



DER OENOLOGE

48. Jahrgang | 2/2020

EDITORIAL

Worte des Präsidenten

10

BDO INTERN

Satzungsänderung

11

AUS DEN HOCHSCHULEN

Neue Weinlinie und Marketingtag

13



Foto: Karl-Heinz Tappe

Liebe BDO-Mitglieder,

Im Vorfeld zu unserer Mitgliederversammlung am 28.04.2020 hatten wir Ihnen in der letzten Ausgabe des Oenologen die beabsichtigten Satzungsänderungen übermittelt und darum gebeten, uns Rückmeldung dazu zu geben bzw. bei Bedarf eigene Satzungsänderungsanträge zu stellen. Bis zum Ablauf der Rückmeldefrist am 31.01.2020 haben uns jedoch nur wenige weitere Satzungsänderungsanträge erreicht. Beispielsweise wurde von einem Mitglied beantragt, klarzustellen, dass es beim Vorhandensein eines Absolventenverbandes keine Einzelmitgliedschaft geben soll. Dafür gab es aber mehrere grundsätzliche Rückmeldungen, die uns sehr positiv bestärken, den eingeschlagenen Weg zu einem „BDO 4.0“ genau so weiterzuverfolgen.

Auch in der letzten Vorstandssitzung haben wir deshalb dem Thema Satzungsänderungen nochmals einen großen Raum gegeben und die von Ihnen und den einzelnen Vorstandsmitgliedern rückgespiegelten Feedbacks diskutiert. Insbesondere ging es dabei darum, die nun in den Satzungsänderungen dargestellte neue Struktur des BDO auch in der Arbeit und Struktur des Vorstands noch deutlicher zum Tragen zu bringen. Aus diesem Grund hat der Vorstand nach dieser Diskussion selbst nun ebenfalls einen Satzungsänderungsantrag eingebracht, der diese Änderungen der Zuständigkeiten im Organigramm des BDO-Vorstands noch besser abbildet.

Somit liegt nun unseren Mitgliedern folgendes Gesamtpaket zur Weiterentwicklung des BDO vor, welches sich in 5 Punkten zusammenfassen lässt:

1. Lösung des Problems der juristischen Zuordnung der Mitgliedschaft:

BDO-Mitglied kann werden, wer als Studierender oder Absolvent an einem der Hochschulstandorte mit den Fachrichtungen Weinbau, Oenologie, Weinwirtschaft und Getränketechnologie studiert bzw. abgeschlossen hat (unabhängig von der genauen Studiengangbezeichnung, im Folgenden zur Vereinfachung „oenologische Fachrichtungen“ genannt). Allerdings sind nur die wenigsten BDO-Mitglieder direkt in den BDO eingetreten, die allermeisten sind über die Kombination Absolventenverband (z.B. VEG)/BDO automatisch Mitglied im BDO

geworden. Diese Kombinationen werfen aber zwangsläufig irgendwann die Frage auf: Wem „gehören“ eigentlich die Mitglieder dieser Kombination? Schließlich bezahlen Sie ihren Mitgliedsbeitrag an z.B. die VEG, die davon einen Anteil an den BDO weitergibt.

Um sich bei dieser Frage nicht jahrelang juristisch mit sich selbst zu beschäftigen, stellen wir für die Zukunft klar, dass die jeweiligen Absolventenverbände Mitglied im BDO sind und zwar genau mit der jeweiligen Anzahl der Personen, die den oenologischen Fachrichtungen zuzuordnen sind.

2. Stärkung der Stellung der jeweiligen Aluminiverbände durch Klarstellung der Kooperation:

Die (zurzeit vier) Standorte mit oenologischen Fachrichtungen haben an diesen Hochschulen meistens seit vielen Jahren einen Absolventenverband, der sich um alle Alumnis dieser jeweiligen Hochschule kümmert und an die Alma Mater bindet, unabhängig vom Studiengang. Allerdings benötigen diese Absolventenverbände für die jeweiligen Absolventen der verschiedenen Fachrichtungen Partner, die die berufsfachlichen Themen anbieten. Der BDO ist für die Absolventenverbände einer dieser Partner, und zwar der, der die Angebote für die verschiedenen oenologischen Fachrichtungen darstellt.

