GRÜNEWALD weingut & SCHNELL vinothek

Zweiter

Nachhaltigkeitsbericht

2012

Inhalt

1 Einleitung ... 3
1.1 Nachhaltigkeit: ein Modewort? ... 3
1.2 Hat alles seinen Preis? ... 3
1.3 Drei Erfahrungen ... 4
1.3.1 Nachhaltigkeit ist vielfältig ... 4
1.3.2 Nachhaltigkeit verändert den Blick ... 4
1.3.3 Nachhaltigkeit macht zufrieden ... 5
1.4 Der zweite Nachhaltigkeitsbericht ... 5

2 Das Weingut Grünewald & Schnell ... 6
2.1 Die Winzerfamilie ... 6
2.2 Weingut ... 6
2.3 Ausrichtung ... 6
2.4 Produktion ... 7
2.5 Vermarktung ... 7

3 Nachhaltigkeitsbericht ... 8
3.1 Ökologie ... 8
3.1.1 Begrünung ... 8
3.1.2 Blühender Weinberg ... 9
3.1.3 Humusentwicklung ... 9
3.1.4 Biodiversität ... 9
3.1.5 Düngung ... 10
3.1.6 Pflanzenschutz ... 10
3.1.7 Ressourcenverbrauch ... 12
3.1.8 Emissionen ... 14
3.2 Ökonomie ... 14
3.2.1 Wertschöpfungsfaktor ... 14
3.2.2 Wertschöpfung in/aus der Region ... 15
3.2.3 Kooperationen ... 16
3.2.4 Finanzen ... 16
3.3 Soziales ... 16
3.3.1 Beschäftigtenstruktur ... 16
3.3.2 Qualität der Arbeitsplätze ... 17
3.3.3 Entlohnung ... 17
3.3.4 Dialog mit „Stakeholdern“ (Kunden, Lieferanten, Kollegen, Gesellschaft) ... 17
3.3.5 Bildung ... 18
3.3.6 Soziale Beschaffung ... 18
3.3.7 Engagement ... 18

4 Feedback – was andere über uns sagen ... 19

5 Zusammenfassung ... 20

Fertiggestellt: 30.03.2012, Stand der Daten: 01.01.2012,
Bilder: Eva Grünewald, Uwe Leyk, Frank Dicks
Printversion gedruckt auf 100% Recyclingpapier; Steinbeis Recyconomic, ausgezeichnet mit dem

Kontakt:
Weingut Grünewald & Schnell
Untere Hauptstraße 67
67551 Worms

Tel. 06241 384798
wein@gruenewald-schnell.de
www.gruenewald-schnell.de

1 Einleitung

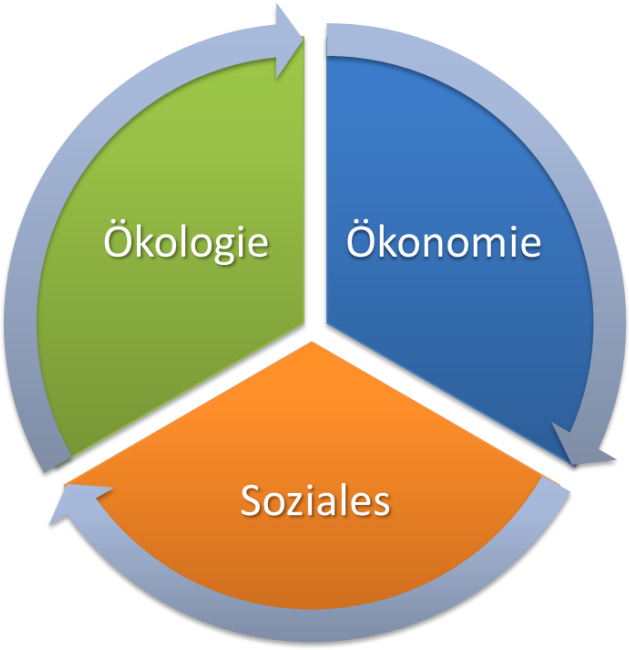
1.1 Nachhaltigkeit: ein Modewort?

Nur weil viele von Nachhaltigkeit reden, bedeutet dies noch nicht, dass sich alle auch etwas Konkretes darunter vorstellen können. Im Kern geht es darum, **heute so zu leben und zu wirtschaften, dass die Lebensgrundlagen für morgen, für die nächsten Generationen nicht geschmälert oder zerstört werden**. Gemeint ist also ein langfristiges Denken und Handeln, das nicht mehr Ressourcen verbraucht als nachwachsen können und unseren Kindern keine Altlasten hinterlässt.

So einleuchtend dies klingen mag, so wenig wird es doch praktiziert. Unser Hunger nach Energie und Gütern verzehrt in Dekaden Rohstoffe, die in Jahrtausenden entstanden und hinterlässt Abfälle, von denen noch lange Gefahren ausgehen. Zusammen mit der Entwicklung der Weltbevölkerung und der Veränderung des Klimas droht eine dramatische Überforderung der Leistungsfähigkeit unserer Umwelt und Erde.

Während globale Risiken uns noch weit entfernt scheinen mögen, so erleben wir lokal, in unserem Weingut, in unseren Weinbergen Veränderungen, die uns herausfordern: Wetterextreme nehmen zu, auf Trockenheit folgt Starkregen, der den kostbaren Mutterboden hangabwärts wäscht. Schädlinge vermehren sich aufgrund höherer Temperaturen schneller und neue, wärmeliebende Arten wandern ein. Zugleich setzen Hitze und längere Trockenperioden unseren Reben zu.

Über den naheliegenden Bereich der Ökologie hinaus, ist jedoch auch ein wirtschaftlich und sozial nachhaltiges, also auf Dauer tragfähiges Handeln gemeint. Die Wirtschaft ist reich an Beispielen von Unternehmen, die sich scheinbar blendend entwickelten, um dann überraschend bankrott zu gehen. Oft wurden dabei unter hohen Risiken kurzfristige Erfolge erzielt, die jedoch langfristig ruinierten.



Nachhaltigkeit: Balance dreier Ansprüche

Soziale Nachhaltigkeit beträfe beispielsweise den Umgang mit Mitarbeitern oder Saisonkräften aber auch die Art und Weise wie ein Weingut sich im Gemeinwesen engagiert. Das geschieht z. B. durch die Unterstützung von Vereinen, durch Beiträge zum kulturellen Leben wie Hoffeste, durch Bildungsangebote wie Kooperationen mit Schulen oder dem Angebot von Praktika oder Ausbildungsplätzen. Bedeutsam ist auch der Umgang mit der eigenen Familie, das Verhältnis der Generationen oder die Herausforderung, als Selbstständige eine Balance von Leben und Arbeiten zu finden.

1.2 Hat alles seinen Preis?

In unserem gängigen Wirtschaftsverständnis scheint alles seinen Preis zu haben und wir glauben zu wissen, was die einzelnen Güter wert sind. Doch was wird uns das Verschwinden einer Art noch kosten? Welchen Schaden richtet die Bodenversiegelung durch eine neue Straße an? Welchen Preis müsste man hier aufgrund des Verursacherprinzips festsetzten? Und umgekehrt: Welchen Wert hat eine verhinderte Grundwasserbelastung oder die Pflege einer Trockenmauer

durch Winzer? Welchen Return wird es bringen, einer Schulklasse das vielfältige Leben in einer Handvoll Erde zu zeigen?

