



DER OENOLOGE

47. Jahrgang | 4/2019

EDITORIAL

Der Weg ist das Ziel

26

AUS DEN HOCHSCHULEN

Duales Weinbau-Studium in Chile

28

AUS DEN HOCHSCHULEN

Studieninfotag und Weinmarketingtag

29



Foto: Karl-Heinz Tappe

Editorial

Der Weg ist das Ziel...

In diesem Jahr fand die ProWein in Düsseldorf zum 25. Mal statt. Was hat sich hier nicht alles verändert und weiterentwickelt. In jedem Jahr kamen neue Aussteller, Weinerzeuger und Fachbesucher hinzu. Mittlerweile gehört die ProWein zu den bedeutendsten Weinmessen weltweit oder ist sogar die bedeutendste Weinmesse. Sie ist die Leistungsschau unserer weltweit tätigen Berufskollegen also Oenologen und Weinmacher, von denen auch über 20.000 zu den Mitgliedern in unserem internationalen Verband UIOE zählen.

Die in Düsseldorf jährlich präsentierten Produkte rund um die Weintrauben zeigen deutlich, welchen Entwicklungen, Trends und Veränderungen wir in unserem Berufsstand begegnen und welche Herausforderungen wir vereint mit unseren Vertriebskollegen immer wieder neu angehen und bewältigen müssen. In den Gesprächen und Verkostungen mit den Kollegen, aber auch bei den Rundgängen durch die Messehallen wurde mir wieder sehr bewusst, welche Dynamik, Beharrung und Rückkehr zu unseren Wurzeln in unserem Berufsfeld steckt. Dies ist nur mit dem Wissen aus Ausbildung und Studium nicht zu stemmen, sondern ist der Grundstock, die Basis unseres Handwerks. Die Verbrauchererwartungen sind aber vielfältiger und gehen deutlich über Standards hinaus. Neben der Entwicklung von immer wieder neuen



Produkten rund um unsere Basis, die Trauben, gehören die Ausarbeitung von Ursprünglichkeit und klaren Geschmacks- und Qualitätsprofilen tagtäglich zu unseren Schwerpunkten des Berufsalltags.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, müssen wir uns ständig weiterbilden und weiterentwickeln. Hierzu bieten unsere Verbände

und Hochschulen eine Vielzahl von Möglichkeiten, neue Fertigkeiten zu erlernen, Wissen zu vertiefen und Neues kennen und schätzen zu lernen. Gerade bei einem stagnierenden Konsum und steigenden Verbrauchererwartungen sind wir hier gefordert. Der internationale Austausch auf der Messe zeigt immer wieder unsere Chancen und möglichen Ziele und ständige Veränderungen.

Deshalb kann es für uns nur heißen: Dran bleiben und weiterentwickeln, der Weg ist das Ziel, auch wenn er manchmal steinig und steil ist. Dies gilt aber nicht nur für uns, sondern auch für unsere qualifizierten Mitarbeiter in den Betrieben. Derzeit arbeitet die OIV an Regeln, Schwerpunkten und Lehrinhalten für qualifizierte Techniker in der Oenologie. Mitglieder der nationalen Oenologenverbände arbeiten in der Expertenarbeitsgruppe „Ausbildung“ bei der OIV mit und bringen ihr Wissen und ihre Erfahrung ein, um die Ausbildung in unserem Berufsstand umfangreich und intensiv zu gestalten und die wichtigen Schwerpunkte zu setzen.

Ausbildung und Weiterbildung sind ständige Herausforderungen an uns alle.

*Edmund J. Diesler
Vizepräsident UIOE*

Karriereplattform

Stellen ausschreiben in der Branche: Für BDO-Mitglieder kostenfrei

Weinjobs.com und der BDO vermitteln Stellen in der Weinbranche. Der Bund Deutscher Oenologen möchte seinen Mitgliedern einen modernen und effektiven Career Service anbieten. Neben den Kooperationen mit den verbundenen Hochschulen wurde jetzt mit Dipl.-Ing. Franz Regner von weinjobs.com eine weitreichende Vereinbarung geschlossen.

