



# PRESSE-INFORMATION

## Vermarktung regionalen Weins stärken

### Badische Weinhoheiten tauschen sich mit Vertretern von Ortenauer Weinkeller und EDEKA Südwest aus

**Offenburg/04.04.2024 – Auf Einladung des Ortenauer Weinkellers besuchten die amtierenden Weinhoheiten Julia Noll (Badische Weinkönigin), Alisa Höll und Katharina Bruder (beide Badische Weinprinzessin) sowie Stefanie Bäuerle (Ortenauer Weinprinzessin) den Produktionsbetrieb von EDEKA Südwest in Offenburg. Bei ihrem ersten Besuch des 2018 eröffneten Kellereigebäudes erkundigten sie sich nicht nur nach den modernen Produktionsanlagen. Im Zentrum des Austauschs stand die Vermarktung des badischen Weins. Um diese zu stärken, wollen die Beteiligten künftig auf eine intensivere Marktorientierung bei der Entwicklung neuer Weine und eine bessere Vernetzung untereinander sowie mit anderen Weinanbaugebieten hinwirken.**

„Der Ortenauer Weinkeller gehört zu den modernsten Kellereien der Region“, stellte Bernd Hammes, Bereichsvorsitzender Ortenau des Badischen Weinbauverbandes sowie Vertragswinzer des Ortenauer Weinkellers, zu Beginn des Besuchs fest. Auf rund 11.000 Quadratmetern finden in der Offenburger Kellerei mit ihrem 13 Meter hohen Tanklager und acht Meter hohen Vollgutlager rund acht Millionen Liter Tankraum und bis zu 1,8 Millionen Flaschen Platz. Mit den modernen Produktionsanlagen werden die Trauben von und 240 angeschlossenen badischen Vertragswinzerinnen und -winzern zu Wein ausgebaut. „Der EDEKA-Verbund im Südwesten ist einer der größten Vermarkter badischer Weine. Darüber hinaus betreiben wir mit dem Ortenauer Weinkeller seit mehr als 70 Jahren eine eigene Kellerei“, erläuterte Klaus

Fickert, Vorstand EDEKA Südwest. Zu seinen zentralen Anliegen gehört eine starke Marktorientierung. „Als Lebensmittelhändler übersetzen wir Kaufverhaltung und Kundenrückmeldungen beim Ortenauer Weinkeller direkt in unsere Sortimente. Wir stellen die Produktion wenig nachgefragter Weine ein und entwickeln gemeinsam mit den uns angeschlossenen Winzerinnen und Winzern Weine, die in Geschmack und Optik den aktuellen Kundenwünschen entsprechen“, erklärte Fickert und ergänzte: „Diesen Impuls möchte ich auch anderen Betrieben der regionalen Weinwirtschaft geben.“ Aus seiner Sicht liege darin ein Schlüssel, dem aktuell gestiegenen Preisbewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher zu begegnen. In diesem Zusammenhang wünscht sich der EDEKA Südwest-Vorstand auch eine stärkere Vernetzung der hiesigen Akteure der Weinwirtschaft sowie mit anderen Weinbaugebieten in Deutschland, vom Weingut bis zum Einzelhandel – mit dem Ziel, voneinander zu lernen.

### **Handel ist wichtiger Mittler**

In Bezug auf die Bedeutung der Verbraucherinnen und Verbraucher bestand Einigkeit bei allen Beteiligten des Austauschs. Sie gilt es von den Vorzügen hochwertiger, regionaler Weine zu überzeugen. „Der Handel ist ein wichtiger Teil des Systems. Weinkäuferinnen und -käufer müssen nachvollziehen können, welche Mehrwerte ein bestimmter Wein bietet. Dabei müssen Erzeugerbetriebe, Verarbeiter und Händler Hand in Hand arbeiten“, so Fickert. Neben der persönlichen Beratung von Kundinnen und Kunden, setze EDEKA Südwest dabei auf verschiedene Kommunikationsmittel, unter anderem in der Wochenwerbung.

### **Zusatzinformation – EDEKA Südwest**

EDEKA Südwest mit Sitz in Offenburg ist eine von sieben EDEKA-Regionalgesellschaften in Deutschland und erzielte im Jahr 2022 einen Verbund-Außenumsatz von 10,3 Milliarden Euro. Mit rund 1.130 Märkten, größtenteils betrieben von selbstständigen Kaufleuten, ist EDEKA Südwest im Südwesten flächendeckend präsent. Das Vertriebsgebiet erstreckt sich über Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz

und das Saarland sowie den Süden Hessens und Teile Bayerns. Zum Unternehmensverbund gehören auch der Fleisch- und Wurstwarenhersteller EDEKA Südwest Fleisch, die Bäckereigruppe Backkultur, der Spezialist für Schwarzwälder Schinken und geräucherte Produkte Schwarzwaldhof, der Mineralbrunnen Schwarzwald-Sprudel, der Ortenauer Weinkeller und der Fischwarenspezialist Frischkost. Einer der Schwerpunkte des Sortiments der Märkte liegt auf Produkten aus der Region. Im Rahmen der Regionalmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ arbeitet EDEKA Südwest beispielsweise mit mehr als 1.500 Erzeugern und Lieferanten aus Bundesländern des Vertriebsgebiets zusammen. Der Unternehmensverbund, inklusive des selbständigen Einzelhandels, ist mit rund 47.000 Mitarbeitenden sowie etwa 3.000 Auszubildenden in rund 40 Berufsbildern einer der größten Arbeitgeber und Ausbilder in der Region.