

FORUM STEILLAGE

DAS MAGAZIN
WACHAU . AUSTRIA



BILANZ: 1. FORUM STEILLAGE

Die gemeinsame
Plattform der Steillagen-
Gebiete im DACH-Raum

„INVESTIERT IN DIE MARKE!“

... sagt Willi Klinger. Wir
haben die wichtigsten
Aussagen zusammengefasst.

DIE STEIERMARK & DIE WACHAU

Tamara Kögl und
Hanna Hirtzberger im
Gespräch

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium
Land- und Forstwirtschaft,
Regionen und Wasserwirtschaft

 **WIR leben Land**
Gemeinsame Agrarpolitik Österreich



Kofinanziert von der
Europäischen Union



NEUE PLATTFORM FÜR DIE STEILLAGEN-GEBIETE

WER MACHT DEN WEIN? WER TRINKT DEN WEIN? WO WÄCHST DER WEIN?

Diese drei zentralen Fragen standen im Mittelpunkt des 1. Forums Steillage im März 2025 im Schloss Spitz. Themen, die aktuell viele Winzerinnen und Winzer sowie den Tourismus beschäftigen.

Mit dabei waren unter anderem Branchen-Insider wie Willi Klinger, Winzerin Tamara Kögl aus der Südsteiermark, Prof. Randolf Kauer von der Hochschule Geisenheim und Hydroklimatologe Klaus Haslinger. Als Teil des deutschsprachigen Steillagen-Netzwerks zog die Veranstaltung zahlreiche Gäste aus Partnerregionen in Deutschland und Luxemburg an.



Über Steillagen reden – das machen wir auch auf unserem Instagram-Kanal. Wie's weitergeht? Folgt uns einfach! @vineawachau



TOP MEDIEN-RESONANZ FÜR DIE STEILLAGEN

Das Thema Steillagen schlug auch in den Medien hohe Wellen. Danke an ORF, Falstaff, Kalk&Kegel, Vinaria, Der Winzer, Gast.at und den Blog Faszination Mosel für die Berichterstattung. Hier gibt es ausgewählte Beiträge zum Nachlesen.



ÜBER 150 GÄSTE AUS ÖSTERREICH, DEUTSCHLAND UND LUXEMBURG WAREN DABEI, ALS DIE VINEA WACHAU ZUM 1. FORUM STEILLAGE EINGELADEN HAT.

Initiator und Gastgeber war die Vinea Wachau – in Kooperation mit der LEADER-Region Wachau-Dunkelsteinerwald.

Die Veranstaltung wurde mit Mitteln von Bund, Land und Europäischer Union unterstützt.

MIT VEREINTEN KRÄFTEN FÜR DIE STEILLAGE



Emmerich H. Knoll
Obmann der Vinea Wachau

Liebe Leserinnen und Leser,

für uns Wachauer sind die Steillagen so sehr Teil unseres Selbstverständnisses, dass wir gar nicht so oft darüber sprechen. Dabei haben sie es mehr als verdient: Nicht nur, weil sie das Landschaftsbild auf eindrucksvolle Weise prägen. Die Terrassen dienen als Lebensraum für unzählige Klein- und Kleinstlebewesen und sind damit die Basis unserer Biodiversität.

Wer die Wachau besucht, nimmt die Schönheit der Kulturlandschaft meist sofort wahr. Doch was es bedeutet, sie zu bewirtschaften, bleibt vielen verborgen: die mühsame Kunst des Mauerns, das Mehr an Handarbeit, die körperliche Präsenz, die nötig ist, weil Maschinen nur eingeschränkt oder gar nicht eingesetzt werden können.

Umso mehr freut es uns, dass mit dem Forum Steillage eine Plattform entstanden ist, die dieser besonderen Form des Weinbaus Aufmerksamkeit schenkt. Sie bietet Raum für Austausch zwischen Regionen, die sich täglich denselben Herausforderungen stellen, und zwischen Menschen, die das Wissen und die Leidenschaft für diese Arbeit verbindet.

Ein solidarisches Miteinander ist gerade dort entscheidend, wo besondere Anstrengung gefordert ist – ein Prinzip, das in der Vinea Wachau seit über 40 Jahren gelebt wird. Umso freudiger blicken wir auf kommende Veranstaltungen, in denen wir die Facetten des Steillagenweinbaus beleuchten, um dieses wertvolle Kulturgut gemeinsam zu bewahren und für kommende Generationen zu erhalten.

AUF EINEN BLICK

DIE WICHTIGSTEN AUSSAGEN DER VORTRAGENDEN ZUSAMMENGEFASST

WER MACHT DEN WEIN?

Der Aufwand ist enorm, da die Produktionskosten in Steillagen, die nur mit der Hand bearbeitet werden können, etwa 2,5 Mal höher sind als in der Ebene. Dabei ist die Instandhaltung der Trockensteinmauern noch gar nicht mit eingerechnet.

