

29. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Neu und Nachhaltig!? –
Innovative Ideen für das Weinmarketing



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum
Ländlicher Raum
Rhein Hessen-Nahe-
Hunsrück

Presseinformation

RÜCKBLICK: 29. WeinMarketingtag Rheinland-Pfalz am DLR in Oppenheim

Oppenheim, 22. November 2022 Unter dem Motto „Neu und Nachhaltig?! – Innovative Ideen für das Weinmarketing“ fand am 17. November der 29. WeinMarketingtag Rheinland-Pfalz statt. Nach zwei Online-Jahren traf sich die rheinland-pfälzische Weinbranche dieses Jahr wieder in der Aula des Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Rheinhessen-Nahe-Hunsrück in Oppenheim.

Vor einem Plenum mit rund 140 Teilnehmern referierten Experten und Praktiker im Dialog über die Notwendigkeit und Chancen von Innovationen und zukunftsfähigen Konzepten in der Weinvermarktung.

Michael Lipps, Dienststellenleiter des DLR freute sich, dass der WeinMarketingtag Rheinland-Pfalz endlich wieder in Präsenz stattfindet und der so wichtige Austausch unter den Betrieben und Akteuren in der Weinwirtschaft wieder eine Plattform hat. „Die Impulse aus den Vorträgen und der Austausch sind wichtig für die Fortentwicklung der Branche - in herausfordernden Zeiten sind sie noch bedeutungsvoller.“

Staatssekretärin, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, Petra Dick-Walther hob in ihrem Grußwort die Aspekte der Nachhaltigkeit für Weinbautriebe hervor. Ihr Appell hinsichtlich der aktuellen agrarpolitischen und gesellschaftlich Situation: „Die nachhaltige Wertschöpfung aus der Weinvermarktung der Betriebe darf nicht verloren gehen.“

Durch das Programm führte Bernd Wechsler (Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz), der in seiner Einleitung zum Thema deutlich machte, wie wichtig Innovationen in Krisenzeiten sind. Schon im Lockdown hatte die Branche gezeigt, dass sie konstruktiv auf Krisen reagieren kann. Winzerinnen und Winzer fanden erfolgreiche neue Wege zum Kunden, von der Online-Weinprobe bis zum Verkaufsautomaten. „Innovationen sind deshalb das tragende Fundament langfristiger Markterfolge“, so Wechsler.

Das diesjährige Veranstaltungskonzept sah vor, dass die jeweiligen Vortragsthemen mit zwei Referenten und Referentinnen im Dialog präsentiert wurden.

„Weinautomaten - Mehr als nur 24/7-Service“

Alina Matheus, Mitarbeiterin im Kompetenzzentrum, präsentierte die aktuellen Ergebnisse ihrer Online-Umfrage zum Thema Weinautomaten in Rheinland-Pfalz. Über 90 Betriebe haben sich beteiligt. Im Fokus standen die Faktoren eines erfolgreichen Betriebs von Verkaufsautomaten, aber

29. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Neu und Nachhaltig!? –
Innovative Ideen für das Weinmarketing



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum
Ländlicher Raum
Rheinhesse-Nahe-
Hunsrück

auch Fragen zu Kosten, Einkaufsverhalten, den rechtliche Rahmenbedingungen und die Preispolitik. Ein Resümee war: 80 % der Befragten konnten mit dem Weinautomaten neue Kunden dazugewinnen. So ist es nicht verwunderlich, dass 75 % der Betriebe wieder in einen Weinautomaten investieren würden.

Die Ergebnisse der Umfrage konnte auch Karen Michel vom Weingut Cisterzienser Hof in Dittelsheim-Heßloch bestätigen. Mit ihrem „C-Cube“ sind die Michels ein Flaggschiff unter den Weinautomaten-Betreibern in Rheinland-Pfalz. „Außen Stahl – Innen lecker“ so wirbt das Weingut für seinen 24/7 Verkaufscontainer. Neben einer sorgfältig auf die Kundenbedürfnisse abgestimmten Weinauswahl steht im C-Cube ein zweiter Automat mit einem kulinarischen Angebot, das Karen Michel in Kooperation mit regionalen Anbietern zusammenstellt. Die Winzerin teilte spannende Einblicke in den Alltag eines Automatenbetreibers mit dem Plenum.

Zukunftsweine – eine neue Bewegung für PIWIS

„Das Momentum ist da!“ rief Dr. Eva Vollmer, Weingut Eva Vollmer den Zuhörern zu. Gemeinsam mit Johannes Schiebe von der Mainzer Agentur Schiebezimmer stellte sie die Bewegung „Zukunftsweine“ vor. Zukunftsweine sind Weine, die ausschließlich aus pilzwiderstandsfähigen Rebsorten produziert werden. Gestartet hat das Vorhaben mit einzelnen PIWI-Weinen, die in der Weinliste von Eva Vollmer einfach eine eigene Sortimentskategorie brauchten. Der Begriff „Zukunftsweine“ war geboren. Nach nur eineinhalb Jahren intensiven Austauschs mit Kolleginnen und Kollegen ist eine regelrechte Bewegung mit einem Dutzend Weingütern entstanden. Deutschlandweit nehmen PIWIS gerade mal 3 % der Weinanbaufläche ein. Das will die Bewegung ändern. „Im Fokus steht die Aufklärung des Kunden – das ist unser Ziel. Im Alltag geht es auch um die Aufklärung der Branche, denn PIWIS sind kein ausschließliches Bio-Thema. Wenn die Nachfrage bei den Konsumenten steigt, steigt auch das Interesse der Produzenten in PIWIS zu investieren.“ Ein großer Erfolg ist die Nominierung für die Finalrunde zum Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2023. „Wir haben es geschafft, dass auch Branchenfremde das Thema verstehen!“, so Johannes Schiebe.

