



Alleine im Weinberg: Ältere Winzer haben meist im Familienbetrieb gelernt und sich wenig mit Kollegen ausgetauscht.

Wandel im Weinbau

Die neue Generation der Jungwinzer krepelt so einiges um

Die Weinprobierstube heißt nun Vinothek, statt rustikaler Gemütlichkeit liegt dezentere Schick im Trend. Die Ausbildungsmöglichkeiten im Bereich Weinbau sind vielfältig wie noch nie. Neue Medien ermöglichen, sich mit Kollegen aus aller Welt auszutauschen und Produkte online zu vermarkten. Die heutigen Jungwinzer gehen völlig neue Wege. Müssen sie aber auch, denn zugleich sind die Konkurrenz härter und die Aufgabengebiete umfangreicher geworden. Es reicht längst nicht mehr, nur guten Wein zu machen. Keine leichte Ausgangslage – vor allem, wenn Jung und Alt im Weingut zusammenarbeiten.

Schon das schicke Etikett weckt die Erinnerung an jenen sonnigen Spätnachmittag im Juni. Der alte Hof lag im Halbschatten rosa blühender Kastanienbäume. Es herrschte wenig Betrieb und der Kellermeister nahm sich Zeit, seine Kunden auf dem Weingut umherzuführen. Seitdem verbindet man den Riesling dieses Weinguts mit einem bestimmten Gesicht. Nämlich mit dem dieses jungen, sympathischen, unterhaltsamen und redegewandten Mannes, der sie allerhand Weine probieren ließ und mit ausreichend Fachwissen und vergnüglichen Anekdoten versorgte. Und weil der Wein schmeckte, kauften sie einige Flaschen – und kommen vielleicht sogar wieder.

Die Zeiten, in denen Kunden dreimal im Jahr auf den Hof fahren und sich bei einem einzigen Winzer ungesehen kistenweise Wein in den Kofferraum laden, sind längst

vorbei. Heute steuert man immer wieder andere Weingüter und Winzergenossenschaften an, denn die Auswahl ist ebenso groß, wie die Neugier auf besonders ausgebaute Sorten oder noch unentdeckte Talente. Wo die Atmosphäre dann stimmt, probiert und kauft man gerne. Doch der beste Wein wird links liegen gelassen, wenn man sich beim Winzer nicht wohl fühlt.

Für die heutige Winzergeneration bedeutet dies, dass sie bei ihren Kunden nicht auf Loyalität zählen kann, sondern mit Fluktuation rechnen muss. Der Fokus rückt weg vom Produkt – das muss stimmen, keine Frage – zum jeweiligen Unternehmer. Aus

Die Leute verlangen heute mehr und die Konkurrenz ist größer.

dem reinen Weinbauern wird ein Fachmann für Weinbau und Oenologie, ein Experte für Internationale Weinwirtschaft, der sein Wissen und den Wein den Kunden auf angenehme Weise näherbringt. Seit wann sich das Berufsbild des Winzers derart ändert, lässt sich nicht genau festlegen. „Das sind Prozesse, da gibt es immer Vorreiter und Winzer, die folgen“, sagt Prof. Dr. Marc Dreßler, Studiengangleiter am Weincampus Neustadt. Worin sich der Wandel allerdings zeigt, dafür nennt der Professor für Betriebswirtschaftslehre konkrete Beispiele: „Der heutige Jungwinzer braucht ein tieferes Verständnis für den Vertrieb, er muss betriebswirtschaftliches Wissen anwenden können, es geht darum,

die Rhetorik und die Kommunikation zu schulen und neue Medien zu nutzen.“

Eine Vielfalt von Ausbildungswegen ermöglicht es, sich diese Kenntnisse und Fertigkeiten anzueignen. „90 Prozent der heutigen Jungwinzer haben eine abgeschlossene Ausbildung und die meisten davon machen anschließend eine Fortbildung zum Meister oder Weinbautechniker“, sagt Alfred Fischer, stellvertretender Schulleiter am Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum Rheinpfalz. Zwar sei die Weinbauschule laut Fischer seit über 100 Jahren ein Wissenspool für die Weinwirtschaft der Pfalz. Aber: „Eine reguläre Ausbildung im Weinbau ist erst seit den 70er/80er Jahren der Fall. Vorher wurde die Berufserfahrung in der Regel im Elternhaus weitergegeben.“ Und war es bei den Eltern der Jungwinzer oft nicht einmal üblich, während der Ausbildung zur Fremdlehre in ein anderes Weingut in der Pfalz zu gehen, so zählen Fremdsprachen und Auslandserfahrung inzwischen zum Standard. Auch Themen wie Marketing und Betriebswirtschaftslehre, veränderte Klimabedingungen und rechtliche Rahmenbedingungen, Qualitätsmanagement und Nachhaltigkeit kamen in den vergangenen rund 20 Jahren entweder als neue Ausbildungsinhalte dazu oder wurden komplett neu ausgerichtet. Und ohne Medien-, Führungs- und Sozialkompetenz geht sowieso nichts mehr. Das gilt für die duale praxisorientierte Winzerausbildung ebenso wie das Weinbaustudium.