Es braucht engagierte, innovative Winzer*innen und ein starkes Netzwerk: „viribus unitis“ – mit vereinten Kräften.

WER TRINKT DEN WEIN?

Der Weinkonsum insgesamt geht zurück. Diesen Trend auf Makroebene können wir aber nicht ändern.

Um neue Zielgruppen zu erreichen, müssen neue Vertriebswege erschlossen und starke Marken aufgebaut werden – auf Ebene des Weinguts, Gebietes und Landes.

Der Preis muss steigen, um den Aufwand zu rechtfertigen – das geht nur über Qualität und Markenbewusstsein.

WO WÄCHST DER WEIN?

Der Klimawandel verändert die Bedingungen teilweise drastisch:

Mehr Hitzetage, Starkregen und Dürreperioden können besonders die Steillagen belasten. Das (Niederschlags-)Klima wird variabler, Extreme nehmen zu.

Die Wahl geeigneter Lagen wird anspruchsvoller – vielleicht sogar in heute noch kühleren Zonen.

Die Bodenbearbeitung wird noch wichtiger, damit der Boden Wasser besser speichern kann.



« WIR SIND IN EINER REGION NUR SO STARK WIE WIR ZUSAMMENHALTEN. »

Tamara Kögl, Winzerin aus der Südsteiermark



« NUR WENN SICH DER STEILLAGEN-WEINBAU RECHNET, WERDEN WIR DIE TROCKENSTEIN-TERRASSEN AUCH IN ZUKUNFT ERHALTEN KÖNNEN. »

Hanna Hirtzberger, Winzèrin aus der Wachau

ÜBER DIE ZUKUNFT DER STEILLAGE

Prof. Randolf Kauer plädierte dafür, Steillagenweinbau neu zu definieren und die Kosten zu kennen.

„Weltweit sind 70 Prozent der Weinregionen durch den Klimawandel gefährdet, wenn die globale Erwärmung zwei Grad Celsius übersteigt“, zitierte Professor Randolf Kauer seinen Kollegen Professor Hans Reiner Schultz von der Hochschule Geisenheim. Wie der Temperaturanstieg sich auf unterschiedliche Rebsorten auswirkt, führte Randolf Kauer in seinem Vortrag aus. Wird es dem Riesling zu heiß? Das ist eine der Fragen, die im Weinanbaugebiet Mittelrhein diskutiert wird, wo Randolf Kauer gemeinsam mit seiner Tochter das Weingut Dr. Kauer führt. Welche Rebsorten welche Durchschnittstemperaturen während der Reifeperiode benötigen, ist in der nebenstehenden Grafik zu sehen. Die Temperaturbalken in Blau und Rot beziehen sich dabei auf die Durchschnittstemperatur in der deutschen Ortschaft Bacharach im September. Man sieht: Es geht sich (noch) aus für den Riesling, man befindet sich aber bereits im letzten Drittel der optimalen Reifetemperaturen. Mit Sauvignon gris, Cabernet blanc und Muscaris gab Randolf Kauer auch Beispiele für neue PIWI-Rebsorten, die mit dem Klimawandel besser umgehen können und mit denen bis zu 80 % Pflanzenschutzmaßnahmen eingespart werden können.

Wasser speichern und sparen
Auch den Wasserverbrauch der Rebe machte Randolf Kauer zum Thema. Die potenzielle Verdunstung ist in Steillagen höher als in der Ebene. Es gilt, Wasser zu speichern und zu sparen:

- Speicherkapazität des Bodens steigern durch organische Masse im Boden über Winterbegrünung
- Wasserverdunstung im Sommer reduzieren durch Abdeckmaterial



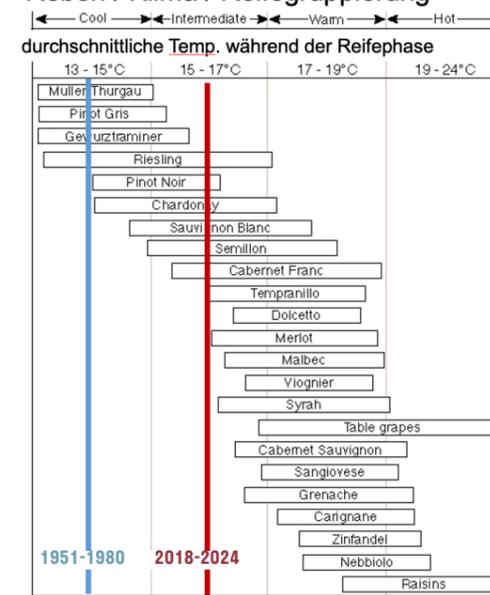
Moderatorin Nadja Bernhard und Randolf Kauer

- Transpiration der Rebe verringern durch Laub-Management und Ertragsregulierung
- Wasseraufnahmefähigkeit der Rebe steigern: Unterlagen anpassen
- Eventuell: Bewässerung – der Bedarf pro Hektar beträgt ca. 250 000 Liter Wasser/Jahr.

