

# Netzwerk Nachhaltiger Bio-Wein

Konzept für die Analyse und Stärkung der WSK zwischen Bio-Weingütern und Weinfachhändlern mit Fokus auf Bio-Wein (KOBWE)

Fair and Green e. V. | Benjamin Laux | 30.04.2025

# Über mich



- **Benjamin Laux**
- Projektmanager beim Fair and Green e. V.
- Ansprechpartner für die Zusammenarbeit in der Wein-Wertschöpfungskette
- Bio-Wertschöpfungskettenmanager im RiWert-Projekt (KOBIWE)

# Agenda

1. Kurzvorstellung Fair and Green e. V.
2. Projektvorstellung – Ziele des Projekts
3. Ausgangslage – Marktanalyse
4. Ergebnisse – Was waren die wichtigsten Schritte in der Umsetzung?
5. Was waren die größten Herausforderungen?
6. Empfehlungen für andere Praxisprojekte

# 1. Kurzvorstellung: Fair and Green e. V.



## Verband für nachhaltigen Weinbau

- **Verband zur Förderung des nachhaltigen Weinbaus** mit Sitz in Bonn
- Auf Initiative von Winzerinnen und Winzern **2013 gegründet**
- Der Verband setzt sich für eine **nachhaltige Wirtschaftsweise**, mehr **Klimaschutz**, **faire Arbeitsbedingungen** und **Steigerung der Biodiversität** in der Landwirtschaft ein
- Alle Mitglieder unterziehen sich einer **jährlichen Nachhaltigkeitsprüfung**
- Nachhaltigkeit wird in der **gesamten Wertschöpfungskette** berücksichtigt (Zusammenarbeit mit vor- und nachgelagerten Partnern)
- Über **170 Mitgliedsbetriebe**



Mitgliederversammlung Jan. 2023

# 1. Kurzvorstellung: Fair and Green e. V.



Der Verein hat drei wesentliche Tätigkeitsfelder

- Netzwerkarbeit
- Beratung und Zertifizierung
- Projekte (Transfer- und Forschung)
  - Biodiversitätsprojekt
  - CO2-Speicherung in Böden
  - Klimaschutz
  - Digitalisierung
  - Nachhaltiger Obstbau



→ Bei FAIR'N GREEN arbeiten unterschiedliche Expert\*innen an den Zukunftsthemen (u.a. **Klimaschutz**, **Biodiversität**, **Pflanzenschutz**) des Weinbaus und entwickeln **praxisnahe Lösungen** gemeinsam mit den zertifizierten Betrieben.

→ Diese Tätigkeitsfelder sorgen für eine **stetige Weiterentwicklung** und **Wissen**, das im **gemeinsamen Netzwerk** weitergegeben werden kann

# 2. Projektvorstellung

## Eckdaten & Ziele des Projekts



**Titel: Konzept für die Analyse und Stärkung der Wertschöpfungskette zwischen Bioweingütern und Weinfachhändlern mit Fokus auf Bioweinen (KOBIFE)**

Richtlinie zur Förderung von Bio-Wertschöpfungsketten (RIWert)

Laufzeit: 01.11.2020 – 31.10.2023

### Projektziele:

- Auf- und Ausbau eines **Wertschöpfungsketten-Netzwerks** für biologisch und nachhaltig erzeugten Wein in Deutschland
- Fokus auf den Aufbau von Wertschöpfungskettenpartnerschaften zwischen **Bio-Weingütern und Weinfachhandlungen**
- **Ausweitung des Netzwerks** um weitere Partner
- **Austauschformate** zur Vernetzung der Projektpartner
- Erarbeitung eines **Bio-Nachhaltigkeitskonzepts, Steigerung des Wissens** über ökologisch-nachhaltigen Wein und des **Absatzes von Biowein** insgesamt

# 2. Projektvorstellung

## Projektpartner



→ Im Projekt kooperierte der **Fair and Green e. V.** mit **Bioweingütern, Weingütern in Bioumstellung** sowie **Weinfachhandlungen**, um die Wertschöpfungskette von ökologisch und nachhaltigen Wein zu fördern und auszubauen.