Der BDO ist also kein Absolventenverband einer Hochschule. Deshalb stärken wir die Absolventenverbände mit der Klarstellung, dass beim Vorhandensein eines Absolventenverbandes an einem Standort nur dieser Mitglied im BDO ist und in diesen Fällen Direktmitgliedschaften von Personen ausgeschlossen sind. Somit können sich Absolventenverbände und BDO gegenseitig keine Konkurrenz machen. Dagegen wird die Kooperation von Absolventenverbänden und dem BDO gestärkt.

3. Juristisch strukturelle Entflechtung von BDO und VEG:

Bisher war der Präsident der Vereinigung ehemaliger Geisenheimer automatisch Vizepräsident des BDO. Dies führte in der Außenwirkung oftmals zu dem falschen Eindruck, der BDO sei eine reine Geisenheimer Veranstaltung oder eine Art weinbaulicher Absolventenverband von Geisenheim.

Das Gegenteil ist aber richtig: der BDO ist die berufsständische Vertretung aller Oenologen, die in Deutschland eine Hochschulausbildung in den oenologischen Fachrichtungen absolvierten bzw. absolviert haben

4. Überproportionale Repräsentanz der kleineren Standorte durch Kurfürsten-Regelung:

Die sogenannte ‚Kurfürsten-Regelung‘ (in Anlehnung an die Kurfürsten des Heiligen Römischen Reiches als „gesetzte Wahlmänner“) bietet für die kleineren Standorte Neustadt, Heilbronn und Weinsberg sowohl bei der Mitgliederversammlung als auch im Vorstand eine garantierte überproportionale Repräsentanz. Die (gleichwertigen) Stimmen bei einer Mitgliederversammlung setzen sich aus zwei Gruppen zusammen. Abteilung 1 verteilt 50 % der Gesamtstimmen zur Gewährleistung der Repräsentanz aller Standorte im BDO zu je 10 % auf die jeweiligen vier Standorte sowie 10 % auf die Gruppe der Einzelmitglieder. Damit ist in Abteilung 1 bei einer Mitgliederversammlung jeder Standort mit gleichem Stimmengewicht vertreten.

Auch im BDO-Vorstand ist für jeden Standort mindestens 1 stimmberechtigter Vorstandsposten garantiert.

5. Trotzdem Sicherstellung der aktuellen Mehrheitsverhältnisse:

Trotz der Etablierung einer überproportionalen Repräsentanz der kleineren Standorte dürfen wir die zurzeit existierenden Mehrheitsverhältnisse nicht ad absurdum führen, schließlich sind aktuell etwa 95 % aller BDO-Mitglieder Geisenheimer Absolventen.

Deshalb werden bei einer Mitgliederversammlung in Abteilung 2 die restlichen 50% der Gesamtstimmen im Verhältnis der Größe der Mitglieder auf den jeweiligen Absolventenverband verteilt. Ich bin mir sicher, dass wir damit den gordischen Knoten durchschlagen können und alle Interessen adäquat berücksichtigen.

Ich freue mich über Ihre Unterstützung der Satzungsänderungsanträge auf der nächsten Mitgliederversammlung.

Ihr
Erik Schweickert

Satzungsänderung beim BDO



Satzung alt §3 Erwerb der Mitgliedschaft

§11 Der Vorstand

11.1.

Der Vorstand setzt sich zusammen aus:

- a) der Präsidentin/dem Präsidenten,
- b) zwei Vizepräsidentinnen/Vizepräsidenten,
- c) der Präsidentin/dem Präsidenten der Vereinigung Ehemaliger Geisenheimer (VEG) –Geisenheim Alumni Association e.V. als nicht gewähltes Vorstandsmitglied kraft Amtes,
- d) sechs Beiräten (1. Weinbau, 2. Oenologie, 3. Getränketechnologie, 4. Internationale Weinwirtschaft, 5. Internationale Beziehungen, 6. Öffentlichkeitsarbeit).

Vorstand im Sinne des §26 BGB ist die Präsidentin/der Präsident und die beiden gewählten Vize-Präsidenten. Jeder von ihnen ist einzeln zur Vertretung der Vereinigung berechtigt.“

11.8.

