



DER OENOLOGE

48. Jahrgang | 6/2020

EDITORIAL

Weinprobe goes online

42

GEISENHEIM

Biodiversität im Weinbau

44

AUS DEN HOCHSCHULEN

#perspektivewein + Neuer Master

45



Foto: Heinz Lappe

Weinprobe goes online – wenn der Winzer ins Wohnzimmer kommt

Gemeinsam beim Winzer Weine verkosten, das Einkaufserlebnis genießen - das geht momentan nicht mehr.

Der Lockdown hat viele Vertriebswege lahm gelegt. Keine Weinmessen, Jahrgangspräsentationen, Frühlings-/Sommerfeste, Tage der offenen Tür, Kellerbesichtigungen, ... sind möglich. Erhebliche Absatzprobleme durch den fehlenden, direkten Kontakt zum Konsumenten sind die Folge.

Der weitestgehende Stillstand des öffentlichen Lebens, veranlasst viele Kunden verstärkt online einzukaufen. Die Relevanz der Online-Vermarktung wird überdeutlich.

Doch eine Krise bedeutet immer auch eine Chance. Die aktuelle Situation verdeutlicht vielen Betrieben die enorme Belastung und Möglichkeiten von digitalen Kommunikationskanälen und das Nutzen von Social Media Plattformen wie Facebook und Instagram.

Der Winzer kommt bei Online-Weintreffs, Genusstipps, Wein-Sprechstunden, digitalen Jahrgangverkostungen, ... beim Kunden quasi virtuell vorbei und besucht ihn in seinem Wohnzimmer.

Der Kundenkontakt wird auf diese Weise sehr gut aufrechterhalten. Die Weine können erklärt werden, Tipps und Assoziationen zu Aromen und generell Sensorik können gegeben werden.

Hintergrundinformationen zum Vegetationsverlauf des Jahrgangs, zu Böden, Klima, Terroir und Vinifikation können ebenfalls erläutert werden. Eine interaktive Kommunikation



Foto: Ziegler

ist mittlerweile technisch sehr einfach organisierbar.

Interessant macht ein solcher Live-Stream, eine digitale Weinprobe auch nach dem Lockout, das Einsparen von Fahrtzeit und mit Sicherheit auch der mögliche fachliche und individuelle Austausch der Probenteilnehmer untereinander. Dass keiner den anderen kennt, es ein zufälliges, spontanes Zusammentreffen von unterschiedlichen Charakteren „beim virtuellen Winzer“ ermöglicht, macht es für alle Beteiligten zusätzlich spannend. Zudem entfällt – und

das ist kein unwesentlicher Faktor – die Diskussion nach (und auch manchmal schon vor) der Weinprobe, wer denn jetzt nach Hause fährt!

An dieser Stelle darf ein Rückblick auf das Jahr 2001 gestattet sein. Das Internet startete (!) gerade seinen Siegeszug. Und auch bereits damals kam die Idee auf, eine Internet-Weinprobe durchzuführen. Unter dem Organisationsmanagement des BDO wurde eine weltweite Live-Weinprobe mit Rieslingen aus Australien, Kalifornien, Südafrika, Frankreich, Luxemburg und natürlich Deutschland bewerkstelligt.

Es war ein enormer Aufwand ... und auch ein enormer Erfolg!

Wofür heute ein einfaches Laptop ausreicht, mussten damals mehrere Trucks der Telekom auf den Campus Geisenheim Platz finden, untereinander verbunden mit kilometerlangen, unterarmdicken Kabeln, ... Die Bild- und Tonqualität war öfter verzerrt und vieles was heute selbstverständlich ist, musste improvisiert werden.

Trotzdem war es extrem spannend und begeisternd. Die Probenpakete, die Internet-Weinprobe selbst, sowie alle integrierten Veranstaltungen wie Gala Dinner, literarische und foto-technische Verkostungen, waren schnell ausverkauft.

Mögen auch alle momentanen verkaufstechnischen Aktionen und Anstrengungen der Oenologen von Erfolg beschieden sein.

Bleiben Sie aktiv und GESUND!