Für viele Menschen unserer Gesellschaft sind dies heute nicht mehr nur Fragen spinnerter Weltverbesserer. Vor dem Hintergrund wirtschaftlicher Exzesse und Krisen werden wir gewahr, dass es immer jemanden gibt, der den Preis zahlen muss für Ausbeutung von Mensch und Natur oder mangelnde Rücksichtnahme auf wirtschaftliche Stabilität.

Nachhaltigkeit wie wir sie verstehen geht davon aus, dass alle Dinge ihren Wert haben, auch wenn darauf noch kein Preisschild klebt. Wir stellen uns dem Kriterium der Ökonomie und zeigen, dass wir mit – oder gerade auch wegen – unseres nachhaltigen Ansatzes Geld verdienen. Es gibt jedoch auch Bereiche, in denen sich unser Engagement heute wirtschaftlich (noch?) nicht rechnet, da der zutreffende Preis z. B. für Luft oder Wasser noch fehlt. Dennoch bereichert uns dieses Invest.

1.3 Drei Erfahrungen

Oft bleibt der Begriff Nachhaltigkeit entweder abgehoben abstrakt oder läuft Gefahr sich in detaillierten Beispielen zu verlieren. Ich möchte daher drei persönliche Erfahrungen voranstellen:

1.3.1 Nachhaltigkeit ist vielfältig

Auf die Frage eines Kollegen „Was ist denn das Wichtigste beim nachhaltigen Weinbau?“, konnte ich vor einem guten Jahr keine griffige Antwort geben, was mich wurmte. Heute glaube ich, dass es auf diese verständliche Frage keine eindeutige Antwort geben kann. Es geht nicht primär um Ökologie oder um Effizienz oder um soziale Aspekte, sondern immer um das Gesamte: Es geht darum, eine Balance zu finden zwischen teils gegensätzlichen Ansprüchen, die für sich genommen jeweils ihre Berechtigung haben (wie z. B. Gewinnstreben), aber absolut gesetzt nicht zum Erfolg führen. Sehr vielfältige Aspekte wollen bedacht und austariert werden.

1.3.2 Nachhaltigkeit verändert den Blick

Daher kommt es darauf an, wie ich mein Aufgabenfeld anschaue: nie eindimensional, sondern stets aus mehreren Perspektiven, die Für und Wider in eine Gesamtschau nehmen und Abwägung anstreben. Häufig geht es um eine Art Gesamtbilanz (z. B. der Unkrautbekämpfung), in der nicht ein Element (z. B. das Herbizid) entscheidet, sondern die Summe der Faktoren. Erst am Ende der Gleichung steht dann ein Ergebnis.

Die neue Anhängung erspart den Transportschlepper.

So mag eine energieintensive Verpackung wie eine Glasflasche zunächst problematisch sein. Über ihre Gesamtbilanz und Bewertung entscheiden jedoch u. U. mehr Art und Umfang ihres Recyclings als das reine Material.

Darüber hinaus erlebe ich, dass Gewohntes fragwürdig wird, je länger wir auf dem Pfad nachhaltigen Wirtschaftens unterwegs sind. Je mehr ich auf einem Gebiet erfahre und ausprobiere, desto häufiger zweifle ich auch auf anderen Gebieten daran, dass Verfahren so sein müssen, wie sie traditionellerweise gehandhabt werden. Dies führt dann auch zu Eigenentwicklungen an Maschinen

oder Anregungen für Hersteller.[1]

1.3.3 Nachhaltigkeit macht zufrieden

Wer erstmals mit der Herausforderung Nachhaltigkeit konfrontiert ist, mag dies als unbequem oder gar bedrohlich empfinden, weil dabei Gewohntes kritisiert wird. Doch die Erfahrung, dass es Lösungen gibt, dass Potentiale gehoben werden können, kurz: dass man nicht machtlos vor Problemen steht, sondern etwas tun kann, bereichert ungemein. Wir schauen heute genauer hin und entdecken mehr – an unseren Reben, am Boden, im Wein. Wir wissen über Manches genauer Bescheid (z. B. über unsere Energieverbräuche), konnten eine Reihe von Erfolgen erzielen und diskutieren mit interessanten Menschen. Auch wenn immer Fragen offen bleiben, so macht mich diese Erfahrung doch sehr zufrieden. Nicht zuletzt erlebe ich, was es heißt Unternehmer zu sein: Wir können in der Tat etwas zum Guten unternehmen.

1.4 Der zweite Nachhaltigkeitsbericht

2010 haben wir den ersten Nachhaltigkeitsbericht in der deutschen Weinbranche vorgelegt, mit dem wir eine Art Eröffnungsbilanz für unser Weingut erstellen wollten. Sie sollte uns zeigen, wo wir stehen und was zu tun sei. Die große Aufmerksamkeit in Öffentlichkeit und Fachkreisen hat uns überrascht und motiviert.

Nun legen wir unseren zweiten Bericht vor und wollen darin vor allem eingehen auf die Veränderungen, die erreicht wurden, auf die Erkenntnisse und Daten, die wir gewonnen haben, und nicht zuletzt auf die neuen Fragen und den Diskussionsprozess, der mittlerweile in Gang kommt. Dieser Prozess des Erfassens der Problemlage, des Nachdenkens über Lösungen und das Entdecken der vielen Chancen, die in der Herausforderung Nachhaltigkeit stecken, erscheint mir als zentrale Aufgabe unserer Branche für die Zukunft, an der wir weiter mitwirken wollen.

Unsere Böden gewinnen an Humus.

Aus diesen Überlegungen heraus habe ich das Netzwerk ***www.nachhaltiger-wein.de*** als Plattform für den Austausch von Informationen und Erfahrungen unter Weingütern und weiteren Akteuren initiiert. Es erfreut sich mittlerweile wachsender Mitgliederzahlen, bietet praxisnahe Checklisten und unterstützt workshops.

Bezogen auf unseren Betrieb gibt der zweite Nachhaltigkeitsbericht Rechenschaft, benennt Erfolge, verschweigt aber auch Grenzen nicht. Er formuliert neue Ziele und Aufgaben, die uns weiter herausfordern.

[1] So haben wir durch die schlichte Montage einer Anhängevorrichtung am Sägerät für unsere Begrünung den Transportschlepper für das Saatgut erübrigt. Mit Entlauber und Laubschneider haben wir selbst zwei Geräte technisch kombiniert und sparen so eine Überfahrt im Weinberg.
→ Siehe auch: Weiterentwicklung Recyclingspritze unter 3.1.6 Pflanzenschutz
→ Siehe auch: Softwareentwicklung Gärkühlung unter 3.3.4 Dialog

2 Das Weingut Grünewald & Schnell

2.1 Die Winzerfamilie

Richard Grünewald ist gelernter Winzer und studierter Theologe. Nach einigen Jahren im Personalmarketing kehrte er 2004 aus bewusster Entscheidung in seinen ursprünglichen Beruf zurück und übernahm mit seiner Frau Eva das elterliche Weingut.

Neben dem Betriebsleiterehepaar übernehmen dessen drei Kinder im Alter von 15-17 Jahren bestimmte Aufgaben, und die Eltern von Richard Grünewald unterstützen den Betrieb weiterhin tatkräftig in der Pflege der Weinberge.

