

Projekt Wissenstransfer

JANEK SCHUMANN MW

„Verbesserung der Wirtschaftlichkeit von Steillagen“

27.03.24

Diese Veranstaltung wird gefördert durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER).  
Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Zuständig für die Durchführung der ELER-Förderung im Freistaat Sachsen ist das Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft (SMUL), Referat Förderstrategie, ELER-Verwaltungsbehörde.

**LandCARE**  
gemeinnützige GmbH

**BIODIVina**  
[www.biodivina.de](http://www.biodivina.de)  
[www.landcare-ggmbh.de](http://www.landcare-ggmbh.de)



Entwicklungsprogramm  
für den ländlichen Raum  
im Freistaat Sachsen  
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des  
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



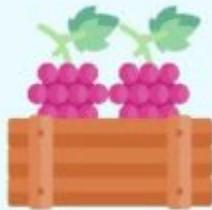
# Höhere Wertschöpfung?

## WINE MAKING PROCESS

Nature



Wine Maker



Harvest



Fermentation



Aging



Packaging &  
Transport

Shop



Buy

Sell

Customer



Die starke Verschiebung und Polarisierung der Marktsegmente hat grundlegende Auswirkungen auf die zukunftsfähigen Strategien der Weinproduzenten. Der Absatz im Basissegment ist vor allem über eine strikte Kostenführerschaft möglich, während der Absatz im mengenmäßig begrenzten Premiumsegment nur über hohe Qualität, Regionalität, Reputation und Storytelling möglich ist. Produzenten werden sich in Zukunft professionell auf eine dieser Strategien spezialisieren müssen, um wirtschaftlich überleben zu können.