Rolf Stocké

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:

- **2. Kellermeister/Teamleiter**
Winzergenossenschaft Moselland eG, Pfalz
- **Mitarbeiter (m/w/d) Keller für Traditionsweingut**
VDP.Weingut Reichsrat von Buhl, Pfalz

- **Vertriebsmitarbeiter im Außendienst (m/w/d)**
Weinwelt Nägelsfürst GmbH, Baden

Mehr Stellenangebote gibt es unter:



Webinar-Programm

Ab sofort bietet die Campus Geisenheim GmbH unter der Leitung von Roger Baumeister jeden Monat für BDO-Mitglieder und interessierte Gäste ein Webinar an. Zunächst einmal soll ein Programm für 12 Monate erstellt werden. Die erste Runde startet am 18. Juni 2020. Prof. Dr. Simone Loose wird das Thema „Die Auswirkungen von Corona auf die deutsche Weinbranche“ behandeln. Unterstützt wird sie dabei von Theresa Breuer, Weingut Georg Breuer, Rüdesheim, und Dirk Würtz, Weingut Sankt Antony, Nierstein. Die beiden prominenten Winzer werden über ihre geschäftlichen Erfahrungen in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie berichten und einen Blick in die Zukunft werfen aus ihrer Sicht. Am Ende des Webinar besteht die Möglichkeit des Erfahrungsaustausches (Fragerunde).

Webinar

„Die Auswirkungen von Corona auf die deutsche Weinbranche“

Referentin: Prof. Dr. Simone Loose

Gäste: Theresa Breuer, Dirk Würtz

Teilnehmerkreis: BDO-Mitglieder und sonstige Interessierte

Termin: 18. Juni 2020, 18:00 Uhr

Informationen:

veranstaltungen.hs-geisenheim.de

Teilnahmegebühren:

VEG/BDO-Mitglieder 10,- €, andere 25,- €

Müller-Thurgau-Preis geht an Stuart Pigott

Die VEG – Geisenheim Alumni Association e.V., die zu einem großen Anteil aus BDO-Mitgliedern besteht, hat beschlossen, den begehrten „Geisenheimer Professor-Müller-Thurgau-Preis“ des Jahres 2020 an den prominenten britischen Weinjournalisten Stuart Pigott zu verleihen. Nach Aussage der VEG, wird der Professor-Müller-Thurgau-Preis jährlich „als Dank und Anerkennung an Persönlichkeiten verliehen, die sich in vielen Jahren um die Hessische Lehr- und Forschungsanstalt für Wein-, Obst und Gartenbau (Ingenieurschule, Fachhochschule/Forschungsanstalt und heutige Hochschule Geisenheim University, HGU), insbesondere durch die Erhaltung und Förderung von Lehre oder Forschung

bzw. um die Belange ihrer Studierenden außergewöhnlich verdient gemacht haben.“

Die Preisverleihung fand am 60. Geburtstag des Preisträgers, dem 26. Mai 2020, im „Geisenheimer Unikeller“ statt – angesichts der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie vor Ort allerdings nur im kleinen Kreis. Um auch Weggefährten des Preisträgers sowie Freunde der Hochschule und des Alumniverbands an der feierlichen Verleihung teilhaben zu lassen, richteten die Preisgeber gemeinsam mit der Filmagentur Rheingau einen Live-Stream der Veranstaltung ein. Laudator war der Präsident der Hochschule Geisenheim, Prof. Dr. Hans Reiner Schultz.



Preisverleihung mit Stay-at-home-Atmosphäre:
Moderator Martin Seidler und Stuart Pigott



Preisverleihung »weltweit«: Ein Live-Stream der
Preisverleihung war weltweit zu sehen

Französischer Oenologen-Verband startet Covid-Befragung seiner Mitglieder

Nach Informationen unseres Vorstandsmitglieds Edmund Diesler sind einige unserer Kollegen in Frankreich von Covid 19 betroffen, darunter sogar der Präsident des internationalen Oenologenverbands, Serge Dubois. Da eine Infektion mit dem neuen Virus einen zeitweiligen Verlust des Geruchssinns und damit unseres wichtigsten Werkzeugs nach sich zieht, möchte der französische Oenologen-Verband wissen, wie viele Oenologen betroffen sind. Über die Grenze hinweg, sind auch wir in Deutschland als BDO-Mitglieder aufgefordert, uns an der Online-Befragung zu beteiligen. Dazu haben alle den Link über unseren Newsletter erhalten. Der Fragebogen auf Französisch, Englisch und

