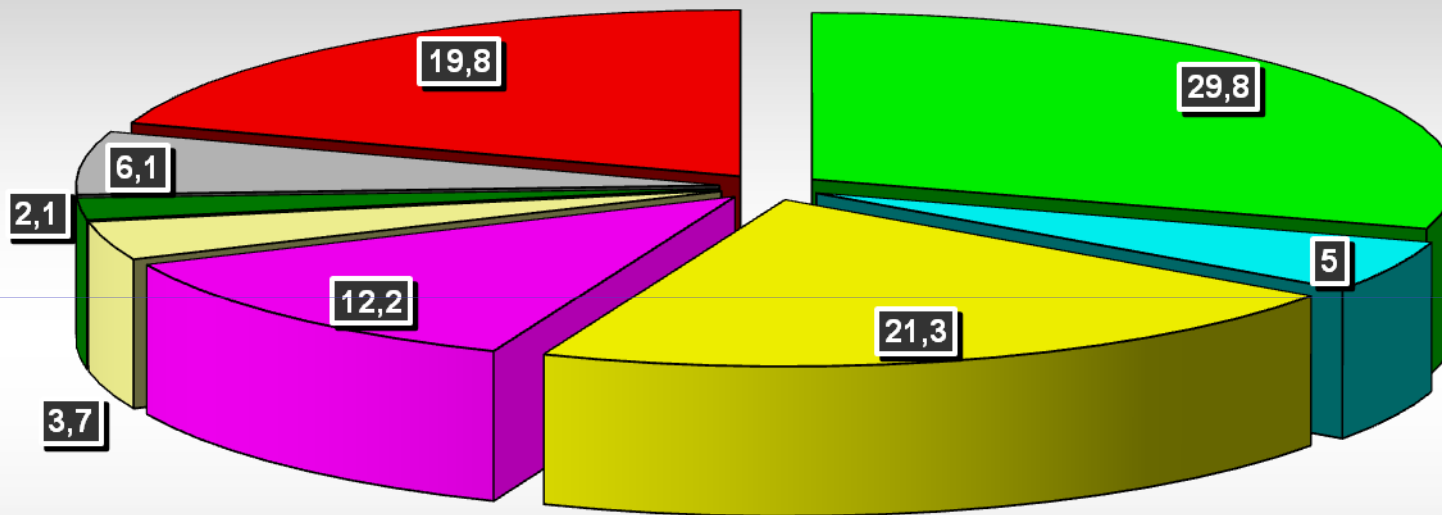
- Sylvaner in Südtirol, Eisacktal
- „Johannisberg“ oder „Grüner“ im Wallis

Silvaner wird noch nennenswert angebaut in:

- Deutschland: Rheinhessen, Pfalz, Baden, Nahe, Württemberg,
- Europa: Elsass, Südtirol, Wallis, Ungarn
- Übersee in sehr geringem Umfang: Südafrika

Rebsorten in Franken

Anteil an der bestockten Rebfläche (Stand 31.07.2008)