# Marketing-Mix

Produkt

Preis

Platz

Promotion



# Marketing-Mix

Produkt

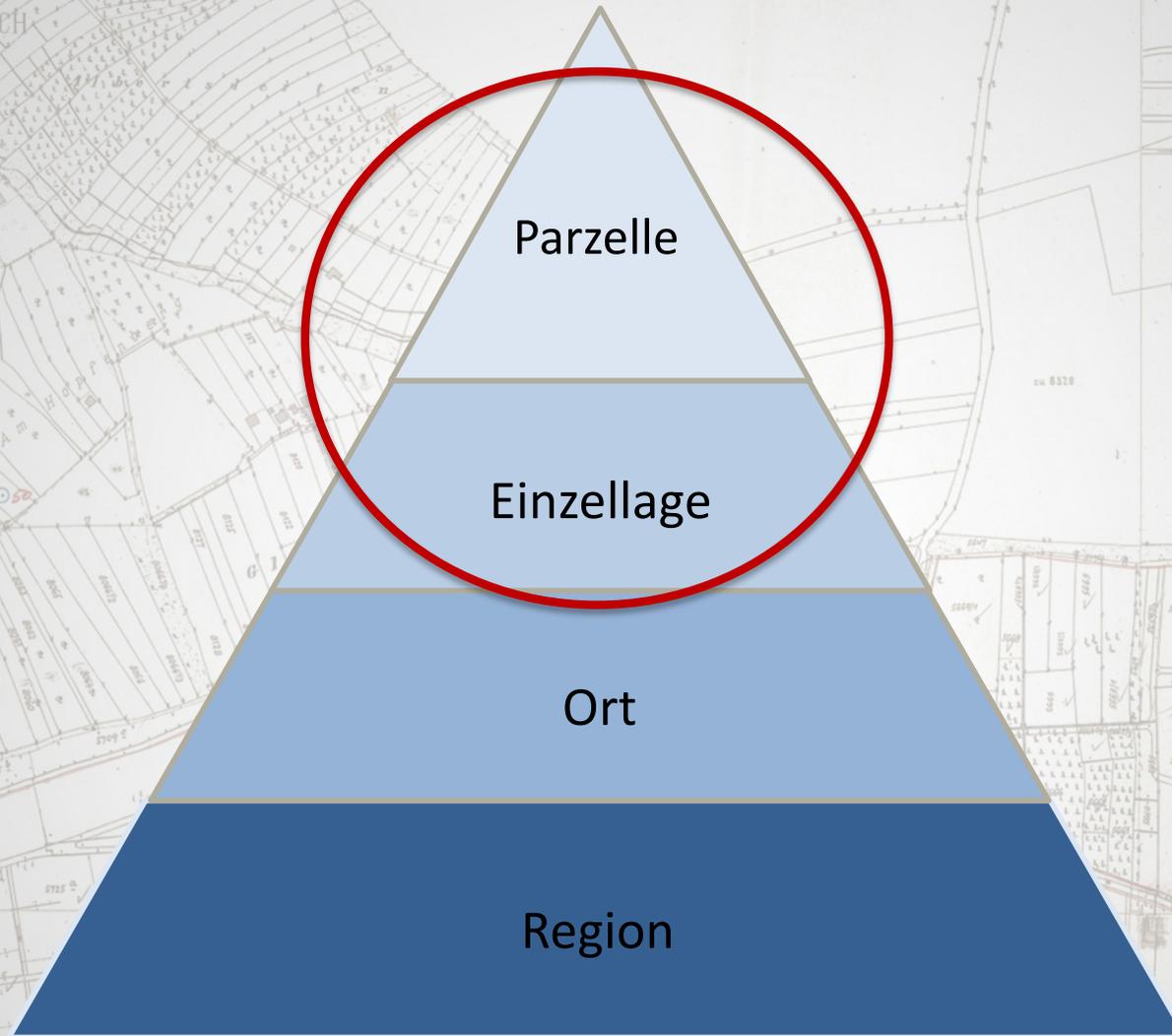
Preis

Platz

Promotion



# Produktthierarchie



Parzelle

Einzellage

Ort

Region

# Produkthierarchie

K r e u z f e l d

A m o b e r n G a r t e n

Zeichenerklärung

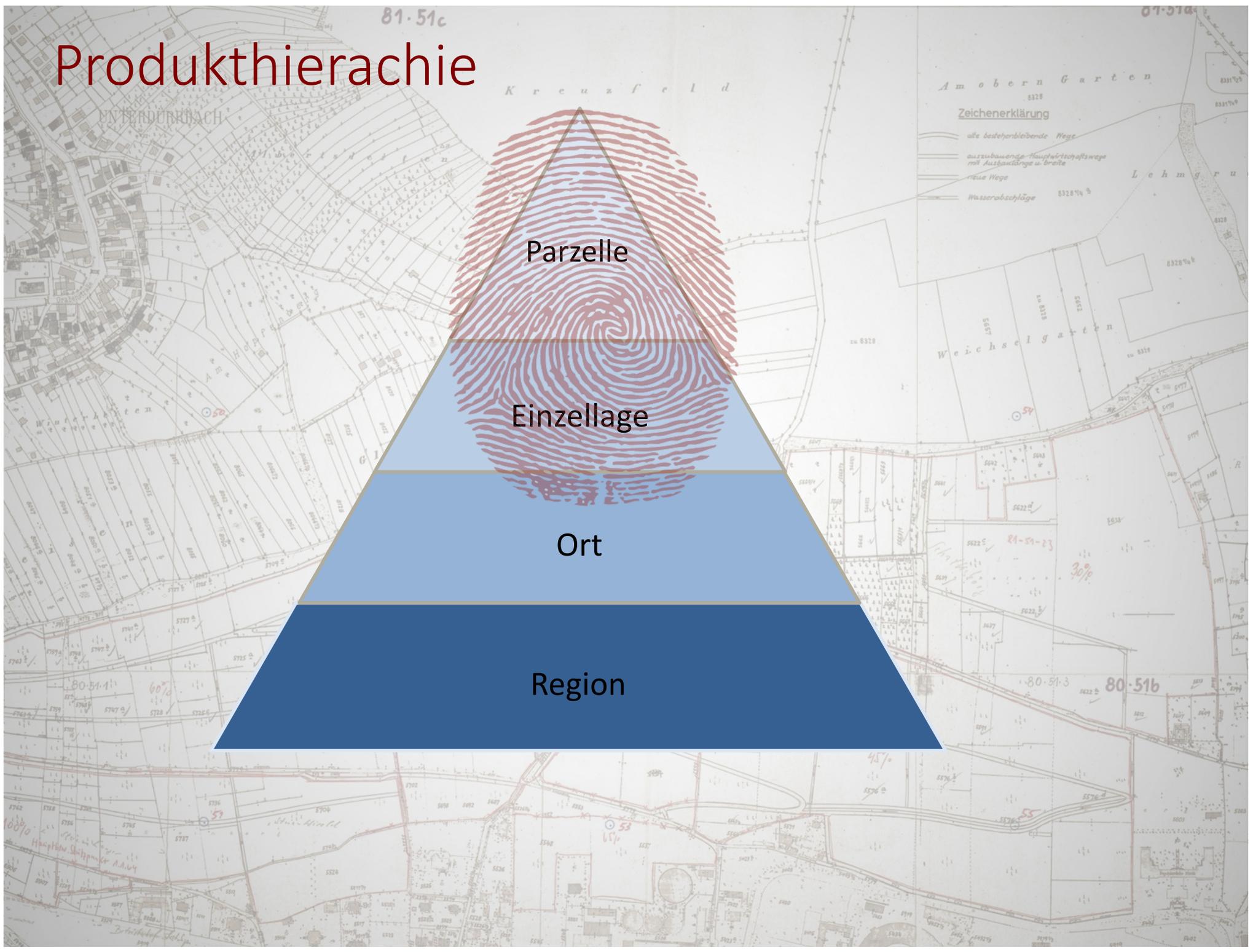
- alte bestehende Wege
- auszubauende Hauptwirtschaftswege mit Ausbauten u. breite
- neue Wege
- Wasserabschläge

Parzelle

Einzellage

Ort

Region





## SWOT Analyse Steillage

Terroir - Mikroklima, Boden und Wasserhaushalt, Anfälligkeiten Extremereignisse und Krankheiten etc.