Der Vorstand beschließt, soweit es diese Satzung nicht anders bestimmt, mit einfacher Mehrheit. Bei Stimmgleichheit gilt die Regelung in § 10.3, Abs. 2. Der Vorstand ist beschlussfähig, wenn die Präsidentin/der Präsident oder eine Vizepräsidentin/ein Vizepräsident und mindestens drei weitere Vorstandsmitgliedern anwesend sind.

Satzung neu §3 Erwerb der Mitgliedschaft

3.4.

Ordentliche Einzelmitglieder nach Abs. 3.2.a) können Studierende und Absolventen des Hochschulstudiums der Fachrichtungen Weinbau, Oenologie, Weinwirtschaft und Getränketechnologie werden, sofern sie nicht einem Absolventenverband angeschlossen sind, sowie solche Fachleute, die auf Grund ihrer beruflichen Tätigkeit und besonderer Leistungen an den Aufgaben des Verbandes mitwirken. Der Vorstand befindet über die Aufnahme.

§11 Der Vorstand

11.1.

Der Vorstand setzt sich zusammen aus:

- a) der Präsidentin/dem Präsidenten,
- b) einer/m Vizepräsidentin/Vizepräsident mit Aufgabengebiet Weiterbildung
- c) einer/m Vizepräsidentin/Vizepräsident mit Aufgabengebiet Kommunikation,
- d) je einem von den Organisationen gewählten Vertreter der Organisationen (Abteilung 1),
- e) 4 Beiräte (1. Weinbau, 2. Oenologie, 3. Getränketechnologie, 4. Wirtschaft)

Vorstand im Sinne des §26 BGB ist die Präsidentin/der Präsident und die beiden gewählten Vize-Präsidenten. Jeder von ihnen ist einzeln zur Vertretung der Vereinigung berechtigt.“

11.8.

Der Vorstand beschließt, soweit es diese Satzung nicht anders bestimmt, mit einfacher Mehrheit. Bei Stimmgleichheit gilt die Regelung in § 10.3, Abs. 2. Der Vorstand ist beschlussfähig, wenn die Präsidentin/der Präsident oder eine Vizepräsidentin/ein Vizepräsident und mindestens drei weitere Vorstandsmitglieder anwesend sind.

Satzung mit Änderungsvorschlägen §3 Erwerb der Mitgliedschaft

3.4.

Ordentliche Einzelmitglieder nach Abs. 3.2.a) können Studierende und Absolventen des Hochschulstudiums der Fachrichtungen Weinbau, Oenologie, Weinwirtschaft und Getränketechnologie werden, sofern sie nicht einem Absolventenverband angeschlossen sind, weil es keine zuständige Organisation im Sinne von §3.3 gibt, dem sie bei dessen Vorhandensein angehören könnten. Sowie solche Fachleute, die auf Grund ihrer beruflichen Tätigkeit und besonderer Leistungen an den Aufgaben des Verbandes mitwirken. Der Vorstand befindet über die Aufnahme.

§11 Der Vorstand

11.1.

Der Vorstand setzt sich zusammen aus

- a) der Präsidentin/dem Präsidenten
- b) zwei Vizepräsidenten, die die Patenschaft für die Gebietskreise übernehmen
- c) Vertreter der Alumniverbände der Hochschulen

d) vier Personen „Ressort Kommunikation“

e) vier Personen „Ressort Weiterbildung“

Vorstand im Sinne des §26 BGB ist die Präsidentin/der Präsident und die beiden gewählten Vize-Präsidenten. Jeder von ihnen ist einzeln zur Vertretung der Vereinigung berechtigt.“

11.8.

Der Vorstand beschließt, soweit es diese Satzung nicht anders bestimmt, mit einfacher Mehrheit. Bei Stimmgleichheit gilt der zur Abstimmung bestehende Sachverhalt als abgelehnt. Der Vorstand ist beschlussfähig, wenn die Präsidentin/der Präsident oder eine Vizepräsidentin/ein Vizepräsident und die Hälfte der im Vorstand vertretenen Stimmen anwesend sind. Die Teilnahme an der Vorstandssitzung kann auch per Telefon- bzw. Videokonferenz erfolgen.