■ Müller-Thurgau

■ Silvaner

■ Kerner

■ Übrige weiße Rebsorten

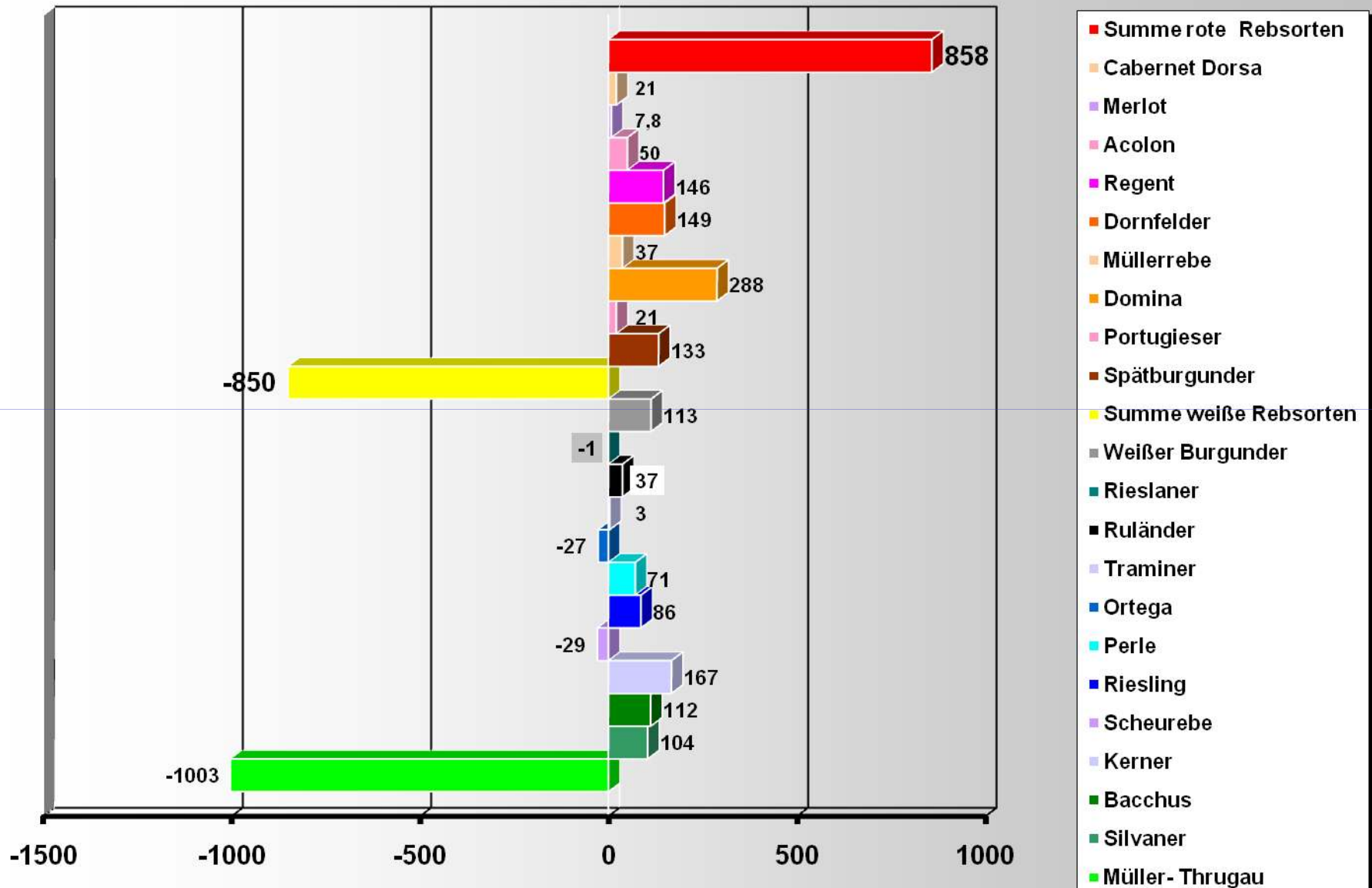
■ Riesling

■ Bacchus

■ Scheurebe

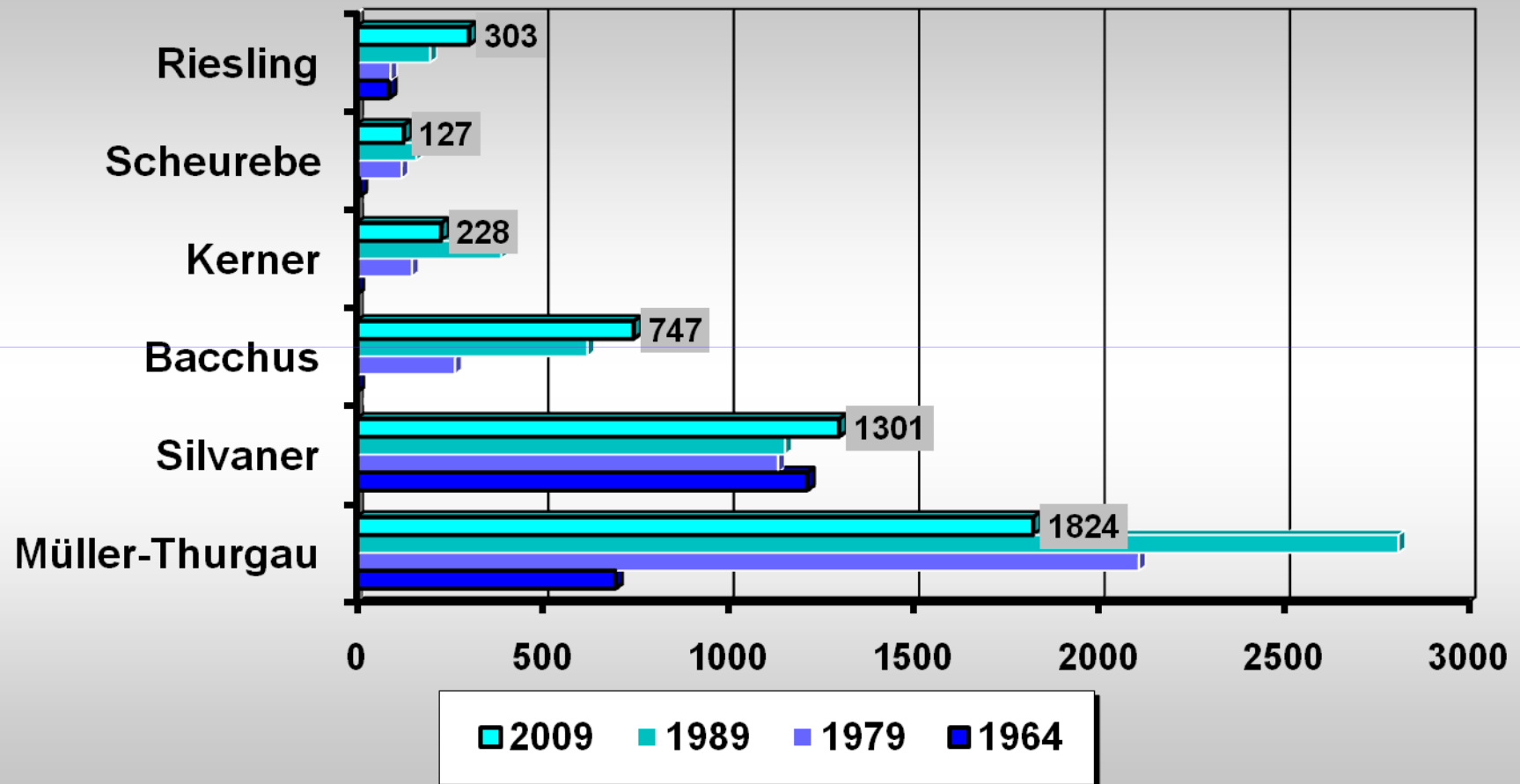
■ Rote Rebsorten

Rebsortenentwicklung 1993-2009 in Hektar



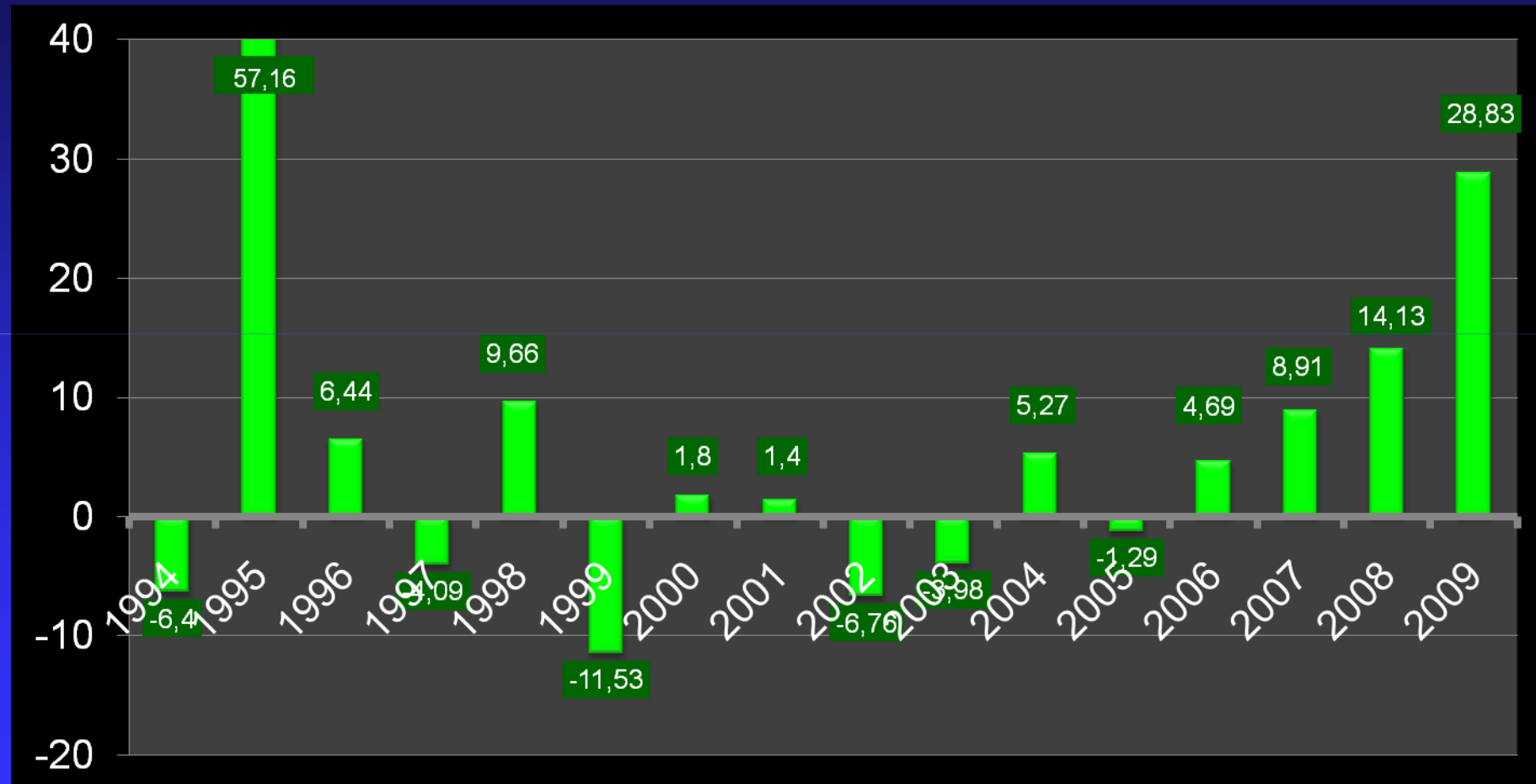
Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2009

Entwicklung der Ertragsreblfläche bei weißen Rebsorten in Hektar



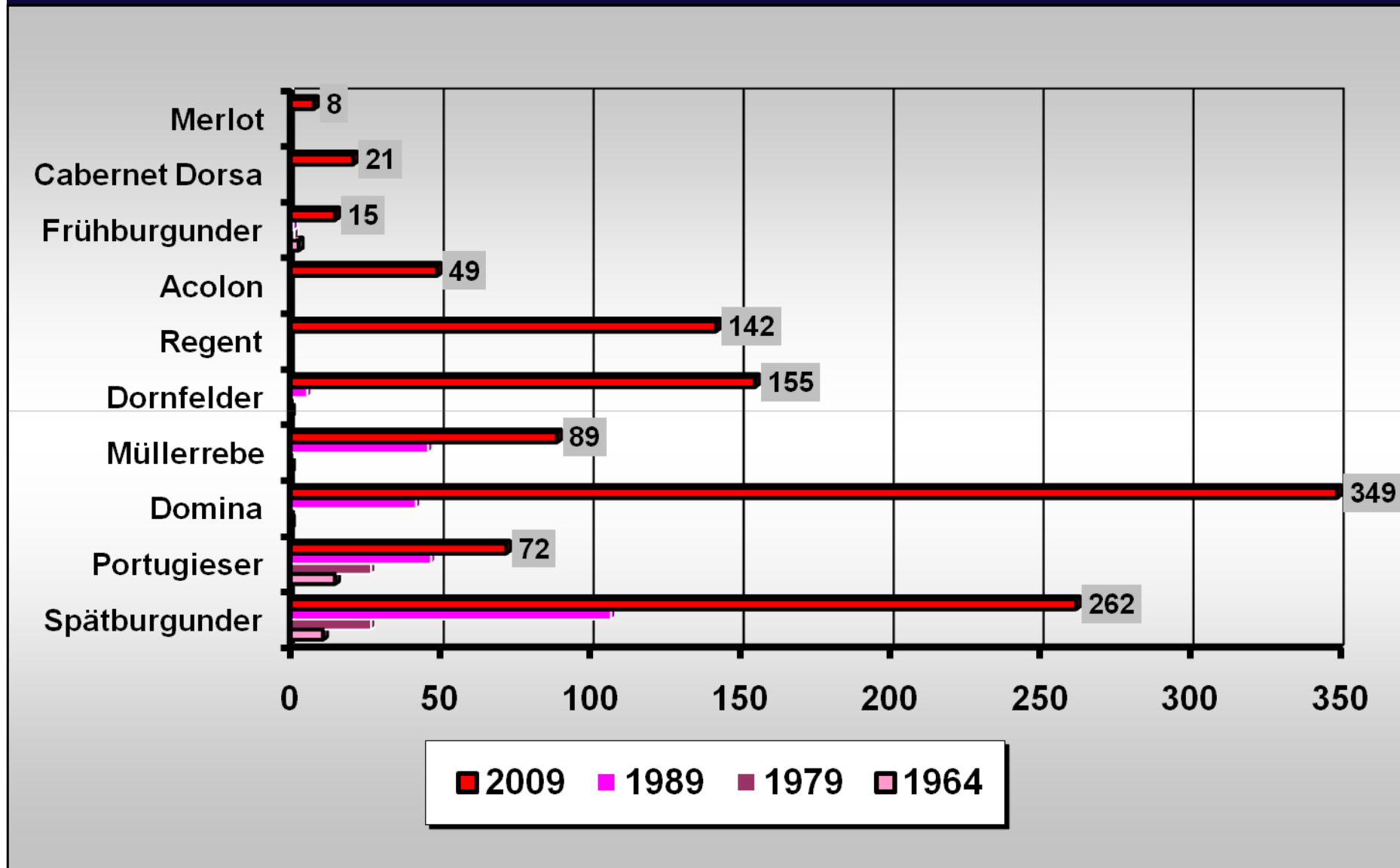
Renaissance des Silvaners !?

Veränderung der Silvaner- Rebfläche in Franken 1994 bis 2009 in Hektar



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2009

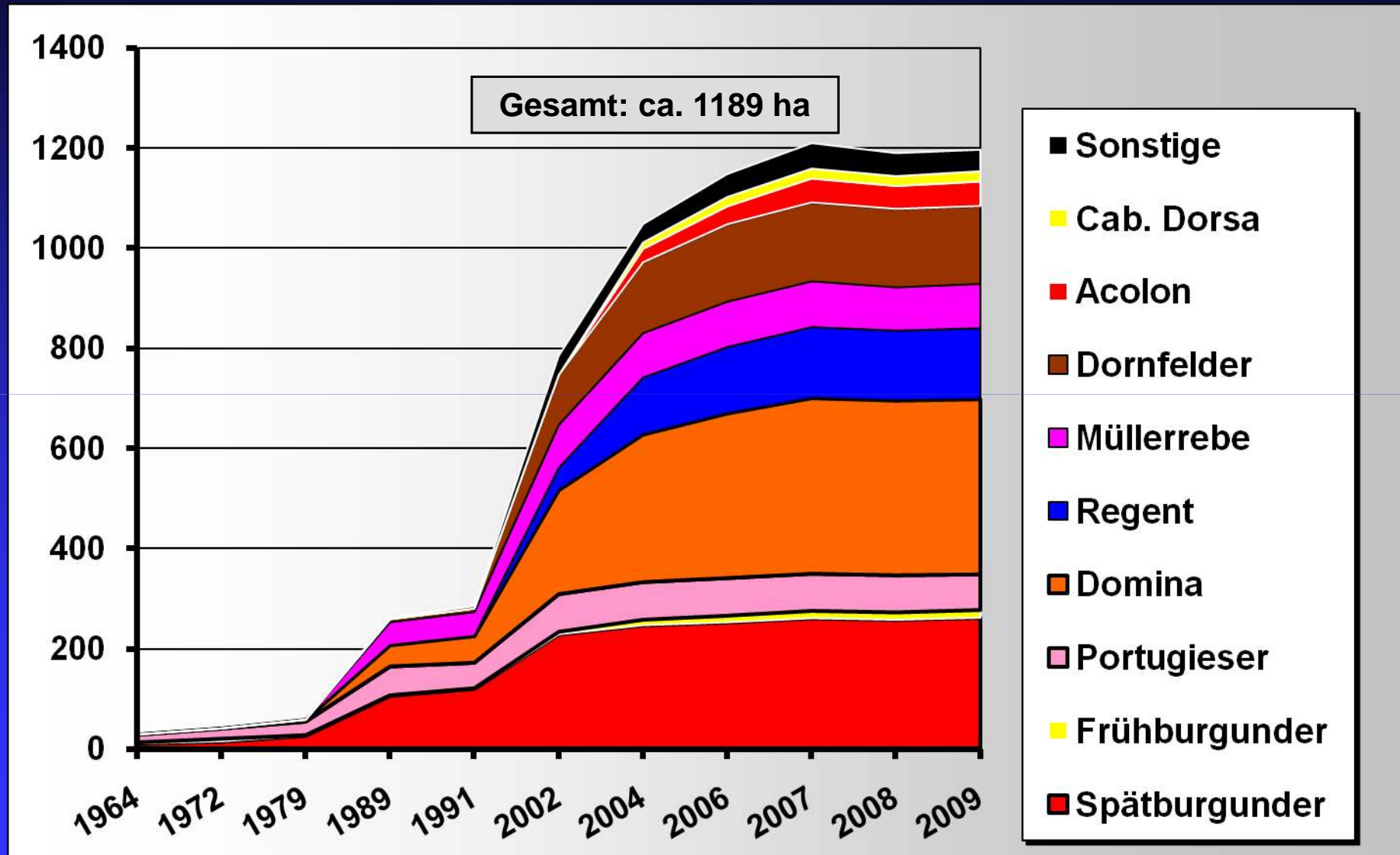
Entwicklung der Ertragsreblfläche bei roten Rebsorten in Hektar



