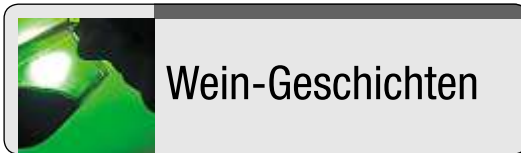


„Meine Kinder erziehe ich im Keller“

Winzerin Monika Bähr legt Wert auf feinduftige Weine

Von unserem Redaktionsmitglied
Andreas Bühler

Oberkirch. „Wenn man nicht mit dem Herz dabei ist, dann soll man das Weinmachen einfach sein lassen“, sagt Monika Bähr in ihrer erfrischend direkten Art. Als jüngstes von vier Kindern hat sie sich die Entscheidung, den elterlichen Betrieb im idyllisch gelegenen Oberkircher Zinken Gaisbach zu übernehmen, dennoch nicht einfach gemacht. „Eigentlich sollte der älteste Bruder einmal das Weingut weiterführen. Aber dann kam die Liebe dazwischen und er entschied sich eben anders“, berichtet die junge Winzerin, die vor rund zehn Jahren eigentlich mit ihrem Beruf Erzieherin durchaus zufrieden war. Es sei wirklich keine leichte Entscheidung gewesen, den Job im Kindergarten aufzugeben. „Aber ich sage immer, jetzt habe ich meine Kinder im Keller. Um die muss ich mich genauso intensiv kümmern – den einen muss man gezielt fördern und den anderen, etwas Stürmischen, muss man eben auch einmal



hier“, platzt es förmlich aus ihr heraus. Sie habe dann aber ihre Lehre mit einer wesentlich besseren Note abgeschlossen. „Wenn man sich als Frau in diesem Metier behaupten will, dann darf man nicht nur gut sein, dann ist es wirklich das Beste, einfach besser zu sein“, betont sie. Aus diesem Grund legte sie dann auch vor rund fünf Jahren zusätzlich ihre Prüfung als Wirtschaftlerin für Weinbau und Önologie und die zur Winzermeisterin ab.

Und was ist für Monika Bähr die Voraussetzung für einen guten Wein? Die wichtigste Regel sei die Handlese. „Wir sind im Verhältnis zu den anderen Betrieben ein sehr kleines Weingut mit begrenzter Menge. Der Wein soll geradlinig und sehr langlebig sein, deshalb setze ich auf die klassische Maischegärung und nicht auf den Einsatz von Weintechnologie. Ich gebe meinen Kindern eben die Zeit, die sie brauchen, um richtig reifen zu können. Sie liegen deshalb lange auf der Feinhefe, damit sich die filigrane Aromatik entfalten kann“, macht sie deutlich. Vor allem der Weißwein danke

an der richtigen Stelle etwas bremsen, damit er nicht über die Strenge schlägt“, sagt die 33-Jährige mit ihrem fröhlichen Naturell. Beim Weinmachen müsse eben auch die Atmosphäre stimmen. „Weinbau ist vor allem Teamarbeit. Meine Eltern unterstützen mich tatkräftig und bei der Weinlese helfen uns Rumänen, zu denen wir mit den Jahren eine familiäre Beziehung aufgebaut haben“, betont sie die gute Zusammenarbeit.

Bevor sie den schmucken Betrieb mit 2,2 Hektar Rebfläche und über sieben Hektar Obstanbau übernahm, absolvierte sie erst einmal eine solide Ausbildung beim Weingut Andreas Männle in Durbach und beim Weingut Freiherr von und zu Franckenstein in Offenbürg. Und wie ging es einer jungen Frau während der Ausbildung in einem nach wie vor von Männern dominierten Beruf?

„Als ich die Ausbildung begann, hat ein Kollege zu mir gesagt: ‚Du bist zwar a netts Mädli, aber Du bist nett wege dr Schönheit

dies später mit einer robusten Langlebigkeit, das bringt Vorteile für den Verbraucher. Der kann dann auch mit der Zeit die Jahrgänge untereinander vergleichen.“

Monika Bähr baut ihren Rebensaft überwiegend trocken bis halbtrocken aus. „Man soll beim Weintrinken vor allem Spaß haben. Das erste Glas soll nicht vor lauter Opulenz und Restzucker sättigen, sondern Lust auf ein weiteres machen. Deswegen muss insbesondere der Weißwein mit einem leichten Säurespiel beeindrucken und feinherb wirken“, beschreibt sie den Charakter ihrer Zöglinge. Vor allem Spätburgunder und Riesling mit der typischen mineralischen Charakteristik der Granitsteinverwitterungsböden, der an den steilen Südhängen des Oberkircher Schlossbergs heranwächst, bestimmen neben Grauburgunder, Chardonnay, Traminer sowie Cabernet Dorsa und Cabernet Mitos den Sortenspiegel.

