

Rede von Stuart Pigott anlässlich des Neujahrsempfangs am 16. Januar 2015

Weinbau und Tourismus in Landkreis Ludwigsburg

Guten Abend und herzlich willkommen.

Danke, dass Sie so zahlreich erschienen sind.

Letzten Sommer im Juni war ich auf der Vievinum, der internationalen Weinmesse in Wien. Am letzten Abend gab es eine große Feier, sozusagen ein „Luxus-Vesper“, bei dem natürlich alle erschienen sind und ich saß am Tisch mit einigen Professoren von der Weinbauschule in Geisenheim im Rheingau, wo ich 2008/2009 zwei Semester lang Gaststudent war. Dort habe ich auch in einer miesigen Studentenbude mit anderen Studenten gelebt.

Es war eine hochinteressante Zeit. Daher kenne ich diese Professoren. Wir hatten viel auszutauschen, da wir uns lange nicht mehr gesehen hatten. Dabei wurde natürlich etwas getrunken, was etwas die Zunge gelockert hat. Und gegen Ende des Abends hat einer der Professoren zu mir gesagt: „Stuart, diese Weinwirtschaft, diese ganze Welt des Weins, ist eine verdammt gute Show.“ Und in diesem Sinne habe ich diese Rede geschrieben.

Lassen Sie uns mit einer fundamentalen Frage anfangen: Wer bin ich und wer sind Sie?

Ich bin Stuart Pigott, der britische Weinjournalist, der in Berlin und New York lebt. Ich bin seit September 2001 Weinkolumnist der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung (FAS) und Autor eines neuen Buches namens „Planet Riesling“.

In meinem Pass - da stehen aber noch ein paar andere Dinge. Mein Geburtsort - der ist in Orpington. Mein Alter kann man auch aus dem Pass lesen - ich bin 54 Jahre alt. In meiner kurzen Beschreibung habe ich einige wesentliche Punkte berücksichtigt, aber ich habe nicht endlos Zeit, alle auszuführen. Man hat nie endlos Zeit.

Und wer sind Sie? Sie sind die Führung der Weinwirtschaft, des Tourismus und gehören zum Kreis der allgemeinen Wirtschaftsvertreter im Landkreis Ludwigsburg. Wunderbar! Aber wie interpretiert man das? Nietzsche hat sehr treffend geschrieben *„es gibt keine Fakten, nur Interpretationen.“* Und die Interpretation fängt mit der Wahl der Fakten an. Bei Ihnen ist die Auswahl der möglichen Interpretationen ungeheuerlich groß, weil Sie so zahlreich sind und

so unterschiedliche Tätigkeiten haben. Aber was die anderen Menschen sagen, die Antworten, die sie auf diese Frage liefern, sind doch unendlich zahlreich.

Es gibt unglaublich vielfältige Beschreibungen von meiner Person. Natürlich sind nicht alle positiv. In ihrer Auslegung ist die Summe von diesen Beschreibungen unendlich viel größer als irgendwas, das ich von mir gebe. In meinem Fall ist die Situation relativ deutlich, denn natürlich sind meine Schriften umstritten - zum Beispiel meine Kolumnen in der FAS werden dauernd von Lesern kommentiert, gelobt und vernichtet. Bei meinem Buch ist es nicht anders. Es wurde rezensiert - bisher überwiegend positiv - aber da kommen sicher noch eine Menge Dinge, darunter auch negative. Für manche von Ihnen, z.B. die Politiker, wird das nicht viel anders sein. Aber auf viele wird es wiederum nicht zutreffen. Sie sind nicht dauernd mit der Frage des eigenen „Image“ konfrontiert, auch wenn es bei jeder Marketing-Aktion und allen öffentlichen Auftritten zumindest lauert.