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2009

Entwicklung der Rotweinreblfläche

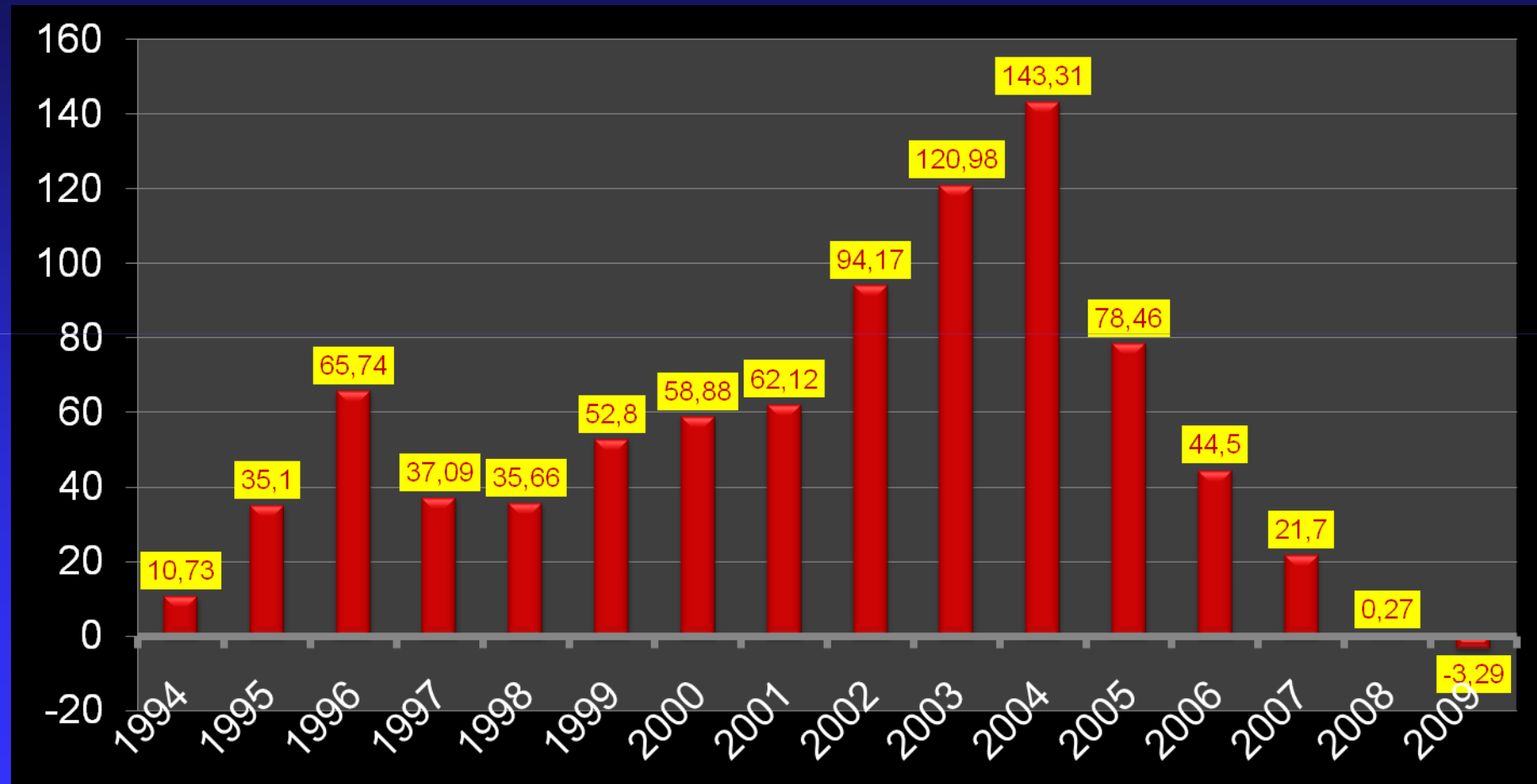
in Hektar



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2009

Rotweinboom beendet !?

Veränderung der Rotweinrebläche in Franken 1994 bis 2009 in Hektar



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2009

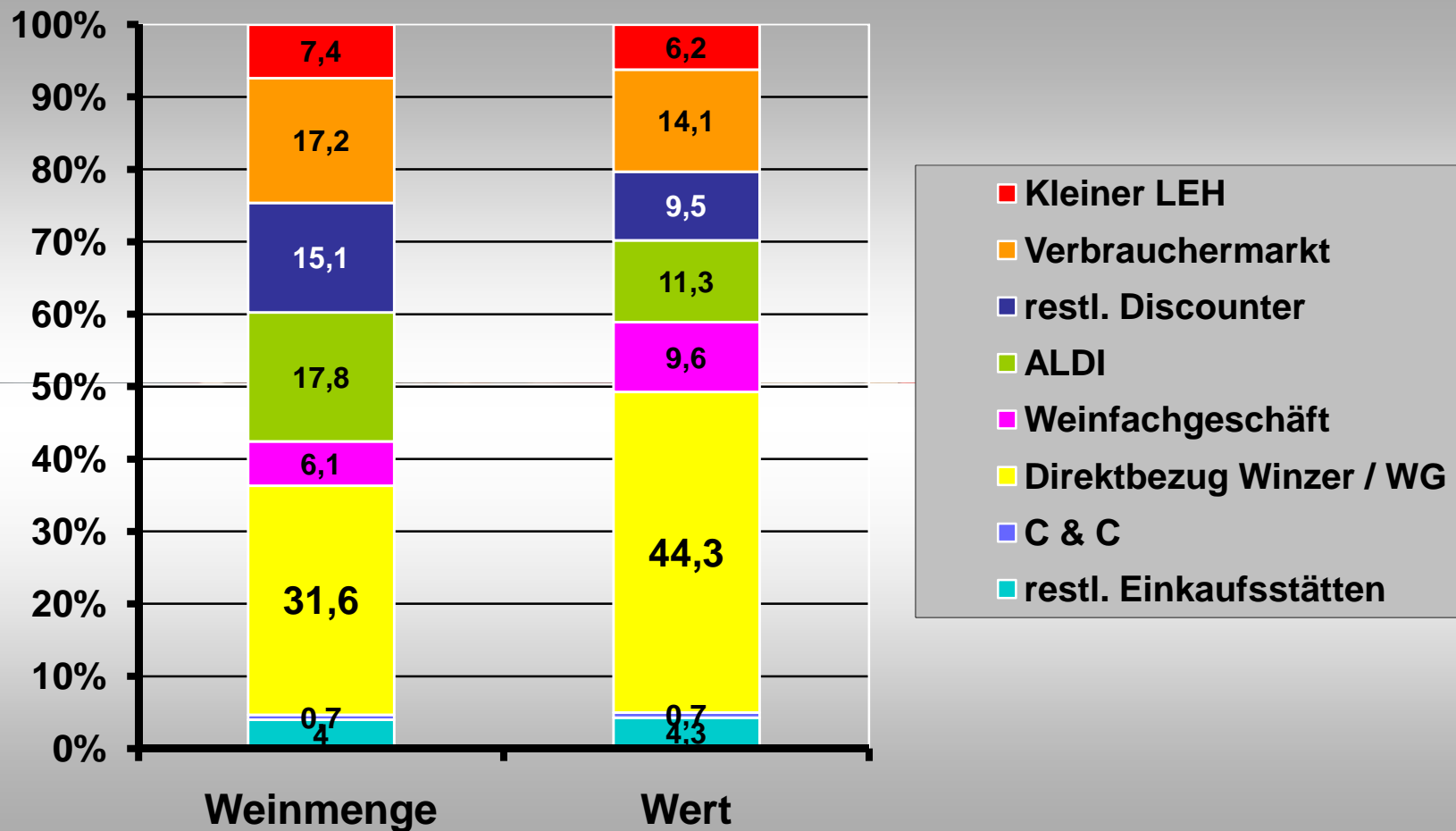
Ökologischer Weinbau in Franken

- Ca. 35 Betriebe mit ca. 120 ha Rebfläche
- Anbauverbände / Organisationen:
 - FÖW: Fränkische Ökwinzer e.V.
 - BÖW: Bundesverband ökologischer Weinbau (Markenzeichen „Ecovin“)
 - NATURLAND (Markenzeichen Naturland)
 - BIOLAND (Markenzeichen Bioland)
- Markenwein „TERRA THU“ (WG Thüngersheim)

Markt & Vermarktung

Einkaufsstätten für deutschen Wein 2006

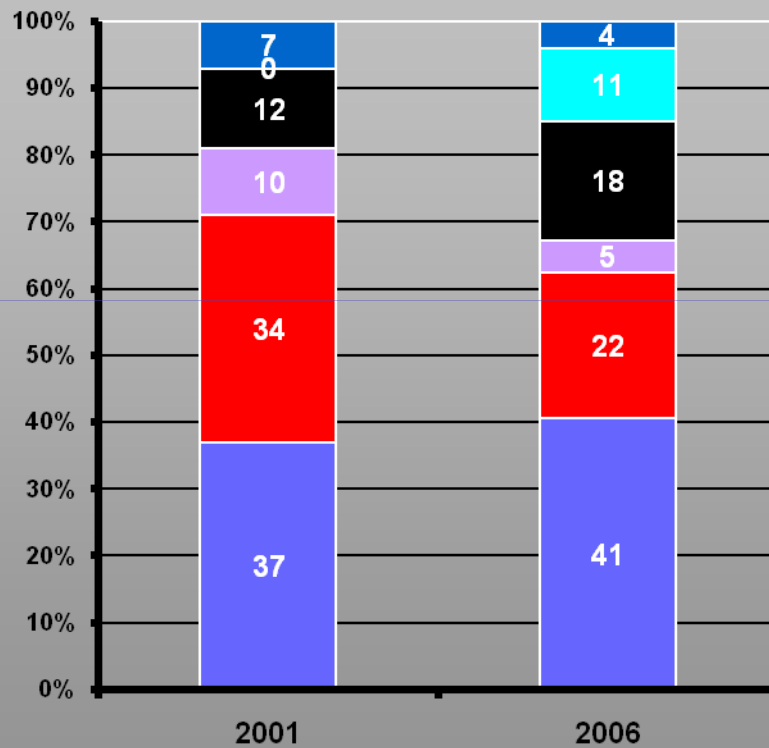
Anteil an den erfassten Einkaufsmengen und -werten privater Haushalte in Deutschland



Absatz- und Vertriebsstruktur Franken

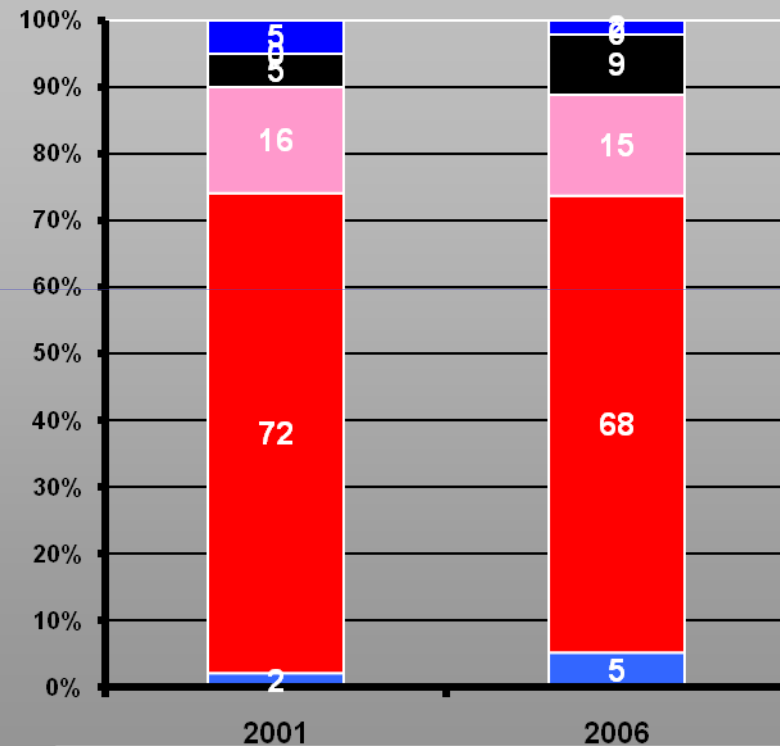
Vertriebswege nach Erzeugern 2001 und 2006