11.9. - neu

Erweiterter Vorstand: der nicht stimmberechtigte erweiterte Vorstand ergänzt den Vorstand um

- a) je eine/n Vertreter/in der Hochschulen, die von den Hochschulen benannt werden und
- b) vier Vertretern aus der Praxis, die vom Vorstand benannt werden.

Der erweiterte Vorstand tagt einmal im Jahr.

Austauschplattform für Wissenschaft und Praxis: 4. Culinary and Wine Tourism Conference



Die Veranstaltung, die vom 9. bis 12. März 2020 stattfindet, zeigt Interessierten Möglichkeiten auf, Synergien zwischen Wein, Tourismus und Kulinarik zu nutzen. Eingebettet sind neben wissenschaftlichen Vorträgen von Referentinnen und Referenten aus 15 Nationen die 2. Rheingau Konferenz und ein Exkursionstag des BDO.

Die 4. Culinary and Wine Tourism Conference, die vom 9. bis 12. März 2020 an der Hochschule Geisenheim stattfindet, bietet Interessierten aus der Weinbranche, Hotellerie und Gastronomie Gelegenheit, mit einem internationalen Publikum aus Wissenschaft und Fachpraxis aktuelle Forschungsarbeiten zu diskutieren. Die Hochschule Geisenheim richtet die Veranstaltung in Zusammenarbeit mit der Kommission Weintourismus/Kulinarik der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e. V. (DGT), der IMC Fachhochschule Krams, der Fachhochschule Wien der WKW, der Hochschule Harz und dem Bund Deutscher Oenologen (BDO) aus.

Den Auftakt bildet am 9. März 2020 die 2. Rheingau Konferenz, die die Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH, die Rheingau-

er Weinwerbung GmbH und der Zweckverband Rheingau gemeinsam unter dem Titel „Erster Eindruck, letzter Eindruck – der Gast im Fokus“ anbieten. Mit Vorträgen aus der Praxis, Workshops und Gesprächsrunden stellen die Veranstalter einen praktischen Bezug zum Weintourismus her.

Die internationale Tourismus-, Kulinarik- und Weinwissenschaft tagt am 10. und 11. März 2020 an der Hochschule Geisenheim. 27 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus 15 Nationen präsentieren an diesen Tagen ihre Forschungsarbeiten; eröffnet wird die Konferenz von Prof. Dr. Hans Reiner Schultz, Präsident der Hochschule Geisenheim. Die Vorträge, zumeist in englischer Sprache, beschäftigen sich mit verschiedenen Facetten der Verknüpfung von touristischen Erlebnissen

mit kulinarischen Momenten; spezieller Fokus liegt auf dem Weingenuss. Eine Führung durch Schloss Johannisberg mit anschließendem Dinner bietet am 10. März 2020 zudem Raum für Austausch.

Die praktischen Aspekte von Wein- und Genusstourismus stehen wiederum am 12. März 2020 im Fokus. Der BDO organisiert an diesem Tag eine Exkursion, um den Teilnehmenden Leuchtturmprojekte in der Region zu präsentieren.

Die Organisation erfolgt über das Geisenheimer Institut für Weiterbildung. Weitere Informationen und Anmeldung zu einer Teilveranstaltung oder dem viertägigen Programm unter: <https://veranstaltungen.hs-geisenheim.de/event/bFhmaQ/4-culinary-wine-tourism-conference>



4. CULINARY AND WINE TOURISM CONFERENCE

09. März 2020
3. Rheingau Konferenz

10. bis 11. März 2020
Wissenschaftliche Tagung

12. März 2020 Exkursion

Zum 10-jährigen Jubiläum entwickelt der Weincampus Neustadt eine eigene Weinlinie

In einem Gemeinschaftsprojekt mit dem Staatsweingut mit Johannitergut Neustadt entwickelte der Weincampus die neue Weinlinie NEO.