Wo führt meine Frage hin? Die Identität des Landkreises Ludwigsburg wird nicht nur sehr unterschiedlich beschrieben, sondern auch erfasst, und damit ist das Image des Landkreises komplex. Lassen Sie uns ein paar grundsätzliche Punkte anschauen. Ich habe nur drei offizielle Namen - diese stehen auch in meinem Pass: Stuart Martin Pigott - aber seit meinem ersten Tag auf der Schule hat sich die Anzahl meiner Namen etwas vermehrt. Bei Ihnen ist das nicht anders. Sie sind ein Teil von Deutschland, des Landes Baden-Württemberg, vom Weinbaugebiet Württemberg und des Schwabenlands, und – last but not least – sind Sie der Landkreis Ludwigsburg. Die Welt legt Sie in diese Schubladen ab, und Sie können gar nichts dagegen tun.

Lassen Sie uns später zum Thema Deutschland zurückkehren und mit dem Schwabenland beginnen. Viele Deutsche halten Sie für Schwaben – basta. Sie sind nicht Ludwigsburger oder Württemberger. Sie sind Schwaben und das ist ein ziemlich emotionsgeladener Begriff. Mein Eindruck von Ihnen in Ihrer Heimat, von den Schwaben im Schwabenland, ist, dass die Menschen eine ausgeprägte Heimatliebe haben und damit ist Ihre Vorstellung von Ihrer eigenen Identität weitgehend positiv. Gute positive Gefühle sind das. Sie haben gute Gründe, das zu glauben, denn der Landkreis Ludwigsburg ist die Nummer 16 unter den Landkreisen in Deutschland. Halleluja! Außerhalb des Schwabenlands ist das aber nicht unbedingt so. Ich kenne viele Exil-Schwaben in Berlin und ein paar in New York. Ihre

Heimatgefühle sind oft gespalten. Vor allem wegen ihrer Mitmenschen. Doch die Vorstellungen vom Schwabenland sind natürlich sehr unterschiedlich.

Lassen Sie mich zwei Zitate vorlesen, bei denen es um Wein und Essen geht und um zentrale Facetten der schwäbischen Identität. Horst Hummel ist ein Exil-Schwabe, der als Rechtsanwalt in Berlin arbeitet und ein Weingut in Villány/Ungarn besitzt. Da erzeugt er Rotweine, die tieffarbig, ausdruckstark und gerbstoffbetont sind. Sie sind das Gegenteil vom Trollinger, der immer noch die meistgepflanzte Traubensorte im Weinbaugebiet Württemberg und im Landkreis Ludwigsburg ist!

Werfen wir zunächst einen Blick auf den schwäbischen Wein. Trollinger ist der schwäbische Wein, dabei stammt er gar nicht aus Schwaben. Er stammt aus Tirol, bis wohin die Schwaben, als sie die Römer verjagt haben, irgendwann einmal gekommen sind. Von dort haben sie ihn ins Schwabenland mitgebracht. Weshalb ist nicht bekannt. Man kann nur spekulieren. Ein Grund mag sein, dass sie einen Ersatz für Wasser brauchten, das in diesen Tagen bekanntlich ein Träger von gefährlichen Krankheiten war. Ein weiterer Grund könnte gewesen sein, dass Trollinger so dünn ist, dass man ihm kein Wasser zusetzen muss, um ihn als Durstlöscher zu trinken. Der Trollinger selbst stützt beide Versionen. Im Schwabenland nannten Sie ihn zuerst „Tirolinger“, und dann - ihren sprachlichen Möglichkeiten entsprechend - „Trollinger“. Dieser Wein wird heute bei der internationalen Weinmesse gemeinhin als „The awful Trollinger“ bezeichnet, was so viel heißt wie „der Schreckliche“ oder „der Scheußliche“. Weshalb dieser Wein, dieser besondere, im Hinblick auf die inzwischen herrschende Wasserqualität und ganz besonders den Wasserpreis bis in die Gegenwart überlebt hat, ist das eigentliche Rätsel. Vielleicht rechnen die Schwaben mit dem Schlimmsten. Wir werden sehen.