Rebsorten – Alter, Anpassung Standort, gewählte Unterlagen, Ertragspotential, Ausdruck des spezifischen Terroirs möglich?

Bewirtschaftung – Erziehungssystem, Bodenbearbeitung, Blattwerk- und Fruchtmanagement, Pflanzenschutz etc.

Zukünftige notwendige Investitionen

Betriebswirtschaftliche Kennziffern – Herstellungskosten, Break Even, Volatilität

# Flight 1

Welches Segment (Lage, Region oder Ortswein)?

Beschreibung Sensorik / Struktur

# Flight 1



Weingut Peter-Jakob Kühn, Rheingau

1. Riesling Hallgarten „Alte Reben“ 2021
2. Riesling Hendelberg 1.Lage 2021
3. Riesling Doosberg GG 2019



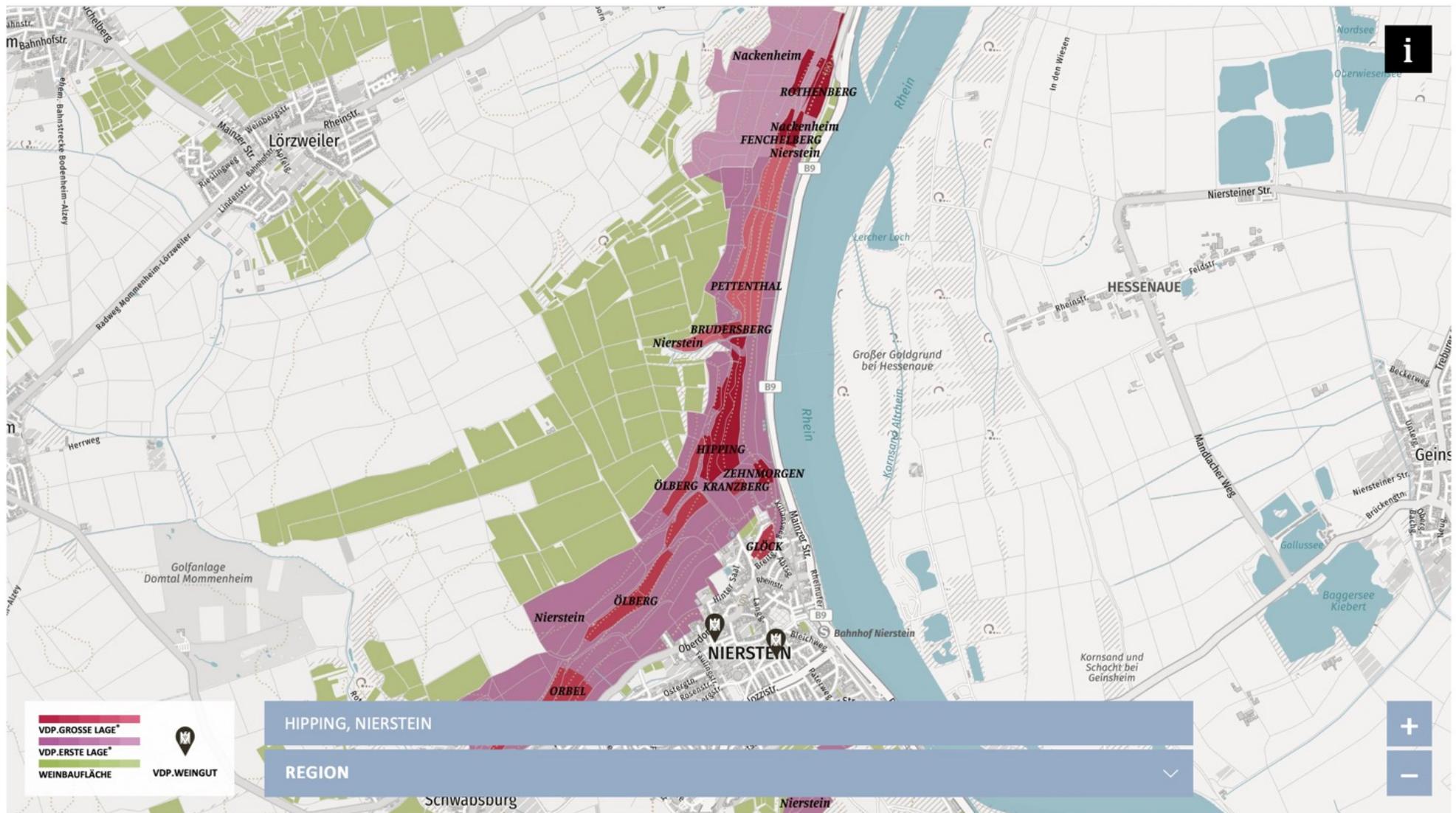


## Flight 2

Weingut Kühling-Gillot, Rheinhessen

1. Riesling Quinterra feinherb 2022
2. Riesling Hipping GG 2022
3. Riesling Pettenthal GG 2022

# Flight 2



# HIPPING



# HIPPING



# PETTENTHAL



# Marketing-Mix

Produkt

Preis

Platz

Promotion



Es ist ganz einfach....