2.2 Weingut

Das Weingut Grünewald & Schnell in Worms war bis 1999 ein traditioneller Gemischtbetrieb mit Acker- und Weinbau. Seither hat es sich binnen weniger Jahre vom landwirtschaftlichen Betrieb in ein spezialisiertes Weingut mit Schwerpunkt Flaschenweinvermarktung an Endkunden entwickelt. Die Weinberge wurden seit der Betriebsübernahme im Jahre 2004 auf 10 Hektar ausgeweitet, der Weinabsatz von 10.000 auf 25.000 Flaschen mehr als verdoppelt.

Mithilfe gehört im Familienbetrieb in Maßen dazu.

Richard und Eva Grünewald haben das Familien-Weingut infrastrukturell, technisch und strategisch zügig und planvoll entwickelt: Umfangreiche Investitionen in Betriebsgebäude, Maschinenausstattung, Kellertechnik und Marketing standen im Vordergrund der Neugründungsphase. Die massiven Grundinvestitionen, die bis zum Jahre 2013 abgeschlossen sein sollen, sind der Grund dafür, dass das Geschäftsergebnis 2008/2009 das erste positive der jetzigen Inhaber war.

2.3 Ausrichtung

Das Weingut Grünewald & Schnell strebt eine Positionierung als nachhaltiges Weingut an, was nach Auffassung des Betriebsleiters nicht mit einer Bio-Zertifizierung einhergehen muss. Herr Grünewald hat sich mit den Bio-Kriterien auseinandergesetzt und beurteilt sie als historisch gewachsen, in ihrer Festlegung teilweise dogmatisch und den heutigen Herausforderungen nicht mehr ganz entsprechend. Dennoch will das Betriebsleiterehepaar alle als sinnvoll erachteten ökologischen und sozialen Belange in die Bewirtschaftung einfließen lassen und die Erfahrungen der Öko-Pioniere nutzen. Grünewalds wollen den Betrieb öffnen und legen Wert auf einem intensiven Austausch mit Kollegen, Kunden, Geschäftspartnern aber auch der ganzen Gesellschaft. Daher empfangen sie immer wieder Besuchergruppen, Studenten oder Schüler.

Die Kundschaft wird als gebildet und anspruchsvoll eingeschätzt. Viele Kunden verbinden mit dem Wunsch nach Qualität auch Erwartungen an ein nachhaltiges Wirtschaften (LOHAS). Diese Zielgruppe möchten Eva und Richard Grünewald weiter bedienen und die Direktvermarktung ausbauen.

2.4 Produktion

Es werden zu 60 % Weißweine und zu 40 % Rotweine angebaut. Die Gesamtfläche soll nicht wesentlich über 10 ha steigen, damit die Arbeit überwiegend familiär bewältigt werden kann. Durch Kauf und Tausch mit Winzerkollegen konnten die mehr als 50 bewirtschafteten Grundstücke zu 20 Weinbergen zusammengelegt werden, die fast alle neu bepflanzt wurden.

Die Reben stehen deshalb gegenwärtig und in den nächsten Jahren in guter Ertragskraft. Die Pflege der Weinbergflächen und die Produktion der Trauben liegen vor allem in der Verantwortung und Betreuung von Richard Grünewald und seinen Eltern.

2.5 Vermarktung

Gegenwärtig werden jährlich ca. 100.000 l Wein erzeugt, davon 20 % in gehobenen Qualitätssegmenten, die als Flaschenweine vermarktet werden. Diese ca. 25.000 Flaschen steuern 80 % zum Unternehmensgewinn bei. Die restlichen ca. 80.000 l, die als Fasswein vermarktet werden, sind zwar wirtschaftlich weniger ertragreich, ermöglichen jedoch durch Ausnutzung der flächenbezogenen Vermarktungskontingente insgesamt eine kostengünstigere Produktion. Die Preisgestaltung des en gros verkauften Fassweins wird von der globalen Nachfrage bestimmt und entzieht sich dem Einfluss des Winzers.

Die eigentliche Perspektive des Weingutes Grünewald & Schnell liegt daher in Ausbau und Vermarktung von Flaschenweinen über die neue Vinothek am Hof und die Online-Vinothek, die das Herzstück des Weinguts darstellen. Nicht nur, weil die Erträge durch die höhere Zahl von Kunden sicherer und aufgrund der angebotenen Qualität höher sind, sondern vor allem auch, weil diese Vermarktungsart den Betriebsleitern, Eva und Richard Grünewald, den von ihnen erwünschten Kontakt zur Gesellschaft bringt. Der Absatz der Flaschenweine war in den vergangenen Jahren kein Problem und wächst kontinuierlich.

Neuzugang im „Fuhrpark“:
Spaß und Effizienz schließen sich nicht aus.

Im Unterschied zur gängigen Praxis deutscher Weingüter liefern Grünewald & Schnell nicht selbst, sondern ausschließlich per Spedition und Paketdienst aus. Dieses konsequente Vorgehen erspart der Betriebsleiterfamilie teure und zeitraubende Fahrten zu den Kunden, ermöglicht bundesweit eine prompte Lieferung der Online-Bestellungen und bietet ökologische Vorteile.

3 Nachhaltigkeitsbericht

Im ersten Bericht von 2010 nahm Christian Hiß von der Regionalwert AG als externer Berater anhand seines Indikatorensets eine ampelähnliche Bewertung in stark / mittel / schwach vor. Gemeinsam wurden *Entwicklungsziele* und **Maßnahmen** zu deren Erreichung festgelegt.

Der vorliegende zweite, durch das Weingut fortgeschriebene Bericht evaluiert diese Maßnahmen hinsichtlich ihrer Zielerreichung, benennt überprüfbare Veränderungen und formuliert weitere *Ziele* und **Maßnahmen**. Wo die Veränderungen klar zu einer neuen Bewertung führen, nennen wir diese > Neubewertung zusammen mit der vorherigen Altbewertung. Im Zweifelsfall behalten wir eine schwächere Bewertung bei. Viele Aspekte kamen auch neu in den Blick und werden erstmals erwähnt.

- ➢ Dieses Symbol nennt bisher schon erreichte Pluspunkte.
- ↗ So werden neu erzielte Verbesserungen dargestellt.
- ← Verweist auf Rückschläge

3.1 Ökologie

- Das Weingut Grünewald & Schnell strebt keine EU–Bio-Zertifizierung an.
  Wir haben uns mit den Öko-Kriterien auseinandergesetzt und beurteilen viele als sinnvoll, einige als dogmatisch und wenige auch als überholt. Viele Inhalte des ökologischen Anbaus setzen wir um, viele nachfolgend beschriebene Verbesserungen gehen über Öko-Standards hinaus.
  - ↗ Weitere Öko-Standards wurden umgesetzt. Im Weinberg: Grünbrachen und Bio-Kompost, im Keller: Beseitigung von Fehltönen (Böckser) durch Lüften, im Kelterhaus: chlorfreie Reiniger.
  - ↗ Nützlinge werden z. B. durch mehr Blühpflanzen gefördert.
  - ↗ Offene Diskussion mit Öko-Betrieben und -Verbänden

    Entwicklungsziele: Alle sinnvollen Maßnahmen des Öko-Weinbaus schrittweise übernehmen.

    Maßnahmen: Entwicklung im Öko-Weinbau weiter beobachten.