Genuss ohne Reue – alkoholfreier Wein boomt!

Stete Entwicklung statt schnelle Trendercheinung - so lässt sich die Kategorie „Alkoholfreier Wein“ derzeit beschreiben. „Alkoholfreie Weinprodukte gibt es schon seit mehreren Jahrzehnten im Markt, doch erst seit 2011 hat die Qualität den richtig großen Fortschritt und seit 2017 einen regelrechten Quantensprung gemacht“, so Clemens Gerke vom Fachmagazin Meininger Weinwirtschaft. Das Produkt „Alkoholfreier Wein“ boomt – noch in der Nische. „Doch die sich zunehmend verändernden Konsumbedingungen der Gesellschaft werden der Kategorie zu ordentlichem Wachstum verhelfen“, da ist sich Gerke sicher. Alkoholfreier Wein darf aber kein Restprodukt sein, das im Keller anfällt und mitverkauft wird. Alkoholfreier Wein benötigt das gleiche Know-how und sogar mehr Aufmerksamkeit wie die alkoholhaltigen Vertreter, so Gerkes Ausführungen.

Ein Vorreiter der Branche ist das pfälzische Weingut Bergdolt-Reif & Nett. Mit oenologischer Präzision und einem klaren Verständnis für Handel, Gastronomie und Konsument hat Christian Nett

29. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Neu und Nachhaltig!? –
Innovative Ideen für das Weinmarketing



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum
Ländlicher Raum
Rheinhesse-Nahe-
Hunsrück

eine eigene Sortimentskategorie, mit vier alkoholfreien Weinen für sein Weingut, geschaffen. Durch die Angebotstiefe bietet er seinen Kunden eine Auswahlmöglichkeit und kann dadurch vor allem neue Kunden gewinnen. Die Nachfrage aus dem Weinfachhandel und der Gastronomie steigen und die Verkaufszahlen sprechen für sich.

Naturweintrend – keine „trüben“ Aussichten

1 ha Rebfläche, drei sehr gut ausgebildete Winzer und Brüder, dazu viele Ideen, Neugierde und Passion - das war das Fundament auf dem das Weingut Seckinger im Jahr 2012 gestartet ist. Ein echtes Garagenweingut also. Einer der Brüder, Jonas Seckinger, nahm das diesjährige Plenum des WeinMarketintages mit in die Entwicklungsgeschichte. Nach nur zehn Jahren bewirtschaftete das Weingut Seckinger heute 30 ha Reben und entwickelte sich zu einem bio-zertifiziertes Vollerwerksweingut, das ausschließlich Naturweine produziere. Von Anfang an sei den Brüdern klar gewesen, dass sie in der Vinifizierung ohne jeglichen Hilfsmittel, außer SO₂ und Filtration, arbeiten wollen. Und diese wenigen Maßnahmen variieren innerhalb der Weinkategorie. Die Erfahrungen von Jonas Seckinger steigern das Interesse an Naturweinen in der Branche. Manchmal bedeutet Innovation auch das Hinterfragen von gängigen Praxismethoden, auch und gerade vor dem Hintergrund der klimatischen Veränderungen. Naturweine sind auf dem Weg aus der Nische und auf dem Weg zu einer eigenen Weinkategorie. Der Markt im In- und Ausland sendet zumindest sehr positive Signale.

Nach der Veranstaltung konnten sich die Teilnehmer im Rahmen einer Weinverkostung von der Qualität und Individualität der Weine der beteiligten Winzer überzeugen.

29. WEINMARKETINGTAG Rheinland-Pfalz

Neu und Nachhaltig!? –
Innovative Ideen für das Weinmarketing



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum
Ländlicher Raum
Rhein Hessen-Nahe-
Hunsrück



Foto: Dr. Philipp Rüger, DLR R-N-H

Referentinnen und Referenten des 29. WeinMarketingtag Rheinland-Pfalz

Von links nach rechts: Jonas Seckinger, Alina Matheus, Christian Nett, Dr. Eva Vollmer, Johannes Schiebe, Clemens Gerke und Bernd Wechsler. (Nicht im Bild: Karen Michel)

Weitere Informationen zum WeinMarketingtag Rheinland-Pfalz sowie über das Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz erhalten Sie über DLR Rhein Hessen-Nahe-Hunsrück, Christine Hill, Tel: 0 61 33-930 353, christine.hill@dlr.rlp.de