Spanisch wurde von der Arbeitsgruppe „Covid-19, Geruch und Geschmack – Risiken, Perspektiven und Prävention“ der Union des Oenologues de France unter der Leitung der HNO-Medizinprofessoren A. Chays (CHU Reims, Mitglied der Nationalen Akademie für Medizin), P. Tran Ba Huy (Mitglied der Nationalen Akademie für Medizin) und P. Bonfils (Hôpital Européen Georges Pompidou, Mitglied der Nationalen Akademie für Medizin) und Professor P-L Teissedre (ISVV) ausgearbeitet.

Nach Erkenntnissen der Franzosen sind 6 bis 10 Prozent der Gesamtbevölkerung von Geruchs- und Geschmacksstörungen betroffen. Die Covid-19-Pandemie erhöht dieses Ri-

siko dramatisch und stellt eine besondere Bedrohung unseres Berufsstands dar, für den der Geruchssinn – und damit automatisch der Geschmackssinn – für die tägliche Arbeit von essenzieller Bedeutung sind.

Um die Zusammenhänge besser zu verstehen, ihnen eventuell vorzubeugen oder sie zu behandeln, möchte die Union des Oenologues de France einen Beitrag zur medizinischen Forschung leisten und bittet alle Oenologen, diesen Fragebogen auch dann zu beantworten, wenn sie bisher nicht von anosmischen Störungen betroffen sind, um Statistiken über den Kreis der Verkostungsfachleute zu erstellen.

Biodiversität im Weinbau: Neue Maßnahmen werden erforscht und umgesetzt



Deutschlands Weinberge sollen bunter werden: Im Bundesprogramm Biologische Vielfalt startet ein neues Projekt, in dem Winzerinnen und Winzer in allen 13 Weinbaugebieten beraten werden, wie sie mehr Biodiversität in ihre Reblandschaft bringen können. Dazu haben sich der Verband für nachhaltigen Weinbau, Fair and Green e.V., und die Hochschule Geisenheim zusammengetan, unterstützt durch den Deutschen Weinbauverband. Das Bundesamt für Naturschutz fördert das Projekt mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit.

„Der deutsche Weinbau geht mit dem Projekt hinsichtlich der Förderung der Biodiversität einen großen Schritt voran und stellt sich seiner Verantwortung für den Erhalt der Artenvielfalt“, betont Klaus Schneider, Präsident des deutschen Weinbauverbands. Viele Winzerinnen und Winzer seien bereit, Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität umzusetzen.



Um dieses Ziel zu erreichen, werden nun neue Beratungsangebote und passgenauen Förderprogramme eingeführt. Hier setzt das neue Projekt „AMBITO – Entwicklung und Anwendung eines modularen Biodiversitäts-Toolkits für den Weinbau in Deutschland“ an: Fair and Green berät im ersten Schritt 30 Modellbetriebe bundesweit, wie sie die Artenvielfalt in ihrer Arbeit fördern können. Gleichzeitig wird ein digitales Handbuch mit Maßnahmenvorschlägen entwickelt, mit dessen Hilfe eine weit größere Zahl von Betrieben erreicht werden soll. Die Hochschule Geisenheim berät und erforscht begleitend innovative Maßnahmen, wie sich in und um den Weinberg mehr Artenvielfalt fördern lässt und welche sozioökonomischen Rahmenbedingungen geschaffen werden müssen, um die Biodiversität im Weinbau nachhaltig zu stärken. „Neben dem Klimawandel ist der stetige Verlust an Arten eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Forschung und Praxis müssen dabei Hand in Hand arbeiten, um diesen Trend zu verlangsamen und langfristig umzukehren. Wir versprechen uns viele neue Erkenntnisse aus diesem groß angelegten und langfristigen Projekt“, sagt der Präsident der Hochschule Geisenheim, Prof. Dr. Hans Reiner Schultz.

Das Projekt richtet sich an Weinbaubetriebe in allen Weinbauregionen Deutschlands und schließt sowohl selbstvermarktende Weingü-

ter als auch Weinbaubetriebe in Genossenschaften und Kellereien ein. Durch Leuchtturmbetriebe in jeder Region sowie durch regionale Biodiversitätsforen wird das Projekt weitere interessierte Betriebe zum Mitwirken einladen.