Erzeugergemeinschaften



■ Sonstige ■ Discount ■ Fachhandel
■ Gastronomie ■ Endverbraucher ■ LEH

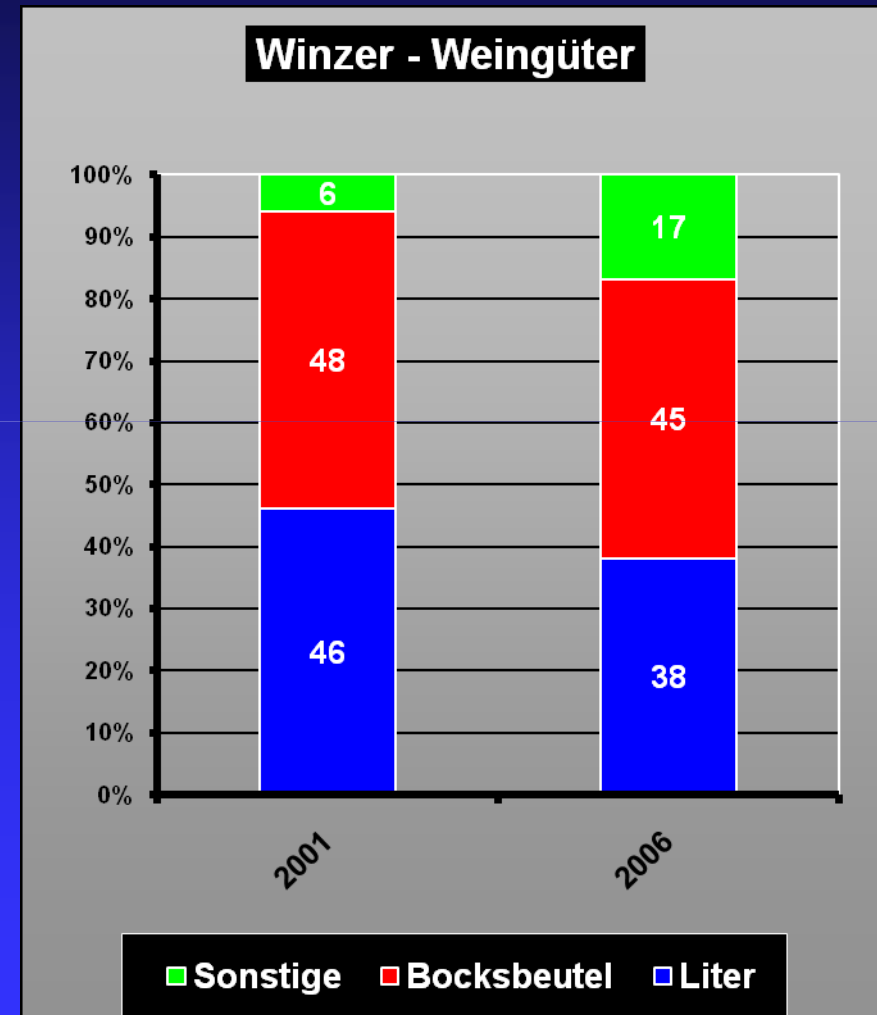
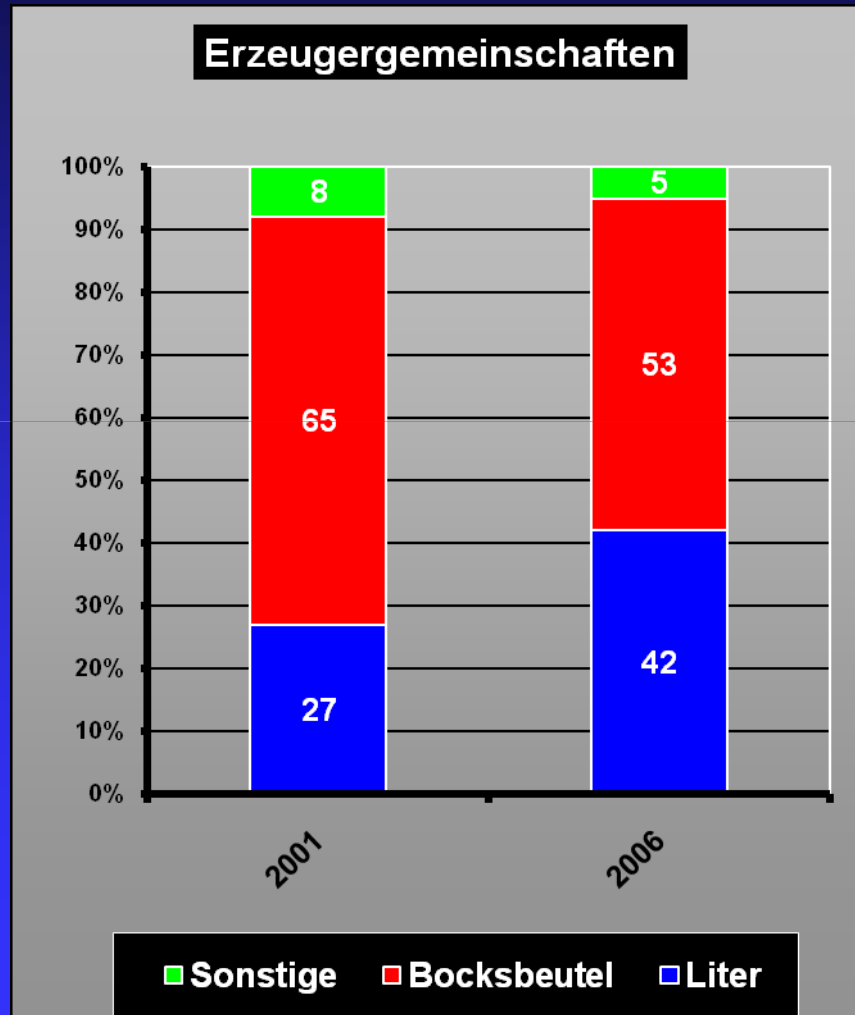
Winzer - Weingüter



■ Sonstige ■ Discount
■ Fachhandel ■ Gastronomie
■ Endverbraucher ■ LEH

Absatz- und Vertriebsstruktur Franken

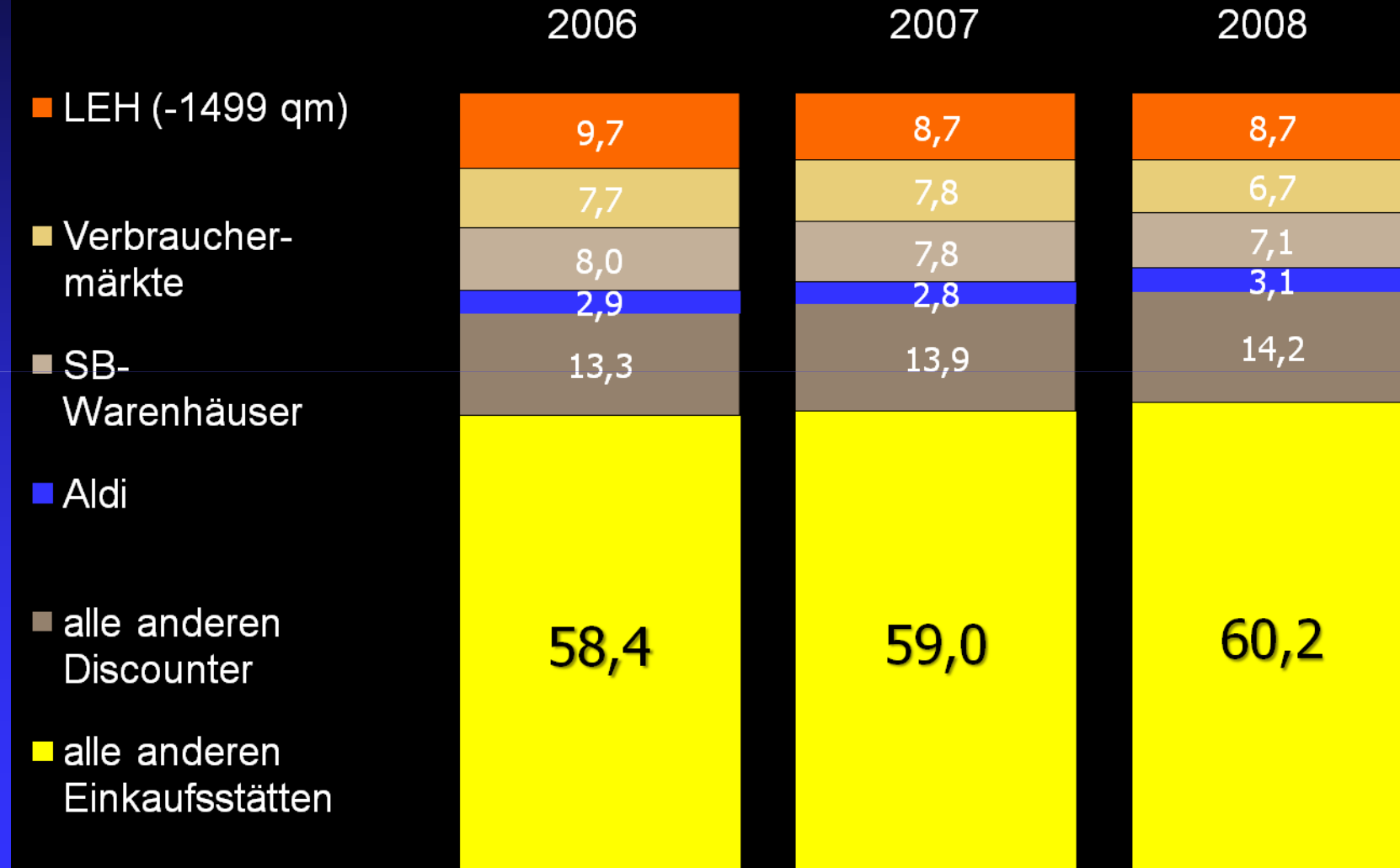
Flaschenformen nach Erzeugern 2001 und 2006