Steillagenweinbau definieren durch Grad der Mechanisierung

Auch die erhöhten Produktionskosten in der Steillage zeigte Randolf Kauer deutlich – bis zu 2,5 Mal höher sind diese in Handarbeitssteillagen im Vergleich zum Direktzug im Spalier. Grund dafür: die reduzierten Mechanisierungsmöglichkeiten und die hohen Personalkosten. Randolf Kauer plädiert deshalb dafür, den Steillagenweinbau nicht nur über die Hangneigung, sondern auch über die Möglichkeit zu definieren, Mechanisierungsmaßnahmen einsetzen zu können.

Reben / Klima / Reifegruppierung



Einteilung nach Jones et al. 2005

KOSTEN DER PRODUKTION

bei unterschiedlichen Bewirtschaftungssystemen

250 %
Handarbeitssteillagen

170 %
Raupenmechanisierungs-/ Steillagenmechanisierungssysteme

142 %
Querterrassen

100 %
Voll maschinell bearbeitbare Flächen

Quelle: Update zu Kostensätzen Anfang 2025 nach Strub, Loose (2021): Kostenfaktor Handarbeit, ddw 13/2021

RANDOLF KAUER

prägte den ökologischen Weinbau in Deutschland und weltweit. Fast 25 Jahre lang lehrte und forschte er an der Hochschule Geisenheim und deren Vorgängerinstitutionen. Parallel dazu leitet er mit seiner Tochter ein Bioweingut in Bacharach am Rhein im Anbaugebiet Mittelrhein (UNESCO-Welterbe seit 2002).



« UNS IST ES WICHTIG ZU VERMITTELN, WIE HANDWERKLICH UNSER ZUGANG IST. »

Hanna Hirtzberger

ÜBER WERT(E) REDEN

Die Steillage muss stärker Teil der Kommunikation werden – und jede Synergie will genutzt werden. Darin sind sich Hanna Hirtzberger und Tamara Kögl einig.

Eure Weingüter liegen in der Wachau beziehungsweise in der Südsteiermark. Was bedeutet für euch „Steillage“?

Hanna Hirtzberger: Mir hat der Ansatz von Prof. Kauer beim Forum Steillage gut gefallen. Nämlich, dass man zwischen Steillagen und Handarbeitslagen noch einmal differenzieren muss. Bei uns in den Trockensteinterrassen gibt es Weingärten, in denen man mit kleinen Geräten hineinkommt – und dann gibt es andere, wo gar nichts geht. Wo man jede Traube mit der Butt'n hinunterträgt. Da überlegt man sich jeden Schritt dreimal, den man setzt. Steillage bedeutet für mich also auch, wie viel Arbeit ich in die jeweilige Lage stecken muss. Das lässt sich nicht in Grad Hangneigung messen.

Tamara Kögl: Bei mir ist die Situation etwas anders. Wir haben keine Terrassen, sondern alle Weingärten in Falllinie.

Alle Weingärten sind mit dem Traktor passierbar – nur nicht immer. Viele Weingärten sind so steil, dass sie unbefahrbar sind, wenn es geregnet hat. Genau dann hat aber der Pflanzenschutz zu passieren. Wenn man dann noch biodynamisch arbeitet wie ich, kann es schnell kritisch werden aufgrund des hohen Pilzdrucks. Als Winzerin muss ich ganz genau überlegen, wie viel Risiko ich in Kauf nehme. Es kann schnell lebensgefährlich werden.

Angesichts dieser schwierigen Bedingungen: Wie kommuniziert man die Steillage am besten, um das Bewusstsein dafür zu schärfen?

Tamara Kögl: Es gibt gewisse Schlagwörter, die Kunden und Händler immer wieder hören sollten. Wir dürfen nicht müde werden, sie wieder und wieder zu erzählen. Für mich in der Südsteiermark ist es dieses enorme Risiko, das ins Bewusstsein



© Lukas Elsneg

« IM BUSCHENSCHANK IST DIE BEGRÜSSUNG UND DAS EINSCHENKEN MEINE MARKETING-ZEIT. DA KANN ICH ÜBERS WETTER REDEN. ODER ÜBER DEN WERT DER STEILLAGE. »

Tamara Kögl

muss. Wir riskieren manchmal wirklich unser Leben in den Steillagen. Von Händlern höre ich dann manchmal: Ihr jammert nur. Die glauben mir manchmal nicht, wie herausfordernd und aufwändig die Bewirtschaftung ist. Die Kosten sind hoch, deshalb kann ein Steillagenwein kostenmäßig nie mit einem Wein aus der Ebene konkurrieren.