Hergestellt wird der Trollinger im Wege der Kurzhocherhitzung der Maische, bei der diese auf etwa 80 Grad erhitzt und dann abgepresst wird. Durch dieses Verfahren wird alles Leben im Most ausgelöscht. Die Hefeenzyme und Bakterien, die eigentlich für die Rotweinbereitung notwendig sind, werden abgetötet. Anschließend ist der Most tot. Sowohl unter ökologischen als auch unter Qualitätsgesichtspunkten ist dieses Verfahren völlig unsinnig. Um die Gärung danach überhaupt wieder in Gang zu bekommen, müssen Weinzuchthefer, Nährstoffe und Bakterien zugesetzt werden, denn Most gärt danach ohne

die Traubenschalen wie ein Rosé oder ein Weißwein. Auf diesem Wege kann nichts anderes entstehen als der dünne, hellrote Wein, der dem Trollinger zu seinem Ruf verholpen hat. Das wissen auch die schwäbischen Winzer. Würden sie die Trollinger Trauben im Wege der Maischegärung verarbeiten, könnte in sehr guten Jahren ein zwar leichter, aber dennoch als Rotwein erkennbar fruchtiger Wein entstehen, den auch Weinkenner bei passender Gelegenheit mit einigem Genuss trinken könnten. Das tun sie aber nicht.

Die Franzosen, die Italiener (und nicht nur diese) erstarren Jahr für Jahr an ihren Gärbottichen in Ehrfurcht vor der Gärung. Sie wissen, dass sich dort in unbändiger Gewalt die Kraft der Sonne entlädt, die sich das Jahr über in ihren Trauben angesammelt hat. Sie fühlen die Urgewalt, die Wärme und die Kraft, aus der alles Leben kommt - die Schwaben nicht. Sie stehen lieber vor totem Most und freuen sich. Findet die Gärung dann statt, ist sie kontrolliert. Es „bitzelt“ ein bisschen im temperaturgesteuerten Edeltank. Niemand muss hinaufklettern, um den Maischesud umzudrehen, und das Ergebnis kennen die an ihren Computern sitzenden schwäbischen Chronologen ebenfalls längst. Das ist jedes Jahr dasselbe. Der Trollinger schmeckt immer gleich und darüber sind die Schwaben am glücklichsten. Ist der Trollinger schließlich fertig, trinken ihn die Schwaben weg. Er wird ausschließlich von Schwaben in Schwaben getrunken und wird ausschließlich von Schwaben in Schwaben gelobt. Er ist das Leibgetränk der Schwaben. Der Trollinger wächst auf den besten Weinberglagen im Schwabenland - den Steillagen über dem Neckar, die nach einhelliger Meinung der internationalen Wein- und Weinbauexperten für die Produktion von Weltklasse-Rieslingen und Weltklasse-Spätburgunder geeignet wäre, werden bei Schwaben von Schwaben mit Trollinger bepflanzt. Steillagen über dem Neckar, die nur mit schwerster Handarbeit überhaupt bearbeitet werden können, sind mit Trollinger bepflanzt. Aber nicht nur das. Die Steillagen über dem Neckar, die mit uralten Riesling-Stöcken und mit uralten Spätburgunder-Stöcken bestockt sind, werden von schwäbischen Winzern gerodet, um dort Trollinger anzupflanzen.

Dass sie für eine Flasche Trollinger nur wenig mehr bekommen als für eine anständige Flasche Mineralwasser, ist ihnen egal. Sie produzieren so viel davon, dass es sich rechnet. Und es rechnet sich! Rechnet es sich nicht mehr, rechnen sie nach und produzieren mehr, bis es sich wieder rechnet. Es rechnet sich wieder, sagen sie dann zueinander. Wie es schmeckt, zählt nicht. Was zählt ist, dass es sich rechnet.