Der Weincampus Neustadt wurde 2009



Gemeinsam im Geschäft: Die Generation Riesling steht stellvertretend für die aufstrebenden und gut vernetzten Jungwinzer.

gegründet, um den aktuellen Bedürfnissen der Wirtschaft entgegenzukommen. Man kann dort den – in Deutschland bisher einzigartigen – dualen Bachelor-Studiengang Weinbau und Oenologie absolvieren. Der Weincampus ist eine Kooperation der Hochschulen Ludwigshafen, Bingen und Kaiserslautern sowie der DLR Rheinpfalz und arbeitet mit Kooperationsbetrieben in ganz Deutschland zusammen. In Geisenheim

Die Technik wird immer teurer, der Papierkram aufwändiger.

wurde 2011 der Grundstein für die Hochschule Geisenheim University gelegt und zwei Jahre später umgesetzt. Geisenheim hatte schon immer eine Vorreiterrolle bei der Winzerausbildung und sich durch die Kooperation der Forschungsanstalt Geisenheim mit dem Fachbereich Geisenheim der Hochschule RheinMain früh einen internationalen Ruf erarbeitet. Die Hochschule Geisenheim University vereinigt nun Forschung und Lehre in einer Institution. Bachelor, Master, Promotion – alles unter einem Dach und stets mit dem Fokus auf einer weltweiten Kooperation mit Betrieben, wo die Studierenden mehrere Monate während ihres Studiums arbeiten können. „Das internationale Netzwerk von Geisenheim fördert das internationale Denken der Studierenden. Wer heute auf dem Markt bestehen will, muss weit über den Kirchturm hinaus blicken und mit den Kollegen zusammenarbeiten anstatt dagegen“, sagt Prof. Dr. Randolf Kauer, Leiter des Studiengangs Weinbau und Oenologie an der Hochschule Geisenheim University.

Stellvertretend für die jungen, innovativen und weltoffenen Winzer steht die „Generation Riesling“. Ihre Mitglieder – alle unter 35 – sind alles Jungwinzer, die sich ehrgeizig,

hervorragend ausgebildet und aufstrebend präsentieren. Das Deutsche Weininstitut (DWI) hat im Jahr 2005 die „Generation Riesling“-Initiative ins Leben gerufen, um der jungen Weinszene eine nationale und internationale Plattform zu bieten – losgelöst von bestehenden Gruppierungen. Die Mitglieder treten bei jährlichen Präsentationen in Berlin und Hamburg auf, sind bei Weinmessen und Vorstellungen vor Fachpublikum vertreten. Sie sind bereit, gemeinsam als Botschafter einer modernen und hochwertigen Weinerzeugung aufzutreten. Die Initiative stellt den Riesling als derzeit trendigste Rebsorte in den Vordergrund, um damit national wie international Aufmerksamkeit zu erreichen. Es ist eine offene und wachsende Gruppierung, die die gesamte Weinbranche inspiriert. Auch in den sozialen Netzwerken ist die Gruppe aktiv.

Jeannette Eger gehört zur „Generation Riesling“. Die 30-Jährige hat vor rund fünf Jahren ihren eigenen Biobetrieb in Herxheim am Berg gegründet. Ihr Bruder führt den Betrieb der Eltern im selben Ort weiter und setzt somit die mehr als 350-jährige Familientradition fort. Die Jungwinzerin geht lieber ihren eigenen Weg, den sie über das Fachhochschulstudium in Geisenheim und Stationen in Kalifornien, Neuseeland, Südafrika zurück in die Urlaubsregion gefunden hat. „Wenn schon weg, dann weit weg“, sagte sich Eger, als das erste Studienpraktikum anstand. „Wenn schon viel arbeiten, dann für sich selbst“, entschied Eger einige Jahre später. In Herxheim am Berg bewirtschaftet Eger seit 2008 viereinhalb Hektar im biologischen Anbau. Und auch wenn sie dort ihr eigener Chef ist – auf familiäre Unterstützung kann sie zählen. Bei fachlichen Fragen sind ihre Eltern erste Anlaufstelle. Daneben seien, wie Eger sagt, ihre Clique aus dem Studium oder ein Winzer aus dem Nachbarort wichtige