Von der Idee bis zur Abfüllung wurde in Vorlesungen debattiert, referiert und diskutiert. Schließlich war man sich einig: Die drei NEOs eint die Reifung im Holz. Sie unterscheidet Böden, Rebsorten und Machart. Zum jeweiligen Wein passend musste die Flaschenform sein, die Flaschenfarbe und ein hochwertiger Korkverschluss sind die verbindenden Elemente der NEO-Linie. In Gruppenarbeiten erstellten die Studierenden Mood-Boards zur Gestaltung der Etiketten. Gemeinsam mit Oliver Semik von Yummy Stories wurde das Design und der Name NEO entwickelt. Der puristische Look der Labels kommuniziert eine klare Botschaft: NEO steht für die neue Generation Wein, so wie der Weincampus Neustadt für eine neue Generation Winzer steht. Der NEO Riesling, der Bodenständige, kommt aus dem Haardter Herrenlet-

ten. In Hanglage reifen die Trauben auf Lehm und mergeligem Tonboden. Der NEO Weißburgunder ist der Grenzgänger. Im Holzfass ausgebaut und für acht Monate bis zur Abfüllung auf der Hefe gereift, kommt

das Tonneau hier intensiv zur Geltung. Im Geschmack ist er dicht und schmelzig mit einer feinen Salzigkeit am Gaumen.

Der NEO WIEEINPORT ist der Europäer. Sechs verschiedene Rebsorten, die für die wichtigsten europäischen Weinbauländer stehen, wurden für den WIEEINPORT verarbeitet. Sophia, unsere Austauschstudentin aus Porto lehrte uns die traditionelle Methode der Portweinbereitung. Mit nackten Füßen eingestampft, vorsichtig angegoren, weitergegoren, dann die Verheiraturung mit dem Weinbrand aus der Versuchs- und Lehrbrennerei. Der Öffentlichkeit vorgestellt wurden die NEO Weine anlässlich der 10-Jahres-Feier des Weincampus Neustadt am 3. Februar. Erhältlich sind die NEO Weine in der Vinothek des Staatsweinguts Neustadt.



Die neue Weinlinie des Weincampus Neustadt: NEO

Stefanie Zuehlsdorff-Hottel

12. Heilbronner Weinmarketingtag

Erfolg der Marke und innovative Konzepte

Donnerstag 07. Mai 2020

Hochschule Heilbronn

- » **Der Kunde im Fokus** – Johannes Josnik, Weissman & Cie
- » **Nachhaltige Markenführung** – Christian Rasch, Rothaus
- » **Eine starke Marke für den Export** – Wendelin Grass, German Wine Group
- » **Irrtümer im Markenrecht** – Dr. Constantin Düchs, Rohwedder & Partner
- » **Erfolg durch Innovationsmanagement** – Marian Kopp, Lauffener Weingärtner
- » **The next Grand Cru** – Felix Watzka & Felix Eschenauer, Medienagenten



Jetzt anmelden! Anmeldeschluss: 01. Mai 2020

www.weinmarketingtag-heilbronn.de

Teilnahmebeitrag: 150 € inkl. Verpflegung

Nachruf Wolfgang Pfeifer

„Freunde, Freunde, Freunde"

Dieses Intro in ein Gespräch ist untrennbar mit Wolfgang Pfeifer verbunden. Einem besonderen Menschen, der für viele Geisenheimer Studierenden nicht nur ein akademischer Lehrer, sondern auch eine Art väterlicher Freund war. Und definitiv eine Geisenheimer Institution. Manchmal vielleicht etwas cholerisch, dabei aber immer herzlich, fair, menschlich und bodenständig. Vor allem aber fachlich außerordentlich fundiert. Nicht nur über die Sektherstellung haben ganze Studierendengenerationen bei Wolfgang Pfeifer viel gelernt, sondern über alle praktischen Aspekte und Tätigkeiten im Keller, die das theoretische Wissen aus den oenologischen Vorlesungen gewinnbringend abrundeten. Es gab fast nichts, was Wolfgang Pfeifer in seinem langen Berufsleben im Weinbereich nicht schon erlebt hatte.