Warum soll der Kunde Ihren Riesling genießen, warum soll der Händler gerade Ihren Weißburgunder verkaufen und warum soll der Sommelier seinen Gästen Ihren Traminer empfehlen?



Mittelpunkt der Kommunikation:

# Die Positionierung



POSITIONIERUNG



Erkenne Dich selbst.



Was macht mein Weingut besonders?

## POSITIONIERUNG

„Jeder Mensch erfindet früher oder später die Geschichte, die er für sein Leben hält, oder eine ganze Reihe von Geschichten.“

*Aus: „Mein Name sei Gantenbein“, Max Frisch,  
Schriftsteller und Architekt*

### **Schritt 1:** Auseinandersetzung mit der eigenen Historie

Auseinandersetzen mit der eigenen Geschichte.  
(Gründung, Menschen dahinter, Weinberge, Anekdoten  
& kleine Stories etc.)

Welcher Eindruck entsteht von außen? Was vermittelt  
die Website, Printmedia oder das Etikett auf den ersten  
Blick?

## Schritt 2: Selbstreflexion und Analyse

Eine Analyse der Stärken und Schwächen gibt Auskunft über das verfügbare Potenzial und zeigt mögliche Grenzen auf.

Ein Blick in die Zukunft und ein Konkretisieren Ihrer Pläne für die nächsten fünf bis zehn Jahre zeigen, wo die Schwerpunkte liegen (werden).

### Schritt 3: Ihre Positionierung

Welche Ideen und Geschichten haben Potenzial für Ihre Unternehmenskommunikation?

Heben Sie die Kernaussagen hervor und definieren Sie Keywords, mit denen Ihr Weingut in Zukunft in Verbindung gebracht werden soll, daraus formulieren Sie in wenigen Sätzen Ihre Positionierung (USP).

## POSITIONIERUNG

Die Positionierungsstrategie beruht nicht unbedingt darauf, etwas Neues... zu schaffen, sondern nutzt und verbindet auch vorhandene Gedanken, gestaltet sie um und verknüpft sie zu neuen Assoziationen.

*Aus: „Rasierte Stachelbeeren“, Peter Sawtschenko, Andreas Herden*

[Luisa-new](#)

# „GESTATTEN, MEIN NAME IST WEIN, LUIA WEIN“

Ich heiße tatsächlich so.

Ich bin Winzerin und mein Name ist Programm.

Ein Leben ohne Wein - undenkbar!

Meine WEINKOST steht für moderne Weine, auf die junge Art:

**frisch, aromatisch, authentisch & angenehm unkompliziert.**

Eure

*Luisa*





1991, nach meiner Winzerlehre,  
habe ich ein selbständiges  
Weingut gegründet, das von  
Beginn an ökologisch  
gewirtschaftet hat.

Die Wiederherstellung und  
Pflege der Bodenlebensfähigkeit ist  
mein wichtigstes Ziel, denn nur  
so kann das, was in der Zeit weit  
vor uns liegt und auch ewig nach  
uns kommt, schmeckbar werden:  
die Böden. Riesling ist meine  
Vision.

Die Mitgliedschaft in der von



# WASENHAUS

German Pinot focused winery from Baden.

We're producing artisanal, handcrafted wines in an noninterventional lowtec way.



Lackner Tinnacher Weine waren schon immer mehr als das Ergebnis ihrer primären Inhaltsstoffe. Sie waren schon immer mehr als die Moral einer langen und traditionsreichen Familiengeschichte. Sie sind die Summe einer Haltung, die weit über den klassischen Weinbau hinaus geht. Einer tief, in der Familiengeschichte, verwurzelten ökologischen Empathie und dem Willen zur Weiterentwicklung von Althergebrachtem. Lackner Tinnacher Weine sind das Ergebnis davon, Dinge anders zu betrachten und anders zu machen.

## Schritt 4: Kommunikation mit der Crowd

Wer kommt mit Ihrem Weingut und Ihren Weinen in Berührung?

Ihre definierten Zuhörer gilt es mit Informationen und Storys zu versorgen, denn sie sind wichtige Botschafter Ihres Weinguts.

### **Schritt 5:** Botschaften definieren und Maßnahmen setzen

Welche Informationen sind für wen interessant?

In gezielten Botschaften filtern Sie Informationen und „übersetzen“ die wesentlichen Inhalte für die einzelnen Dialoggruppen.