„Aber jetzt reden wir nicht nur über den Wein, jetzt zeige ich Ihnen unsere Reben“, sagt



KENNERIN UND KÖNNERIN: Monika Bähr aus Oberkirch übernahm nicht nur den elterlichen Weinbetrieb, sondern lernte ihr Handwerk von der Pike auf. Dadurch gelingt es ihr, sich als Frau im Winzermetier zu behaupten. Foto: Margull

sie und steuert die Weinberge an, die direkt hinter dem Winzerhof beginnen. „Die lange Trockenheit im Frühjahr hat den Reben nicht geschadet, denn sie sind Tiefwurzler. Dafür haben wir in diesem Jahr keine Probleme mit Pilzbefall. Das war aber auch schon anders, zum Beispiel im Jahrgang 2006, als es unmittelbar vor und während der Weinlese andauernd regnete“, erinnert sie sich an den Blitzh Herbst zurück, der vielen Winzern zu schaffen machte. Das Winzergeschäft sei eben von vielen Faktoren beeinflusst, die man nicht selbst bestimmen könne.

„Es ist jedes Jahr spannend bis zur Weinlese. Das Wetter wird immer turbulenter, das bestätigen auch meine Eltern. Wir bekommen auch

immer öfter Hagelschauer, was sich sehr negativ auf die Rebstöcke auswirken kann. Wir haben daraus gelernt und eine Hagel-Versicherung abgeschlossen“, schildert sie während des steilen Aufstiegs zwischen den Rebzeilen. Die Reben zeigen sich nach den regelmäßigen Regenschauern der vergangenen Wochen in Bestform: Die Blätter des Rieslings strahlen in der Mittagssonne mit einem satten Chlorophyll-Grün, die Trauben hängen dicht und gut sortiert an der entblätterten Seite des Weinstocks. „Es ist wichtig für die Aromatik, dass die Blätter an der Schattenseite großteils entfernt werden. Außerdem teilen wir die Trauben frühzeitig, so dass sie locker weiter wachsen können und sich nicht gegenseitig abquet-

schen“, erzählt Monika Bähr, während sie zur Anschauung eine Bilderbuch-Traube am Stock zwischen drei Fingern hin und her dreht. Prinzipiell sei jeder Jahrgang anders und müsse wie auch in diesem Jahr individuell geplant werden: „Und das ist das Gute und Interessante am Weinmachen, denn Wein ist und bleibt ein Naturprodukt“, meint Monika Bähr, als sie über ihre Reben hinweg in die Rheinebene blickt. „Hier stehe ich bei unseren Weinführungen am liebsten“, verrät sie. Es sei eben einfach das Schönste, mit einem Glas in der Hand einen Wein zu besprechen und den Weinliebhabern mit diesem einzigartigen Produkt inmitten dieser wunderbaren Landschaft ein Geschenk zu machen.

Messe Tendence mit neuem Konzept

Frankfurt/Main (dpa). Mit einem stärker auf kleine und mittlere Händler und Hersteller ausgerichteten Konzept hat die Frankfurter Konsumgütermesse Tendence am Freitag ihre Tore geöffnet. Bis einschließlich Dienstag zeigen 2 055 Hersteller ihre Produkte rund um die Themen Schenken, Einrichten und Dinieren.

Der Fachgeschäftsverband GPK lobte die europäische Ausrichtung der Messe, auf der noch kurzfristig Neuheiten für das anstehende Weihnachtsgeschäft geordert werden können. Im ersten Halbjahr hätten die Händler ihren Umsatz mit Tisch- und Küchenausstattung, Geschenkartikeln und Wohnaccessoires um ein Prozent gesteigert, so der Verband. Letztlich entschieden aber die letzten vier Monate, wie ein Jahr insgesamt verläuft. Man sei bei der weiterhin soliden Kaufstimmung der Kunden optimistisch, das kleine Plus zu halten.

Die traditionelle Herbstmesse hat sich 2011 im Vergleich zu den schwachen Vorjahren lediglich stabilisiert, was die Zahl der Aussteller und die Größe der von ihnen angemieteten Flächen angeht.

Amerikaner greifen das Netzwerk Xing an

vor wurden schon Niederlassungen in London, Dublin, Amsterdam, Paris und Stockholm eingerichtet.