### Weingüter:

- Schloss Sommerhausen (Franken)
- Egon Schmitt (Pfalz)\*
- Becker Landgraf (Rhein Hessen)\*

### Weinfachhandlungen:

- walter & sohn (München)
- Wein Wolff (Leer)
- Löw Weine (Quierschied)



\* Waren zu Beginn in Bioumstellung, mittlerweile Bio

# 2. Projektvorstellung

## Aufteilung in Arbeitspakete

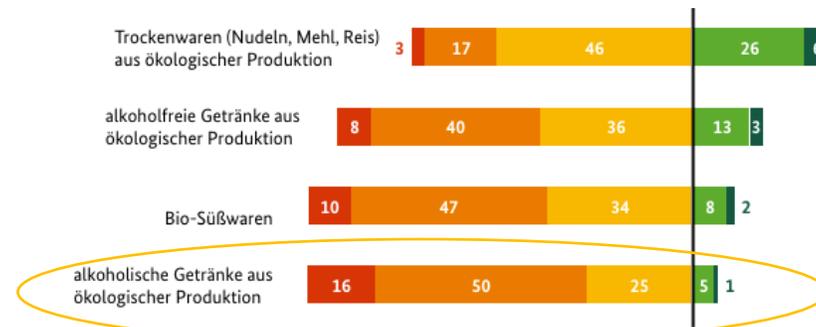
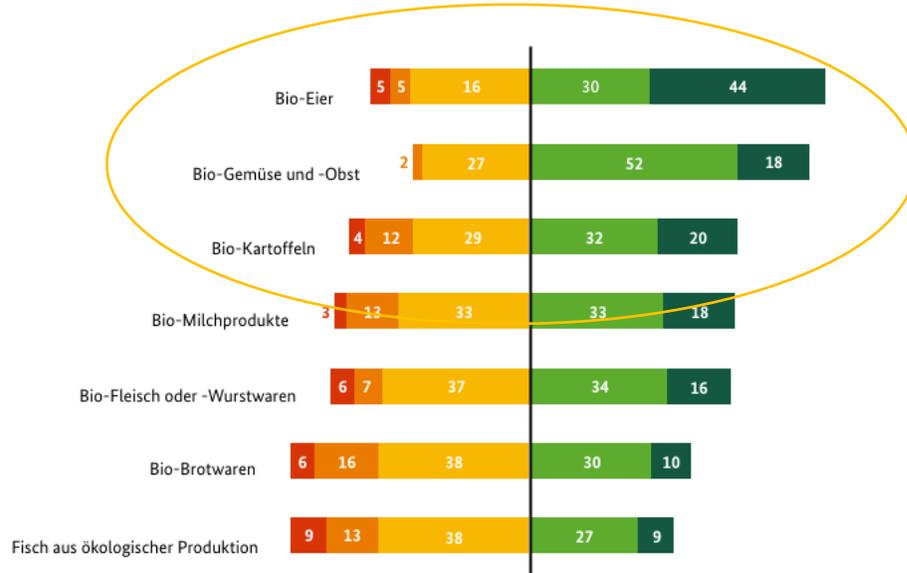


1. Marktanalyse
2. Planung Netzwerkveranstaltung
3. Durchführung Netzwerkveranstaltungen
4. Einrichtung einer Unterseite für das Netzwerk
5. Analyse Wertschöpfungskette
6. Ableitung Handlungsempfehlungen
7. Erstellung Bio-Nachhaltigkeitskonzept
8. Kommunikationsmaßnahmen
9. Verstetigung der Netzwerkarbeit

# 3. Ausgangslage

## Durchführung Marktanalyse

Die Nachfrage nach Bio-Wein war im Vergleich zur Nachfrage nach ökologischen Lebensmitteln in der Vergangenheit gering:



Wie häufig erwerben Sie die folgenden Bio-Produkte?

- ausschließlich
- häufig
- gelegentlich
- nie
- kaufe ich generell nicht

Angaben in Prozent;

n = 795; Befragte, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen;