Parallel dazu etwas zum Thema „Schwäbische Küche“:

Das Einzelne darf nicht erkennbar sein, nicht woher es kommt, was es war oder was es ist. Es muss aufgehen und untergehen in der großen Masse. Dort ist es geschützt, dort kann es nicht entdeckt werden und nicht erkannt. Alles schwimmt auf dem Teller wie in einem großen Brei. Und es macht satt. Das macht die Schwaben glücklich. Deswegen wird in der schwäbischen Küche alles zusammen geschüttet und gerührt – Hauptsache, der Teller ist voll. Egal womit! Hauptsache, es schwimmt. Was in anderen Küchen getrennt gekocht, getrennt serviert und getrennt gegessen wird, wird in der schwäbischen Küche entweder beim Kochen, beim Servieren oder spätestens beim Essen zusammen geschüttet. Die Schwaben trennen nicht das Essen, sondern den Müll. Nur was verbraucht ist und entwertet, das darf sein, was es ist, alles andere muss verborgen bleiben. Im Verborgenen ist der Schwabe geborgen. Deshalb haben die Schwaben auch die Maultaschen erfunden. Das, was in den Maultaschen ist, wird einfach in den Teig eingewickelt, damit es nicht mehr erkennbar ist. Dafür bringen sie viel Mühe auf. Und die größte Sorgfalt. Die schwäbischen Maultaschen sind die besten Maultaschen der Welt. Alles was nicht eingepackt werden kann, kochen sie zu Matsch und Brei, rühren es zusammen und schütten eine braune Soße darüber, die aus Wasser, Fett und angebranntem Mehl besteht. Nirgendwo fühlt sich der Schwabe wohler, nirgendwo fühlt er sich sicherer, nirgendwo fühlt er sich geborgener, als vor einem dampfenden Haufen mit brauner Soße. Dort herrscht absolute Sicherheit, dort herrscht absolute Geborgenheit, dort ist nicht mehr zu erkennen, was es ist und es einst einmal war. Linsen und Spätzle - ist nicht etwa deshalb das Leibgericht der Schwaben, weil die in den Spätzle enthaltenen Kohlenhydrate und die in den Linsen enthaltenen Proteine und Vitamine die Tag und Nacht arbeitenden Schwaben auf wirksame Weise nähren. Oder gar, weil sie Linsen und Spätzle einfach mögen, sondern weil sie die Linsen über die Spätzle schütten, im Anschluss umrühren können und nicht mehr erkennbar ist, was es ist und was es einst einmal war. Was bleibt, ist ein dampfender Haufen mit brauner Soße. Dort wird die tiefste Angst der Schwaben geheilt. Und dazu trinkt er Trollinger. Und den trinkt er nicht aus Gläsern, wie sie Weintrinker schätzen, weil ihnen das Bouquet des Weins, die Spuren seiner Herkunft, Hinweise über seinen Zustand und eine Ahnung von seiner Zukunft in die Nase steigt. Nein, denn er trinkt ihn aus einem randvollgesenkten kaffeetassenähnlichen Glasbecher mit grünem Henkel, weil nur dieses Gefäß sicherstellt, dass dem Schwaben auch der letzte Rest an Bouquet, der auf Herkunft, Zustand und Zukunft des Weins hinweist,

erspart bleibt. So sitzt er am Ende des Tages eingeweicht in seinen Trollinger, mit einem dampfenden Haufen im Bauch, einsam am Tisch und ist erschöpft. Und der Trollinger schützt ihn davor, sich daran zu erinnern, wo er eigentlich herkommt und wer er ist. Das ist natürlich ernst gemeint und dazu ein großartiges Stück schwäbischen Humors.