Wie verpackt man das aber nun für den Gast? Welches Wording, welche Begriffe braucht es?

Tamara Kögl: Ich denke, das können wir Einzelne nicht für ein Gebiet definieren. Da braucht es mehrere Winzerinnen und Winzer – und wahrscheinlich auch professionelle Begleitung und Workshops, um das gemeinsam zu erarbeiten.

Hanna Hirtzberger: Meine Erfahrung ist, dass es selbst mit den passenden Worten schwierig ist, die Herausforderungen in der Steillage zu vermitteln. Mein Ansatz ist, auch viel mit Bildern zu arbeiten. Wenn ich den Händlern in Amerika ein Foto zeige, wie's bei uns aussieht, kommt oft: Ach, so hätte ich mir das nicht vorgestellt! Es heißt nicht umsonst: Bilder sagen mehr als tausend Worte. Ich denke, wir sollten auf Kanäle setzen, die stark damit arbeiten – zum Beispiel gewisse Social Media-Plattformen.

Tamara Kögl: Da bin ich bei dir. Wir müssen Bilder schaffen, die in Erinnerung bleiben. Und wir sollten wissen, welche drei Schlagwörter oder welche Emotionen Gäste mit nach Hause nehmen sollen. Wenn sie in unserer Region sind, haben wir nämlich die beste Gelegenheit um diese zu vermitteln. Das können wir bei uns in der Steiermark bestimmt noch besser machen. Zurück vom Steillagen-Forum habe ich mit meinen Mitarbeitern ein Gespräch darüber geführt, worauf wir die Aufmerksamkeit bei unseren Gesprächen im Buschenschank zukünftig lenken. Nicht steif, nicht gekünstelt – einfach um ein Augenmerk auf unsere Inhalte zu lenken. Die Zeit am Gast ist nämlich das effektivste und kostengünstigste Marketing.

Hanna Hirtzberger: Uns ist es am Betrieb wichtig, dass wir unseren

Gästen vermitteln, wie handwerklich unser Zugang ist. Man darf schon sagen, dass das qualitativ sehr hochwertig ist, was wir tun – wir überlegen uns jeden Schritt sehr genau. Uns geht es nicht um die große Menge, sondern darum, handwerklich gut zu arbeiten. Das unterscheidet uns von der großindustriellen Fertigung – und das hat auch einen Wert. Das gilt nicht nur für unseren Betrieb, sondern generell in der Wachau, die sehr kleinstrukturiert ist. Bei uns gibt es keine Flying Winemakers, keine Önologen auf Beraterbasis, wir sind noch sehr agrarisch strukturiert. Deshalb haben wir auch manchmal noch die Gummistiefel an, wenn wir mit Gästen verkosten. Weil wir selbst die sind, die den Wein machen. Auch das gehört zur Emotion, die ein Gast in der Wachau erfahren sollte. Plus das Thema Vielfalt. Die Wachau hast du nicht erfasst, wenn du nur an einem Ort warst. Es gibt so viel! Vom Heurigen bis zur Sternegastronomie – und alles hängt zusammen.

Tamara Kögl: Ich möchte noch beim Thema industrieller Wein einhaken. Ich denke, es ist keine Frage der Größe, wo Industrie anfängt. Man kann auch 100 Hektar sehr handwerklich bewirtschaften. Und andersherum kann ein 2-Hektar-Betrieb auch sehr industriell gemachten Wein herstellen.

Hanna Hirtzberger: Die Frage ist nicht: *Geht es oder geht's nicht?* Sondern: *Will ich es oder will ich es nicht?* Das hat schon auch mit Ideologie zu tun. Bin ich überzeugt davon, dass die Qualität im Weingarten wächst – oder richte ich mir den Wein danach im Keller?

Tamara Kögl: Je länger wir sprechen, desto deutlicher wird, dass diese großen Fragen nicht von zwei Protagonistinnen allein zu beantworten sind. Was der Wert der Steillage ist und wie wir ihn kommunizieren – damit müssen wir uns auf Ebene der Weinbauverbände befassen. Und wir müssen die Synergien zwischen Tourismus und Weinwirtschaft noch besser nutzen. Hier können wir uns gegenseitig unterstützen – wäre doch fein, wenn alle Weingüter in ihre Weinkartons eine schöne Broschüre über die Region legen könnten.

Hanna Hirtzberger: Wir machen

das im kleinen Stil schon mit dem Wachau-Magazin. Das kommt in jeden UPS-Weinkarton, der hinausgeht. Das bräuchten wir eine Nummer kleiner, damit es wirklich in jeden Weinkarton kommt. Ein gutes Beispiel für Regionsvermarktung kommt mir da in den Sinn: Wenn man eine Linzer Torte kauft, ist in der Schachtel auch ein Mini-Prospekt der Stadt Linz drin. Das ist doch toll!