Derzeit werden folgende Positionen neu besetzt:

Marketingleiter (w/m/d)

Wein & Vinos GmbH, Berlin

„Bürowinzer“ in Vollzeit gesucht

Weingut Bergdolt-Reif & Nett, Pfalz

Verkaufsrepräsentant für den

Außendienst (m/w/d)

Weingut Künstler, Rheingau

Mehr Stellenangebote gibt es unter:



Die Rolle des BDO bei internationalen Weinwettbewerben



Ausgebildete Oenologen sind wichtige und gern gesehene Jury-Mitglieder bei den wichtigen internationalen Weinwettbewerben. Edmund Diesler, BDO-Präsident bis 2016 und noch heute Vizepräsident des internationalen Oenologenverbands UIOE, ist in dieser Funktion Vorstandsmitglied der Berliner Wein Trophy. In dieser Ausgabe des „Oenologen“ erklärt er die Rolle des BDO, nachdem in der letzten Ausgabe zwei Jury-Mitglieder von Mundus Vini und der Berliner Wine Trophy zu Wort kamen.

Der BDO bei internationalen Wettbewerben

Aus Sicht der Oenologen sind die internationalen Weinwettbewerbe ein wesentliches Erkennungsmerkmal und eine wichtige Leistungsschau des Wirkens und der Resultate der Berufskollegen, also der Oenologen oder Weinmacher. Der internationale Oenologenverband UIOE hat dafür schon früh ein präzises Regelwerk entwickelt, wie diese Wettbewerbe fachgerecht durchzuführen sind. 2004 überarbeitete auch die Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) in Paris ihre Regeln für internationale Weinwettbewerbe und bediente sich dafür der Unterstützung der UIOE.

Internationale Weinwettbewerbe, verpflichten sich alle, Regeln einzuhalten. Wenn sie unter dem Patronat des UIOE und der OIV stehen, lassen sie sich auch von Vertretern der Organisationen kontrollieren.

Ein ganz wesentliches Merkmal ist dabei die internationale Besetzung der Jury. Mindestens 50 Prozent der Juroren dürfen nicht aus dem Land stammen, in dem der Wettbewerb ausgetragen wird. Anforderung an die Prüfer für eine Auswahl als Juror ist bei der OIV „weinerfahren“. Beim UIOE allerdings „Oenologe“. Ein weiteres entscheidendes Kriterium ist die Anzahl der zu vergebenden Medaillen. Laut OIV-Richtlinien dürfen maximal 30 Prozent der Weine einer Kategorie mit einer Medaille ausgezeichnet werden. Weitere wichtige Vorgaben sind Probenfolge, Anzahl der Proben je Verkostungstag, Länge der Pausen zwischen den Flights und weitere Regeln für die Rahmenbedingungen und die jeweilige persönliche Kontrolle der Einhaltung durch neutrale Beobachter. Darüber hinaus gibt es seit vielen Jahren die VINO FED, den Dachverband der in-

Zur Person:

Edmund Diesler, Abschluss in Geisenheim 1976, ist seit 1999 Mitglied im Vorstand des BDO, war unser Präsident von 2002 bis 2016 und ist seit 2000 Vorstandsmitglied in verschiedenen Funktionen im internationalen Oenologenverband UIOE, seit 2014 als dessen erster Vizepräsident.

Nach dem Abitur absolvierte er eine Lehre bei den Hessischen Staatsweingütern in Assmannshausen und startete seine Berufslaufbahn als Einkäufer bei der Weinkellerei Pieroth. 1986 übernahm er den Zentraleinkauf für die deutschen Produktionsstätten des internationalen Getränkekonzerns Seagram in Hochheim.

Nach deren Verkauf an die Sektkellerei Rotkäppchen leitete er über zwei Jahre das toskanische Weingut Dievole in Vagliagli, Italien, bevor er für zwei Jahre als Geschäftsführer der Rheinberg-Kellerei fungierte. 2006 wurde er zum Vorstand Produktion und Oenologie der Württembergischen Weingärtner-Zentralgenossenschaft in Möglingen berufen. 2013 wechselte er wieder zurück an den Rhein als Betriebsleiter der Binderer St. Ursula Weinkellerei und ist seit deren Verschmelzung mit Les Grands Chais de France leitender Oenologe in der Weinkellerei Hechtsheim, der deutschen Produktionsstätte eines der führenden europäischen Abfüller.

ternationalen Weinwettbewerbe, die ihrerseits nach den OIV-Regeln ein Patronat, also eine Schirmherrschaft, übernehmen kann und die Wettbewerbe kontrolliert.