Die Texte von Horst Hummel erinnern mich stark an meine ersten Erlebnisse im Weinbaugebiet Württemberg vor zwanzig und mehr Jahren. Die damalige „Trollinger Republik“ – ein Zitat von einem Winzer im Landkreis Ludwigsburg – beschreibt sie recht gut. Die Weine „tot“ zu nennen, ist aus meiner Sicht hart - aber bräunlich, etwas leblos und völlig belanglos waren die Trollinger dieser Zeit tatsächlich oft. Das kleine, neue, aus Frankreich importierten Barrique-Fass war damals eine neue Mode und die „Barrique-Weine“ waren der letzte Schrei. Sie haben genauso wie diese Fässer nach angebranntem Holz geschmeckt. Um zu verdeutlichen, wie unsinnig diese Weinstilistik war, habe ich 1991 einmal bei einem Vortrag in Mainz eine Fassdaube hochgehalten und reingebissen. Ein Journalist des „Spiegel“ war anwesend und hat darüber genauestens berichtet. Und plötzlich war ich ein bisschen bekannt.

Schwach und nichtssagend oder zu gewollt und kantig waren die damaligen Württemberger Rotweine. Reste dieser Unkultur des Weins gibt es noch, aber oft handelt es sich um langsam aussterbende Dinosaurier. Etwas später kommen wir auf diese bedeutende Wende zurück. Aber zuerst eine wichtige Beobachtung über Trollinger: Heute staune auch ich, dass es weit außerhalb vom Schwabenland eine gewisse Konsumentengruppe gibt, die leichte Rotweine sucht und tendenziell Trollinger mag. Eine Rubinfarbe ziehen sie einer ziegelroten Farbe vor. Aber mehr Kraft oder Gärstoff in ihrem Rotwein wollen sie nicht. Die Frage ist, ob diese Weine auch in Zukunft nachgefragt werden. Da bin ich ein bisschen skeptisch, weil, außerhalb vom Weinbaugebiet, Trollinger tendenziell als altmodisch gilt, vor allem unter jungen Konsumenten. Wenn das langfristig weitergehen soll, muss der Trollinger neu erfunden werden. Einige Winzer arbeiten an dieser Aufgabe und es gibt nun einige beachtliche Weine, aber es ist noch mehr zu tun.

Tatsächlich hat sich die Genuss-Kultur im Landkreis Ludwigsburg in den letzten Jahren stark entwickelt, ohne den Bodenkontakt zu verlieren. Da denke ich nicht nur an den Wein, sondern noch mehr an die Gastronomie. Sicherlich waren Stuttgart und das Remstal die

Keimzelle für diese Wende, aber hier ist es auch rasch angekommen. Metaphorisch beschrieben: Hier wird mächtig an der Restaurierung eines alten Fachwerkhauses gearbeitet, dessen Holzbalken alle erhalten bleiben, obwohl nach der Fertigstellung ein cooler Laden darin einziehen wird.

Dieser Bodenkontakt ist, meiner Meinung nach, wichtig, weil er diese Erneuerung beständiger macht als in manchen anderen Landstrichen, wo modische Weine und Speisen auf eine modische Art und Weise angeboten, beworben, serviert und verkauft werden. Prinzipiell ist nichts gegen Mode zu sagen, aber per Definition wechselt die Mode häufig und das Tempo vom Wechsel der Wein- und Essensmoden hat sich in den letzten Jahren deutlich beschleunigt. Winzer und Gastronomen, die sich jetzt der Mode voll unterworfen haben, werden die nächsten Jahre rennen müssen, um wirtschaftlich da zu bleiben, wo sie jetzt sind. Wer sich der Mode zu stark unterwirft, verliert damit Teile seiner Identität. Lassen Sie mich schnell erklären wie das funktioniert: Wenn ich mich als Koch im letzten Jahr der sogenannten molekularen Küche gewidmet habe, aber dieses Jahr asiatisch-schwäbisch koche, habe ich mich weder mit dem Einen noch mit dem Anderen identifiziert. Spätestens beim nächsten Wechsel werden auch meine Stammgäste sich fragen, wer ich überhaupt bin.