Abschlussfrage: Um die Steillage euren Gästen gut zu vermitteln – wo würdet ihr sie genau hinschicken in der Region?

Hanna Hirtzberger: Es gibt einen Abschnitt des Wachauer Welterbesteigs, der durch die Achleiten führt. Da kann man toll wandern – und muss auch nicht Angst haben, vom Traktor überfahren zu werden. Spaß beiseite, wenn man durch diesen riesigen Terrassenberg geht, ist das nicht nur schön – da bekommt man auch viel mit.

Tamara Kögl: Ich würde Gäste nach Kitzreck schicken. In dem Ort arbeiten die Winzer teilweise in der Falllinie, teilweise in Terrassen. Wenn man durch Kitzreck fährt, ist vieles offensichtlich.

Danke fürs Gespräch!

HANNA HIRTZBERGER

Führt gemeinsam mit ihrem Mann die Weinhofmeisterei Mathias Hirtzberger in Wosendorf in der Wachau. Das Weingut bewirtschaftet 10 Hektar, rund die Hälfte davon in Steillagen, einige davon in reiner Handarbeit. Hanna Hirtzberger ist Vorstandsmitglied der Vinea Wachau.

TAMARA KÖGL

Führt ein biodynamisches Weingut mit Buschenschank und Gästezimmern in Ratsch an der Weinstraße in der Südsteiermark. Ihre Steillagen grenzen teilweise direkt ans Weingut. Tamara Kögl sprach als Keynote-Speakerin beim 1. Forum Steillage in der Wachau über Chancen und Herausforderungen im Weintourismus.



Die Werte der Konsumenten verändern sich. Um das zu illustrieren, setzte Willi Klinger auch auf starke Bilder.

VON DINOS UND DIGITAL NATIVES

Wer die Konsument*innen der Zukunft ansprechen will, muss in die Marke investieren, sagt Wein-Experte Willi Klinger

Nachfrage muss geschaffen werden, damit Wein zu hohen Preisen verkauft werden kann, fasst es Willi Klinger zusammen. In seinem Beitrag am Forum Steillage drehte sich alles um die Chancen von Weinen aus Steillagen in einem schrumpfenden Markt. Schaut man sich die Lage auf dem Weltmarkt an, sind wir mit sinkenden Zahlen konfrontiert, sowohl beim Weinkonsum, der Rebfläche als auch den produzierten Weinmengen. Trotzdem schaut Willi Klinger positiv in die Zukunft.

„Massive Konsumrückgänge gab es schon öfter – sie wurden wieder aufgeholt. Außerdem lässt sich die Makroebene von uns ohnehin nicht ändern“, so Willi Klinger. Was er empfiehlt: sich mit den Kundinnen und Kunden von morgen zu beschäftigen. „Als Boomer, wie ich einer bin, sind wir ja echte Dinosaurier. Die Kunden der Zukunft sind Digital Natives. Dieser Generation sind neue Werte wichtig.“ Willi Klinger bezieht sich dabei auf die Einteilung von Konsument*innen in Generationen: Während jene der Baby Boomer die Jahrgänge von 1946 bis 1964 umfasst, sind Digital Natives viel jünger – Jahrgänge 1995–

2010. Kaufentscheidungen treffen viele nach Online- oder Offline-Beratung mit Freunden. Die Jungen sind oft umweltbewusst, erfolgsbewusst und sicherheitsorientiert. Kochen, Reisen, Cocooning – Weininteresse sei in der neuen Generation grundsätzlich da, nur muss die Zielgruppe neu angesprochen werden. „Statt komplizierter Parker-Bewertungen und exklusiver Châteaux wollen die jungen Leute lieber gute Storys, Spaß und gutes Design. Es zahlt sich aus, in die Marke zu investieren!“

« SPITZENWEIN AUS EINEM STEILLAGEN-GEBIET MUSS € 150 KOSTEN. »

Für Willi Klinger ist die Marke der Schlüssel, um die Nachfrage nach teuren Weinen zu schaffen. „Spitzenweine aus einem Steillagen-Gebiet müssen netto 150 Euro kosten, damit sich der Weinbau auch in Zukunft rentiert. Das muss das Ziel sein.“

Die Arbeit an der Marke sieht Willi Klinger als Projekt auf mehreren Ebenen: Man muss in die Marke des Weinguts investieren, aber auch in die Herkunftsmarke: das Weinbaugebiet. Als dritte Ebene sieht der Wein-Experte das Weinbaugebiet als Dachmarke: Generic Marketing. „The consumer is the boss“, wird oft behauptet, aber Klinger zitiert Apple-Gründer Steve Jobs, der sagte: „Customers don’t know what they want until we’ve shown them.“ Das bedeutet, dass wir alle tagtäglich den Mehrwert von Charakterweinen aus Steillagen propagieren und die Nachfrage dafür schaffen müssen. Willi Klinger schloss seinen Vortrag mit einem äußerst optimistischen „Frisch ans Werk!“