Gesprächspartner. Mit letzterem besucht die Jungwinzerin gemeinsam Veranstaltungen wie zum Beispiel Weinmessen. „Wir suchen nach Wegen, die jeweils eigenen Produkte gemeinsam zu vermarkten, ohne uns in die Quere zu kommen.“

Dieser intensive und oft sehr offene Austausch ist eine relativ neue Entwicklung. Nicht zuletzt, weil sich Jungwinzer über die neuen Medien einfacher und schneller vernetzen können. „Ich beobachte, dass die Zusammenarbeit der jungen Winzer zunimmt, dass sie sich bewusst gemeinsam auf Messen positionieren oder dass sich Jungwinzer aus einer Region oder mit ähnlichen Ansätzen zusammenschließen und über die neuen Medien vernetzen“, sagt Prof. Marc Dreßler, der gemeinsam mit den Kollegen des DLR forscht. Und damit beziehe er sich nicht nur auf die „Generation Riesling“ – auch wenn es sicherlich eine der bekanntesten Jungwinzer-Kooperationen sei. Gemeinsam machen viele Dinge einfach mehr Spaß, man ist kreativer und kann sich Arbeiten aufteilen. Und schließlich spielen auch bei jungen Winzern der Aspekt „Work-Life-Balance“ hinein. „Wer alles alleine macht, dreht sich bald im Hamsterrad. Auf Messen präsent zu sein, ist wesentlich. Doch wer dort alleine am Stand steht, hat nicht einmal Zeit, sich selbst die Messe anzuschauen. Bei einer gemeinsamen

Die älteren Winzer sind heute sehr viel aufgeschlossener.

Präsentation kann man sich auch mal vertreten“, nennt Dreßler wesentliche Vorteile.

Wo neue Ansätze und die „alte Schule“ im selben Weingut zusammentreffen, da entstehen oft ganz neue – gemeinsame oder parallele – Wege, wie zum Beispiel bei Familie Eger. Dort ist eine klare Rollenverteilung die Basis für die Zusammenarbeit der zwei Ge-

nerationen. In ihrem Biobetrieb kann Jeanette Eger eigene Ideen umsetzen, muss sich aber auch selbst darum kümmern. Im Weingut der Eltern ist der Bruder für den Anbau und Keller zuständig, sie hilft, wann immer sie gebraucht wird, und kümmert sich um die Vermarktung. Unterschiedliche Ansichten werden im Familienkreis offen diskutiert. Manchmal bringen die Jungen so viel frischen Wind hinein, dass eine völlig neue Ordnung entsteht. Jürgen Krebs kommt aus einem Weingut, dessen Stärke ganz klar im Bereich Rotwein liegt. Spätburgunder ist das Steckenpferd des Freinsheimer Betriebes, der von Vater und Sohn gleichermaßen geführt wird. Die jeweiligen Verantwortungsbereiche im Arbeitsalltag sind unter den beiden klar verteilt: Vater Harald (52) kümmert sich um den Außenbetrieb und die innerbetriebliche Organisation, Sohn Jürgen um den Keller und die Vermarktung. Doch der 28-jährige Techniker für Weinbau und Oenologie will auch beim Thema Riesling am Ball bleiben, um in der „Riesling-Welt“ wahrgenommen zu werden und mitspielen zu können. Also setzt er auf die Stärken seiner Heimatregion und fördert gezielt den Ausbau charaktervoller Weine aus verschiedenen Lagen. Besondere Freude hat er an einem Weinberg, den er vor gut drei Jahren in Herxheim am Berg erwarb. „Herxheim hat eben die eher klassischen Mittelhaardter Lagen, die Böden sind mineralhaltiger“, erklärt Jürgen Krebs. „Vor acht Jahren haben wir noch bis 70 Prozent halbtrocken ausgebaut, jetzt bieten wir 90 Prozent als trocken an“, nennt er ein weiteres Beispiel dafür, welche Richtung er als Jungwinzer eingeschlagen hat. Natürlich würden damit die Kunden wechseln. Doch klar ist: „Für zwei Linien ist der Betrieb zu klein.“ Zur neuen Linie gehören neue Logos

und Etiketten, eine entsprechende Internetseite und Probierstube. Dem Thema Marketing räumt der Jungwinzer einen großen Stellenwert ein.