Aber jede positive Erneuerung birgt aber auch Gefahren in sich. Eine Kehrseite der aktuellen positiven Entwicklung hier im Weinbaugebiet Württemberg und im Landkreis Ludwigsburg ist, dass manche junge Schwaben einen ausgeprägten „Schwaben-Stolz“ haben und ihnen nicht auffällt, wie das bei Fremden ankommt. Und sie erkennen auch nicht, wie sie in eine unkritische Haltung gegenüber ihrer eigenen Kultur verfallen. So kommt es mir auch in schwäbischen Lokalen in Berlin vor, da klingt es nach „wir sind es“.

In solchen „Exil-Lokalen“ wird oft eine nostalgische bzw. rückständige Version der schwäbischen Küche angeboten, und man könnte manchmal meinen, dass Horst Hummels Beschreibung zeitgemäß ist! Aber allgemein muss man auch feststellen: Umso weiter man vom Heimatort einer bestimmten Genuss-Kultur entfernt ist, desto veralteter ist sie und deren Vorstellung davon. Bei einer großen Entfernung kann das Image davon ewig gestrig sein. Große Teile der Welt müssen noch die neue Genuss-Kultur im Schwabenland, im Weinbaugebiet Württemberg und dem Landkreis Ludwigsburg entdecken, weil diese Botschaft sie überhaupt noch nicht erreicht hat.

All diese Dinge gingen mir durch den Kopf. Und dann fielen mir die Thailänder ein. Es ist unglaublich, wie ihre Küche vom Nichts zu den populärsten Kocharten überhaupt in Deutschland und der westlichen Welt geworden ist. Warum haben es die Thailänder geschafft die Welt für ihre Küche – übrigens für eine modernisierte Version ihrer traditionellen Küche – zu begeistern? Und warum haben Sie es mit Ihrer Küche und Ihren Weinen noch nicht geschafft? Natürlich wirkt die Thai-Küche exotisch, aber die Württemberger Weine und die schwäbische Küche erscheinen den Leuten in anderen Ländern und auf anderen Kontinenten, z.B. in Thailand, auch ziemlich exotisch. Vielleicht ist die Kombination von dieser exotischen Erscheinung plus Urlaub in Thailand ein wichtiger Teil der Erklärung. Wer kommt aus Thailand ins Schwabenland, um dort Urlaub zu machen?

Wenn dieses Thema hochkommt, wird auch auf den globalen Erfolg der schwäbischen Automobil- und Maschinenbauindustrie hingewiesen. Nach dem Motto: Dafür sind wir bekannt. Und daher sind unseren neuen Weine und die neue Küche schwerer greifbar. Bzw. die zwei Produktgruppen widersprechen einander komplett im Kopf der Konsumenten. So einfach ist das aber nicht. Das habe ich von der amerikanischen TV-Werbung für die hier gebauten Autos gelernt. Sie werden immer als *deutsche* Produkte angepriesen und werden von den Kunden auch als solche betrachtet. Das trifft auch auf die Autos aus München, Rüsselsheim und Wolfsburg zu. Wenn es ein Problem dieser Art gibt, dann trifft es ganz Deutschland! Aber schauen wir nach Kalifornien. Dort gibt es Silicon Valley und 90% der amerikanischen Weinberge. Amerika ist der sechstgrößte Weinerzeuger der Welt. Offensichtlich widersprechen sich Wein und High-Tech dort gar nicht, wieso dann hier? Aus meiner Sicht ist die Antwort auf meine Frage relativ einfach. Die Thailänder haben auf verschiedene Weise versucht, ihre Küche bekannt zu machen. Die Schwaben haben zu wenig für ihre Weine und ihr Essen außerhalb des Schwabenlands geworben.