In einem Business-Netzwerk legen Angestellte, Freiberufler oder Unternehmer ein Online-Profil mit Angaben zu ihrem beruflichen Werdegang, ihren Fähigkeiten und Inte-

ressen an, um sich für gemeinsame Vorhaben zu vernetzen. LinkedIn ist mit 120 Millionen Mitgliedern weltweit das größte Business-Netzwerk, liegt in Deutschland aber hinter dem Konkurrenten Xing, der 4,9 Millionen Menschen in den deutschsprachigen Ländern vernetzt.

Xing sei ein in Deutschland etablierter Wettbewerber, sagte Eckstein. „Unser Ziel ist es, in Deutschland weiter zuzulegen.“ Die Büro-Eröffnung sei der erste große Schritt.

Mieterschutz für LBBW-Wohnungen

Stuttgart (dpa/lsw). Der geplante Verkauf von 21 500 Wohnungen aus dem Bestand der LBBW wird nach Angaben des Deutschen Mieterbundes kein Risiko für die Bewohner sein. Die Landesbank habe das Signal gegeben, Mieterschutz zu einem zentralen Bestandteil der Bedingungen bei der Veräußerung zu machen. Das teilte der Deutsche Mieterbund Baden-Württemberg am Freitag in Stuttgart mit. Ob so Mieterhöhungen oder Eigenbedarfskündigungen im großen Stil tatsächlich unmöglich werden, sei jedoch unklar, da die LBBW keine Details zugesagt habe.

Die Organisation, die sich für die Mieterrechte einsetzt, beruft sich auf einen Brief der LBBW Immobilien GmbH. In dem Schreiben sichere Michael Nagel aus der Geschäftsführung zu: „In jedem Fall werden wir dem Erwerber einen strafbewährten Sozialkatalog auferlegen, der über den gesetzlichen Mieter- und Arbeitnehmerschutz hinausgeht.“ Im Klartext heißt das: Der neue Besitzer der 21 500 Wohnungen soll zusichern, dass die rund 50 000 Mieter mit dem Eigentümerwechsel keine Nachteile fürchten müssen. Wird das Versprechen gebrochen, würde eine Strafe fällig werden.

Die in der Krise unter enormen Druck geratene LBBW muss sich von den 21 500 Wohnungen aus dem Bestand ihrer Immobilien-tochter trennen. Das ist eine Auflage der EU-Kommission, die im Gegenzug dafür erlaubt hatte, dass das Kredithaus mit milliardenschweren Hilfen über Wasser gehalten wird.

„Apple will sich nicht ändern“

New York/Berlin (dpa). Der neue Apple-Chef Tim Cook (Foto: AP) hat in einer E-Mail an die Mitarbeiter versprochen, dem Geist des Technologie-Pioniers treu zu bleiben. „Ich möchte, dass Ihr sicher seid, dass sich Apple nicht verändern wird“, schrieb Cook in dem Brief. Cook steht vor der großen Herausforderung, in die Fußstapfen des Technik-Visionärs Steve Jobs zu treten, der ihm den Chefposten übertrug. „Wir werden weiterhin die besten Produkte der Welt bauen, die unsere Kunden begeistern“, munterte der 50-jährige Cook seine Mitarbeiter auf. Er sei überzeugt, dass die besten Jahre noch vor Apple lägen.



Tim Cook

Der mit schweren Gesundheitsproblemen kämpfende Jobs hatte den Posten des Konzernchefs abgegeben und den Vorsitz im Aufsichtsrat übernommen. Der Apple-Mitgründer gilt als treibende Kraft hinter Apples Erfolge wie das iPhone-Handy und der Tablet-Computer iPad.

Die Anleger sahen den Rückzug von Jobs entspannt. Die Aktie gab am Donnerstag nur um 0,65 Prozent nach und schlug sich damit besser als der Gesamtmarkt – der Index der Technologiebörse Nasdaq verlor 1,95 Prozent. Jobs' Gesundheitsprobleme waren schon lange bekannt, und er hatte das Tagesgeschäft bereits vorher weitgehend Cook anvertraut.



AUF DEN HUND GEKOMMEN: Eine Mitarbeiterin der Firma Gift Company hält auf der Konsumgütermesse Tendence einen aus Glas gemachten Chihuahua in der Hand. Foto: dpa

Berlin (dpa). Mit einem Büro in München will das internationale Business-Netzwerk LinkedIn neue Mitglieder und Kunden im deutschsprachigen Raum gewinnen. Bislang gebe es dort zwei Millionen Mitglieder, und „wir wachsen weiter sehr schnell“, sagte Europachef Ariel Eckstein.