an 100 Prozent Fehlende: „weiß nicht“

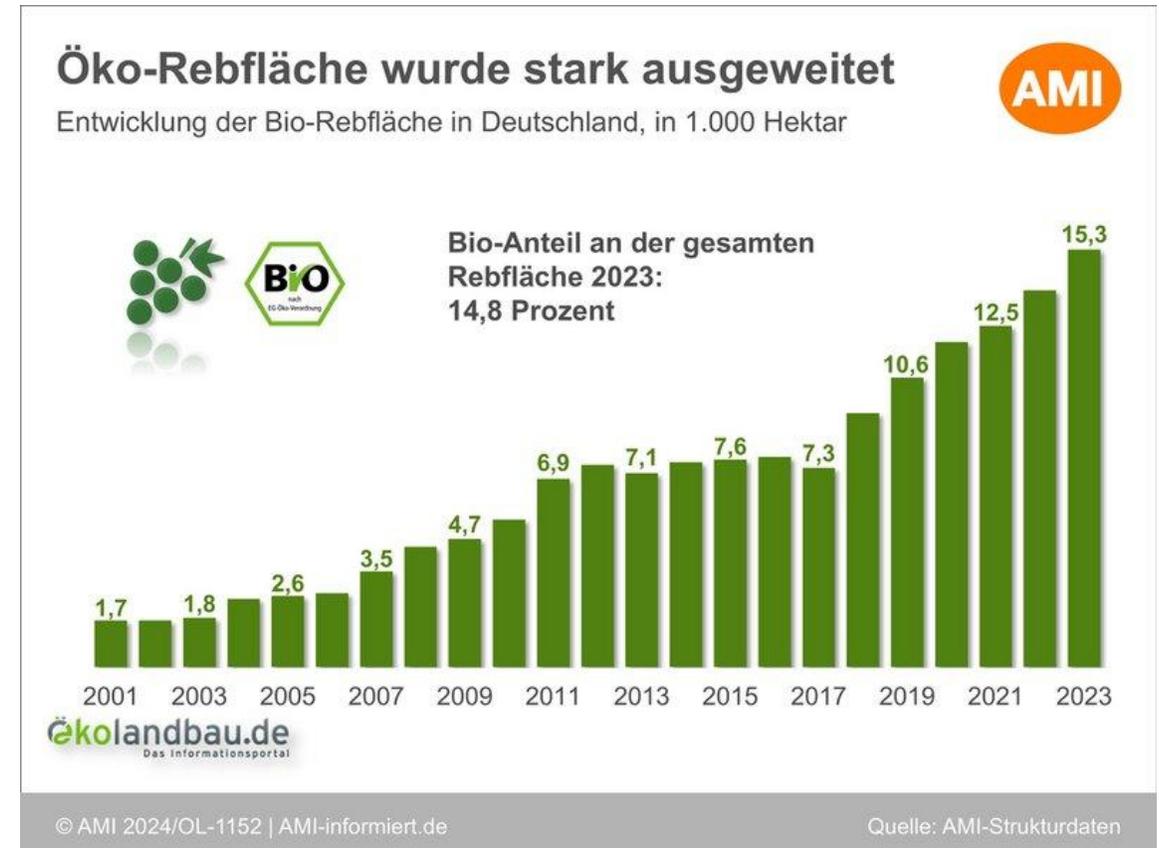
Quelle: Ökobarometer 2020 (BMEL 2021)

# 3. Ausgangslage

## Durchführung Marktanalyse

- Aber Trend hin zu mehr Biowein ist definitiv erkennbar
- Ökologisch bewirtschaftete Rebfläche steigt kontinuierlich an
- Auch steigende Relevanz von Nachhaltigkeitsthemen: CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, Leichtglasflaschen usw.

→ **Es besteht also noch viel Potenzial zur weiteren und besseren Vermarktung**



# Ergebnisse



## Ausbau des Netzwerks im Projektverlauf

- Weitere Partner sind im Verlauf dazugekommen, einige Bioweingüter, aber auch Partner im Bereich Weinhandel
- Insbesondere mit **Jacques' Wein-Depot** einen großen Partner gewonnen
- Weinfacheinzelhändler mit über 330 Depots in deutschlandweit

Jacques'

# Ergebnisse – Was wurde umgesetzt?

## Organisation und Durchführung von Netzwerktreffen

Bei den Treffen wurden Synergien, Kooperationen, aber auch Herausforderungen, Hemmnisse und Handlungsempfehlungen konstruktiv und zielführend besprochen und angegangen