Als Mitglied des internationalen Dachverbandes der Oenologen UIOE engagiert sich der BDO offiziell nur bei Wettbewerben, die das UIOE-Regelwerk befolgen und unter dem entsprechenden Patronat stehen. Darüber hinaus sind etliche BDO-Mitglieder als Verkoster bei den wichtigsten internationalen Weinwettbewerben tätig, sei es als Verkoster oder um die Arbeit ihrer Kollegen zu prüfen und zu bewerten. Auch in der Organisation und Durchführung ist der BDO-Vorstand aktiv in die Un-

terstützung von Wettbewerben eingebunden. Nach dem Antrag der Berliner Wein Trophy auf Erteilung des Patronats für den Wettbewerb wurden die Organisation und Durchführung vom UIOE-Präsidenten genauestens überprüft. Um die Qualität des Wettbewerbs auch weiterhin zu gewährleisten und zu optimieren, wurde Edmund Diesler 2014 in den Vorstand berufen. Durch seine Mitarbeit sichert er die Einhaltung des Regelwerks der UIOE, der OIV und der VINO FED und ist somit Garant für eine erfolgreiche, fachliche und faire Beurteilung der harten Arbeit unserer weltweit tätigen Berufskollegen, den Oenologen und Weinmachern.

Edmund Diesler, Klaus Herrmann

Universität Talca (Chile) übernimmt Geisenheimer Konzept des dualen Weinbau-Studiums

Prof. Dr. Randolf Kauer, Studienbereichsleiter Weinbau und Oenologie (HGU), präsentierte den Verantwortlichen in Chile das Geisenheimer Modell des dualen Einstiegs ins Studium Weinbau und Oenologie. Diese wollen das Konzept an der Universität Talca und am Standort Colchagua als Standard etablieren.

Auf Einladung des Präsidenten der Universität Talca (UTA), Prof. Dr. Álvaro Rojas Marín, fand in der zweiten Dezemberwoche 2018 an der Universität Talca ein mehrtägiger Workshop mit den verantwortlichen Professoren für die Weinbauliche Ausbildung in Chile statt. Prof. Dr. Randolf Kauer, Studienbereichsleiter Weinbau und Oenologie der Hochschule Geisenheim, gab dabei einen Einblick in die Strukturen des deutschen Bildungswesens und erklärte detailliert die Möglichkeiten und den zeitlichen Ablauf der dualen Ausbildung in Deutschland und speziell an der Hochschule Geisenheim.

Der Workshop wurde begleitet von Begegnungen mit den Vertretern der lokalen Kellereien und Weingütern wie Miguel A. Torres, Vina Maquis und Siegel Vineyards sowie Studierenden und Alumni der Universität Talca.

Prof. Rojas Marín, Yerko Moreno, Professor für Weinbau und Oenologie der UTA, und Patricio Gomez Arismendi, als Direktor am Campus Colchagua zuständig für die Techniker Ausbildung, tauschten sich intensiv mit Prof. Kauer aus und waren von den Möglichkeiten der dualen Ausbildung, die an der Hochschule Geisenheim seit vielen Jahren in mehreren Studiengängen geboten werden, beeindruckt. Sie lobten die hohe Flexibilität des dualen Ausbildungssystems an der Hochschule Geisenheim und die enge Verzahnung mit der Praxis.

Basierend auf den Informationen und Diskussionsergebnissen werden die Techniker Ausbildung und die universitäre Ausbildung im Bereich Weinbau und Oenologie in Chile in den kommenden Jahren stärker mit den Betrieben der Weinbranche verzahnt und damit die Kompetenzen aus der Basisausbildung mit der The-

orie der Hochschulausbildung kombiniert. Ziel ist es, akademische Ausbildung und praktische Arbeit so weiterzuentwickeln, dass das Geisenheimer Modell des dualen Studiums an der Universität Talca und am Standort Colchagua zum Standard wird.

Die Hochschule Geisenheim ist in den letzten Jahren auf dem Weg der dualen Ausbildung in Deutschland sehr erfolgreich. Aktuell haben fast 70 Prozent der Studierenden im Weinbau ihre Ausbildung vor dem Studium abgeschlossen oder befinden sich in der dualen Phase. Durch Ausbildung, Studium und eine weitere berufspraktische Phase im Studium, sind die Absolventinnen und Absolventen optimal auf den direkten Jobeinstieg vorbereitet und haben beste Karrierechancen.