Diese Vorbereitung hilft bei der Planung Ihrer Marketing-Maßnahmen, z. Bsp. welche Informationen kommen auf die Homepage oder fließen in Ihre Social-Media-Kampagne ein oder welche Themen sind nur für Gastronomie bzw. den Handel von Interesse?

## POSITIONIERUNG

Ihre Positionierung lebt von der praktischen Umsetzung.



1991, nach meiner Winzerlehre,  
habe ich ein selbständiges  
Weingut gegründet, das von  
Beginn an ökologisch  
gewirtschaftet hat.

Die Wiederherstellung und  
Pflege der Bodenlebensfähigkeit ist  
mein wichtigstes Ziel, denn nur  
so kann das, was in der Zeit weit  
vor uns liegt und auch ewig nach  
uns kommt, schmeckbar werden:  
die Böden. Riesling ist meine  
Vision.

Die Mitgliedschaft in der von





NIERSTEIN

## HIPPING | VDP.GROSSE LAGE

80 - 174 Meter NN, ca. 60 - 120 % Neigung, roter Tonschiefer, klassifizierte Fläche 12,28 ha

Wie ein Parabolspiegel vereinen sich unsere beiden Parzellen im Hipping und erinnern mit ihrem Nord-Ost und Süd-Westhang an ein kleines, natürliches Amphitheater. Als eines der weltweit einzigartigsten Terroirs verfügt der Hipping über ein spezielles Mikroklima, das allein der Riesling in lupenreine Exzellenz zu übersetzen vermag. Mit Nachhaltigkeit, Respekt und Handwerk ist es H.O.s Ziel, den Hipping als letztes Puzzleteil unseres Lagen-Portfolios am Roten Hang zu neuer Wertigkeit und Ansehen zu verhelfen.





KÜHLING-GILLOT

VDP.GROSSE LAGE

HIPPING RIESLING

2022



Der Hipping wurde um 1550 erstmals unter dem Namen „Hupbuhl“ urkundlich erwähnt. Es wird angenommen, dass dort einst Ziegen gehalten wurden, da Hippe mundartlich Ziege und Buhl Hügel bedeutet. Wie ein Parabolspiegel vereinen sich unsere beiden Parzellen im höchsten Punkt des Hipping und erinnern mit ihrem Nord-Ost- und Süd-Westhang an ein kleines, natürliches Amphitheater. Als eines der weltweit einzigartigsten Terroirs verfügt der Hipping über ein spezielles Mikroklima: Gelegen auf 80-170 Metern mit bis zu 60% Hangneigung genießt er uneingeschränkte Sonneneinstrahlung. Seine rund 280 Mio. Jahre alten kargen Urgesteinsböden speichern die Wärme des Tages, die kühlen Nachtwinde des Seitentals erhalten die Säuren. Mit Nachhaltigkeit, Respekt und Handwerk ist es H.O.s Ziel, den Hipping als letztes Puzzleteil unseres Lagen-Portfolios am Roten Hang zu neuer Wertigkeit und Ansehen zu verhelfen. Die Trauben werden streng selektioniert von Hand gelesen, der Most spontan vergoren und im Stückfass von 1200 Litern behutsam ausgebaut. In sattem Gelb strahlt er im Glas und duftet nach Steinobst mit würzigen Akzenten, die an Sesam und grünen Tee erinnern. Mit unmittelbarer Ansprache ist die extraktreich reduzierte Frucht sofort präsent, während die markante Säure nonchalant im Hintergrund agiert. Er baut rasch enormen Druck am Gaumen auf und verbindet mit viskoser Haptik seine saftige Frucht mit markanter Würze. Gelbe und rote Früchte sowie Orangennoten sind engmaschig verwoben mit distinktiv würzigen Noten nach langem rotem Kampot-Pfeffer, Kräutern und der typischen Schiefermineralik des Rotliegenden. Ein vielschichtiger und finessenreicher Typ mit kühlem Finish und frapper Länge. Die Verbindung von Frucht und Würze ist auch zu Tisch Leitmotiv des Hipping. Mürbie Wildgerichte mit fruchtigen Komponenten schultert er ebenso wie aromenstarke Gerichte aus der marokkanischen Küche, die gerne Deftiges mit Süßem kombiniert.



FLASCHENGRÖSSE  
0,75 L

ALKOHOL  
12,5 % VOL.

SÄURE  
7,0 G/L

VERSCHLUSS  
NATURKORK

RESTZUCKER  
3,0 G/L

REBSORTE  
RIESLING

GEBINDEGRÖSSE  
STÜCKFASS

BIO  
✓



2022

## HIPPING RIESLING GG

VDP.GROSSE LAGE® TROCKEN

DE-ÖKO-006

**85,00 €**

Inkl. 19% MwSt., exkl. Versandkosten

Inhalt: 0,75 l (113,33 € / 1 l), enthält Sulfit, Alkoholgehalt: 12,5 % vol., Säure: 7 g/l, Restsüße: 3 g/l



Der Wein ist derzeit nicht verfügbar.