„Wir wollten von Anfang an ein System entwickeln, das nicht rein schwarz-weiß entscheidet, sondern die Winzerinnen und Winzer in der Lösungsfindung unterstützt. Wir freuen uns sehr, mit diesem Projekt nun ein Instrument zu haben, um über unser Zertifizierungssystem hinaus mit zahlreichen Weinbaubetrieben in Deutschland zusammenarbeiten zu können. Wir werden in allen

Weinbauregionen Biodiversitätsforen durchführen und dazu alle interessierten Betriebe einladen“, so der Vorsitzende und Initiator von Fair and Green e.V., Dr. Keith Ulrich.

Die Umsetzung der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt (NBS) wird seit 2011 durch das Bundesprogramm Biologische Vielfalt unterstützt. Gefördert werden Vorhaben, denen im Rahmen der NBS eine gesamtstaatlich repräsentative Bedeutung zukommt oder die diese Strategie in besonders beispielhafter Weise umsetzen. Die geförderten Maßnahmen tragen dazu bei, den Rückgang der biologischen Vielfalt in Deutschland zu stoppen und mittel- bis langfristig in einen positiven Trend umzukehren. Sie dienen dem Schutz und der nachhaltigen Nutzung sowie der Entwicklung der biologischen Vielfalt und gehen über die rechtlich geforderten Standards hinaus. Akzeptanzbildende Maßnahmen der Information und Kommunikation tragen dazu bei, das gesellschaftliche Bewusstsein für die biologische Vielfalt zu stärken.

Weitere Informationen

- > biologischevielfalt.bfn.de/bundesprogramm
- > bit.ly/bfn_ambito

Kontakt:

Dr. Keith Ulrich, Fair and Green e.V., Vorstandsvorsitzender, keith.ulrich@fair-and-green.com, mobil 0151-40542207

Prof. Dr. Ilona Leyer, Hochschule Geisenheim, Institut für angewandte Ökologie, ilona.leyer@hs-gm.de, Tel.: 06722-502 463

Prof. Dr. Eckhard Jedicke, Hochschule Geisenheim, Institut für Landschaftsplanung und Naturschutz, eckhard.jedicke@hs-gm.de, mobil 0173 - 901 66 15

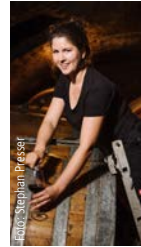
Weincampus Neustadt geht mit grenzüberschreitendem Masterstudiengang Weinbau und Oenologie an den Start

Mit dem neuen Masterstudiengang Weinbau und Oenologie in Kooperation mit der grenznahen Université de Haute-Alsace in Colmar bieten die Neustädter ab September einen im internationalen Kontext einzigartigen Studiengang an.

„Die Lehre an einer deutschen und einer französischen Hochschule zusammen mit Studierenden aus Frankreich, die Praxisanteile in Betrieben in Deutschland, Frankreich und der Schweiz, all das ist bisher einmalig und bietet umfangreiche Entwicklungsmöglichkeiten für die Teilnehmer“, berichtet die Studiengangleiterin Prof. Dr. Maren Scharfenberger-Schmeer. Der Abschlussgrad, ein Double Degree und die zusätzliche Sprachkompetenz steigern die Chancen der Absolventinnen und Absolventen auf dem grenzübergreifenden Arbeitsmarkt erheblich, somit eröffnet der Masterabschluss eine breite Palette an beruflichen Perspektiven. Der duale Masterstudiengang, abgekürzt FAVO (franco-allemand viticulture et oenologie) ist

insbesondere für die Oberrheinregion, und die darin beheimateten Weinbaubetriebe in Deutschland, Frankreich und der Schweiz von besonderem Interesse.

Der interkulturelle Ansatz des Studiengangs fordert keine umfangreichen Sprachkenntnisse als Zulassungsvoraussetzung für eine Aufnahme des Studiums. Die deutschsprachigen Studierenden werden intensiv in der französischen Sprache und umgekehrt die französischsprachigen Studierenden in der deutschen Sprache unterrichtet und gefördert. Im 2. Semester finden gemeinsame Vorlesungen in Deutsch-



Zum Studiengang gehören Praktika in deutschen, französischen und Schweizer Partnerbetrieben

WISSENERFAHRUNGSPASSION



WEINCAMPUS NEUSTADT

land, im 3. Semester gemeinsame Vorlesungen im Elsass statt.