Prof. Dr. Randolf Kauer



v.l.: Patricio Gomez Arismendi und Prof. Dr. Randolf Kauer



Das Geisenheimer Modell des dualen Studiums soll an der Universität Talca in Chile und am Standort Colchagua zum Standard werden

Infotage für Studieninteressierte

Schnuppervorlesung – Campusführung – Informationsbörse am Weincampus Neustadt

In diesem Jahr bietet der Weincampus Neustadt erstmals drei Informationsveranstaltungen an, um sich über das Studienangebot zu informieren. Bisher gab es pro Jahr nur einen Infotag, der ganztägig veranstaltet wurde. Nun können Studieninteressierte sich aussuchen, welcher Termin für sie am besten passt: Neu ist vor allem der Wochenendtermin. Nach den ersten beiden Infotagen am 20. Februar und 4. April besteht jetzt die Möglichkeit am Samstag, den 25. Mai entspannt und mit der ganzen Familie den Weincampus am Wochenende zu besuchen und die besondere Atmosphäre dort kennenzulernen. Mit rund 200 Studierenden findet Lehre in Kleingruppen mit individueller Betreuung inmitten von Weinbergen statt. Der Infotag bietet die Möglichkeit für individuelle Gespräche mit Professoren, Ausbildungsbetriebern, Studierenden und Alumni. Mit der

Schnuppervorlesung von Prof. Dr. Ulrich Fischer zum Thema „Sensorische Ausprägung des Terroirs von Riesling“ erlangen Interessierte außerdem einen Einblick in den Studienalltag. Am Infotag können sich Besucher über das gesamte Studienangebot am Weincampus informieren: Das duale Studium Weinbau und Oenologie inklusive vollständiger Winzerausbildung, den dreijährigen Studiengang Weinbau und Oenologie nach abgeschlossener Winzer- oder Küfelerlehre und den berufsbegleitenden MBA-Studiengang Wine, Sustainability und Sales. Das Programm startet am 25. Mai um 10 Uhr mit einer Vorstellung des Weincampus, seiner Studiengänge und der anschließenden Schnuppervorlesung. Um 11:15 Uhr findet dann der Campusrundgang durch Hörsäle, Labore und das neue Weintechnikum statt. Auf dem Rundgang werden die Besucher auch das Staats-

weingut mit Johannergut kennenlernen. Ab 12:15 Uhr können sich Studieninteressierte auf der Informationsbörse bei der Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz über den beruflichen Ablauf der Ausbildung informieren. Gleichzeitig können sich Besucher einen Überblick über die beruflichen Perspektiven nach dem Studium verschaffen. An verschiedenen Stationen bietet sich die Möglichkeit, individuelle Beratungsgespräche zu führen. Studieninteressierte können hier mehr erfahren: Über die Auslandsaufenthalte während des Studiums, über die Finanzierung des Studiums und studentisches Wohnen, über aktuelle Forschung am Campus und über die Bewerbungs- und Zulassungsvoraussetzungen.

Eine Anmeldung für den Infotag ist nicht nötig.

Stefanie Zuehlsdorff-Hottel

11. HEILBRONNER WEINMARKETINGTAG

Die Zukunft ist digital?!

Donnerstag, 9. Mai 2019
Hochschule Heilbronn

mit diesen Themen:

- » Wem gehört der Kunde der Zukunft? – Gero Becker, IFH Köln
- » Überregional regional – Silvia Schelle, Wuerttemberger-Weine.de
- » Was macht Newsletter erfolgreich? – Prof. Dr. Simone Loose, HS Geisenheim
- » EuvinoPro – Digitalisierung im Betrieb – Johannes Finze
- » Der Marketing-Mix macht die Musik – Markus Bonsels, Weingut BIBO RUNGE
- » Smart Data in der Weinwelt – Jasmin Kettenbach, Vicosmo

» Jetzt anmelden!

www.weinmarketingtag-heilbronn.de

Teilnahmebeitrag: 150 Euro | Anmeldeschluss: 30. April 2019



Aus der Alumni-Geschäftsstelle

Dipl.-Ing. Simone Böhm, Referentin für Alumni und Fundraising an der Hochschule Geisenheim, berichtet an dieser Stelle regelmäßig über Geisenheimer Oenologen im In- und Ausland

Oenologen im Profil

Felix Janssen, B.Sc.
Abschlussjahr 2010,
Studiengang: Internationale Weinwirtschaft



Felix Janssen

Wann haben Sie in Geisenheim abgeschlossen und welches Thema hatte Ihre Thesis?

Mein Abschluss war im Juli 2010 und meine Thesis lautete: "Supply Analysis of French wine in the German Retail Market"

Welche Ausbildung hatten Sie vor dem Studium?

Keine Ausbildung, Abitur und mehrere Praktika im In- und Ausland

In welchen Arbeitsfeldern haben Sie bisher gearbeitet und was arbeiten Sie heute? Was sind die Herausforderungen in Ihrem Beruf?