Für weitere Informationen melden Sie sich gerne bei uns  
via E-Mail [info@kuehlingandbattenfeld.com](mailto:info@kuehlingandbattenfeld.com).

Gerne beraten wir Sie auch per Telefon +49 (0) 6135-2333



**EXPERTISE HERUNTERLADEN**



kuehlingandbattenfeld

Folgen

Nachricht senden



1.207 Beiträge

26.800 Follower

7.352 Gefolgt

**Kühling-Gillot & Battenfeld Spanier**

Weingut/Weinberg

Wineries BattenfeldSpanier & Kühling-Gillot Riesling limestone & red slate #Rheinessen

Organic wines since 1993

[shop.kuehlingandbattenfeld.com](https://shop.kuehlingandbattenfeld.com)



20Jahre Car...



LiquidLife



Save the dat...



Philosophy



Miteinander



Press



Wine

BEITRÄGE

REELS

MARKIERT



# Premiumphilosophie

Winzerfleiß trifft Kellerkunst.



Premiumweine sind Weine von allerhöchster Güte. Die Trauben für diese Weine stammen aus ganz bevorzugten Lagen, eben aus Premiurlagen. Denn ein guter Wein entsteht hauptsächlich im Weinberg. Der Aufwand im Vergleich zu einem normal bewirtschafteten Weinberg ist ungefähr drei Mal so hoch, in den terrassierten Steillagen der Felsengartenkellerei erhöht sich der Mehraufwand noch mal deutlich. Zu diesem Mehraufwand, der ausschließlich in mühevoller Handarbeit ausgeführt wird, zählen u. a. optimale Laubarbeit und das Halbieren der Trauben – die sogenannte Ertragsreduzierung – im Sommer. Liegt die Erntemenge in einem normalen Weinberg zwischen 120 bis 140 Kilo pro Ar, liegt sie bei der Premiererzeugung zwischen 45 bis 90 Kilo pro Ar. Daraus resultiert, dass jeder Liter Wein aus Premiurlagen mindestens sechs Mal so wertvoll ist wie ein Standardwein.

Dabei sind die Mehrkosten durch den zeitintensiveren späteren Ausbau im Keller noch nicht einmal berücksichtigt. Der höhere Preis im Verkauf ist auch eine Würdigung der harten Arbeit der Winzerinnen und Winzer.



DARSTELLUNG ALS



ZEIGE

10 ▾

SORTIEREN NACH

Reihenfolge ▾ ↓

ARTIKEL VERGLE

Sie haben keine Artikel Vergleichsliste.



### WEIN AUS STEILLAGEN TROLL. MIT LEMB. AUS STEILLAGE DT. QUALITÄTSWEIN B.A. FEINHERB 0,75 LTR.

Charakter

Violettrottes Farbenspiel, duftig, jugendlich frisch, milde Säure, harmonische Süße

Empfehlung

Ein idealer Begleiter zu Wurst- und Käseplatte, Rost- und Schmorbraten

6,00 €

Inkl. 19% MwSt., zzgl. Versandkosten

**IN DEN WARENKORB**

AUF DIE VERGLEICHSLISTE



### WEIN AUS STEILLAGEN RIESLING DT. QUALITÄTSWEIN B.A. FEINHERB 0,75 LTR.

6,50 €

Inkl. 19% MwSt., zzgl. Versandkosten

**IN DEN WARENKORB**

AUF DIE VERGLEICHSLISTE

FILTERN NACH

INHALT

> 0,75 Ltr. (7)

> 1,00 Ltr. (2)

> 6er Paket 6x 0,75 Ltr.

WEINART

> Rotwein (7)

> Weißwein (2)

GESCHMACK

> feinherb (7)

> trocken (3)

EDITION

> Wein aus Steillagen

REBSORTE(N)

> Lemberger (1)

> Riesling (1)

> Rosé (1)

> Troll. mit Lemb. aus

> Trollinger (1)

> Trollinger aus Steilla



## WEIN AUS STEILLAGEN

### Riesling

Qualitätswein feinherb



Inhalt:	0,75 Liter
Jahrgang:	2021
Alkohol:	11,0 Vol%
Restzucker:	14,5 g/l
Säure:	7,5 g/l
Bodenart:	Muschelkalk
Lagerfähigkeit:	3-5 Jahre
Trinktemperatur:	10-12 °C
Artikel-Nummer:	1239 025
EAN Flasche:	4010333029742
EAN Karton:	4010333029759

enthält Sulfite

#### Charakter

Vielfältige und feingliedrige Fruchtaromen, die an Zitrusfrüchte, Pfirsich und exotische Früchte erinnern. Das ausgewogene Süße-Säure-Spiel verleiht dem Wein das perfekte Finish.