    > mittel

3.1.1 Begrünung

- Neun Monate im Jahr sind unsere Weinbergsböden mit einer artenreiche Mischung aus vier Pflanzen begrünt: Ölrettich lockert den Boden, Wicken sammeln Stickstoff, Roggen stützt die Wicken, Phacelia-Blüten füttern Nützlinge wie z. B. Bienen.
  - ➢ Die enthaltenen Leguminosen binden Stickstoff aus der Luft und ersetzen so Mineraldünger.
  - ↗ Der Leguminosen-Anteil wurde erhöht, um die Stickstoffdüngung verringern zu können.
  - ← Rückschlag: Die starke Trockenheit im Frühjahr 2011 dezimierte die Leguminosen (Platterbsen), so dass diese zu wenig Stickstoff lieferten.

    > stark zuvor mittel
- Die Begrünung wächst von August bis Mai. Nur in der Trockenphase von Mai bis Juli wird der Boden bearbeitet, um die Wasserverdunstung zu begrenzen.
  - ➢ Der Boden wird über Winter geschützt und Nitratauswaschung vorgebeugt.
  - ↗ Erosion wurde eingedämmt und Humusabbau gestoppt.

    > stark

    Entwicklungsziele: Das gute Begrünungsniveau soll gehalten werden. Die Balance von Wasserverbrauch und Begrünungswirkung soll optimiert werden.

    Maßnahmen: Frühe Saat Ende Juli, damit die Begrünung bis Herbst kräftig aufwächst.

3.1.2 Blühender Weinberg

- Insekten leben v. a. von blühenden Pflanzen. Ein artenreicher Insektenbesatz mit Nützlingen wie z. B. Schlupfwespen stabilisiert das Ökosystem und kontrolliert Schädlinge.
  - Die Begrünungsmischung wurde um Phacelia bereichert, die besonders für Bienen eine wichtige Nahrungsgrundlage darstellt. Nun blühen Rettich, Wicken und Phacelia nacheinander.
  - Die Begrünungspflanzen werden so gemulcht oder umgebrochen, dass möglichst lange Blühphasen entstehen.
  - Die Ansaat von Stockrosen scheiterte im Frühjahr 2011 an der extremen Trockenheit.

    > stark zuvor mittel

„Bienenweide“ Phacelia füttert Nützlinge.

- Brachflächen werden mit Phacelia und Wolff-Mischung eingesät.
  Viele verschiedene Pflanzen bietet so ein reichhaltiges Angebot an Nahrung und Brutplätzen.

  > stark

3.1.3 Humusentwicklung

- Ein angepasster Humusgehalt ist ein Schlüssel zu gesunden und fruchtbaren Böden. Unsere Weinbergsböden waren zu Zeiten regelmäßiger Bodenbearbeitung arm an Humus. Der genaue Gehalt von ca. 1% war nicht bekannt.
  - Einführung von jährlichen Bodenuntersuchungen in 12 repräsentativen Weinbergen. Der Humusgehalt liegt derzeit zwischen 1,3% und 2%.
  - Durch Begrünung und Biokompost konnte der Humusgehalt um gut 50% gesteigert werden.

  Humusgehalt: > mittel zuvor mittel

  Humusentwicklung: > stark zuvor mittel

  Entwicklungsziele: Steigerung des Humusgehaltes auf den Idealwert von ca. 2,5%

  Maßnahmen: Ausbringung von Biokompost auf jährlich 20% der Fläche.

3.1.4 Biodiversität

Biodiversität meint Artenvielfalt, Vielfalt des Ökosystems und genetische Vielfalt innerhalb der Arten. Durch solchen Reichtum an Varianten reagiert die Natur vielfältiger und somit erfolgreicher auf Einflüsse und kann Belastungen eher bewältigen.

- Gentechnisch verändertes Material wird in Weinberg und Keller nicht verwendet.
- Im Bestand werden zu 60 % Mischklone eingesetzt.
  Der Einsatz von Mischklonen im Weinbau erhöht die Ertragssicherheit, da die verschiedenen Klone unterschiedlich auf die wechselnden Bedingungen reagieren.
- Über 10 % der Gesamtfläche sind derzeit Grünbrachen. (üblich sind 1%)
  Die Ausgleichsflächen sind Rückzugsmöglichkeiten für Kleintiere. Aktuell liegt die Quote durch Umstrukturierung und Tausch von Flächen extrem hoch.

- Sämtliche freie Flächen (15.900m²) wurden bepflanzt oder angesät.

  > stark

- Es stehen Einzelbäume und Baumgruppen an Weinbergen und Feldscheune.
  Auch einzelne Bäume erfüllen wichtige Funktionen und sollten wo möglich gepflanzt werden.
  - Sechs weitere mittlere und große Bäume wurden gepflanzt (Eiche, Spitz- und Feldahorn, Mandel).
  - Es wurden 200 Hecken an der Feldscheune gepflanzt.
  - Zusammen mit dem Naturschutzbund wurde ein großer Nistkasten für Greifvögel in der Feldscheune angebracht, der aktuell von Turmfalken bebrütet wird.

    > stark zuvor mittel

    Entwicklungsziele: Schaffung weiterer Überwinterungsquartiere.

    Maßnahmen: - Ergänzung der Weinbergsbäume durch Heckengruppen
    - Bau von „Insektenhotels“

3.1.5 Düngung

- Da dem Weinberg Nährstoffe in Form von Trauben entnommen werden, müssen diese Entnahmen wieder ausgeglichen werden. Dies geschieht teils durch „Gründüngung“, also Leguminosen, die Stickstoff sammeln, und in begrenztem Umfang durch Mineraldünger. Im Schnitt der letzten neun Jahre wurden 19 kg Stickstoff/ha eingesetzt, üblich sind 40-50 kg/ha.
  - Die Nährstoffversorgung wird seit 2011 jährlich per Bodenanalyse von 12 repräsentativen Weinbergen überwacht.
  - Der Leguminosen-Anteil wurde erhöht, um die Stickstoffdüngung verringern zu können.
  - Rückschlag: Die starke Trockenheit im Frühjahr 2011 dezimierte die Leguminosen, so dass diese zu wenig Stickstoff lieferten.
    Da die Gefahr ungünstiger Witterung immer besteht, müssen die Reben erst genügend Reserven aufbauen können, bevor die Stickstoffdüngung so tief wie praktiziert abgesenkt werden kann.
  - Sämtliche organischen Abfälle wie Hefe oder Trub werden nun ausgebracht.
  - Bio-Kompost wurde 2011 auf 20% der Flächen ausgebracht.

    > stark zuvor mittel

    Entwicklungsziele: Stabilisierung der Nährstoffversorgung, Aufbau von Reserven in den Rebstöcken, damit diese Trockenphasen besser überstehen können.

    Maßnahmen: Sukzessive Ausbringung von Bio-Kompost auf allen Flächen. Neuer Düngerstreuer zur präziseren Verteilung der geringen Gaben an Mineraldünger.

3.1.6 Pflanzenschutz

- Die Anzahl der Spritzungen mit verschiedenen Mitteln beläuft sich auf ca. 7 pro Jahr.
  Die Zahl der Behandlungen liegt sicher an der unteren Grenze des Üblichen. Die dauernde Beobachtung des Bestandes ist bei der Reduzierung wichtig.
  - Umrüstung auf abdriftarme Düsen, bei denen erheblich weniger Mittel verweht werden kann.