Bei den neuen Weinen aus dem Landkreis Ludwigsburg und dem Weinbaugebiet Württemberg liegt folgendes Problem vor: Dass die gute Weinqualität und die moderne Weinstilistik plus starke Heimatgefühle zum starken Erfolg im lokalen Markt führen, erzeugt leere Keller bei den Erzeugern. Weine, die schon ausverkauft sind, kann man nicht nach Amerika oder China exportieren. Im Gegensatz zu Autos oder Maschinen kann man nicht beliebig viel von einem ganz besonders seltenen Wein anbauen. Zumindest nicht, wenn er

einen eigenständigen Charakter hat – und das haben die neuen Weine. Bei einem Wein muss die Winzerin oder der Winzer mindestens bis zur nächste Weinlese warten und sich in der Zwischenzeit auf ein neues Geschäft einstellen.

Ich kann nur staunen wie die erfolgreichen Winzer in Württemberg vom „Export“ reden, wenn es sich um den Verkauf ihrer Weine nach Berlin oder Hamburg handelt. Hingegen sehen die erfolgreichen Winzer an der Mosel die weltumspannenden Exporte als eine Selbstverständlichkeit an. Sie haben natürlich kein wohlhabendes Ballungszentrum direkt vor der Kellertür! In beiden Fällen sind diese Mentalitäten tief verwurzelt. Es wird für die Winzer im Landkreis Ludwigsburg und Württemberg schwer werden, die nach innen gerichtete Haltung zu überwinden, mit der sie von Beginn an leben. Also wird es, meiner Meinung nach, hier schwer, die nötigen Veränderungen in der Vermarktung der neuen Weine durchzuführen. Aber ist eine große Herausforderung nicht eine gute Sache? Ich würde das schon behaupten. Darüber lernt man etwas, dadurch entwickelt man sich, ich bin ein Beispiel dafür. Dieser Beruf ist nicht immer einfach. Es gelingt nicht immer alles. Auch in der Wirtschaft gibt es Höhen und Tiefen. Als es Tiefen in der Vergangenheit gab, habe ich immer gesagt „Ich werde Schuhverkäufer, der wird immer gebraucht. Das ist doch schön, dieser Kontakt mit den Menschen. Denn sie gehen raus aus dem Laden mit ihren neuen Schuhen und sind glücklich.“ Alle haben mich angestarrt und haben sich gefragt, ob ich ganz dicht sei. Natürlich war ich nicht ganz dicht. Ja, ich habe an mir gearbeitet und wenn es jetzt schwierig wird, sage ich mir selber folgendes: „Niemand hat dir befohlen, den Mount Everest zu besteigen und niemand hat behauptet, dass es einfach wird.“ Also ich sehe das keinesfalls negativ, aber lassen Sie uns die Wahrheit aus einem anderen Blickwinkel betrachten.

Der Kontrast zur Automobil- und Maschinenbauindustrie und ihren weltumspannenden Exporten ist natürlich frappierend. Vor allem, wenn man bedenkt, wie viele Arbeiter in diesen Industrien auch selbst Weinberge besitzen und pflegen. Hier gibt es eine Symbiose von Industrie und Weinbau. Aber im „Export“ – auch nach Berlin oder Hamburg – ist nur eins davon sichtbar. Es liegt vor der Haustür!

Diese Spaltung trifft auch den Landkreis Ludwigsburg. Trotz der großen Werke von Mercedes, Porsche und Bosch belegt die Landwirtschaft, inklusive 2.100 Hektar Weinberg, immer noch mehr als 55% der Gesamtfläche. Sie wissen das alles, aber die Außenwelt weiß

es *nicht*. Für sie ist das hier ein Industriegebiet, basta! Natürlich kann man sich dafür entscheiden, diese Situation so in Kauf zu nehmen. Durch die wirtschaftlichen Erfolge der Industrie - Ihr Bruttosozialprodukt ist hoch, die Arbeitslosenquote extrem niedrig, usw. - war es bisher kein offensichtliches Problem. Aber Zahlen sind bekanntlich nicht alles. Auch Menschen, die beruflich dauernd mit Zahlen zu tun haben, müssen atmen, essen, trinken und noch vieles mehr. Und das nicht nur hier. Wein und Essen sind nicht nur Nahrung, sondern emotionsgeladene Produkte, die das Image von ganzen Landstrichen und Nationen, auch auf der anderen Seite der Erde, prägen. Die ganze Zeit habe ich von Image geredet, aber darüber hinaus geht es um Ihre Identität.