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2008

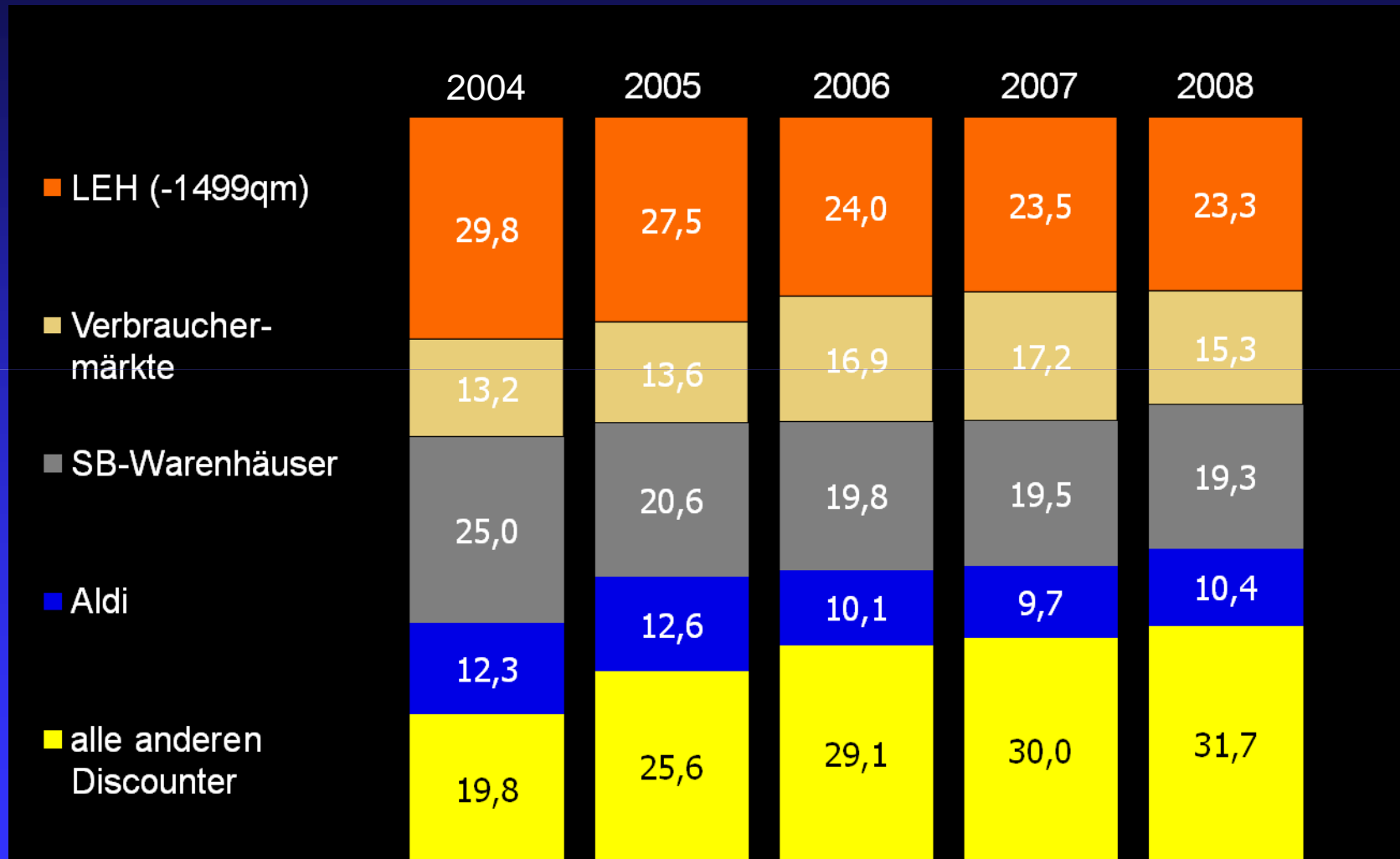
Wein aus Franken – Einkaufsstätten

2006 bis 2008, D gesamt; Basis: Menge in %



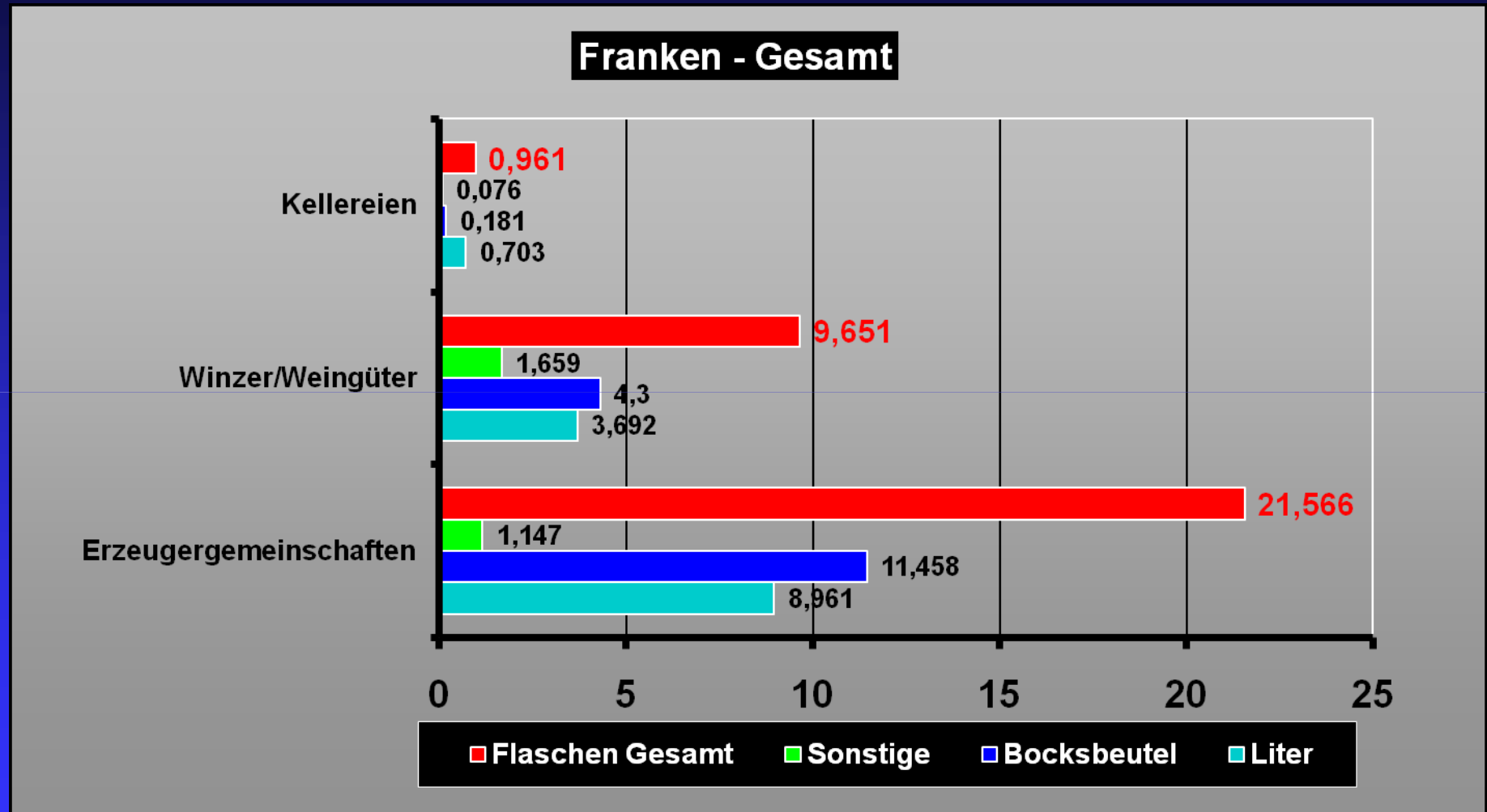
Wein aus Franken Einkaufsstätten

D gesamt; LEH inklusive Discounter, Basis Menge in %



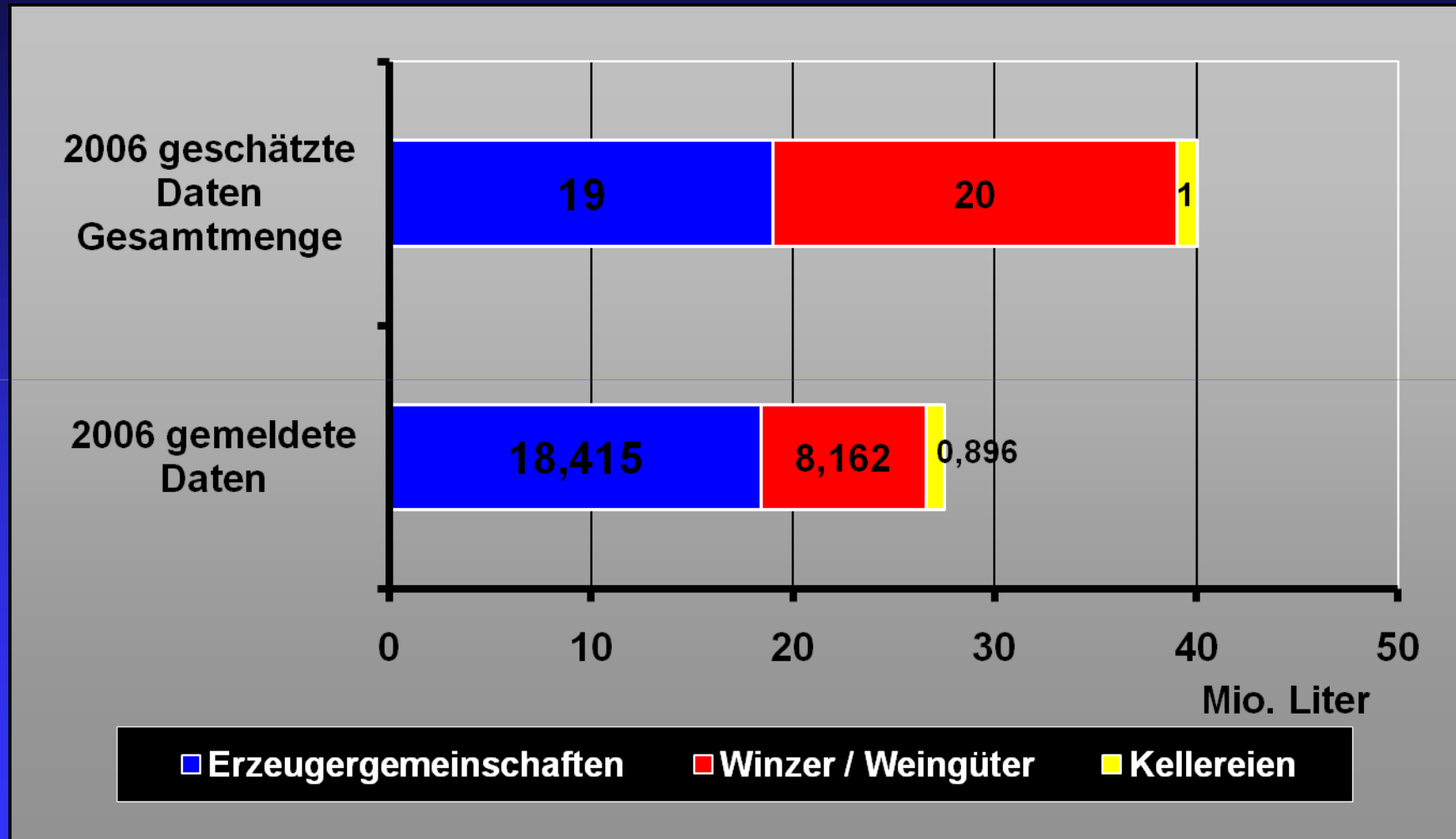
Absatz- und Vertriebsstruktur Franken 2006

Flaschengrößen in Mio. (erfasste Weinmenge 27 Mio. Liter)