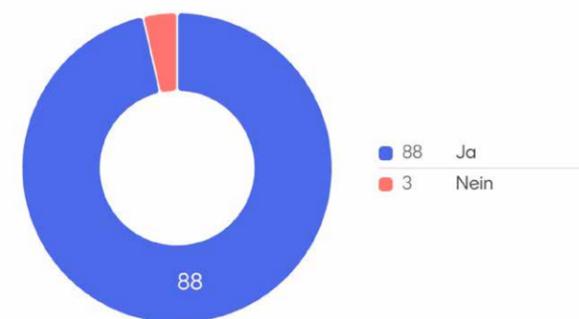
WILLI KLINGER

hat aus seinen Vorlieben Wein und Kultur eine erfolgreiche Karriere in der internationalen Weinwirtschaft geschmiedet – sowohl als Top-Manager in allen Bereichen des Weingeschäfts als auch als Lektor und Vortragender.

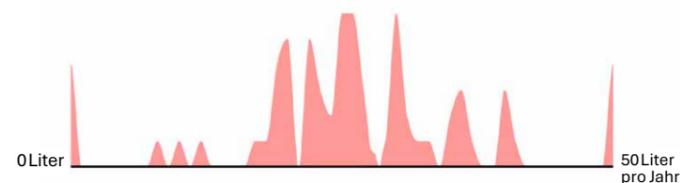
WAS DENKT IHR?

Schluss mit frontal: Auch die Gäste des 1. Forums Steillage wurden Teil des Programms. Mittels einer Mentimeter-Umfrage konnten sie live ihre Meinung abgeben.

HAT STEILLAGEN-WEINBAU ZUKUNFT?

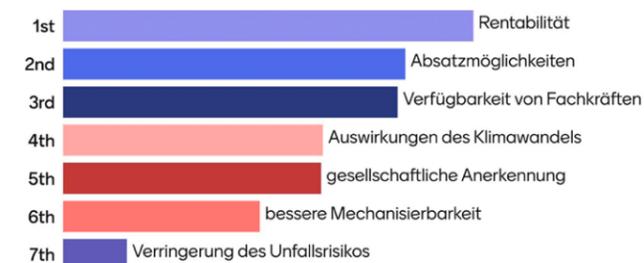


ES IST DAS JAHR 2025. WIE VIEL LITER WEIN TRINKT HERR/FRAU ÖSTERREICHER PRO JAHR?

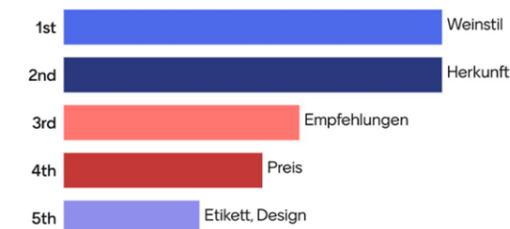


Zwischen 57 und 91 Gästen haben bei den Fragen abgestimmt. Die Auswertung spiegelt damit die Meinung eines Teils des Publikums wider und kann als Stimmungsbild gesehen werden (keine repräsentative Stichprobe, die Daten können nicht generalisiert werden).

WAS SIND DIE WICHTIGSTEN FAKTOREN, DAMIT STEILLAGEN-WEINBAU ZUKUNFT HAT?



NACH WELCHEN KRITERIEN ENTSCHEIDEN SIE, WELCHEN WEIN SIE KAUFEN?



BEISPIELE AUS DEM LANDKREIS LUDWIGSBURG IN DEUTSCHLAND



Unter einer Marke: Die Steillagen treten gemeinsam mit dem Claim „Echt. Schön. Schräg“ auf. Mehr auf www.echt-schoen-schraeg.de



Solidarität durch Teilhaberschaft: Mit einer Beteiligung am Steillagenkollektiv bekommt man nicht nur Weinpakete, sondern auch ein Namensschild auf „seiner“ Weinbergterrasse. www.lembergerland.de



Wein & Tourismus: Die Schlossberggrunde Ingersheim führt durch die terrasierten Steillagen. Infos auf: weinwege-wuerttemberg.de



Starke Weine aus steilen Lagen: den umfassenden Abschlussbericht des EIP-Projekts gibt's online.