Die Botschaft von Wolfgang Pfeifer war dabei immer der Respekt vor den Menschen und der Natur. Unvergessen sind seine Ermahnungen zum respektvollen Umgang mit den Erzeugern, wenn es bei den Verkostungen über die – ausnahmsweise – mal nicht so tolle sensorische Qualität von Weinen ging: „Freunde, Freunde, Freunde; sagt doch net immer Brieh zu dem gude Woi!“ Und ganz ohne formales Gendergedöns wurde von ihm eine gemischtgeschlechtliche Gruppe ganz selbstverständlich und voller Hochachtung angesprochen mit „Und immer Räschpeckt vorm Erzeuger Männer“. Und wenn der Wein dann tatsächlich mal fehlerhaft war, kam von Wolfgang Pfeifer der

Hinweis „Dann hat der Erzeuger auch kein Respekt vor seinen Kunden.“

Auch bei von den Studierenden üblichen oftmals zu überkritischen Bepunktungen von Weinen war Wolfgang Pfeifer für seine klare Haltung bekannt: „Freunde, Freunde, Freunde; Ihr müsst auspunkten!“ Für ihn hat niemals das Argument gezählt, es könnte ja noch ein besserer Wein kommen, deshalb gebe ich jetzt nicht die höchste Punktzahl!. Mit diesem Respekt



Foto: Winfried Schoenbach

vor dem Erzeuger und dem Auspunkten hat er nicht nur den Verfasser dieser Zeilen geprägt.

Nun erreichte uns am 4. Februar 2020 die außerordentlich traurige Nachricht, dass Wolfgang Pfeifer im Alter von 67 Jahren vollkommen unerwartet nach einem viel zu kurzen Ruhestand für immer von uns gegangen ist. 37 Jahre lang war Wolfgang

Pfeifer als Wissenschaftler und Dozent an der Hochschule Geisenheim bzw. ihren Vorgängerinstitutionen tätig und hat ganze Studierendengenerationen mit seiner großen Fachkenntnis und einzigartigen Persönlichkeit begleitet und bereichert. Und dabei unzählige Studierende bei Diplomarbeiten und Thesen mit großem Engagement vorbildlich betreut.

Auch in seinem zweijährigen Ruhestand hat er es sich nicht nehmen lassen, seine ehemaligen Schützlinge bei verschiedensten Semestertreffen selbst in Geisenheim zu begrüßen. Er war halt immer für sein Geisenheim da.

Als Mitglied in der VEG - Geisenheim Alumni Association e.V. war er 37 Jahre auch im BDO engagiert, davon arbeitete er 15 Jahre als Geschäftsführer der VEG sehr eng mit dem Vorstand des BDO zusammen. Der BDO trauert um eine Geisenheimer Institution, einen besonderen Menschen und engagierten Oenologen. Unser tief empfundenes Mitgefühl gilt seiner Familie.

Mögen die Erinnerungen an die vielen herzlichen Begegnungen mit ihm seine Lebensleistung unvergessen machen. Der BDO wird ihm stets ein ehrendes Andenken bewahren.

In großer Trauer für den gesamten Vorstand des BDO,

Erik Schweickert,
Präsident



Klimek, Sophie

Ref.: Gergely Szolnoki -
Maximilian Tafel

Qualitative Analyse von Weintourismus - Konzepte in der Weinbauregion Mosel

Weinbautriebe als auch touristische Organisationen bestimmen durch ihre Präsenz, ihr Involvement und auch durch Angebote und Leistungen, Kooperationen und/oder Zusammenschlüsse zum einen die Intensität des Weintourismus zum Anderen dessen Implementierung in der Region.

Ziel dieser Arbeit war es zu untersuchen, wie der Weintourismus in der Weinbauregion Mosel derzeit implementiert ist und welche Konzepte die Weingüter anwenden um dies zu tun. Dazu wurden 15 Experten von weinbautreibenden Betrieben in der Region, mit Hilfe eines Interviewleitfades, innerhalb eines Interviews zu verschiedenen Sachverhalten befragt und das verbale mit einem Tonbandaufnahmegerät gesichert. Dabei beziehen sich die Sachverhalte auf die Konzepte der Weingüter, deren Einschätzungen, Stellungnahmen und Annahmen über Probleme und Schwierigkeiten zu verschiedenen Themen und zukünftige Veränderungen hinsichtlich des Sektors Tourismus, bzw. Weintourismus.