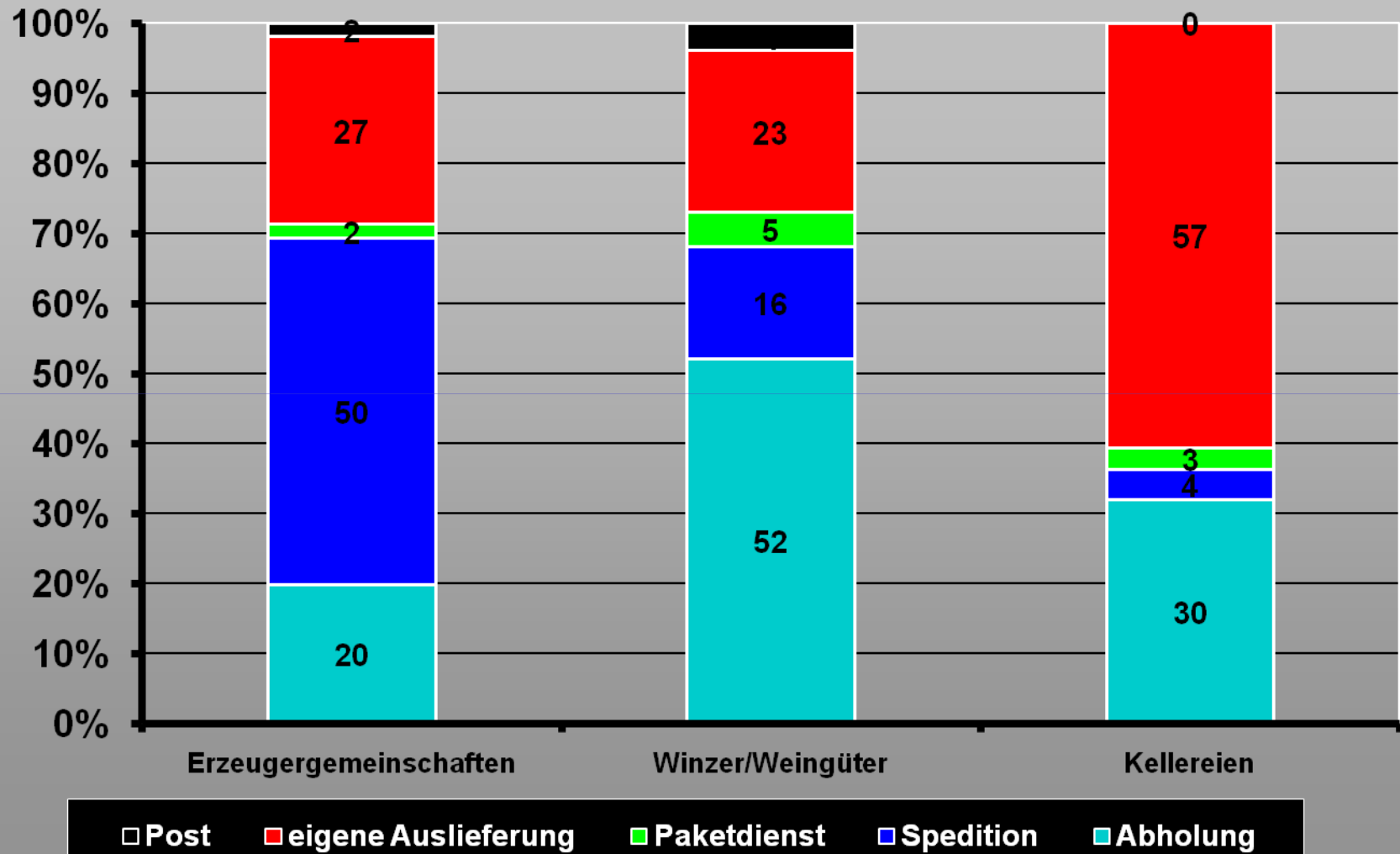
Absatz- und Vertriebsstruktur Franken

Weinmenge nach Erzeuger 2006



Absatz- und Vertriebsstruktur Franken 2006

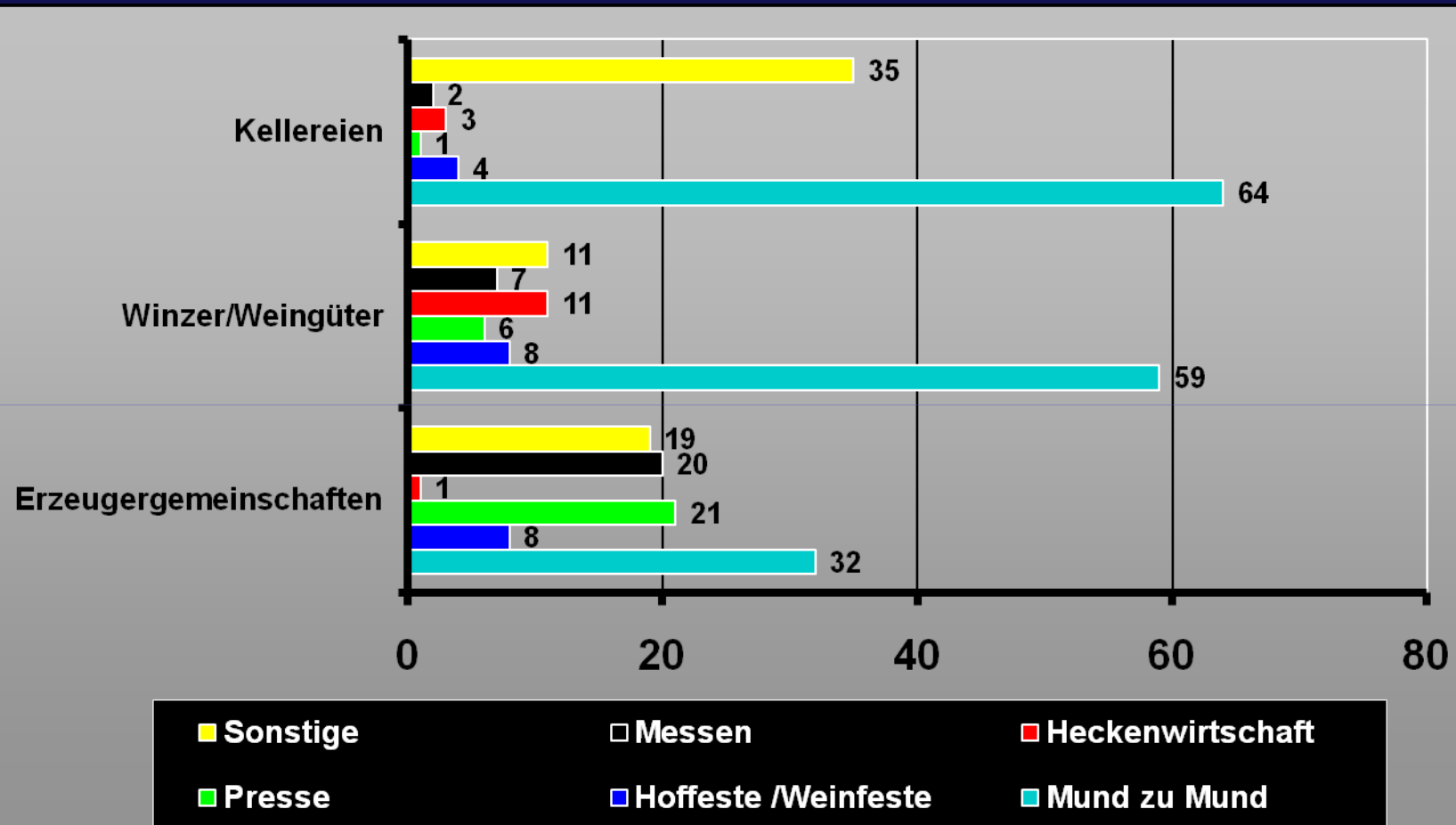
Distribution



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2008

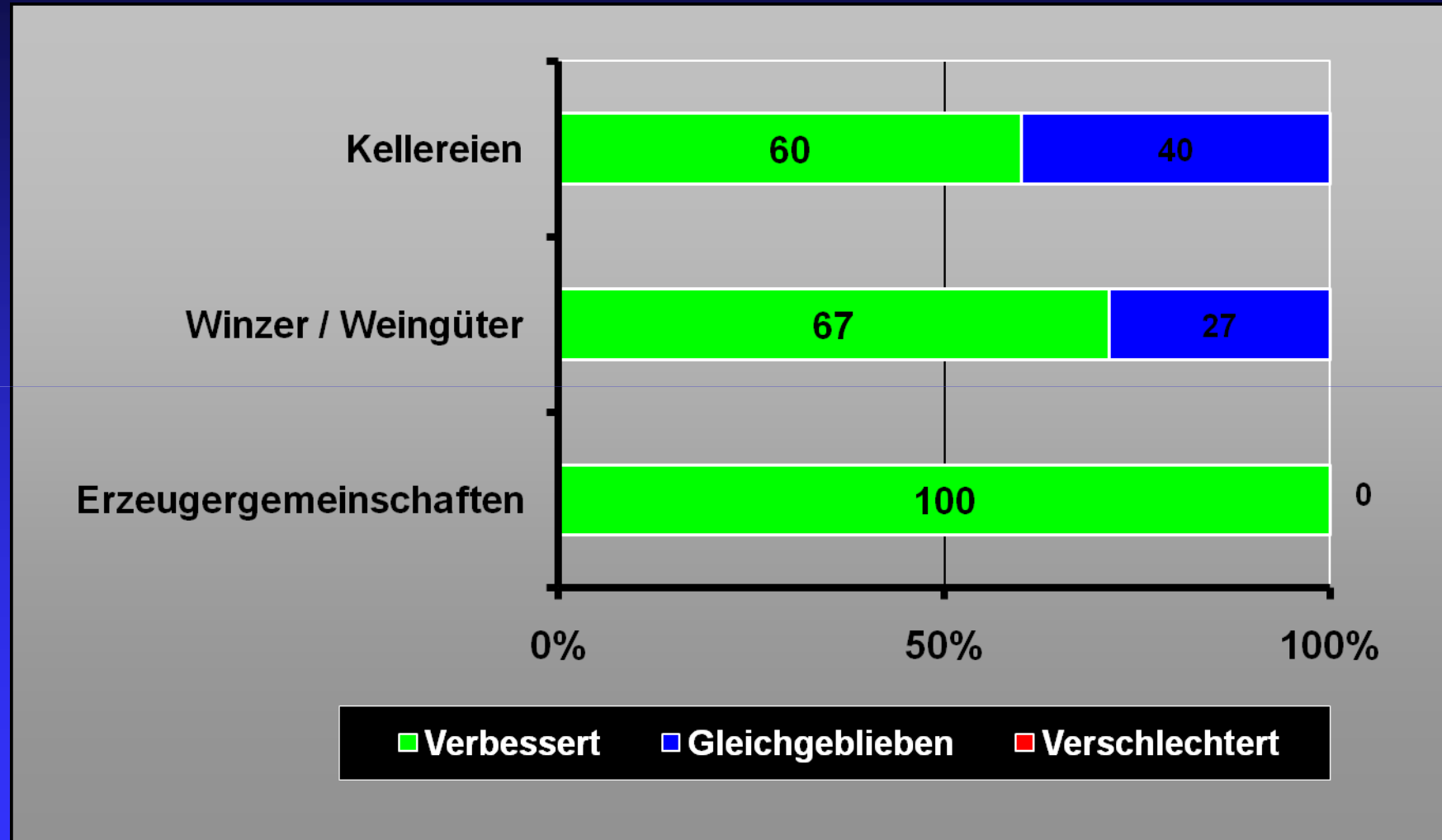
Absatz- und Vertriebsstruktur Franken 2006