Neben Bachelorabsolventen der Studiengänge Weinbau und Oenologie richtet sich der Masterstudiengang auch an Absolventen der Studiengänge Weinwirtschaft, Lebensmitteltechnologie, Biologie, Chemie, Biochemie, Biotechnologie, Agronomie. Es werden keine Studiengebühren erhoben.

Ansprechpartnerin für weitere Fragen: Prof. Dr. Maren-Scharfenberger-Schmeer. Maren.ScharfenbergerSchmeer@hs-kl.de
Bewerbung, weitere Informationen zu Studiengang und Weincampus unter www.weincampus-neustadt.de

#perspektivewein

Mit dem Beginn der Corona-Pandemie änderte sich vieles schlagartig. Doch wie können neue Situationen als Chancen genutzt werden? Das lernen die Studierenden des Studiengangs Weinmarketing und Management in diesen Zeiten hautnah und reagieren sogar als Geschäftsführer live in der Praxis.

Nun aber von vorne: Die Perspektive Wein eG ist die studentische Lehrfirma des Studiengangs Weinmarketing und Management (WMM). In Kooperationen werden jährlich neue #hochschulwein-Cuvées kreiert, die von den Studierenden vermarktet werden. Das Unternehmen, eine vollwertige eingetragene Genossenschaft, wird somit von den Studierenden geleitet, die mit Leidenschaft, Profession und Ehrgeiz die Ziele dieses Unternehmens verfolgen. Unter dem Motto „Lehre-Praxis-Kompetenz“ setzen sie ihr theoretisch erworbenes Marketing- und Weinwissen in die Praxis um und stellen somit ihre Kreativität und ihr Können, auch in Extremsituationen wie der Corona-Krise, unter Beweis. Ziel der Studentischen Lehrfirma ist es, Studierenden die Möglichkeit zu geben, erste Erfahrungen in der Praxis zu sammeln und so ein praxisnahes Studium zu absolvieren.

Mit dem Wegfall vieler Veranstaltungen in diesem Jahr und damit des Hauptabsatzzweiges der Lehrfirma, deren Weine dort ausgeschenkt werden, musste schnell umgedacht werden. Digitalisierung ist wichtiger denn je zuvor. Da dies den jungen Weinmarketingspezialisten bewusst ist, wurde an der Aktualisierung der Website bereits vor Beginn der Krise gearbeitet. Es gilt auch neue Absatzwege zu schaffen – ein nagelneuer Onlineshop wird derzeit mithilfe geballter Studierendenpower aufgebaut. In Projektarbeit entwickeln derzeit rund 20 Heilbronner Studierende mehrere Webshops für die Perspektive Wein, die am Ende gegeneinander vor einer Jury antreten. Mögen die Besten gewinnen! Auch am Konzept einer Online-Verkostung wurde gearbeitet. Am 12. Juni wird die erste Online-Weinprobe mit dem Team der Perspektive Wein und deren #hochschulwei-

nen stattfinden. Seien Sie dabei! Informationen hierzu finden Sie auf der Homepage unter www.perspektive-wein.de.

Wir haben Ihr Interesse am Studium Weinmarketing und Management geweckt?

Save the Date: Vom 23. bis 25. Juni finden die Online-Infodays „Study@Heilbronn“ statt. Das Programm ist vielseitig: Von Info-Webinaren, über Schnuppervorlesungen bis hin zur interaktiven Talkshow-Runde von Studenten*innen für Studieninteressent*innen – es ist garantiert für jede*n etwas dabei!

Weitere Informationen zum Programm der Online-Infodays erfahren Sie zeitnah online unter www.hs-heilbronn.de/wmm und auf dem WMM-Instagram-Kanal @weinmarketing_management.

HTN

HOCHSCHULE HEILBRONN

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

Fabian Krause

Abschlussjahr: 2016

Studiengang: Weinbau/Oenologie



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

Im Jahr 2016. Thema: Gärstockung in Wein.

Welche Ausbildung hatten Sie vor dem Studium?