    > mittel (Ziele & Maßnahmen s. u.)

- Es werden synthetische Pflanzenschutzmittel eingesetzt.
  Synthetische Pflanzenschutzmittel greifen stärker in das natürliche Gleichgewicht ein, auch wenn sie in den letzten Jahren unter ökologischen Gesichtspunkten verbessert wurden.
  - Es werden bevorzugt organische Mittel eingesetzt.

- Kulturmaßnahmen wie z. B. die Entblätterung der Traubenzone oder das Entfernen von Doppeltrieben zur Vorbeugung von Pilzbefall werden breit praktiziert.
- Geringe Düngung vermeidet Fäulnisgefahr an den Trauben.

Zwei Recyclingspritzen wurden 2011 getestet. Das Einsparpotential lag bei 30-35%. Die Geräte erschienen uns jedoch noch nicht ausgereift. Mit dem Hersteller wurden 23 Verbesserungen besprochen, die 2012 umgesetzt werden sollen.

> schwach

Entwicklungsziele: Reduzierung des Mitteleinsatzes, v. a. synthetischer Wirkstoffe und Herstellung der natürlichen Gleichgewichte im Weinberg.

Recyclingspritze: Getestet und mit Verbesserungsvorschlägen zurück

Maßnahmen:
- 2013 Anschaffung einer Recyclingspritze, um 30 % Mittel einzusparen.
- Förderung der natürlichen Gleichgewichte durch Kulturmaßnahmen.

Es werden Pheromone zur Abwehr des Traubenwicklers eingesetzt.

Der Einsatz von Pheromonen ist als biologische Bekämpfungsmethode im Weinbau etabliert, erfordert allerdings die Mitwirkung aller Winzer eines Gebietes. Diese zu motivieren ist anspruchsvoll.

- Hr. Grünewald wirkt als Vorsitzender des Bauernverbandes an der Koordination mit.

> stark

Eine natürliche Population an Raubmilben wird unterstützt.

- Raubmilben sind die natürlichen Gegner von Spinnmilben. Ihre Unterstützung hat Insektizideinsätze erübrigt.

> stark

Entwicklungsziele: Besiedelung von größeren Jungfeldern durch Raubmilben beschleunigen.

Maßnahmen: Laub mit Raubmilben aus alten Weinbergen in junge Weinberge hängen.

Unter den Rebstöcken wird das Unkraut mit Herbiziden kontrolliert.

Der Einsatz von Herbiziden ist ein „heißes“ Thema, bei dem es zahlreiche Pro- und Contra-Argumente gibt. Eine vergleichende Studie des Ifeu-Institutes zu mechanischer und chemischer Unkrautbekämpfung sieht keine ökologische Vorzüglichkeit eines Verfahrens. Wir haben uns neben Energieverbrauch und CO_2-Emmission v. a. aufgrund der Erosionsgefahr gegen eine mechanische Bekämpfung entschieden. Unter unseren Rahmenbedingungen (Dosis, Zeitpunkt, Bodentemperatur, Humusgehalt, Ausbringtechnik) entsteht keine Grundwasserbelastung.

- Einsatz doppelt so teurer, aber tallowaminfreier Präparate (bei Glyhosat und Glufosinat aufgrund neuester Untersuchungsergebnisse)
- Aufgrund der Konkurrenz durch die Begrünung vermehren sich einzelne Unkräuter nicht mehr zu stark zu sog. „Problemunkräutern“.
- 2. Spritzung im Sommer nur noch selektiv.

> mittel zuvor schwach

3.1.7 Ressourcenverbrauch

Eine der großen Zukunftsaufgaben wird sein, wirtschaftliches Wachstum vom Verbrauch endlicher Ressourcen zu entkoppeln. Aufgrund unserer Erfahrungen glauben wir, dass wir trotz maßvoll steigendem Lebensstandard weniger Energie, Wasser, Rohstoffe oder Flächen verbrauchen können.

Wir betrachten bei der *Messung* alle Verbräuche, die direkt bei uns im Weingut entstehen.[2] Im *Verhalten* beachten wir jedoch auch vor- und nachgelagerte Produktionsschritte[3], wie z. B. Weinbergspfähle (Recycling entscheident) oder Spedition und wählen vorteilhafte Lösungen.

3.1.7.1 Energie

- < 2.000 Liter Diesel pro Jahr: -16,6%

  Das Weingut Grünewald & Schnell liegt mit einem Verbrauch von weniger als 190 l/ha rekordverdächtige 30 % unter dem Durchschnittswert von 265 l/ha.

  - Der Dieselverbrauch konnte
    von 223 l/ha in 2009
    über 191 l/ha in 2010
    auf 186 l/ha in 2011
    gesenkt werden.
  - Der Verbrauch sank in zwei Jahren um 16,6% (trotz leicht steigender Weinbergsfläche).
  - Eigenentwickelte Maschinenkombinationen sparen Schlepperfahrten ein und tragen zur Verbrauchsreduzierung bei.
  - 2011 positiver Test einer spritsparenden[4] Mulchwalze

    > stark

Die Mulchwalze spart Diesel.

  Entwicklungsziele: Potentiale für weitere Reduzierung finden

  Maßnahmen: Investition in energiesparende Verfahren, z. B. Walze statt Mulcher

- 16.300 kwh Strom: - 5% (umfasst Weingut und Privathäuser)

  Wir achten bei allen Investitionen auf hohe Energieeffizienz, aber es gibt noch immer keine belastbaren Vergleichswerte.[5]

  - Der Stromverbrauch konnte von 17.094 kwh in 2009 über 16.455 in 2010 auf 16.273 kwh in 2011 gesenkt werden. Erreicht wurde dies durch Verhaltensänderung und Austausch alter Geräte (Kühltruhe, Heizungspumpen).
  - Installation moderner Leuchtstofflampen mit elektron. Vorschaltgerät: - 17% Energie
  - Wir testeten erste LED-Leuchtmittel in der Vinothek: Sehen gut aus und sparen 80% Energie.

  Entwicklungsziele: mit fortschreitender Technik neue Potentiale finden.

  Maßnahmen: Sukzessiver Ersatz aller Halogenstrahler durch LEDs

  > stark zuvor mittel

- 100 % regenerativer Strom

  Unser Strom stammt zu 100% aus Wasserkraft

---

[2] Systemgrenze „cradle to gate“.
[3] Systemgrenze „cradle to grave”, bzw. „cradle to cradle“
[4] Diese Walze wird nicht wie ein Mulcher vom Schleppermotor angetrieben, sondern rollt über den Bewuchs.
[5] Das DLR in Oppenheim (Mitglied im Netzwerk) erhebt 2012 erstmals praxisnah Verbräuche. Wir liefern unsere Daten zu.

- Wir produzieren 2,5 Mal mehr Strom, als wir verbrauchen.
  Unsere Photovoltaik erzeugt mit 40.000 kwh jährlich Strom für 10 Haushalte.

- Heizung: Solarthermie und Brennwertkessel
  - Beide Heizungsanlagen wurden mit Brennwertkesseln modernisiert.
    Im Elternhaus beträgt die Einsparung bereits 30%.
  - Eine Solarthermie ist neu installiert und erwärmt künftig unser Brauchwasser.