Neukundengewinnung in %



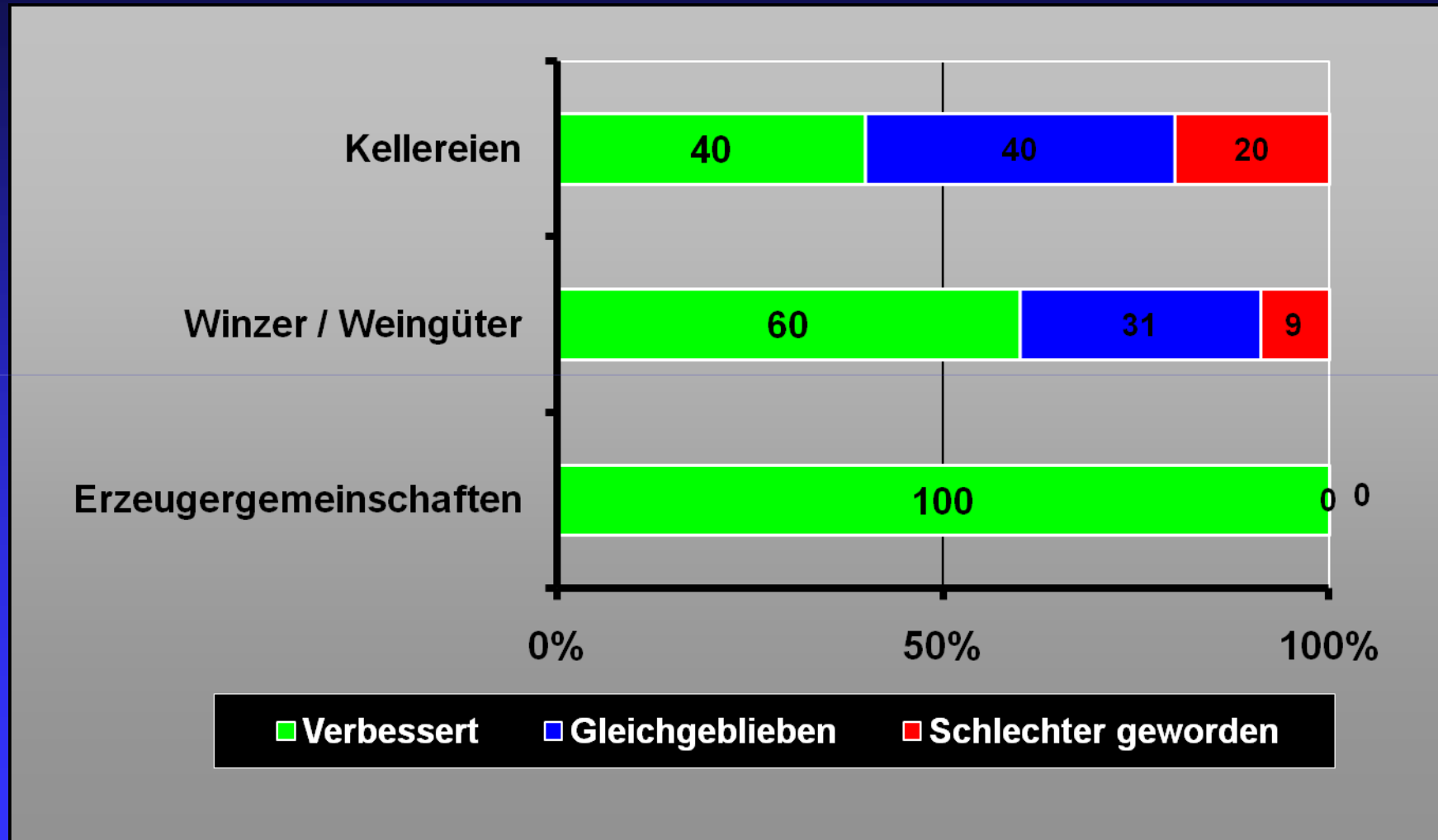
Absatz- und Vertriebsstruktur Franken

Geschäftsklima 2006



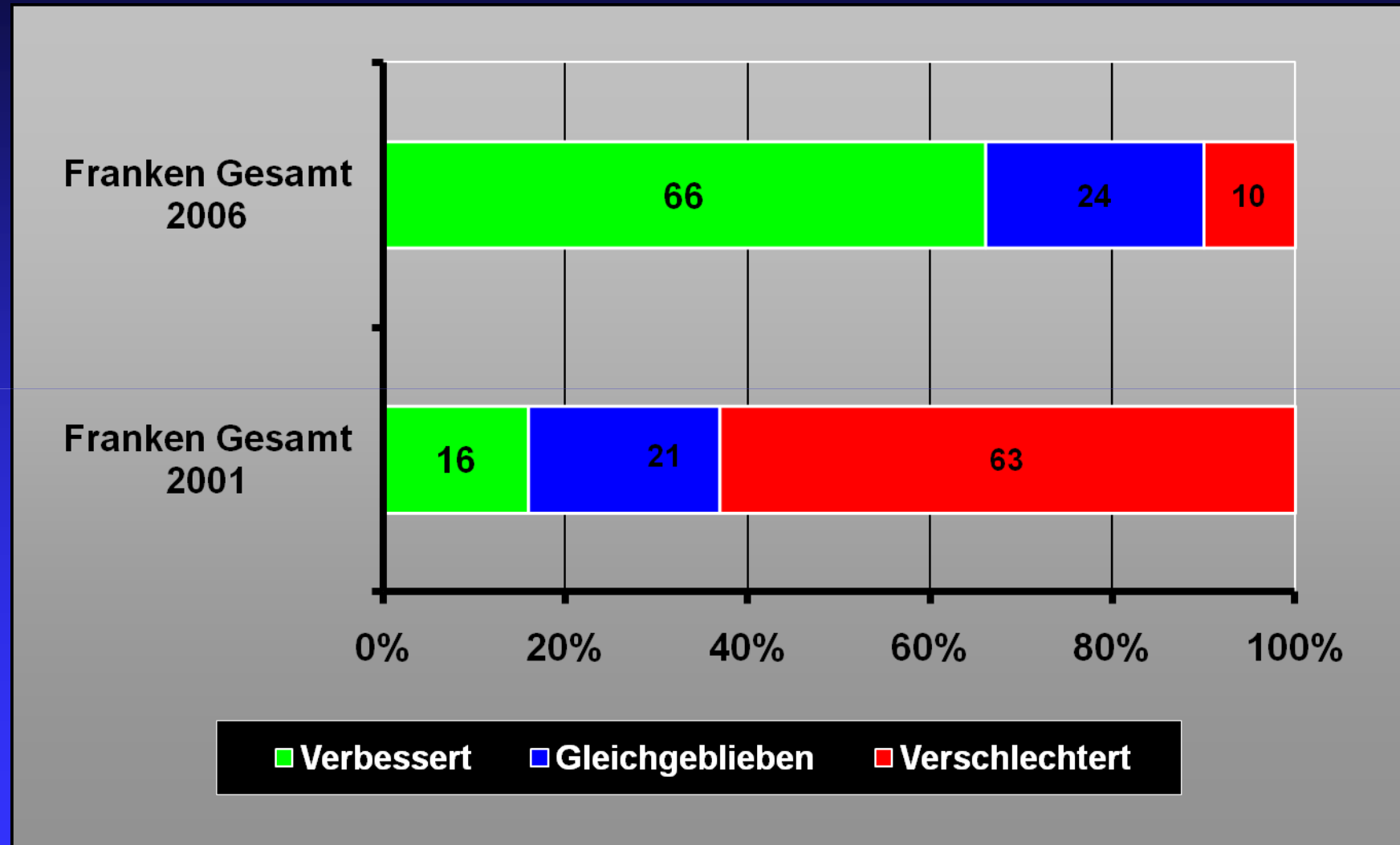
Absatz- und Vertriebsstruktur Franken

Flaschenabsatz 2006



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2008

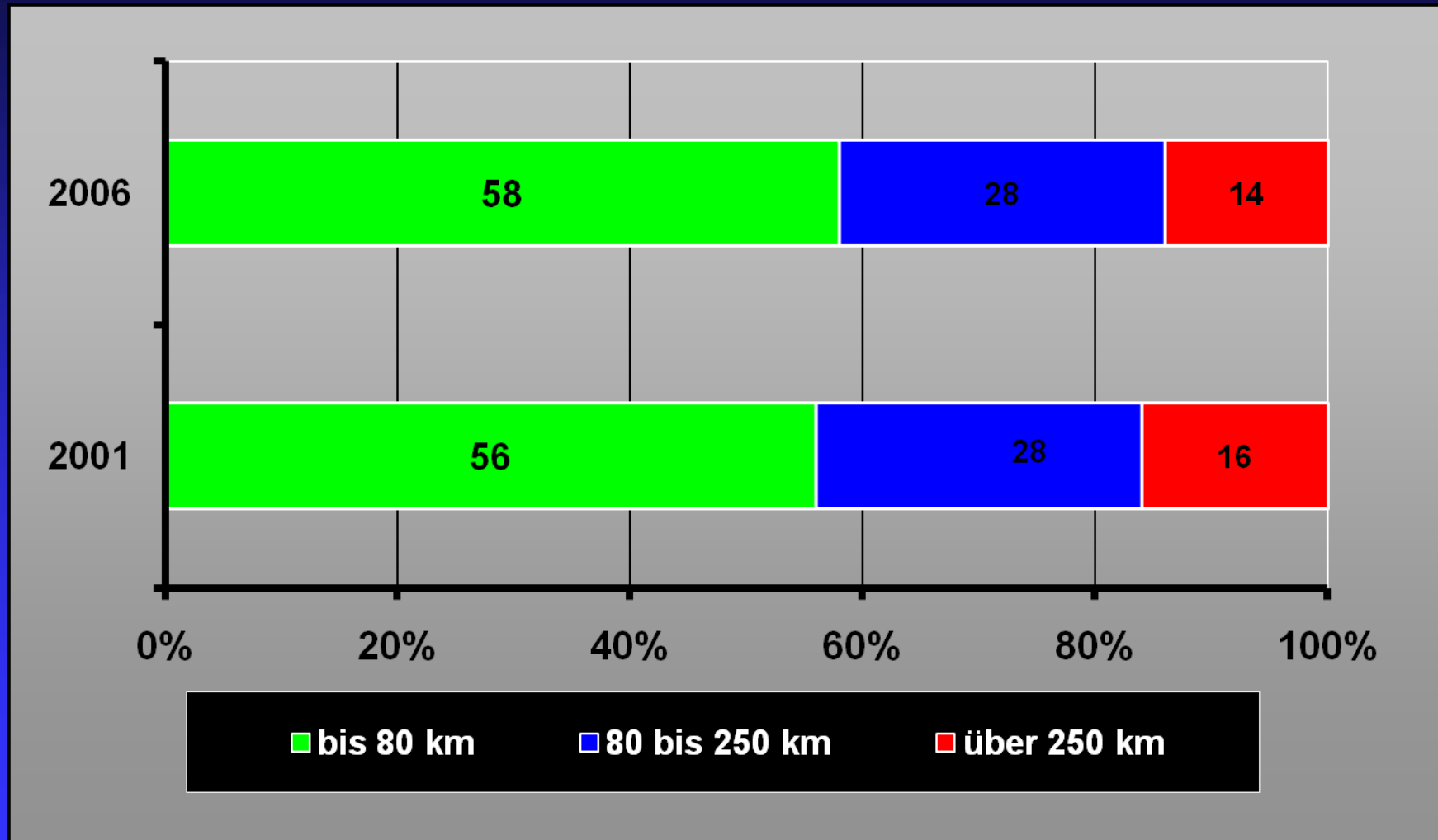
Absatz- und Vertriebsstruktur Franken Flaschenabsatz 2001 und 2006