« DAS EINZIGARTIGE, VIELFÄLTIGE LANDSCHAFTSBILD – DAS IST AUCH DAS, WAS WIR IM TOURISMUS BRAUCHEN »

Steffi Kahleyß, Steillagenbeauftragte

SO MACHT'S LUDWIGSBURG

Steillagenbeauftragte Steffi Kahleyß sprach über die Bewirtschaftung der Weinberge an Neckar und Enz – und wie diese erhalten werden

Der Steillagenweinbau im Landkreis Ludwigsburg in Deutschland geht zurück. Waren im Jahr 2013 noch 331 Hektar bewirtschaftet, sank diese Zahl 2024 auf 284 Hektar. Wie steuert die Region gegen, um die Steillagen zu erhalten? Steillagenbeauftragte Steffi Kahleyß stellte ein Paket aus vier Aktionsfeldern vor:

Vermarktung des Weins
Zum Beispiel durch das *Europäische Innovationspartnerschaften (EIP)-Projekt „Steile Weine“*. Das beinhaltet den Test neuer Rebsorten in den Terrassenanlagen, Konsumentenforschung und ein Vermarktungskonzept.

Vermarktung des Weinbaus und der Kulturlandschaft
Es gibt verschiedene Förderprogramme für den Maueraufbau und für Freistellungen. Spannend sind neue Konzepte wie das Steillagenkollektiv der WG Lembergerland: Um 365 Euro kann sich hier jeder einen Anteil an einer der Steillagen sichern – als Dividende winkt ein Kollektiv-Weinpaket pro Quartal. Über das Projekt „Weniger auf Probe“ konnten Menschen gefunden werden, die die Aufgaben in den Weinbergen für ein Jahr übernehmen – viele „Patenschaften“ sind in längerfristige Bewirtschaftungen übergegangen.

Touristische Vermarktung
Für die Steillagen wurde ein gemeinsames touristisches Profil entwickelt. Die touristische Dachmarke „Die Steillagen im Landkreis Ludwigsburg“ bekam ein einheitliches Design, eine Website und eine Steillagen-App.

Obstbau in den Weinterrassen?
Um die Steillagen in Zukunft zu erhalten, sind die Ludwigsburger auch offen für alternative Nutzungen – zum Beispiel für den Anbau von Obstsorten wie Kakis, Feigen oder Indianerbananen. Ein entsprechendes Merkblatt hat das Landratsamt Ludwigsburg 2024 veröffentlicht.

KLIMA: DIE AUSREISSER WERDEN GRÖßER

Klaus Haslinger von GeoSphere Austria sprach darüber, wie sich das Klima verändern kann – abhängig davon, wie weit die globale Erwärmung voranschreiten wird.



In kaum einer anderen Branche ist er so deutlich spürbar: Der Klimawandel verändert den Weinbau. Wie sich das Klima in Zukunft entwickeln wird, darüber sprach Klaus Haslinger von GeoSphere Austria am 1. Forum Steillage. Seinen Vortrag haben wir hier kompakt zusammengefasst. Generell gilt: Das (Niederschlags-) Klima wird zunehmend variabler. Das bedeutet, dass die Ausreißer nach oben und unten größer werden.

Temperaturanstieg: +1,2°C
Lag der Jahresmittelwert der Luft-

temperatur in den Jahren 1961 bis 1990 bei 5,8° Celsius, stieg dieser in den Jahren 1991–2020 auf 7°C. Die Durchschnittstemperatur wird auch in Zukunft weiter steigen, genauso wie die Zahl der Hitzetage pro Jahr. Das verlängert die Vegetationsperiode.

Jahresniederschlagssumme: +14mm
Der Jahresniederschlag an der Messstation Krems an der Donau lag in den Jahren 1961–1990 bei 521 mm. Von 1991–2020 lag dieser Wert geringfügig höher bei 535mm: +14mm.

Extremniederschläge werden noch häufiger
Während beim Jahresniederschlag nur geringfügige Veränderungen zu erwarten sind, werden die Starkregen-Ereignisse weiter deutlich zunehmen. Je höher die Lufttemperatur ist, desto wahrscheinlicher werden diese nämlich – dahinter liegt ein physikalisches Prinzip: „Die Clausius-Clapeyron-Gleichung besagt, dass die spezifische Luftfeuchtigkeit in niedrigen Höhenlagen um etwa 7%

KL AUS HASLINGER
leitet die Kompetenzzentrum Klima-system und Klimafolgen in der Abteilung Klima-Folgen-Forschung der GeoSphere Austria. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Hydroklimatologie mit besonderem Augenmerk auf Extremereignisse.

pro °C der Erwärmung zunimmt, wenn man davon ausgeht, dass die relative Luftfeuchtigkeit gleich bleibt.“ Auch die Verdunstung wird weiter zunehmen, bedingt durch den Temperaturanstieg und eine verlängerte Vegetationsperiode.