Solarthermie auf renoviertem Scheunendach

- Flaschen: Wiederverwendung spart Ressourcen, Energie und Emissionen
  - Zukauf gebrauchter Flaschen steigerte den Mehrweganteil von 15% auf 20%.
    Da die Flaschenproduktion der größte Einzelposten in der Energie- und CO_2-Bilanz eines Weines ist, wirkt sich dieses Recycling besonders günstig aus.
    > stark

3.1.7.2 Wasser

- Es werden 377 m³ pro Jahr verbraucht (Betrieb und Wohnhaus).
  Damit stieg der absolute Verbrauch (von 357m³), ursächlich dürfte die gestiegene Weinproduktion sein. Die Literaturangaben von 1.000m³ für unsere Betriebsgröße sind fragwürdig. Wir beteiligen uns an einer Erhebung praktischer Verbrauchsdaten.

  > mittel zuvor stark

  Entwicklungsziele: - Verbräuche für Weingut exakt ermitteln.
  - Ressourcenverbrauch vom Wachstum entkoppeln

  Maßnahmen: - Einbau separater Wasseruhren für den Weinkeller und das Kelterhaus
  - Effizienzmaßnahmen verstärken, die das Wachstum überkompensieren

- Regenwassernutzung
  - Zwei alte Weintanks speichern 8.000l Regenwasser. Wir schätzen das Einsparpotential auf 25.000 – 30.000l jährlich.

    > stark zuvor mittel

    Entwicklungsziele:
    Potentiale identifizieren

    Maßnahmen:
    Einsparungen durch Einsatz des Hochdruckreinigers testen.

Alte Weintanks sammeln nun Regenwasser.

3.1.7.3 Rohstoffe

- Glas
  - Verwendung leichter Flaschen und 20% Recyclingquote (siehe 3.1.7.1 Energie)

- Papier und Karton
  - 100% Recyclingpapier vom Flyer bis zum Büropapier, papierarme Prozesse (z. B. online)
  - Ungebleichte, materialsparende Weinkartons mit 75% Recyclinganteil

    > stark

3.1.8 Emissionen

Wir kennen 3 typische CO_2-Fußabdrücke für Weingüter. Diese identifizieren jeweils ähnliche Treiber von klimaschädlichen Emissionen, v. a. Energie (Transport, Glas, Stahl). Mehr als ein weiterer Footprint nützt uns daher die Bekämpfung der typischen Ursachen: Verbräuche und Anbaumethoden.

3.1.8.1 CO_2 und Abfall

- Die Weinauslieferung wird zu 100 % an Spedition und Paketdienst vergeben.
  Viele Weingüter vergleichbarer Größe liefern ihre Weine selbst an die Kunden - oft über große Strecken. Die konsequente Vergabe ist sicher zeit- umweltbewusst.
  - Wiederverwendung Kartons: einfache, aber hochwertige Kartons können mehrfach verwendet werden, wenn sie (oft samt Leergut) zurückkommen oder intern umgepackt wurden.
  - Einführung des „Öko-Versand“: In der Online-Vinothek kann der Kunde wählen zwischen Öko-Versand (50% weniger Verpackung, weniger CO_2, 1 Woche Laufzeit) und Express (mehr Verpackung, mehr CO_2-Emission, 48h Laufzeit)

    > stark

    Entwicklungsziele: Suche nach weiteren Potentialen.

    Maßnahmen: Prüfung, ob Öko-Versand kostenfrei angeboten werden kann.
- Weinberg: Vermeidung von Methangas bei anaerober Rotte
  - Gründüngung wird erst nach Welke eingearbeitet, da die Biomasse sonst unter Sauerstoffabschluss rotten und Methan erzeugen würde.

    > stark

3.1.8.2 Abwasser

- Kellerei: Neuer Filter bereitet Trub restlos auf
  Wir bestückten den Hefefilter eines Kollegen mit modernen Filtertüchern. Der Trub landet als Dünger im Weinberg. Auch die Reinigung des Filters funktioniert nun mit weniger Wasser.

  > stark

Der neue Trubfilter entlastet das Abwasser.

3.2 Ökonomie

3.2.1 Wertschöpfungsfaktor

- Jährliche Umsatzsteigerung 10%.
  Binnen zwei Jahren stieg der Netto-Umsatz um insgesamt 20,5%. (Die aktuelle Bilanz mit Gewinn liegt aufgrund einer Umstellung des Bilanzzeitraums noch nicht vor.) Die Entwicklung ist gut, das absolute Niveau noch nicht.

  > mittel

Entwicklungsziele: mehr Wertschöpfung durch Ausbau der Flaschenweinvermarktung.

Maßnahmen: Messe-Marketing und Direkt-Marketing

- Hohe Abschreibungen sinken langsam (bis 20 % d. Umsatzes), Gewinn steigt
  Im Betrieb wurde schnell und viel investiert. Die Phase der massiven Anfangsinvestitionen (rd. 500 T€) geht nach 7 Jahren zu Ende, die Abschreibungen beginnen zu sinken.

  Im Geschäftsjahr 2008/2009, wurde der erste Gewinn erwirtschaftet, der seither steigt.

  > mittel

  ↗ Die Einkäufe in der Online-Vinothek stiegen 2010 um 17% und 2011 um 42%.
  Dieser Direktvertrieb verteilt sich auf viele Privatkunden und kann nicht von einzelnen Großabnehmern gefährdet werden.

  > stark

  Entwicklungsziele: Steigerung d. Umsatzrendite in 2 Jahren auf 10 % und in 5 Jahren auf 20 %

  Maßnahmen: Abschluss der Grundinvestitionen in 1-2 Jahren.

- Staatliche Förderungen beschränken sich auf die Weinbergsneuanlage.
  Staatliche Förderungen sind für viele landwirtschaftliche Betriebe überlebenswichtig. Sie machen jedoch abhängig und können bei Reduzierung zu Instabilität des Betriebes führen.

  > stark

3.2.2 Wertschöpfung in/aus der Region

- Langfristige und partnerschaftliche Zusammenarbeit.
  Wir bevorzugen inhabergeführte Lieferanten. Der Preis ist dabei nur ein Kriterium neben Beratung, Engagement, Zuverlässigkeit und Umgangsformen.

- Regionale Beschaffung wird bevorzugt

  ↗ Barriquefässer aus regional und nachhaltig angebauter Eiche kaufen wir von einer pfälzer Küferei.

Regionale Barriques kaufen wir in der nahen Pfalz.

- Flaschen lassen wir in der Region spülen.

- Regionale Beschaffung erleichtert soziale Beschaffung
  Siehe Soziales 3.3.6: Behindertenwerkstatt, Bodenlabor Diakonie, Zentrum für psychisch Kranke.

  > stark

- 40 % des Flaschenweins werden in der Region abgesetzt (200 km).

  ↗ Das Entwicklungsziel von 5% Absatzsteigerung über die Vinothek wurde deutlich übertroffen.

  ← Der regionale Absatz stieg zwar absolut, doch sein Anteil am Gesamtumsatz ging von 50% auf 40% zurück, da der Versand schneller wächst.

  Regionaler Absatz hat für ein Weingut Grenzen. Dennoch wird er weiter ausgebaut, da er wenig Transport und Kundennähe bedeutet.