Der Tourismus spielt für die gesamte Weinbauregion Mosel eine wichtige Rolle und auch für die Winzer. Die Region kann als Tourismusregion verstanden werden, die auch zu den beliebtesten des Landes (Rheinland-Pfalz) zählt, was Besucher- und Übernachtungszahlen bestätigen. Das Anbaugebiet hat neben der einzigartigen Kulturlandschaft ein sehr umfangreiches touristisches Angebot was sich hauptsächlich auf naturbezogene und aktive Urlaubsformen ausrichtet. In der Region wird seit über 2000 Jahren der Wein angebaut und dieser prägt nicht nur die Landschaft, sondern auch das Ar-

beitsumfeld aller Einheimischen. Grundsätzlich ist das Weinanbaugebiet Mosel für den Tourismus als attraktiv einzuschätzen und besitzt viele Potentiale.

Es zeigt sich letztendlich, dass die Weingüter in der Moselregion durchaus weintouristische Konzepte, die in ihrer Art und Ausprägung innerhalb der letzten Abschnitte detailliert beschrieben worden sind, führen und viele Potentiale der Region genutzt werden. Es ist festzuhalten, dass diese jedoch noch nicht umfänglich ausgeschöpft sind. Die qualitative Analyse identifiziert auch einige Probleme und Schwierigkeiten, die den Markt beeinflussen und demnach auch die Leistungskraft und Performance der Weingüter.



Unnold,
Hans-Anton

Ref.: Gergely Szolnoki -
Dominique Hornig

Vergleich Print- und Onlinekataloge Akzeptanz und Nutzung im B2B-Bereich auf dem deutschen Weinmarkt

Seit 2017 nutzen mehr als 50% der Weltbevölkerung das Internet, Tendenz steigend. Durch ca. 85 Millionen Internetnutzer in der DACH Region hat sich das Internet im deutschsprachigen Raum zum zweitgrößten Werbemedium entwickelt. Produktkataloge stellen das Waren- und Dienstleistungsangebot eines Unternehmens dar und dienen dabei sowohl als Bestellunterlage als auch als Werbemittel. Um die Entwicklung der Internetnutzung in Bezug auf Produktkataloge einordnen zu können, wird in dieser Arbeit die Akzeptanz und Nutzung von Print- und Onlinekatalogen im B2B-Bereich auf dem deutschen Weinmarkt untersucht. Dazu wurden per Sekundärforschung diverse aktuelle Studien erfasst und eingeordnet. Auf Grund der Tatsache, dass keine der zitierten Studien den B2B-Bereich auf dem deutschen Weinmarkt untersucht hat, wurde eine quantitative Befragung der Kunden eines B2B-Weinhändlers durchgeführt. Hierfür wurden 108 Personen per Onlinefrage-

bogen interviewt und ihre Antworten analysiert. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass eine positive Entwicklung in der Nutzung und Akzeptanz von Onlinekatalogen im Vergleich zu früheren Studien existiert. Der klassische Printkatalog bleibt aber das tendenziell bevorzugt verwendete Medium. Es ist ebenfalls zu beobachten, dass durch das Angebot beider Katalogvarianten Synergieeffekte in Bezug auf die Kundenzufriedenheit entstehen.

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:

Leiter/in Marketing Dreistand (60-80%)

Weinbauzentrum Wädenswil,
Schweiz

Mitarbeiter/in Geschäftsstelle VDP.PFALZ VDP.Pfalz

Biodynamischer Weinbau/Vinifizierung von Naturweinen

Weingut Thomas Harteneck,
Baden

Mehr Stellenangebote gibt es unter:



MEININGER'S

INTERNATIONAL WINE CONFERENCE

Wine across the Generations **Wine Generation**



ungelöst

Die Zukunft des Weinmarktes:
Quo Vadis Weinkonsum der jungen Generation?

Wie verändert sich das Mindset neuer Zielgruppen?
Welche Bedeutung haben Weinmarken in der Zukunft?

An der Schwelle in ein neues Zeitalter –
Wie erreicht man Konsumenten in digitalen Zeiten?

**Jetzt
anmelden!**

Samstag, 14. März 2020,
am Vortag der »ProWein«
Hotel InterContinental Düsseldorf
www.meiningers-conference.com