Wie stark die „Ausreißer“ werden, hängt davon ab, wie weit die globale Erwärmung voranschreiten wird – diese steht in direktem Zusammenhang mit den weltweiten CO₂-Emissionen. Klaus Haslinger zeichnete verschiedene mögliche Szenarien für die Wachau und für Österreich, unter anderem am Beispiel von Dürreereignissen. Der Hitze- und Dürresommer 2003 hatte eine Jährlichkeit von rund 50 Jahren. Steigen die Temperaturen weiter, wird ein solches Ereignis immer wahrscheinlicher. Die Jährlichkeit für ein 50-jähriges Ereignis kann bis auf 30–20 Jahre sinken. Genauso ist auch die Jährlichkeit von Starkregen-Ereignissen direkt an den globalen Temperaturanstieg geknüpft. Das Klima wird variabler. Die Frage ist, um wieviel.

PECHA-KUCHA: INSPIRATION VON ALLEN SEITEN

20 Slides. Je 20 Sekunden. Mit dem kurzweiligen „Pecha-Kucha“-Präsentationsformat bot das Forum Steillage viele Blitzlichter in unterschiedliche Regionen und Themen.



„DIE DOMÄNE WACHAU IST EIN GAMECHANGER: WIR SEHEN UNS ALS PIONIERE DER NACHHALTIGKEIT IN DER WACHAU.“

Weingutsleiter Roman Horvath MW über die Rolle der Domäne Wachau im Weinbaugebiet.
www.domaene-wachau.at



© Piel Media



„DAS NETZWERK STEILLAGE LEBT DURCH EUCH ALLE“

Nico Melchior sprach über das Landschaftsmosaik im Mittelrheintal und das Steillagen-Netzwerk, das ländliche Regionen in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz verbindet, die durch Steillagen-Weinbau geprägt sind. Ziel ist der Erfahrungsaustausch sowie die gemeinsame Entwicklung von Strategien zum Erhalt und zur Weiterentwicklung dieser einzigartigen Kulturlandschaften.
www.welterbe-mittelrheintal.de



© Otto Knaus

WIE GEHT BIODIVERSITÄT IN EINEM STEIRISCHEN WINZERBETRIEB?

Darüber sprach Otto Knaus aus Sulztal an der Weinstraße.
www.biowein-knaus.at



© AOP Moselle luxembourgeoise

ERFOLGREICH MIT CRÉMANT: LUXEMBURG

Vor 20 Jahren wurde der *Crémant de Luxembourg* erfunden. Heute macht er mit 3,5 Millionen Flaschen gar 30 % der Weinproduktion aus und ist zum Aushängeschild geworden. Das Weinbaugebiet liegt im europäischen Moseltal.

NEUBAU VON QUERTERRASSEN IM RHEINGAU

Das Weingut Laquai legte von 2007 bis 2018 rund 13 ha Querterrassen an. Dafür wurden brachliegende und verbuschte Rebflächen rekultiviert.
www.weingut-laquai.de



© Weingut Laquai

FASZINATION
Mosel

„Faszination Mosel“ ist eine Markenfamilie, die Genuss, Kultur, Wein, Natur & Landschaft und Urlaub umfasst. Diese Bereiche werden konsequent durch das gemeinsame Logo und klar definierte Markenwerte miteinander verbunden. Ziel ist, die Region weiter nach vorne zu bringen.
www.faszinationmosel.info



© Chris Mammann

Unter dem Motto #moselpflanzgenuss pflanzten bekannte Persönlichkeiten und Botschafter der Moselregion Moselweinbergpfirsich-Setzlinge – so auch Schauspieler Dietmar Bär.

DANKE FÜRS DABEISEIN!



2023

Auftakttreffen in Ludwigsburg

2024

Netzwerktreffen an der Mosel



Team und Vortragende des 1. Forum Steillage in der Wachau: vordere Reihe v.l.n.r.: Vinea-Wachau-Obmann Emmerich H. Knoll, LEADER-Manager Michael Wagner, Simone Röhr, Steillagenbeauftragte Steffi Kahleyß, Moderatorin Nadja Bernhard, Randolph Kauer, Tamara Kögl, Marc Weyer, hintere Reihe v.l.n.r.: Vinea-Wachau-Geschäftsführerin Anna Schöfmann, Otto Knaus, Hanna Hirtzberger, Willi Klinger, Klaus Haslinger, Nico Melchior, Gilbert Laquai

FORUM STEILLAGE

2025

in der Wachau

2026

Fortsetzung im Mittelrheintal
und im Rheingau

2027

Fortsetzung in Luxemburg

**« MIT VEREINTEN KRÄFTEN GEHEN WIR
IN DIE ZUKUNFT. VOR UNS LIEGEN GROSSE
HERAUSFORDERUNGEN IM STEILLAGEN-
WEINBAU, DIE WIR NUR GEMEINSAM
BEWÄLTIGEN KÖNNEN. »**

Emmerich H. Knoll