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2008

Absatz- und Vertriebsstruktur Franken

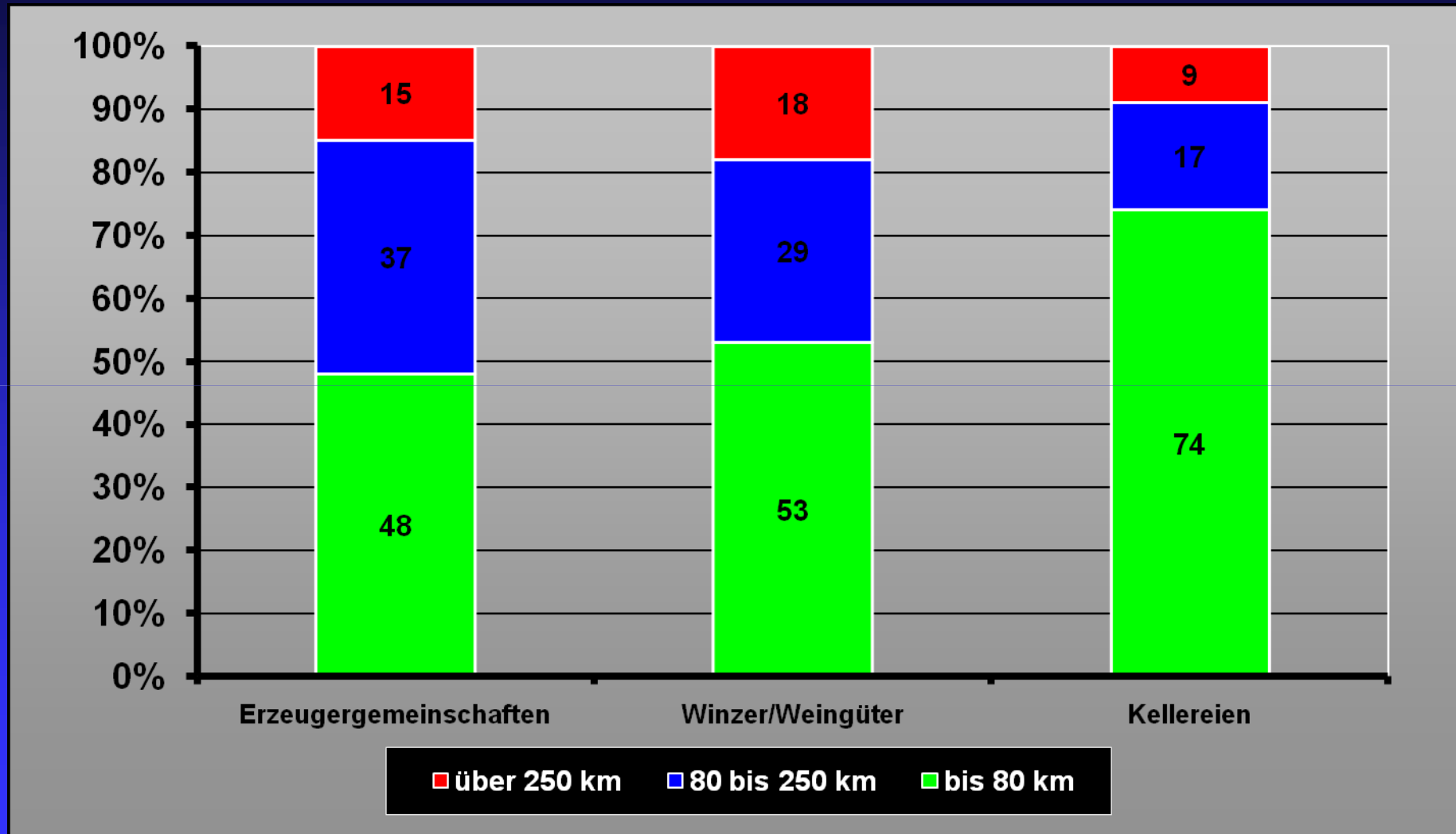
Reichweite der Vermarktung 2001 und 2006



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2008

Absatz- und Vertriebsstruktur Franken 2006

Reichweite der Vermarktung nach Betriebsstruktur



Quelle: Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau 2008

Qualität

Drei Begriffe drei mal Qualität

Die Fränkische Qualitätsweinpyramide



GROSSES FRANKEN

Große Weine, internationale Kompetenz



KLASSISCHES FRANKEN

fränkische Kompetenz und Vielfalt



NEUES FRANKEN

Modern, frisch, jung, unkompliziert und für jeden Tag

Die **Qualitätspyramide** als zentrales Element der Unternehmensstrategie

Beratungsteam Weinbau 2004

Vermarktung:

- Sortiment
- Zielgruppen / Kunden
- Vertriebswege
- Ausstattung
- Kommunikation

Strategische Ausrichtung

Weinbau:

- Produktionsregister
- Anbauplanung
- Sortenplanung
- Weinstilistik (Menge & Qualität)
- Qualitätsmanagement


Kellerwirtschaft:

- Stilistik der Weine
- Oenologischer Fahrplan
- Technik
- Sensorik
- Qualitätsmanagement

Frankens Neue Weine: Das „Neue Franken“
„Weine mit klarem Profil und Stil“



Frankens innovative Weine: Das „Neue Franken“ „Weine mit klarem Profil und Stil“

- 
- Weine für den unkomplizierten, einfachen und täglichen Genuss
 - Die Weine für jeden Tag → gut gekühlt, im Sommer auch mal auf Eis!
 - Frisch, fruchtig und belebend → Spaß, Lebensfreude, Chill out!
 - Für die leichte unbeschwerte Küche → von mediterran bis „cross over“
 - Mit klarer Stilistik → Qualitätssicherung, Profilprüfung
 - Immer der junge Jahrgang ! → Frische
 - Rebsortenweine oder Cuvées → Silvaner, Müller-Thurgau, Rotling, Rosé
 - In der Regel ohne Lagenbezeichnung → „neue Namen braucht der Wein“
 - Pfiffige und moderne Ausstattung → Lifestyle
 - Im hellen Bocksbeutel oder der Bordeauxflasche → Tradition mit Innovation

Frankens Neue Weine: Das „Neue Franken“ „Weine mit klarem Profil und Stil“



Frankens Neue Weine

Die „jungen Frank'n“ im Bocksbeutel



Frankens Neue Weine: Das „Neue Franken“ „Weine mit klarem Profil und Stil“



Frankens Neue Weine: Das „Neue Franken“ „Weine mit klarem Profil und Stil“

Vielfalter

Jung und unbeschwert ist dieser Wein, der mit alten Traditionen bricht und neue bewahrt – ein runder Genuss zur Vielgestaltung der Freizeit. Jedes Jahr entsteht der vielfalter mit belebendem Geschmacksprofil auf mehreren Gütern junger Winzer in Mittelfranken und verbindet als trockener Cuvée die beiden jungen Rebsorten Bacchus und Müller-Thurgau. Die Trauben des Jahrgangs 2003 haben sehr viel Sonne genossen und geben dem Wein einen außergewöhnlich vollfruchtigen, leichtduftigen Geschmack.

03

cuvée
TROCKEN



Frankens Neue Weine: Das „Neue Franken“
„Weine mit klarem Profil und Stil“



Frankens Neue Weine: Das „Neue Franken“

„Weine mit klarem Profil und Stil“

Wie wär´s mit zart Rosa ? -- Rosé, Rotling, Weißherbst!!



Frankens Neue Weine: Das „Neue Franken“

„Weine mit klarem Profil und Stil“
oder ein belebendes Prickeln ? -- Fränkischer Secco ist absolut in !



Frankens Bocksbeutel: Das „klassische Franken“ „Vielfalt der Rebsorten, Lagen und Terroirs im Bocksbeutel“



Frankens Klassiker: Das „klassische Franken“

„Vielfalt der Rebsorten, Lagen und Terroirs im Bocksbeutel“

- Rebsorten und Lagenweine im klassischen Bocksbeutel → Tradition
- Weine mit schmeckbarer Herkunft → Terroir, Lage
- Geprägt von der Handschrift des Winzers → Individualität und Persönlichkeit
- Weine mit „fränkischer Seele“
- Mit vielen Rebsortenspezialitäten → Vielfalt an alten Rebsorten und Neuzüchtungen
- Weine mit vielfältigen Konsumanlass → von der deftigen Brotzeit bis zum hochwertigen Menü
- Aber auch einfach zum klassischen „Schöppeln“

Frankens Klassiker: Das „klassische Franken“ „Vielfalt der Rebsorten, Lagen und Terroirs im Bocksbeutel“



Frankens Klassiker: Das „klassische Franken“ „Vielfalt der Rebsorten, Lagen und Terroirs im Bocksbeutel“



Frankens Kompetenz: Das „große Franken“

„Große Weine mit internationaler Kompetenz und regionaler Identität



- Weine, die im internationalen Vergleich bestehen können
→ gleichwertig aber nicht vergleichbar → „Champions“
- Weine mit großer Reife, Terroircharakter und Potenzial, trocken und edelsüß → Lagerfähigkeit
- Hochwertige Menüweine → Große Weine für den Großen Anlass
- Ausschließlich von den Rebsorten Silvaner, Riesling und Burgunder
 - Silvaner = fränkische Kompetenz
 - Riesling = deutsche Kompetenz
 - Burgunder = internationale Kompetenz
- Im dunklen Bocksbeutel oder der Burgunderflasche

Frankens Kompetenz: Das „große Franken“
„Große Weine mit internationaler Kompetenz und regionaler Identität



Frankens Kompetenz: Das „große Franken“
„Große Weine mit internationaler Kompetenz und regionaler Identität



Frankens Kompetenz: Das „große Franken“
„Große Weine mit internationaler Kompetenz und regionaler Identität“



Fördermaßnahmen

Investitionen im Bereich Weinbau, Traubenverarbeitung und Kellertechnologie



■ Investitionsförderung:

- Einzelbetriebliches Investitionsförderprogramm AFP und Diversifizierung
- Bayer. Programm zur Stärkung des Weinbaus, ab 2009
- Programm zur Umstrukturierung von Rebflächen, ab 2001
- Förderung der Winzergenossenschaften nach dem Marktstrukturgesetz
- EU- Förderung im Bereich Diversifizierung: 5b- Programm, LEADER (1996 ausgelaufen)
- EU Sektorplan Wein für Bayern: Austausch GfK- Tanks gegen Edelstahl tanks und Gärsteuerung (1992 ausgelaufen)

Investitionen im Bereich Vermarktung und Marketing



- **Vermarktungseinrichtungen:**
 - Betriebliche Präsentations- und Verkaufsräume
 - Gästezimmer; Ferienwohnungen
 - Neue Dienstleistungsangebote: Gastronomie, Tagungen, Seminare etc.
 - Brennereien; Schatzkammern,
- **Kommunale Vinotheken**
- **Regionale und kommunale Entwicklungskonzepte im Bereich Weintourismus**
 - Weinwanderwege, Gästeführer Weinerlebnis, Kommunikationsmittel



Investitionen im Bereich Produkt- und Sortimentsgestaltung

- Sortimentsstruktur → Qualitätspyramide
- Flaschenform und Flaschenfarbe
- Weinstilistik → Konsumanlass
- Etikettengestaltung
- Innovative Produkte → Vermarktungsinitiativen



**Alte Werte + neues Denken
=
Das Neue Bild vom Frankenwein**