Ist es nicht schon ein wenig gestrig und realitätsfremd in einer globalisierten Welt – weltumspannenden Handel gibt es schon etwa 450 Jahre – Produkte, die exportfähig sind, komplett im lokalen Markt abzusetzen? Auch wenn gar Geld und Interesse vorhanden sind? Beim Wein und Essen scheint der sonst so große Ehrgeiz der Schwaben immer noch halb auf der Strecke zu bleiben. Kleine Export-Erfolge – auch nach Berlin und Hamburg – werden vom Weinbaugebiet-Württemberg-Winzer oft als große Heldentaten wahrgenommen und gefeiert. Ich nenne es den Württemberg-Wein-Komplex.

Natürlich gibt es Ausnahmen - und sie mehren sich. In dem Schwabenland, das von Horst Hummel beschrieben wurde, ist der Export vom Württemberger Wein Unfug, Schwachsinn und möglicherweise auch Hochverrat! Deswegen kommt er kaum vor. Die Jungwinzer-Bewegung ist stark in Württemberg, mindestens genauso wie in anderen deutschen Weinbaugebieten. Vielleicht sind sie gerade wegen der eingefahrenen Gefahrensituation besonders kreativ. Dies ist ein schönes Beispiel, wie eine Herausforderung Menschen Antrieb verleihen kann. Weine mit innovativem Geschmack und Erscheinungsbild werden entwickelt - auch aus den alten schwäbischen Traubensorten, inklusive Trollinger. Sie werden auch erfolgreich vermarktet - selten außerhalb des Schwabenlands wie zum Beispiel in Hamburg oder Berlin.

Manchmal ist das ziemlich modisch und eher einfallslos, aber oft ist die von mir schon erwähnte Bodenhaltung eindeutig dabei. Es ist aber auffällig, dass im Landkreis Ludwigsburg, die modischen, aus Frankreich importierten Traubensorten zwar vorhanden sind, aber wenig Boden gewonnen haben. Hier bleiben sie bei den Spezialitäten wie Trollinger, Lemberger,

Riesling und Schwarzriesling. Das ist Bodenständigkeit! In den glücklichsten Fällen gibt es eine Kombination von erfolgreicher Neuinterpretation des Bewahrten und vom gelungenen Start neuer Traditionen. Die Kommunikation hiervon in die Außenwelt bleibt eindeutig die Schwachstelle.

Aus meiner Sicht gehört das Vorurteil „Genussmittel und High-Tech passen nicht zueinander im Export oder stehen sich gar im Weg“ in die Mülltonne. Wenn die Genussmittel nicht veraltet, sondern zeitgemäß sind, kann es genau das Gegenteil sein. Wie man am Beispiel von Kalifornien sieht, wo es eine Selbstverständlichkeit ist, dass sie nebeneinander gedeihen. Ich möchte diesen Vergleich ein kleines Stück weiter führen. Das Remstal ist das Napa Valley das Weinbaugebiets Württemberg und der Landkreis Ludwigsburg könnte die Rolle von Sonoma County spielen. Napa Valley wird von vielen amerikanischen Weintrinkern als snobistisch betrachtet und ihre Weine werden oft für überteuert gehalten. Dagegen hat Sonoma das Image, kreativ, entspannt, lustig und originell zu sein. Genau diese letztere Rolle könnte zu der Weinwirtschaft, der guten Gastronomie und dem Tourismus des Landkreises Ludwigsburg sehr gut passen, oder? Könnten Sie das werden? Ich glaube schon...

Danke sehr.