#### Empfehlung

Fisch und helle Fleischgerichte

[Große Abbildung herunterladen](#)

[Zurück zur Übersicht](#)

## Flight 3

1. Weingut Lacker-Tinnacher, Ried Flammberg  
Alte Reben 2021, Südsteiermark
2. Grabenwerkstatt, Riesling Bruck 2022, Wachau



## Fünf Lagen | Fünf Geschichten





[Wir](#) [Lagen & Weine](#) [Aushang](#) [Kontakt](#) [English](#)

# Ried BRUCK

## Ried BRUCK Riesling

12 Hektar umfasst die Bruck insgesamt und jeder Quadratmeter davon verdeutlicht, dass wir uns an den Grenzen des Weinbaus befinden. Ihr Gefälle ist durchgehend steil, die Rebzeilen sind von Steinmauern getragen. Stehst du auf ihrer Kuppe, siehst du ihren Hangfuß nicht. Das sind harte Bedingungen für uns und für die Reben, die sich ihren Weg zu Nährstoffen durch Schichten aus Orthogneis und gelegentliche Einlagerungen aus Glimmerschiefer und Amphibolite sprengen. Die Oberfläche ist seicht und sandig und sorgt auch bei stärkeren Niederschlägen für einen problemlosen Wasserabzug.

Unsere Parzellen in der Bruck befinden sich auf knapp 400 Metern Seehöhe. Sie sind in Richtung Südwesten exponiert. Am Morgen ist es darin oft extrem frisch, tagsüber bisweilen sehr windig. Am Abend jedoch genießen sie bis in die späten Stunden Sonnenlicht und Wärme. All diese Faktoren hinterlassen ihre Spuren in unserem Riesling und prägen seinen Charakter. Der verbindet spielerische Leichtigkeit mit einer druckvoll-vertikalen Struktur am Gaumen; die glasklare Riesling-Aromatik ist subtil verwoben in einem kompakten aber gleichsam feingliedrigem Körper mit rauchiger Mineralität und kühlem Säurespiel.



## BRUCK RIED

🍷 13 ha (94 % terrassiert)    ▲ 297-484 m (Ø 375 m)

📍 Süd (57 %)    ↘ 1-42° (Ø 21°)

Ausrichtung der bepflanzten Fläche

### HERKUNFT

Ortswein: [Mühdorf](#)  
[Spitz](#)