  > mittel

  Entwicklungsziele: Der Absatz der Vinothek soll in den nächsten zwei Jahren um 10 % wachsen.

  Maßnahmen: Weitere Steigerung der regionalen Bekanntheit.

3.2.3 Kooperationen

- Maschinengemeinschaften: 12 gemeinsame Maschinen[6] (üblich sind 2-5)
  Um qualitativ und effizient zu produzieren, benötigen moderne Weinbaubetriebe viele Maschinen, die aber oft nicht ausgelastet sind. Gemeinschaftliche Anschaffung und Nutzung erleichtern Investitionen in zeitgemäße Technik und fördern darüber hinaus soziale Netzwerke. Wir prüfen mittlerweile bei jeder Investition eine gemeinschaftliche Anschaffung.

  ↗ Ein bodenschonender Scheibengrubber und der modernisierte Trubfilter konnten zuletzt gemeinschaftlich angeschafft werden. Alleine wären die Kosten kaum vertretbar gewesen.

  > stark

Bodenschonender, gemeinschaftlicher Grubber

- Lohnarbeiten von und für Kollegen: Mit Technik und Know-how für andere
  Von der Filtration bis zum Einbringen von Weinbergspfählen arbeiten wir für andere Weingüter und beschäftigen umgekehrt auch Kollegen bei uns. So bleibt Wertschöpfung zum gegenseitigen Vorteil in der Region.

  > stark

3.2.4 Finanzen

- Wir wechselten zu einer Bank, die unseren Ansprüchen an Nachhaltigkeit und ethisches Investment entspricht.

  > stark

3.3 Soziales

3.3.1 Beschäftigtenstruktur

- Betriebsgröße, Arbeitsumfang und Einrichtungen werden so geplant, dass die Familienmitglieder die Arbeit weitgehend ohne Fremdkräfte bewältigen können.
  - 100 %-Quote an Fachkräften und somit sehr hoher Qualifizierungsgrad.
- Der Betrieb arbeitet ohne Saisonarbeitskräfte
  In der Landwirtschaft werden viele Saisonarbeiter zu oft schlechten Bedingungen eingesetzt.

  > stark

- Die Eltern von Richard Grünewald arbeiten aktiv in der Weinbergpflege mit. Die Besitzverhältnisse und die Verantwortlichkeiten sind zwischen den Generationen geklärt.
  Die Eltern werden älter, mittelfristig muss Ersatz gesucht werden.

[6] Entlauber, Scheibengrubber, Trubfilter, Kieselgurfilter, Düngerstreuer, Kompoststreuer, 3-Seiten-Kipper, Vollernter, Pfahldrücker, Stockroder, Drahthaspel, Wegehobel

- Arbeiten werden an Kollegen mit freien Kapazitäten vergeben, die auch Urlaubsvertretung übernehmen können.

  > stark zuvor mittel

  Entwicklungsziele: Weiteren fallweisen Einsatz qualifizierter Mitarbeiter prüfen.

  Maßnahmen: Zusammenarbeit mit dem landwirtschaftlichen Maschinenring.

3.3.2 Qualität der Arbeitsplätze

- Im Weingut fallen Arbeiten im Weinberg, in der Traubenproduktion, im Keller, im Weinausbau, in der Vermarktung und im Büro an. Der Betriebsleiter ist in alle Arbeitsbereiche involviert, die Betriebsleiterin hauptsächlich in die Vermarktung.
- Die Kinder übernehmen spezifische Aufgaben in Marketing, Logistik, Buchführung sowie bei der Gestaltung der Website.
  - Sie lernen die Zusammenhänge zwischen Leben und Arbeiten kennen.

    > stark
- Arbeiten werden teilweise in Maschinenkooperation durchgeführt. → siehe 3.2.3

3.3.3 Entlohnung

- Es fallen nur geringe Lohnkosten an, da nur selten Fremdarbeitskräfte beschäftigt werden. Durch Technisierung gingen auch in der Landwirtschaft viele Arbeitsplätze verloren. In der weiteren Betriebsentwicklung sollte das Arbeitsangebot im Blick bleiben.

  > mittel

  Entwicklungsziele: Beim längerfristigen Betriebswachstum auch an Mitarbeit denken.

  Maßnahmen: Schon praktizierte Arbeitsvergabe weiterentwickeln

3.3.4 Dialog mit „Stakeholdern“ (Kunden, Lieferanten, Kollegen, Gesellschaft)

- Gründung des „Netzwerk Nachhaltiger Wein“
  - Unsere unabhängige Initiative fördert den kollegialen Austausch durch Gespräche, Workshops, Website, Veröffentlichungen und Mitwirkung an Kongressen.

  2010 gestartet, interessieren sich mittlerweile zahlreiche Kollegen für unser Netzwerk, in dem auch Forschungseinrichtungen, Verbände und Lieferanten mitarbeiten.
  Infos unter **www.nachhaltiger–wein.de**

  > stark
- Mitwirkung am „Nachhaltigkeitspreis“ der Agrartage
  - Dieser wurde erstmals 2011 für nachhaltige Innovationen verleihen. Richard Grünewald motiviert Unternehmen zur Teilnahme und wirkt in Jury und Konzeption mit.
- Gespräche mit Lieferanten und Herstellern
  Mit einer Reihe von Unternehmen diskutieren wir das Konzept der Nachhaltigkeit und Aspekte der Umsetzung. Die beiden jüngsten Beispiele sind:
  - Besprechung von Optimierungen mit den Entwicklern der Gärkühlungs-Software mit dem Ziel der Qualitätsverbesserung und Energieeinsparung
  - Diskussion von Konstruktions-Anregungen für Recycling-Spritze
- Diskussion mit Verbrauchern bei Messen und Podiumsdiskussionen
- Dialog mit Kunden via Schreiben, website, Mailings
- Verkauf ab Vinothek ermöglicht direkten Kundenkontakt

- Offene Diskussionskultur mit und Feedback an Geschäftspartner(n)

  > stark

3.3.5 Bildung

- Kooperation mit Schulen
  - Schüler der Oberstufe arbeiten am Beispiel unseres Weingutes zum Thema Nachhaltigkeit und vertiefen ihr Wissen bei Exkursionen zu uns.

    Entwicklungsziele: Unterstützung benachteiligter Kinder und Jugendlicher

    Maßnahmen: Ausbau der Kontakte zu einer lokalen Bildungs-Stiftung für Kinder
- Unterstützung Studierender und Schüler bei Diplom-, Master- oder Facharbeiten
- Wir bieten Praktika an
  - Unser erster Praktikant ist ein angehender Sommelier.
- Fortbildung: Die Betriebsleiter besuchen regemäßig Seminare, fallweise auch mit Kindern.
  - Hr. Grünewald wirkt als Referent an Workshops mit.

  > stark

3.3.6 Soziale Beschaffung

Wo möglich, vergeben wir Aufträge an Benachteiligte, denen die Arbeit den Tag strukturiert, Anerkennung vermittelt und Wertschöpfung ermöglicht. Wir stellen dabei fest, dass die Leistungen qualitativ hochwertig sind. Man muss nur herausfinden, was alles möglich ist.

