

# Weinspezialitäten für die ganze Welt

Julia Lübcke verantwortet seit Mai 2020 als neue Güterdirektorin die Unternehmenspolitik der Bischöflichen Weingüter in Trier. Schon nach knapp einem Jahr kann sie dank guter Ideen und viel Optimismus auf erste Erfolge verweisen.

Von Rolf Lorig

Kirche, Landwirtschaft und Weinbau – das ist eine enge Verbindung, die seit jeher besteht. Zwar ist dieses Miteinander in der heutigen Zeit nicht mehr so intensiv wie in den vergangenen Jahrhunderten. Doch spielt diese Verbindung immer noch eine besondere Rolle. Ein Beispiel dafür findet sich bei den Bischöflichen Weingütern in Trier. Auf rund 130 Hektar Anbaufläche werden im Auftrag des Bischöflichen Konvikts, des Bischöflichen Priesterseminars, der Hohen Domkirche und des Bischöflichen Stuhls an Saar, Ruwer und Mosel edle Weine produziert, die auf der ganzen Welt ihre Liebhaber haben.

Seit Mai 2020 steht Julia Lübcke an der Spitze der Bischöflichen Weingüter. Die 51-jährige Güterdirektorin ist Nachfolgerin von Karsten Weyand, der 2019 das Unternehmen verlassen hatte. Eigentlich wollte Lübcke in einer ganz anderen Branche tätig werden: „Noch während meiner Schulzeit war ich vor allem geisteswissenschaftlich orientiert, stand dem geschriebenen und gesprochenen Wort nahe“, erinnert sie sich im „Paulinus“-Gespräch. Folgerichtig studierte die in Mannheim geborene und in Wuppertal aufgewachsene junge Frau nach dem Abitur Literaturwissenschaften und Philosophie. Einer Karriere in diesem Bereich stand eigentlich nichts im Wege. Wenn da nicht die Wurzeln der Familie gewesen wären: „Die Eltern meines Vaters hatten ein großes landwirtschaftliches Gut in Norddeutschland. Die Freude an landwirtschaftlicher Arbeit steckte immer in mir drin. Bei aller Liebe zur Literatur: Ich spürte, dass mir irgendwie etwas fehlt.“ Der Vater musste das wohl bemerkt haben. Er stellte einen Kontakt zu Erwein Graf Matuschka-Greifflau her, der damals das Familienweingut Schloss Vollrads leitete. Der bot Julia Lübcke ein Praktikum auf seinem Weingut an: „Schon während der ersten Weinlese war ich dann voll infiziert.“

## Erste Berufserfahrungen im Rheingau gesammelt

Was folgte, war ein Kurswechsel. Lübcke belegte im rheinland-pfälzischen Geisenheim den Ingenieur-Studiengang „Weinbau“ und sammelte nach ihrem Abschluss zunächst im Rheingau als Betriebsleiterin erste Berufserfahrungen. Dabei konnte sie auch einem weiteren Talent den gebührenden Raum geben, dem Vermarkten der Produkte. Das machte ihr so viel Spaß, dass sie später in den Weinhandel wechselte, wo sie unter anderem auch als Geschäftsführerin eines renommierten Bremer Weinkontors tätig war.

„Doch irgendwann hatte ich dann wieder eine große Sehnsucht, wollte wieder in einem Weinanbaugebiet leben.“ In Geisenheim war die Region Pfalz oder Baden – ihr Mann stammt aus Karlsruhe – das Ziel. Doch es kam anders. Ein renommiertes Weingut aus der Region machte ihr ein Angebot, dem die Weinbauingenieurin nicht widerstehen konnte.



Seit Mai 2020 Güterdirektorin in Trier: Julia Lübcke.

Fotos: Bischöfliche Weingüter

Dass sie so an die Mosel statt ins Badische kam, haben weder sie noch ihr Mann bereut: „Wir leben heute in Longuich mit Blick auf den Maximiner Herrenberg und sind hier so schnell mit den Menschen warm geworden, dass sich binnen kürzester Zeit Heimatgefühle entwickelt haben.“

## Corona stellt gewohnte Abläufe infrage

Anfang des Jahres 2020 wurde ihr dann die Stelle als Güterdirektorin bei den Bischöflichen Weingütern angeboten. Eine schwierige Zeit, denn Corona stellte gerade alle gewohnten Abläufe infrage. Gremien konnten nicht tagen, Personalentscheidungen waren schwierig. Also wurde erst einmal eine Probezeit vereinbart, die der Verwaltungsratsvorsitzende, Generalvikar Ulrich Graf von Plettenberg, dann aber schon nach wenigen Monaten in eine Festanstellung umwandelte.