### REBSORTEN

🍷 WEISS 97 % (13 ha)    3 % (0 ha) ROT 🍷

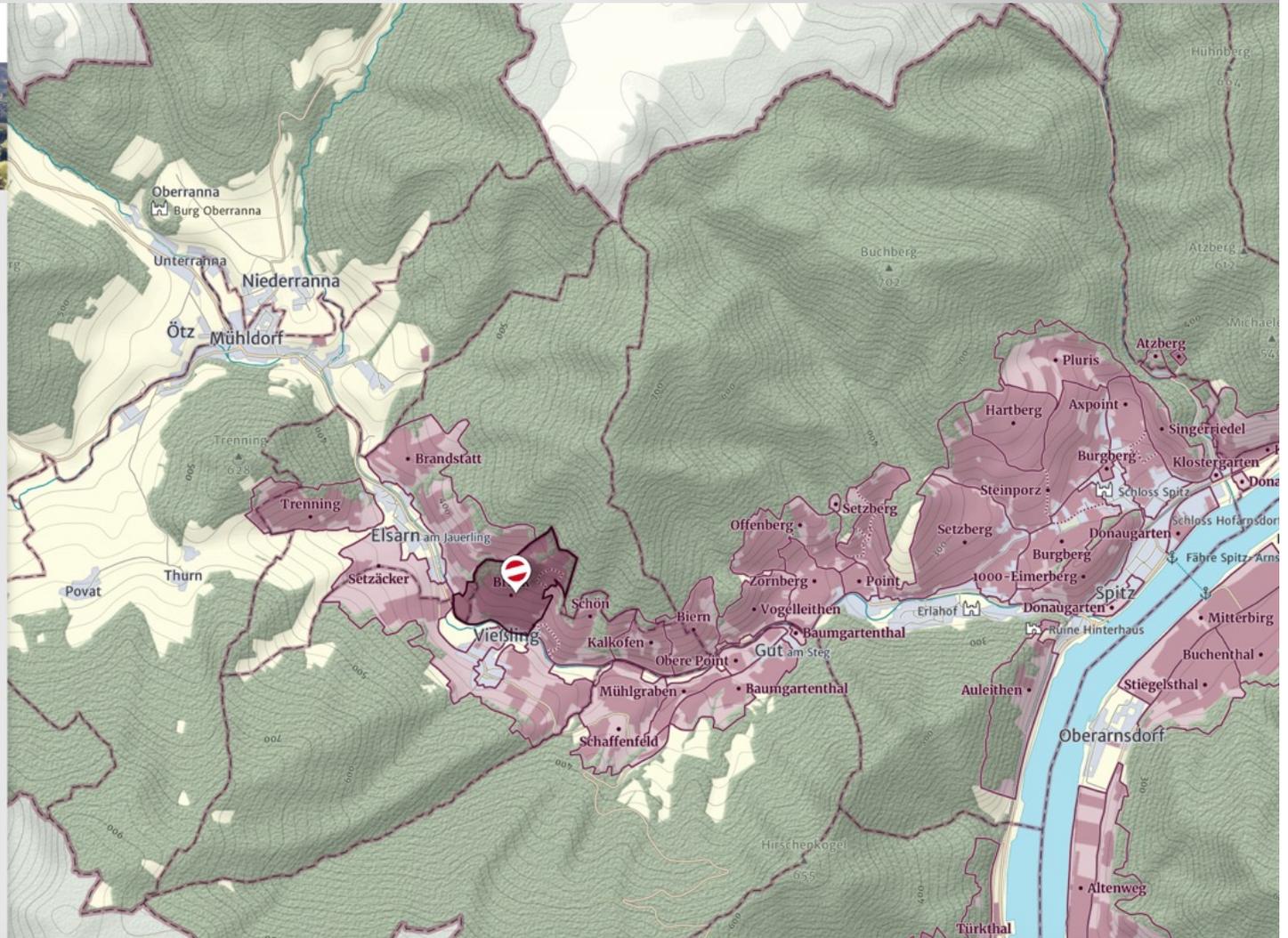
### KLIMA

Jahreszeiten    ☀️ ☁️ 🍃 ❄️  
🌡️ [Lufttemperatur](#)    10,0    19,5    9,8    0,8    Ø 10,0 °C

### BESCHREIBUNG

Bis auf 480 Metern Seehöhe werden hier auf schmalen Terrassen Reben, vorzugsweise Riesling, kultiviert.

📄 PDF    🍷 WEINE (28)



# WEINGUT LACKNER-TINNACHER, STEIERMARK



[Über Uns](#)

[\( Weingut \)](#)

[Stories](#)

[Archiv](#)

[Kontakt](#)

[Shop](#)

[Login](#)



FOLLOW US

[Instagram](#)

[Facebook](#)

## STORIES



### Die Weinkollektion

[BEITRAG LESEN](#)



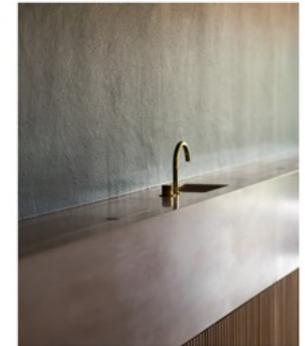
### STEINBACH No.12

[BEITRAG LESEN](#)



### Growers Vintages

[BEITRAG LESEN](#)



### Inside the Winery

[BEITRAG LESEN](#)

E-Mail hier eingeben

NEWSLETTER ABONNIEREN >

WEINGUT LACKNER TINNACHER  
Steinbach 12  
8462 Gamlitz, Austria  
T +43 34 53 21 42

WEINBOUTIQUE  
Verkostung & Verkauf  
im Weingut  
Mo - Sa: 10 - 17 Uhr

VERSAND  
ZAHLUNGSARTEN  
WIDERRUFSRECHT

KONTAKT  
IMPRESSUM  
DATENSCHUTZ  
AGB



# DER FLAMBERG





# FLAMBERG

## RIED

🍷 21 ha      ▲ 313-428 m (Ø 365 m)

📍 West-Südwest (60 %)      ↘ 4-30° (Ø 17°)

**HERKUNFT** ▼  
Ortswein: [Kitzeck-Sausal](#)  
Weinbaugemeinde: St. Nikolai im Sausal

**REBSORTEN** ▼

🍷 WEISS 58 % (12 ha)	42 % (8,7 ha) ROT 🍷
----------------------	---------------------

**KLIMA** ▼

Jahreszeiten	☀️	☀️	☁️	❄️	
Lufttemperatur	10,3	22,0	10,9	1,3	Ø 11,2 °C

📄 PDF    🍷 WEINE (23)



'lose the mystery and enhance the magic' of wine





Bleiben Sie authentisch!



luisasweinkost

Folgen

Nachricht senden



126 Beiträge

102.000 Follower

224 Gefolgt

Luisa Wein

#LuisasWeinKost #LuisasWeinBlog

[shop.stromberg-zabergaeu.de/pages/luisas-weinkost](https://shop.stromberg-zabergaeu.de/pages/luisas-weinkost)

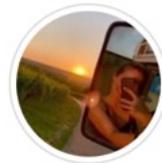
moeselchen ist Follower



Rebschnitt



lese



Hamburg



Rodung



Ruten biegen

BEITRÄGE

REELS

MARKIERT