Ausbildung zum Weinküfer bei der IHK Veits-
höchheim, Meisterausbildung bei der IHK
Mainz/Wiesbaden

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

Kellermeister in einem mittelständigen Wein-
gut im Rheingau, Assistant Winemaker in
St. Emilion im Bordeaux, Frankreich und
Winemaker in Sonoma, Kalifornien, USA.

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

Der Zusammenhalt und die Begeisterung für
Wein von den Kommilitonen mit anregenden
Weinproben und Feiern.

Die Vielfalt an Studienfeldern, die Begeiste-
rung und die Weisheit der Dozenten.

Was fasziniert Sie am Thema Wein?

Die Vielfalt. Jedes Glas und jeder Schluck
Wein spiegelt die Handschrift des Weinma-
chers wider und macht es somit zu einem Uni-
kat.

Weinmachen ist eine Form von Kunst.

Ihre Vision für die Weinbranche?

Fokus auf alternative Weinbergspflege und
mehr Nachhaltigkeit in der Produktion.

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

Die Zeit genießen, einen regen Austausch mit
Kommilitonen und Dozenten und die Mög-
lichkeiten nutzen, Praktika im Ausland zu ab-
solvieren.

Studieren in Geisenheim bedeutete für mich,

Viele neue Freundschaften zu knüpfen, mein
Wissen zu erweitern und meine Faszination
zum Thema Wein zu stärken.

Kontaktadresse:

*Fabian Krause
544 Sanns Lane
95448, Healdsburg, California
USA*



De l'Espine,
David-Benedikt

Ref.: Annette Reineke,
Ilona Leyer

Ausbreitungsverhalten von *Trichopria drosophilae*, einem Puppenparasitoiden der Kirschessigfliege *Drosophila suzukii*

Die Kirschessigfliege *Drosophila suzukii* ist ein ursprünglich aus Ostasien stammender Obst- und Weinbauschädling. Im Gegensatz zu heimischen Tau- und Essigfliegen kann sie Früchte durch ihre Eiablage primär schädigen. Überwiegend scheint sie dunkle, rote, weichschalige Früchte zu befallen.

Im Zuge der Globalisierung und des kontinental übergreifenden Handels mit Obst gelangte diese Art 2008 auch nach Amerika und Europa. In Deutschland wurde sie erstmals 2011 nachgewiesen.

Ihr plötzliches Auftreten traf den deutschen Obst- und Weinbau hart, Ertragseinbußen waren die Folge. Zur Kontrolle dieses Schädling, wurden auch Insektizide zugelassen. Da die Wirkung dieser Mittel zum einen nicht lange anhält und zum anderen die Anwendung Wartezeiträume vor einer Ernte erfordert, sind sie keine Ideallösung zur Bekämpfung der Kirschessigfliege. Darüber hinaus geht von diesen Mitteln auch eine nicht zu vernachlässigende Gefährdung von Nützlingen und Bienen aus.

Da Nützlinge allgemein bei der Kontrolle von Schädlingen eine unterstützende Rolle spielen können, sollte ihre Schädigung und Dezimierung verhindert werden. Vielmehr gilt es neben technischen Möglichkeiten wie Netzen und kulturtechnischen Maßnahmen (Laubwandgestaltung, Begrünungshöhe ...) Nützlinge in eine Bekämpfungsstrategie auch gegen *D. suzukii* mit einzubeziehen.

Einer der vielversprechendsten unter den Nützlingen, die die Kirschessigfliege angreifen, scheint der Puppenparasitoid *Trichopria drosophilae* zu sein. Es handelt sich hierbei um eine Schlupfwespenart, die ihre Eier in die Puppen von *Drosophiliden* legt und durch ihre Nach-

kommen den Wirt tötet. *T. drosophilae* kommt mit einer relativ weiten Temperaturspanne zu recht, was bedeutet, dass sie in vielen Gebieten der Erde beheimatet ist. *T. drosophilae* wurde in vielen Gebieten Europas nachgewiesen, so auch in Deutschland.