Im jüngsten Quartal seien 220 000 neue Mitglieder hinzugekommen. München ist das sechste Büro von LinkedIn in Europa, wie das Unternehmen am Freitag mitteilte. Zu-

Lehrer konzipiert neuen McDonald's-Burger

dene Richtungen und ich halte es für äußerst zukunftsträchtig.“

Beispiele gibt es zuhauf: Die Kaffeehaus-Kette Starbucks suchte online ein neues Logo, eine Biermarke „den Nachtclub der Zukunft“, und der Autohersteller Fiat bat um Design-Ideen für ein neues Fahrzeugmo-

Berlin. „Just Stevinho“ heißt eigentlich Steve Krömer und ist Lehrer in einem kleinen Dorf in Niedersachsen. So ganz nebenbei ist der 37-Jährige aber auch Designer – ob für Motorräder oder Spülmitteltflaschen. Sein jüngster Erfolg: eine Kombination aus Hühnchen, Käse, Rucola und Gurke im Brötchen, die im Juli eine Woche lang deutschlandweit in McDonald's-Filialen verkauft wurde.

Krömer hatte den Internet-Wettbewerb „Mein Burger“ gewonnen – eine der bislang größten „Crowdsourcing“-Aktion der umsatzstärksten Fast-Food-Kette der Welt. „Mir macht das Spaß, online so ein bisschen rumzubasteln“, sagt Krömer. „Und dass ich gewonnen habe, das ist natürlich eine Sache, die man nicht vergisst. Das werde ich noch meinen Kindern erzählen.“

Zwei Monate lang hatte die Fast-Food-Kette im Internet Hamburger bauen und anschließend darüber abstimmen lassen. Mehr

Die Masse kann zurückschlagen

Unternehmen entdecken das „Crowdsourcing“ für sich / Möglichkeiten und Gefahren

del. Der Handels- und Kaffeekonzern Tchibo fahndet nach „Alltagsproblemen“ und deren Lösungen – die idealerweise dann auch gleich zu Produkten werden könnten. Fast 1000 Menschen beteiligen sich an der Online-Plattform und entwerfen beispielsweise Abdeckungen für Heimtrainer, Flaschenhalter oder „Gehhilfen mit integrierter Rutschsicherung“. Für Tchibo eine ideale Fundgrube.

Die Vorteile liegen auf der Hand: „Besser, günstiger, schneller“, bringt es Marketing-Experte Jacob auf den Punkt. Mehr Menschen, die sich beteiligen, bedeuten auch mehr Wissen und mehr Kreativität – und das fast zum Nulltarif. „Für die Menschen zählt vor allem der Selbstzweck und die Selbstverwirklichung. Und wenn dann eine ihrer Ideen umgesetzt wird, ist es natürlich auch eine Sache von Status.“ Die Kunden sollen sich ernst ge-

nommen fühlen. „Man spricht auf Augenhöhe miteinander.“

Weiterer Vorteil: Schon während der Entwicklung des Produkts wird die Akzeptanz beim Kunden vorangetrieben – denn der hat ja selbst mitentworfen. Und durch die vielen Kommentare der Internet-Nutzer kann gleich auch noch Marktforschung betrieben werden.

Eine neue Werbe-Wunderwaffe also? Nein, wiegelt der Experte ab. Schließlich sei die Umsetzung der Strategie, deren Namen der amerikanische Journalist Jeff Howe vor einigen Jahren als Kombination aus „Crowd“ (Menschenmenge) und „Outsourcing“ (Auslagerung) zusammensetzte, keineswegs einfach. „Das Unternehmen muss mit den neuen Kom-

munikationstechnologien gut vertraut sein und zuhören können. Wenn man sich auf so etwas einlässt, begibt man sich ins Web 2.0 und dort gelten andere Bedingungen“, erklärt Jacob. „Die Machtverhältnisse verschieben sich ins Netz.“

Das musste jüngst auch der Konsumgüterhersteller Henkel erfahren. Per Crowdsourcing suchte er ein neues Design für eine Spülmitteltflasche – und bekam unter anderem Würstchen-, Fratzen- und Grillhähnchen-Muster. Als die schrägen Entwürfe immer mehr Stimmen sammelten, schritt Henkel ein und verschärfte die Bedingungen. Jedes Design musste nun vor Eintritt in den Wettbewerb von Henkel abgesegnet sein. Viele Beteiligte fühlten sich nun betrogen und überschütteten die Webseite mit bitterbösen Kommentaren und Boykottaufrufen. Ein klarer Fall von fehlendem Wissen über die Umgangsformen im Netz, sagt Experte Jacob. „Da hat die Crowd zurückschlagen.“ Christina Horsten

Kunden sind an Produkten selbst beteiligt