Zweimal jährlich ein Infoschreiben mit der neuen Weinpreisliste, zweimal im Jahr den Hinweis auf eine Aktion, dazu monatliche Newsletter, Präsentationen auf Verbrauchermessen – „Wir müssen in allen relevanten Absatzmärkten präsent sein, um die gute Qualität unserer Weine zu kommunizieren“, sagt Steven Kärgel, Geschäftsführer der Winzergenossenschaft Kallstadt. Es sei zunehmend wichtig geworden, sagt der 45-Jährige, dass man in den Köpfen der Kunden bleibe, denn diese würden sich nur noch selten mit der Jahresmenge Wein auf einmal eindecken. „Die Kunden kaufen dafür öfter bei uns ihren Kallstadter Saumagen“, so Kärgels Erfahrung. Bei der Vermarktung geht es also darum, immer wieder Themen und Aktionen rund um den Wein zu finden, die Kunden interessieren und ihnen einen Anlass bieten, nach Kallstadt zu kommen. Eine Krimilesung mit begleitenden Weinen, ein Gänseessen mit den passenden Weinen, Hoffeste oder der neu umgebaute Holzfasskeller sind Beispiele, wie Kärgel versucht, die Winzergenossenschaft im Gespräch zu halten. Über bestimmte Produkte, wie zum Beispiel Seccos oder die neue Terroir-Linie, ist es laut Kärgel der Winzergenossenschaft gelungen, neue jüngere Kunden wirksam anzusprechen. Einen ähnlichen modernen Ansatz verfolgen die meisten Winzergenossenschaften in der Region. Der Weinbau ist eine dynamische Branche, daher sei es laut Dreßler vom Weincampus Neustadt schwierig zu sagen, wie der Weinbau in der Zukunft aussehen wird. „Es gibt Indizien, bei denen sich die Experten einig sind: Es wird eher weniger Betriebe, dafür



Kristina I.

Kristina Weber, 20
Weinprinzessin Stadt Freinsheim,
Studentin

„Winzer ist ein abwechslungsreicher und inzwischen angesehener Beruf mit Zukunft. Dominierten lange Männer das Berufsfeld, so lassen sich nun immer mehr Frauen zu Winzerinnen ausbilden. Insgesamt sind die Fort- und Ausbildungsmöglichkeiten vielfältiger als früher. Und der Vermarktung kommt heute ein viel höherer Stellenwert zu.“

größere Betriebe geben und das Unternehmerprofil wird über die Verkaufsfähigkeit entscheiden.“ Wer lerne, den Wein nicht nur als Produkt zu sehen, der werde sich unternehmerisch durchsetzen, ist der Weinbauforscher sicher. Messen, Tourismus, Export seien beispielsweise Themen, die schon heute eine große Rolle spielten. Die heutigen Voraussetzungen für Jungwinzer sind dabei nicht schlecht, nicht zuletzt, weil sie heute mehr und individuellere Ausbildungsmöglichkeiten haben. „Wenn sie sich mit den Medien auskennen, können sie eigene Ideen leichter umsetzen und damit Fuß fassen. Sie haben dann mehr Instrumentarien zu Verfügung, die Reaktion der Kunden mitzubekommen, so dass sie gezielter auf die Kunden eingehen können“, sagt Dreßler. Am Ende entscheide die Kommunikationskompetenz. Und wer es schafft, seinem Wein das Gesicht zu geben, an das man sich später beim Öffnen der Flasche gerne erinnert.



Präsent auf Messen und Veranstaltungen: Jungwinzer müssen ihren Wein vermarkten und auf immer individuellere und anspruchsvollere Kunden eingehen.

Info

Am Ende muss der Wein Ihnen schmecken! Ab Seite 27 bieten ausgesuchte Weinbaubetriebe mit Kellermeistern aller Generationen an, ihren Wein kennen zu lernen. Nutzen Sie die Probenmöglichkeiten bei unseren Winzern zu den angegebenen Öffnungszeiten. Für größere Gruppen können Weinproben – auch open Air – organisiert werden. Info: touristik@vg-freinsheim.de