Seit 2010 arbeite ich als Export Sales Manager bei einem südfranzösischen Weinhandelshaus in Carcassonne. Herausforderungen sehe ich in der Bedarfsanalyse jedes einzelnen Marktes in Nordeuropa.

Ziel ist es, unsere Weine der Nachfrage bestmöglich anzupassen. Der Schweizer LEH hat völlig andere Produkt-erwartungen als beispielsweise ein deutscher LEH. Der Rosé Konsum in Skandinavien ist zeitlich viel kürzer als in Zentraleuropa. Weinqualität ist meiner Meinung nach sehr subjektiv und in verschiedenen Ländern, unterschiedlich zu bewerten.

Was sind Ihre Erinnerungen an die Zeit in Geisenheim? Was hat Sie am Studium begeistert?

Zurückblickend war der Austausch mit den Professoren sehr interessant. Im Vergleich zum französischen Studium, waren die Kurse in Geisenheim offener für Diskussionen.

Was fasziniert Sie am Thema Wein?

Beim Wein hat man niemals ausgelernt. Immer wieder wird man mit neuen Stilen konfrontiert, welche unsere eignen Qualitätsvorstellungen in Frage stellen.

Ihre Vision für die Weinbranche?

Diversität belebt das Geschäft.

Ihre Empfehlungen an die Studierenden in der Wein- und Getränkebranche?

Man sollte die Nähe zu anderen Fachbereichen nutzen und einen regen Austausch mit anderen Studenten führen.

Studieren in Geisenheim bedeutet für mich, ...

... eine praktisch orientierte Ausbildung zu erhalten.

*Kontakt: Felix Janssen, LGI wines,
545 Avenue Georges Guillé, 11000 Carcassonne*



Eschricht,
Annalena

Ref.: Jon H. Hanf –
Randolf Kauer

Analyse des Marktpotenzials von Bio-Wein im gehobenen Fachhandel im Großraum Hamburg

Mit dieser Arbeit wird für den Großraum Hamburg das Marktpotenzial von Bio-Wein im gehobenen Weinfachhandel eingeschätzt. Zur Verbindung der Analyse des Weinmarkts mit der Analyse von Erfolgsfaktoren der unternehmerischen Strategien ist der theoretische Ansatz des Konzepts strategischer Gruppen gewählt. So lässt sich das Wettbewerbsgeschehen in einer Branche und deren strategisches Verhalten darin in Beziehung setzen. Ausgehend vom theoretischen Bezugsrahmen wurden vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation auf dem deutschen Wein- und Bio-Weinmarkt hypothetische Fragestellungen abgeleitet und eine empirische Untersuchung durchgeführt.

Das Ergebnis zeigt, dass sich der gehobene Weinfachhandel im Großraum Hamburg vom Bio-Wein aus Massenproduktion absetzt und ein kompetenter und wichtiger Partner für die erweiterte Ausschöpfung des Marktpotenzials von qualitativem Bio-Wein – insbesondere deutschem Bio-Wein – ist. Tendenzielle Unterschiede in den Strategien sind ablesbar.

Großhändler mit EH-Standort konzentrieren sich auf das untere Mittelpreissegment. Filialisten mit überregionalen Standorten bestreiten hohe Anteile über Onlinehandel und rechnen mit weiterer Steigerung - unterstützt durch Werbung. Fachhändler mit mehr als einem Standort schätzen das aktuelle und künftige Kundeninteresse an Bio-Wein höher ein als die Fachhändler mit einem Standort aber geringer als die Filialisten. Fachhändler mit mehr als einem und Fachhändler mit einem Standort setzen weiter auf die persönliche Beratung und die damit erzielbare Kundenbindung. Fachhändler mit einem Standort sehen ihre in-

dividuellen Stärken im Beratungskonzept, das Kundenansprüche auf 'soziales Erleben' durch Workshops und Events erfüllt. Sie streben nur bedingt eine verstärkte Ausrichtung auf Bio-Wein an.