Um vom Nutzen dieses Antagonisten zu profitieren, kann man ihn einerseits durch schonende Bewirtschaftung der Kultur unterstützen, andererseits kann es nötig sein, eine Population durch Freilassung neuer Tiere aufzubauen oder zu stärken. Im Rahmen dieser Arbeit wurden Methoden erarbeitet, anhand derer beobachtet werden kann, ob sich neu ausgebrachte Tiere eher am Ort ihrer Ausbringung aufhalten oder sich ausbreiten. Es sollte herausgefunden werden, ob die Parasitierungsrate mit steigender Entfernung der Parasitierungsangebote vom Freilassungsort der Schlupfwespen abnimmt und ob somit ein Zusammenhang zwischen der Entfernung und der Parasitierungsleistung besteht.

Doll, Linus

Ref.: Maximilian Freund,
Doris Häge

Vergleich von Kammerfilterpresse und Separator in Kombination mit Schichtenfiltration in Bezug auf die Weinqualität

Praxisvergleich anhand von zwei Weißwein- und einer Rotweinpartie zwischen 5.000 und 9.000 l. Auswertung von In-line-O₂-Messung, Kohlendioxid- und Fremdgasmessung, Filterindex, Extinktion, SO₂-Gehalten mit Abfüllung von Testpartien und sensorischer Vergleich über Dreieckstests.

Separator und Kammerfilterpresse wurde jeweils in Reihe mit Schichtenfiltration gefahren, um Jungweine beim ersten Abstich zu klären. Es konnten nur minimale Unterschiede festgestellt werden, einzige Abweichungen liegen bei Fremdgasaufnahmen und Handhabung der Systeme.



Schneider,
Katharina

Ref.: Jon Hanf
Steffen Schindler

Erfolgsmessung des Marketing-Tools „Generation Riesling“ aus Verbands- und Unternehmenssicht

Ziel der vorliegenden Arbeit war es, Erkenntnisse darüber zu erlangen, welche Motivationen die Mitglieder hatten dem Netzwerk der „Generation Riesling“ beizutreten, welche Erwartungen das Deutsche Weininstitut und die Mitglieder des Netzwerkes gegenüber der „Generation Riesling“ hatten und wie sich der Nutzen des Marketing-Tools „Generation Riesling“ zwischen dem Deutschen Weininstitut und den Mitgliedern des Netzwerkes unterschied. Außerdem sollte die Frage geklärt werden, wie der Erfolg des Marketing-Tools „Generation Riesling“ aus Verbands- und Unternehmenssicht gemessen werden kann.

Der erste Teil der Arbeit widmete sich den Grundlagen, die eine Basis für die spätere empirische Untersuchung bildeten.

Hierbei wurden die Netzwerktypen dargestellt, die Netzwerkeffekte erläutert und abschließend auf die Erfolgsfaktoren von Netzwerken eingegangen.

Aufbauend auf diesen Erkenntnissen wurde das Deutsche Weininstitut als Netzwerkstruktur dargestellt um anschließend auf die gesetzlichen Rahmenbedingungen und die Rolle des Instituts eingehen zu können. Zum Schluss wurde das Netzwerk der „Generation Riesling“ dargestellt. Des Weiteren wurde eine Abgrenzung des Verbandes zu einem Verein getätigt um schließlich die Verbandsstruktur als Netzwerkstruktur darzustellen.

Die vorliegenden Erkenntnisse der theoretischen und empirischen Untersuchung zeigen, dass das Netzwerk der „Generation Riesling“ eine gute Plattform für JungwinzerInnen bildet um sich zu repräsentieren und somit auch angenommen werden kann, dass dieses Netzwerk in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen wird.

Durch die „Generation Riesling“ werden sich auch in der Zukunft Unternehmen erfolgreich präsentieren können. Natürlich ist hierfür eine gewisse aktive Teilnahme Voraussetzung.

MARKEN ARCHITEKTUR



Die Marke als Gesamterlebnis

Mit unserem interdisziplinären Team verbinden wir Architektur, Design, Produkt und Tradition zu einem ganzheitlichen, vertriebsorientierten Konzept. Es ist dieses Zusammenspiel der unterschiedlichen Aspekte, aus dem lebendige Marken entstehen – eine in sich geschlossene Kundenerfahrung, größer als die Summe seiner Teile.

www.spitzbart.at

**Herausfordernde Zeiten
brauchen maßgeschneiderte
Lösungen.**

Uns und unsere Arbeit finden sie
im Web und auf Social Media.

Wir freuen uns,
Sie kennenzulernen!