- Holzkisten aus der Behindertenwerkstatt Worms
- Bodenanalysen im Labor der Diakonie Bad Sobernheim
- Versand von Mailings über Zentrum für psychisch Kranke, Freiburg

  > stark

Holzkisten aus der Behindertenwerkstatt

3.3.7 Engagement

- Vorsitz Bauern- und Winzerverband, Kommunalpolitisches Engagement, Fachbeirat für Naturschutz der Stadt Worms
  - Die Übernahme von Ämtern in Verbänden und Institutionen kostet Zeit und Geld. Unternehmer, die dies trotzdem tun, handeln verantwortungsvoll.

    > stark

4 Feedback – was andere über uns sagen

- **Nancy Dalbruck**, Studierende HS Geisenheim
  „Bei der Erarbeitung meiner Bachelor-Thesis unterstütze mich Herr Grünewald sofort und ohne Zögern mit den nötigen Informationen sowie als Interviewpartner. Kompromisslos gab er mir Einblick in seine Philosophie, in die Abläufe auf dem Weingut Grünewald & Schnell und in seine Arbeit. Mein Eindruck vom Weingut und der Familie Grünewald: Es ist ein authentischer Ort an dem fachlicher und menschlicher Austausch stattfindet, der in einer, für heutige Zeiten, beispielhaften Wertehaltung gründet, ohne zu missionieren.“

- **Dr. Thomas Ziegelmayer**, Kunde
  „Ich möchte wissen, womit ich mich belohne, wenn ich ein Glas Wein trinke: Wo mein Wein herkommt und wie er hergestellt wird. Bei Wein vom Weingut Grünewald & Schnell bin ich mir sicher, dass alles sauber ist in ökologischer, in sozialer und nicht zuletzt in ökonomischer Hinsicht. Und das Wichtigste ist: Es schmeckt!"

- **Jürgen Wagner**, Fa. Richard Wagner Kellereibedarf:
  „Herr Grünewald hat in intensiven Gesprächen für unser Haus einen Anstoß gegeben, sich intensiver mit Nachhaltigkeit auseinander zu setzen. Dass uns 2011 der erstmalig vergebene Nachhaltigkeitspreis der Agrartage zuerkannt wurde, ist auch sein Verdienst. Richard Grünewald denkt das Konzept der Nachhaltigkeit wirklich zu Ende. Daraus entspringen dann sehr konkrete Vorschläge zur qualitativen Weiterentwicklung oder ökologischen Verbesserung von Produkten.“

- **Friedrich Schwahn**, Winzer und Landwirt:
  „Richard Grünewald ist ein Kollege, der durch seine mehrfachen beruflichen Erfahrungen einen erweiterten Blick für Fragen und Probleme des Berufsstandes hat. Maßnahmen, die für die Zukunft wichtig und richtig sind, versucht er offen zu kommunizieren und durchzusetzen, ohne auf persönliche Vorteile zu schauen. Er pflegt in der Diskussion eine klare Ansage, die manchmal etwas undiplomatisch wirkt, die aber bei seinem Einsatz in mehreren ehrenamtlichen Funktionen, von uns Kollegen und auch bei Gesprächspartnern von Verwaltung oder Verbänden Anerkennung findet.“

- **Prof. Dr. Klaus Töpfer**, Institute for Advanced Sustainability Studies
  „Ihr Nachhaltigkeitsbericht ist ein sehr überzeugendes Beispiel dafür, dass die Aktivität vieler engagierter Unternehmer und Persönlichkeiten der Zivilgesellschaft dazu beitragen, die Zukunft der Welt auch vor dem Hintergrund von bald 9 Milliarden Menschen positiv zu gestalten.“

- **Christian Hiß**, Regionalwert AG Eichstetten (Autor des 1. Nachhaltigkeitsberichtes)
  „Nachhaltiges Wirtschaften haben sich Richard Grünewald und seine Frau nicht nur auf die Fahnen geschrieben, sie setzen es um. Die Entscheidungen werden bewusst gefällt und die Aufmerksamkeit auf den einzelnen Vorgang gelegt. In sorgsamer Abwägung wird zwischen den drei Säulen der Nachhaltigkeit die bessere Lösung gesucht.
  Das Weingut Grünewald & Schnell kann als Beispielsbetrieb für verantwortungsbewusste und nachhaltige Betriebsführung angesehen werden."

5 Zusammenfassung

Das Weingut Grünewald & Schnell legt als erstes deutsches Weingut seinen zweiten Nachhaltigkeitsbericht vor und gibt darin detailliert Rechenschaft über seine Arbeitsweise. In den drei Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziale Verantwortung wird in 19 Themenfeldern ehrlich und präzise ein Bild vom Stand des nachhaltigen Wirtschaftens des rheinhessischen Weingutes vermittelt.

Nachdem bereits 2010 mit dem ersten Bericht eine Bestandsaufnahme der Zukunftsfähigkeit der Arbeit des Winzerpaares Eva und Richard Grünewald erarbeitet wurde, untersucht der aktuelle Report anhand von **60 Kriterien** detailliert **Fortschritte und Rückschläge** im Bestreben um einen Weinbau aus Verantwortung für kommende Generationen. Trotz der großen Herausforderungen, denen sich das junge Weingut stellt, überwiegen die Chancen, werden zahlreiche Potentiale identifiziert und Ziele zu deren Nutzung formuliert.

In **49 beschriebenen Verbesserungen** gelangen Grünewalds in weniger als 2 Jahren beeindruckende Schritte hin zu weniger Ressourcenverbrauch und Emissionen, zu besserer Wirtschaftlichkeit und einem sozialverträglicheren Arbeiten. Bemerkenswert ist dabei die Verbindung von Reflektion und kritischer Gesamtschau mit der sehr konkreten und erfolgreichen Umsetzung in der Praxis.

Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht des Wormser Weinbau-Pioniers wird deutlich, wie sehr dieses Denken an morgen den heutigen Blick verändert und zunächst ungeahnte Möglichkeiten eröffnet.

Winzer Richard Grünewald:
Leidenschaft für Wein & Nachhaltigkeit

So gelingt es Grünewald & Schnell, den **Dieselverbrauch** trotz steigender Weinbergsfläche binnen zwei Jahren **um 16% zu senken**.

Der für die Fruchtbarkeit der Böden wichtige **Humusgehalt** konnte gleichzeitig durch biologische Maßnahmen **um 50% gesteigert** werden.

Von Biodiversität über regionale Wertschöpfungsketten bis hin zu Bildungskooperationen mit Schulen reicht das Engagement und somit weit über rein ökonomische Erfolge hinaus.

Sechs sehr unterschiedliche Zeitgenossen geben abschließend Feedback an das Weingut und lassen erkennen, wie stark sich der gelernte Winzer und studierte Theologe Richard Grünewald in einen offenen Dialog mit der Gesellschaft einbringt. Dieser Austausch mit Kollegen, Forschungseinrichtungen und Studierenden veranlasste ihn auch zur Gründung des Netzwerkes www.nachhaltiger-wein.de, das Impulse in die noch junge Nachhaltigkeitsdiskussion im deutschen Weinbau trägt.

Auf der Website **www.gruenewald-schnell.de** informiert das Weingut auch zwischen seinen Nachhaltigkeitsberichten jeweils aktuell über künftig geplante oder bereits geschaffte Projekte. Wie dort zu sehen ist, gehen dem Querdenker und Bewahrer Grünewald die Ideen nicht aus. Vielmehr scheint es, dass mit jedem Schritt auf Neuland auch neue Horizonte in Sicht kommen.