Thomsen,
Silvia Elena

Ref.: Jon H. Hanf –
Linda Bitsch

Entwicklung einer Exportstrategie für ein mittelständiges Weingut mit Fokus auf den chinesischen Markt

Durch die zunehmende Wettbewerbsintensität im Heimatmarkt Deutschland, insbesondere in den von mittelständigen Weingütern am häufigsten genutzten Distributionskanälen Direktvertrieb und Fachhandel, gewinnen alternative Vertriebskanäle und somit auch Exportmärkte immer mehr an Bedeutung. Den Themenschwerpunkt dieser wissenschaftlichen Arbeit bildet daher die Entwicklung einer Exportstrategie am Beispiel des familiengeführten Weinguts Janson aus Rheinhessen mit Fokus auf den chinesischen Markt. In diesem Zusammenhang werden zunächst die allgemeinen innerbetrieblichen Voraussetzungen erläutert, die für eine Internationalisierung erforderlich sind und im Anschluss konkret im Kontext eines Markteintritts nach China angewendet werden. Dies geschieht im Rahmen einer Betriebsanalyse, in der zunächst die einzelnen Bereiche des Weinbaubetriebs Janson untersucht werden. Anschließend werden diese in Hinblick darauf bewertet, inwieweit die Voraussetzungen für ein Exportvorhaben gegeben sind, beziehungsweise ob diese erst noch geschaffen werden müssen. Im Rahmen dieser Thesis konnte bewiesen werden, dass sich für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) aus der Weinindustrie in erster Linie Formen des indirekten Exports für den Eintritt in den chinesischen Markt eignen, da diese für das produzierende Unternehmen ein relativ geringes (finanzielles) Risiko darstellen, da ein Kooperationspartner das Auslandsgeschäft im Zielmarkt übernimmt. Auf diese Weise kann der Produzent von der Exporterfahrung eines größeren Unternehmens/Kooperationspartners und relevanten Marktinformationen profitieren. Im Zuge einer solchen Internationalisierung ent-

steht im Betrieb, besonders im Bereich Auftragsabwicklung und Marketing ein personeller Mehraufwand, der entweder betriebsintern, oder bei mangelnden Kapazitäten durch Neueinstellungen oder externe Dienstleister gelöst werden muss. In Bezug auf den Weinmarkt China darf nicht unerwähnt bleiben, dass dieser eine starke Tendenz zur Autarkie aufweist. Dieser Umstand bietet insbesondere in Hinblick auf den somit wettbewerbsintensiven Importweinsektor zukünftiges Forschungspotenzial, ob und inwieweit eine Marktbearbeitung in dieser Nische in Zukunft möglich ist. Hieraus können sich gegebenenfalls alternative Ansätze für Exportstrategien von KMU aus der Weinindustrie ergeben.



Lühring,
Jelka

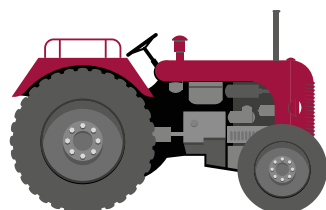
Ref.: Gergely Szolnoki –
Simone Loose

Qualitative Analyse deutscher Naturweinhändler

Der Begriff "Naturwein" wird in der heutigen Zeit immer häufiger verwendet, es scheint, als habe Naturwein seinen Platz in der Weinwelt gefunden. Dieser bisher noch nicht klar definierte Begriff soll in dieser Abschlussarbeit erörtert werden.

In dieser Arbeit wurde der noch sehr junge Markt für Naturwein aus der Sicht von Weinhändlern untersucht. Vorerst wurde Naturwein aus bereits erfassten Daten im theoretischen Teil anhand von Literaturrecherchen hinsichtlich Konsumenteneigenschaften, Definition und Marktsituation analysiert und dargestellt. Dann wurden Händler mit Naturwein im Sortiment und Händler ohne Naturwein befragt, um das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten. Abschließend wurden die Ergebnisse aus Theorie und Praxis in einen Zusammenhang gebracht und verglichen. Es wurde deutlich, dass Naturwein eine gesetzliche Definition benötigt, um weiterhin in der Weinwelt etabliert zu sein. Sollte dies geschehen, wird der Markt für diese Weine größer werden. Die Nachfrage wird steigen, da Nachhaltigkeit in unserer Gesellschaft eine immer größere Rolle spielt und Naturweine sich sensorisch sehr stark von konventionellen Weinen abheben. Doch trotzdem ist und bleibt dieser Markt ein Nischenmarkt.

Die neue ***kostenlose*** Plattform
für Winzer und Kellereien



der weinbau service

www.weinbau-service.de

VOLLERNTER • ABFÜLLANLAGEN • IMMOBILIEN
TANKS • LAUBSCHNEIDER • TRAUBENWAGEN
REBFLÄCHEN • FÄSSER • ANBAUGERÄTE
DIENSTLEISTUNGEN • KELLEREIMASCHINEN
FILTERANLAGEN • SCHMALSPURSCHEPPER
u.v.m.