Wer in den Bischöflichen Weingütern ein ruhiges und beschauliches Unternehmen sieht, der irrt. Vielmehr ist es ein Betrieb, der sich täglich neu auf dem Weltmarkt behaupten muss. Denn neben den Kunden in der Region muss auch die stark ausgeprägte internationale Kundschaft aktiv betreut werden. Da 2019 der Vertriebsleiter zeitgleich mit seinem Güterdirektor den Betrieb verlassen hatte, musste Julia Lübcke rasch Ersatz finden. Und sie hatte Glück: Eine der Bewerberinnen war die heutige Vertriebs- und Marketingleiterin Aurélie Botton-Schmaus. „Mit ihrer Bewerbung und Vorstellung hat uns die gelernte Sommelière mit Masterabschluss für die Bereiche Wein-Marketing und -Management an der Business School in Bordeaux und Berufserfahrung in Schottland, den USA, Belgien, der Toskana, in Chile und Deutschland voll

überzeugt“, freut sich die Güterdirektorin. Nachdem sie eine weitere Führungsposition erfolgreich besetzen konnte, sieht sich Lübcke gerüstet: „Es gibt viel zu tun – das Team hat sich gefunden und die gemeinsame Arbeit macht sehr viel Spaß!“

Und Teamarbeit ist stärker denn je gefordert. Denn das Coronavirus ist nach wie vor der Chef im Ring. Früher habe es an Pfingsten und in der Adventszeit zwei große Weinproben gegeben, bei denen die Weingüter die neuen Jahrgänge und Spezialitäten präsentieren konnten. „Da kamen alleine zu einer Veranstaltung mehrere Hundert Menschen.“ Für den Moment bleibt da nur die Erinnerung. Und die Suche nach Ersatz. „Vielleicht gehen im Sommer die Inzidenzzahlen wieder runter und machen so Außengastronomie möglich. Dann könnte eine solche Weinprobe unter freiem Himmel stattfinden.“ Man merkt: Die Hoffnung stirbt zuletzt. Allerdings hat das Virus auch ein neues Instrument geschaffen: die Online-Weinprobe. Und die funktioniert eigentlich recht simpel. Die Weingüter geben über die eigene Homepage, Kundenbriefe oder elektronische Medien den Termin für eine neue Online-Weinprobe bekannt. Wobei auch genau zum Ausdruck kommt, um welche Weine es sich handelt. Für die Interessenten hat das den Vorteil, dass sie sich ihren Neigungen entsprechend zuschalten können. Die Kunden benötigen nur einen Internetanschluss und einen Computer. Dann bestellen sie zu günstigen Preisen ein Probierpaket. Das beinhaltet in der Regel drei oder vier Flaschen. „Sechs Flaschen sind in der Regel zu viel für eine oder zwei Personen“, weiß die Direktorin. Kein Wunder, denn es werden die normalen 0,75-Liter Weinflaschen ausgeliefert. Der Kunde kann den Wein entweder

beim Weingut abholen oder sich das Paket mit der Post liefern lassen. Und dann folgt die Verkostung: „Ein Kommentator erläutert die Besonderheit des Weines, Fragen werden direkt online beantwortet.“ Wobei der akustische Weg bei größeren Gruppen eine Einbahnstraße ist: „Dann wäre die Gefahr, dass alle durcheinanderreden, einfach zu groß.“ Die Teilnehmer können dann nur den Kommentator hören oder sehen. Ihre Frage müssen sie schriftlich über die Chat-Funktion stellen, die dann von einer Mitarbeiterin aus dem Marketing an den Kommentator weitergegeben wird. „Auch einer Kamera bedarf es nicht: „Wer selbst nicht im Bild erscheinen möchte, muss das auch nicht tun.“

## Einsatz moderner Technik soll forciert werden

Das neue Werkzeug kommt bei den Kunden an. Die schätzen auch die Tatsache, den ihnen noch unbekanntem Wein ungezwungen in der heimischen Atmosphäre verkosten zu können. Julia Lübcke ist sich sicher, dass diese Online-Proben auch nach Corona selbst dann eine Rolle spielen werden, wenn herkömmliche Proben wieder möglich sein werden.

Den Einsatz von moderner Technik will die Direktorin auch in anderen Bereichen forcieren. So verspricht sich Lübcke im Aufbau eines digitalen Registers für die Bewirtschaftung der Rebflächen eine Erleichterung der betrieblichen Abläufe. Auch klimapolitische Überlegungen spielen in ihrer Zukunftsstrategie eine große Rolle: „Es ist vor allen das Wasser, das uns Sorge bereitet. Sommer ohne nennenswerte Niederschläge stellen auch unsere Reben vor ein Problem.“ Zwar wurzeln Rieslingreben tief, die Steilhanglagen sind aber vor allem steinig, haben wenig Humus. Folglich versickert der Regen rasch, und die Reben haben rasch das Nachsehen. „Wir müssen uns da mit den Hochschulen und den Kollegen noch viel enger verzahnen“, zeigt sich Julia Lübcke nachdenklich. Lösungsansätze gebe es einige: Stroh oder Humus ausbringen. Auch über Bewässerung werde nachgedacht. Doch hier sieht die Weinbauingenieurin keine große Chance: „Zu aufwendig, das Wasser muss ja erst einmal auf den Berg gebracht werden.“ Und was außerdem für sie dagegenspricht: „Wasser ist nur einmal da. Was wir aus Gewässern abzweigen, fehlt an anderer Stelle.“

Doch zurück zu den Kunden. Wer sind die Kunden der Bischöflichen Weingüter? „Da steht an erster Stelle mit bis zu 70 Prozent unseres Umsatzes der Privatkundenbereich, jeder Interessent kann seinen Wein bei uns bestellen.“ An zweiter Stelle folgt der Export, dann die Gastronomie und der Handel.

Und wie mögen die Kunden ihren Wein am liebsten? Spielen rest- oder edelsüße Weine noch eine Rolle?

„In der letzten Zeit wieder deutlich mehr“, lautet die Antwort. Wobei es den Einbruch bei den süßen Weinen im Ausland nie gegeben habe: „Da hatten die rest süßen Rieslingweine von der Mosel wegen ihrer Einzigartigkeit und Besonderheit schon immer ein Alleinstellungsmerkmal und damit auch einen treuen Kundenstamm. Kabinettweine, feine Auslesen oder edelsüße Spezialitäten sind auf der ganzen Welt gefragt.“ Trotz der in Deutschland zu registrierenden geschmacklichen Renaissance sei es aber nach wie vor so, dass ein großer Teil der Weine trocken ausgebaut werde.

## Die qualitative Messlatte liegt hoch

Hat Corona den Weinkonsum verändert? Offenbar ja. Es gebe einen leichten Pro-Kopf-Anstieg, bestätigt Julia Lübcke. Allerdings gehe der auch mit einer Verschiebung von der Gastronomie in den heimischen Bereich einher. Einen weiteren Hoffnungsschimmer für die Weingüter sieht Lübcke in gestiegenen Exportaufträgen: „Die blieben zu Beginn der Coronazeit fast aus. Doch da ist glücklicherweise eine Erholung eingetreten. Wir liegen sogar jetzt im ersten Quartal des Jahres 2021 über den Zahlen des Jahres 2019.“ Die Aufträge seien so umfang- und zahlreich, „da kommen wir jetzt fast schon ein wenig ins Schwitzen“.

Insgesamt sieht die Güterdirektorin ihr Unternehmen „auf einem sehr guten Kurs“. Natürlich gebe es immer wieder noch Wege und Möglichkeiten für weitere Steigerungen.

Beispielsweise durch eine Vermarktung über Discounter, wie das andere namhafte Unternehmen auch versuchen? Für Julia Lübcke ist das nicht unvorstellbar. Wohl aber das Preissegment, das bei Discountern gerne bedient wird: „Ein Gutswein für 3,99 Euro, das kommt nicht in Frage.“ Da ginge Wertigkeit verloren, zudem koste ein qualitativ attraktiver

Wein auch in der Herstellung. „Deswegen setzen wir bei der Herstellung unserer Gutsweine die qualitative Messlatte hoch an.“

Ein großes Pfund der Weingüter sind die 14 unterschiedlichen Lagen an Saar, Mosel und Ruwer. Wobei die Lagen an der Saar hier mit einer eigenen Anbaufläche von 56 Hektar klar das Gros stellen. Die wohl bekannteste Lage ist hier der „Scharzhofberg“, dessen Weine für ihre besonders hohe Qualität auch bei benachbarten Weingütern Top-Preise erzielen.

Die Ruwer liegt im hauseigenen Ranking mit einer eigenen Anbaufläche von 40 Hektar an zweiter Stelle – die wohl bekannteste Lage ist hier das „Kaseler Nieschen“. An der Mittelmosel besitzen die Bischöflichen Weingüter 34 Hektar – hier stellen unter anderem die „Trittenheimer Apotheke“, die „Bernkasteler Badstube“, der „Ürziger Würzgarten“, das „Graacher Himmelreich“ oder das „Piesporter Goldtröpfchen“ die klangvollen Namen.

## Rotwein an der Saar und an der Ruwer

Wenn man über Wein spricht, darf man zwei Produkte nicht vergessen: den Rotwein und den Sekt. Bereits in den 80er Jahren haben die Bischöflichen Weingüter an der Saar und an der Ruwer Rotwein angebaut: Spätburgunder im „Kanzemer Altenberg“ und Frühburgunder in Eitelsbach an der Ruwer. Diese Rebsorten brauchen gut 20 Jahre, bis ihre Früchte die Produkte hervorbringen, die sich der Winzer erhofft. Die Weingutschefin jedenfalls ist mehr als zufrieden: „Es sind grandiose Weine“, lautet ihr Urteil. Hochzufrieden ist sie auch mit der im Weinbau fast verschwundenen Rebsorte Saint-Laurent, die ebenfalls an der Saar angebaut wird. Insgesamt bewirtschaftet ihr Team etwa sieben Hektar Rotwein.

Doch was wäre ein Weingut ohne eigenen Sekt? Rund 50 000 Flaschen, hergestellt nach der in der Champagne traditionellen Flaschengärung (Méthode champenoise) vermarkten die Bischöflichen Weingüter jährlich. Neben dem Riesling findet sich auch seit 2018 ein Cremant im Angebot. Und wenn der Jahrgang 2020 auf den Markt kommt, wird sich hier auch ein weiß gekelterter Spätburgunder-Sekt finden, an den Julia Lübcke bereits jetzt schon hohe Erwartungen hat.

Eine Frage stellt sich am Schluss: Gibt es noch weitere Bischöfliche Weingüter in Deutschland oder hat das Bistum Trier hier neben der ältesten Bischofskirche in Deutschland ein weiteres Alleinstellungsmerkmal? Julia Lübcke muss das nicht lange überlegen: „Nicht ganz. Auch das Bistum Limburg hat in Rüdeshheim ein Weingut.“ Ach ja, stimmt. Doch das ist – laut Wikipedia – mit einer Rebfläche von neun Hektar nicht wirklich mit den Bischöflichen Weingütern in Trier vergleichbar.

## Info

Mitarbeiter: 37 Festangestellte, bis zu 50 Saisonkräfte; Anbaufläche: ca. 130 Hektar; Rebsorten: Riesling (90 Prozent), Weißburgunder, Spätburgunder, Elbling, Saint-Laurent, Frühburgunder; Böden: Schieferverwitterung in verschiedenen Ausprägungen; Preisspanne: Gutsweine ab 7,20 Euro bis Spitzenweine über 100 Euro; Online: [www.bischoefflicheweinguetter.de](http://www.bischoefflicheweinguetter.de); [facebook.com/BischoefflicheWeinguetterTrier](https://facebook.com/BischoefflicheWeinguetterTrier); [instagram.com/bischoefflicheweinguettertrier](https://instagram.com/bischoefflicheweinguettertrier); Kontakt: Telefon (06 51) 1 45 76-0; Fax (06 51) 1 45 76-6 30; E-Mail [info@bischoefflicheweinguetter.de](mailto:info@bischoefflicheweinguetter.de)



Im Weinberg (von links): Kellermeister Johannes Becker, Julia Lübcke und Weinbaumanager Stefan Meuren.