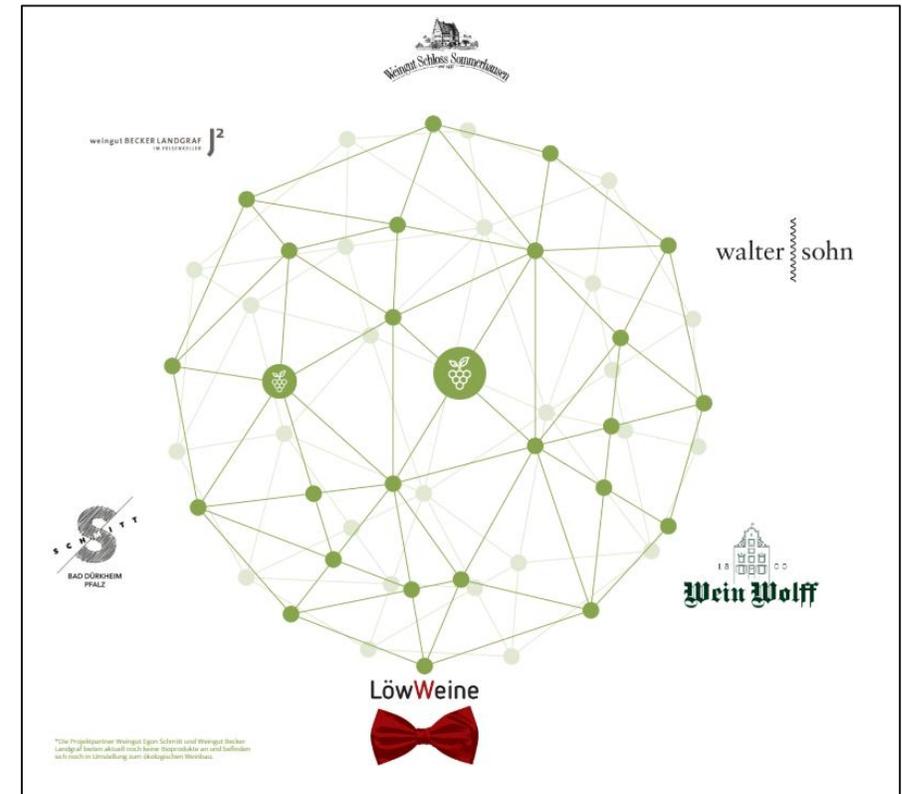
# Ergebnisse – Was wurde umgesetzt?



Erstellung einer **Unterseite** für Kommunikation, Ausbau und Versteigerung des Netzwerks



Ansprechpartner & Fachgruppe über Projektende hinaus

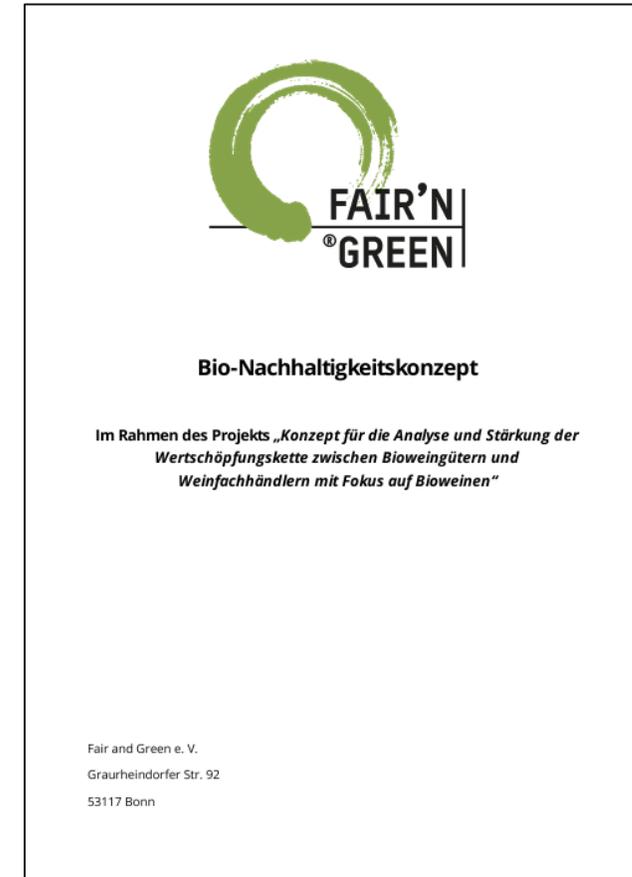


# Ergebnisse – Was wurde umgesetzt?



## Erarbeitung eines Bio-Nachhaltigkeitskonzepts für Weinfachhandlungen

- **Orientierungs- und Informationsangebot** für Weinfachhandlungen und Weingüter
- Bindeglied für ein **gemeinsames Verständnis von ökologisch nachhaltigem Weinbau**
- Konzept enthält Erläuterungen über **Nachhaltigkeitsthemen**, die den Biowein ergänzen, z. B. Klimaschutz, Energieeffizienz, Leichtglas, Einsatz ressourcenschonender Materialien und soziale Nachhaltigkeitskriterien wie gute und faire Arbeitsbedingungen



# Ergebnisse – Was wurde umgesetzt?

## Kommunikationsmaßnahmen



Bsp. Kommunikationsmittel der Projektpartner:



Hier oben zu stehen ist einfach jedes Mal aufs Neue überwältigend: Der Blick auf ein Meer von Authentizität, Einzigartigkeit, Individualität, wie es kein anderes Produkt der Welt als „Wein“ bietet. Genau hier - an einer der Bruchstellen des Oberrheintals, in dem vor 20 Millionen Jahren Haie und Korallen schwammen - hat die Tektonik eine unvergleichliche Bodenvielfalt geschaffen. Hier wurden massive Sandsteinfelsen in geologischen Epochen aufgebaut, riesige Erdschollen wie von Geisterhand verschoben und ganze Bodenschichten verschwanden wieder in der Tiefe. Wo Wind & Wetter über Jahrtausende eine einzigartige Vielfalt an "Terroirs" geschaffen haben. Hier sind wir mit unseren Weinen zuhause.

SEIT 1978 FAMILIENANGELEGENHEIT

BIO. ✓  
FAIR. ✓  
NACHHALTIG. ✓  
VERANTWORTUNGSVOLL. ✓

DE-OKO-039

CO<sub>2</sub>-NEUTRAL COMPANY  
www.save-climate.com

FAIR'N GREEN

Partnerbetrieb Naturschutz

WINE-MODERATION  
WEIN | BEWUSST | GENIEßEN

Weingut Egon Schmitt  
Am Neuberg 6  
D-67098 Bad Dürkheim  
info@schmitt-wein.de  
www.schmitt-wein.de  
Tel. 06322-5830

# Erfolge

## Absatzförderung von Biowein



- Umstellung von Projektpartnern und immer mehr FAIR'N GREEN-Mitgliedern zusätzlich auf ökologischen Weinbau
- Steigender Anteil von biologisch und nachhaltig zertifizierter Weine im Portfolio der Weinhandlungen
- Insbesondere großer Impact durch Partner Jacques' Wein-Depot
  - In jeder Aktion ist fortan immer mindestens ein Wein ökologisch oder nachhaltig zertifiziert
- Stärkere Kooperation untereinander: Aufnahme von Weinen der Projektpartner ins Portfolio

# 5. Herausforderungen



- Flexibilität aufgrund der **Corona-Pandemie** gefragt
  - Austausch vermehrt online etc.
  - Sehr unterschiedliche Auswirkungen für die Projektpartner
  - Insb. Weinhandlungen mit großem Anteil Gastro-Vertrieb zum Teil stark betroffen
- **Einbindung weiterer Wertschöpfungsstufen** (z. B. Hotellerie und Gastronomie)
- **Kommunikation von Bio und Nachhaltigkeit**: Herausforderung, die Komplexität prägnant und „griffig“ auf den Punkt zu bringen, ohne die Kundinnen und Kunden zu überfordern
- Daraus lässt sich der Bedarf ableiten für:
  - a) **Kommunikationshilfen** und Materialien für die Kundinnen und Kunden
  - b) **Schulungen** für Mitarbeitende

# 6. Empfehlungen

## Für andere Praxisprojekte

- Ein **gemeinsames Verständnis** von ökologisch und nachhaltig produziertem Wein stärkt die Zusammenarbeit untereinander innerhalb der Wertschöpfungskette und ermöglicht neue Partnerschaften und Absatzmöglichkeiten für alle Seiten
- Gemeinsame Projekte fördern dies, z. B.:
  - Gemeinsame Arbeit an nachhaltigem Verpackungsmaterial
  - Gemeinsame Umstellung auf Leichtglas
  - Biodiversitäts- und Artenschutzmaßnahmen, die beim Weingut umgesetzt werden und von Partner (Weinhandlung) begleitet und unterstützt werden können



# 6. Empfehlungen

## Für andere Praxisprojekte



- **Diversifizierung der Absatzkanäle** für Weingüter und für den Weinhandel wichtig (Beispiel Corona)
- **Verstetigung der Projektarbeit:** Impulse für die Zeit nach Projektende setzen, z. B.:
  - Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner festlegen
  - Arbeitskreisgründung
  - Dauerhafte Webpräsenz
  - usw.
- Frühzeitig über **Anschlussprojekte oder Folgeförderung** nachdenken
- Wir gehen aktuell insbesondere aufgrund der Erkenntnisse das Thema Bildung/Schulungen an (Projektpartner hat eigene Weinschule gegründet)

# Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

## Kontakt

**Benjamin Laux**

**Fair and Green e. V.**

Graurheindorfer Straße 92  
53117 Bonn

Telefon: 0228 763 785 03  
**[www.fairandgreen.com](http://www.fairandgreen.com)**

Gefördert durch



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages