



Der Oenologe der Zukunft: ein Unternehmer

BERUFSBILD In einer vom Bund Deutscher Oenologen (BDO) in Auftrag gegebenen Berufsfeldanalyse wurden die zukünftigen Anforderungen an Oenologen untersucht. Im ersten Schritt führte die Hochschule Geisenheim dazu Interviews mit 29 Experten aus allen Bereichen der deutschen Weinwirtschaft durch. Die zentralen Ergebnisse dieser ersten Phase werden hier im Überblick vorgestellt.

Text und Abbildungen: Prof. Dr. Simone Loose, Dr. Christian Schäfer, Prof. Dr. Jon Hanf, Hochschule Geisenheim University

Um die Auswirkungen des strukturellen Wandels in der Weinwirtschaft auf das Berufsbild des Oenologen zu verstehen, beauftragte der Bund Deutscher Oenologen (BDO) die Hochschule Geisenheim mit einer umfassenden Analyse. In einer ersten Phase wurden 29 Fachleute aus allen Bereichen der Weinwirtschaft interviewt, um ein möglichst breites Spektrum an Perspektiven abzubilden. Auf der Produktionsseite beteiligten sich dabei unter anderem Fassweinerzeuger, Weinbaubetriebe, auf Flaschenwein spezialisierte Weingüter, Genossenschaften, Kellereien, Sektkellereien, Rebschulen sowie Weinkommissionäre. Die Handelsseite wurde durch Experten aus dem Weinfachhandel, dem Lebensmittel-einzelhandel und dem Onlinehandel vertreten. Zusätzlich ergänzten zwei Experten aus den Bereichen Medien und Presse sowie Bildung und Ausbildung die Runde, um einen umfassenden Blick auf die gesamte Branche

zu ermöglichen. Die Experteninterviews erstreckten sich über mehr als 60 Stunden und brachten insgesamt 679 Aussagen hervor. Diese Aussagen wurden mithilfe der Inhaltsanalyse in Kategorien zusammengefasst, um zentrale Themen und Trends herauszuarbeiten. Die Methodik der Interviews und die Zusammensetzung der Expertengruppe wurden bereits detailliert im ddw 22/2024 dargestellt. In diesem Artikel werden die wesentlichen Ergebnisse der ersten Phase präsentiert und die neuen Herausforderungen skizziert, denen sich Oenologen künftig stellen müssen.

DREI WESENTLICHE DIMENSIONEN

Die Aussagen der Expertengespräche können in drei wesentlichen Dimensionen zusammengefasst werden.

- » Persönliche Eigenschaften eines Oenologen
- » Anforderungen an die Berufsqualifikation vor und während des Studiums sowie

Wege zum Erreichen der Berufsqualifikation

- » Notwendige Kompetenzen, die ein Oenologe besitzen muss und die im Studium vermittelt werden sollten.

Wie Abbildung 1 zeigt, umfassen diese drei Dimensionen jeweils drei bis sechs wesentliche Anforderungen und Aussagen, die im Folgenden detaillierter ausgeführt werden.

PERSÖNLICHE EIGENSCHAFTEN: DER LEISTUNGSBEREITE UND MOTIVIERTE OENOLOGE

Etwa jede zehnte Aussage in den Interviews beschäftigte sich mit den idealen persönlichen Eigenschaften und Einstellungen, die zukünftige Oenologen mitbringen sollten. Diese lassen sich in drei zentrale Bereiche unterteilen: Motivation, die Bereitschaft zum lebenslangen Lernen sowie eine unternehmerische Mentalität und hohe Leistungsbereitschaft (siehe Abbildung 2). Die folgenden ausgewählten Zitate aus den In-

terviews veranschaulichen diese Schwerpunkte im Detail.

Motivation: Ein moderner Oenologe sollte intrinsisch motiviert sein und Kreativität sowie Leidenschaft für Wein mitbringen. »Wichtig für einen Oenologen sind Neugierde und Lust auf den Beruf.« Er muss »Leidenschaft für Wein besitzen und die Produkte leben.« Kreativität und Flexibilität gelten als essenziell: »Den Schema-F-Oenologen brauchen wir nicht mehr.«

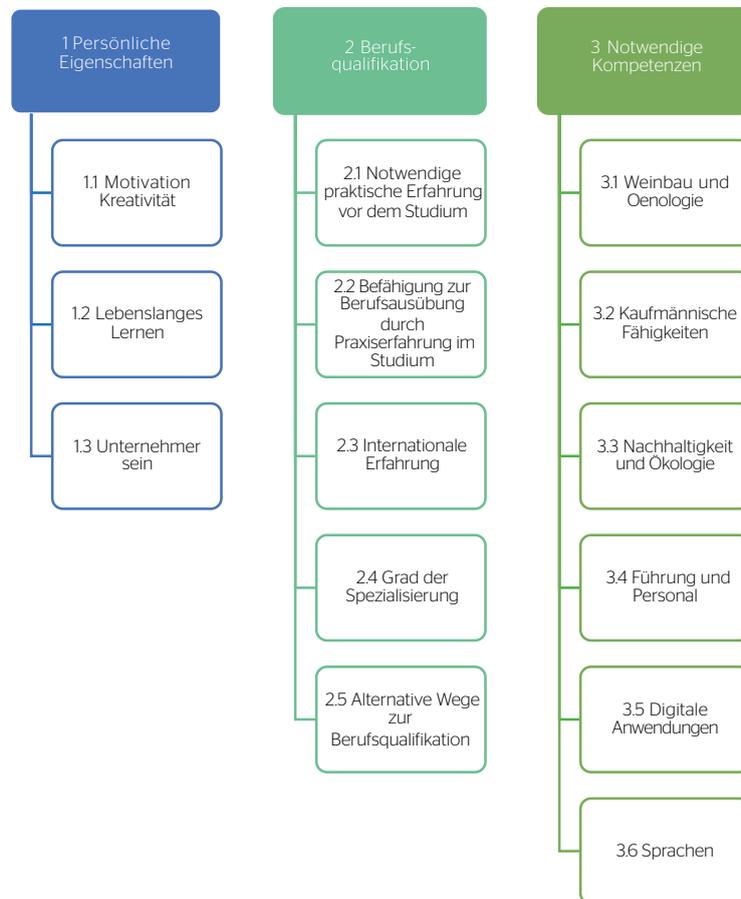
Bereitschaft zur Weiterentwicklung und Flexibilität: Lebenslanges Lernen, Flexibilität und Offenheit sowie die Fähigkeit zur Anpassung und interdisziplinäres Denken sind unabdingbar. »Man muss sich nach dem Studium ständig fortbilden« und »die Bereitschaft zum lebenslangen Lernen ist unabdingbar.« Der Oenologe der Zukunft sollte innovativ denken, neue Ideen einbringen und bereit sein, Neues auszuprobieren. »Die Flexibilität ist die größte Herausforderung.« Er sollte fähig und willens sein, sich auf neue Fachgebiete einzulassen und sich rasch in diese einzuarbeiten. »Man muss die Fähigkeit zum Managen komplexer Sachverhalte mitbringen.« Ein moderner Oenologe wird interdisziplinär tätig sein, Vielseitigkeit ist gefragt.

Unternehmerische Mentalität, Verantwortungsbereitschaft und Eigeninitiative: Ein Oenologe muss bereit sein, Verantwortung zu übernehmen und Eigeninitiative zu zeigen. »Ein Absolvent muss in der Lage sein, einen Betrieb als Oenologe führen zu können.« »Man wird nicht nur Weinbauer, sondern gleichzeitig auch Unternehmer.« Die Forderung lautet: »Mehr Manager ausbilden, als Hersteller.« Ein Hochschulabsolvent sollte bereit sein, Verantwortung zu übernehmen und »mit anzupacken.«

Die Anforderungen reflektieren die tiefgreifenden Veränderungen und die kommenden Herausforderungen in der Weinbranche, die einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt ist und zusätzlich unter der Unsicherheit des Klimawandels sowie veränderten Verbraucherpräferenzen steht. Ein Oenologe muss als Fach- und Führungskraft motiviert und in der Lage sein, den Betrieb flexibel auf diese Entwicklungen auszurichten. Das setzt neben Flexibilität und Leistungsbereitschaft auch lebenslanges Lernen voraus, da ein Absolvent nach dem Studium noch rund vierzig Berufsjahre vor sich hat, in denen ständig neues Wissen entsteht.

Solche persönlichen Eigenschaften sind

1 Überblick über die drei wesentlichen Anforderungsbereiche



nicht spezifisch für den Beruf des Oenologen, sondern werden heute in nahezu allen Branchen von Fach- und Führungskräften gefordert. Dennoch wurde in den Interviews deutlich, dass insbesondere jüngere Generationen diese früher als »Kopfnote« oder »römische Tugenden« bezeichneten Qualitäten nicht mehr im selben Maße wie früher mitbringen. Daraus ergeben sich besondere Anforderungen an die Hochschulen, diese Eigenschaften auch im Studium durch geeignete Lernformate zu fördern und zu stärken.

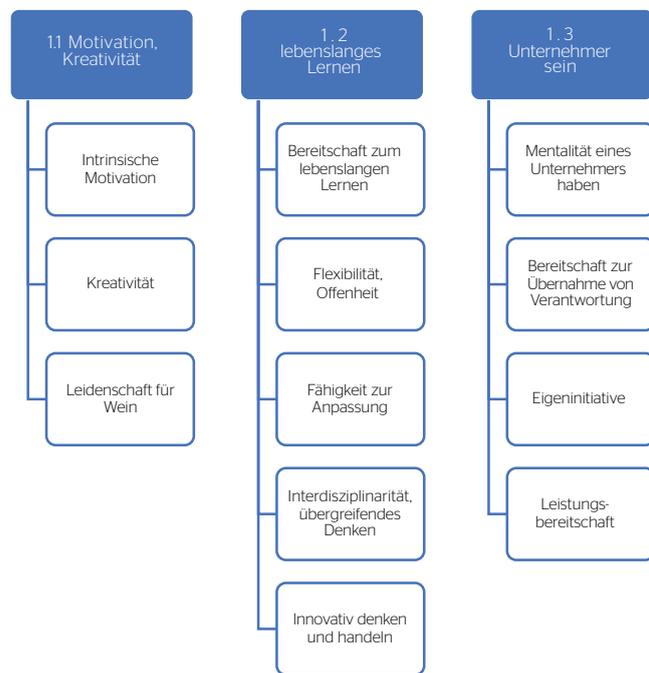
BERUFSQUALIFIKATION: DER OENOLOGE ALS PRAKTIKER

Über ein Drittel der Aussagen befasste sich mit der Frage, inwieweit ein Hochschulstudium Oenologen auf die praktischen Anforderungen ihres Berufs vorbereitet. Abbildung 3 zeigt die Anforderungen und Umsetzungsansätze, die von den Experten genannt wurden. Besonders viel Gewicht legten die befragten Experten auf zwei As-

pekte: die Praxiserfahrung vor Studienbeginn und die praktische Ausbildung während des Studiums.

Die zahlreichen detaillierten Aussagen lassen sich hier nur kurz anreißen. Aus Sicht der Branchenexperten sollte das Studium der Oenologie darauf ausgerichtet sein, eine umfassende Berufsqualifikation mit fundierter handwerklicher Erfahrung zu vermitteln. Dieses Ziel lässt sich jedoch nur erreichen, wenn die Studierenden vor Studienbeginn fundierte praktische Erfahrungen sammeln, auf die sie im Studium aufbauen können. Ein einfaches zwölfwöchiges Vorpraktikum wird dafür nicht als ausreichend betrachtet. Vielmehr sollte ein Oenologe eine abgeschlossene Berufsausbildung und idealerweise Praxiserfahrungen über mindestens einen Vegetationszyklus mitbringen. Diese Praxiskenntnisse sind auch entscheidend, um als Führungskraft anerkannt zu werden und die Fähigkeiten zur Anleitung und Ausbildung von Mitarbeitern zu entwickeln.

2 Persönliche Eigenschaften und Einstellungen eines Oenologen



Um die Qualifikation der Oenologen für den späteren Berufseinsatz bereits während des Studiums sicherzustellen, sprachen sich die Experten einstimmig für ein stärker praxisorientiertes Studium aus. Der Schwerpunkt sollte auf angewandter Wissenschaft mit hohem Realitäts- und Praxisbezug liegen. Für die Umsetzung wurden verschiedene

» Ein Oenologe arbeitet neben einem Techniker, Meister, Gesellen. Es zählen die Leistung und die Fähigkeiten. Das Studium ist keine Garantie für eine leitende Position.

ne Ansätze vorgeschlagen: praxisorientierte Projekte, die handwerkliche Tätigkeiten der Studierenden beinhalten, Praktika und Werkstudententätigkeiten während des Studiums sowie Praxissemester und Praxisjahre. Die Experten sahen zudem großes Potenzial in der intensiven Zusammenarbeit mit Unternehmen der Branche.

INTERNATIONALE ERFAHRUNGEN UND EINE GLOBALE DENKWEISE

Ein Teil der Experten hält internationale Erfahrungen während des Studiums für essen-

ziell. Hochschulen sollten daher verstärkt Auslandssemester und Auslandspraktika ermöglichen, um den Erfahrungshorizont der Studierenden zu erweitern und ihre Anpassungsfähigkeit sowie Lernbereitschaft zu fördern. Ein zukünftiger Oenologe benötigt internationale Kompetenzen und eine globale Denkweise. Sprachkenntnisse und Fachvokabular lassen sich laut Experten idealerweise direkt im Ausland erwerben. Entsprechend sollten die Hochschulen Maßnahmen zur Förderung der Internationalität ergreifen.

GENERALISTEN MIT DER MÖGLICHKEIT ZUR SPEZIALISIERUNG

Die Experten sind sich einig, dass das Grundgerüst des Hochschulstudiums generalistisch aufgebaut sein sollte und Studierenden eine Option zur Spezialisierung bietet. Hierbei soll das Basiswissen in hinreichender Tiefe vermittelt und spezifisches Fachwissen erst in einer späteren Vertiefungsphase erlernt werden. »Die akademische Ausbildung sollte breit aufgestellt sein, aber das Basiswissen muss in größerer Tiefe vermittelt werden,« betonte ein Experte. Viele Praktiker sprechen sich hier für die früher übliche Trennung in Grund- und Hauptstudium aus. Während kleinere Betriebe Generalisten be-

vorzugen, benötigen größere produzierende Unternehmen eher spezialisierte Fachkräfte.

ALTERNATIVE WEGE ZUR BERUFSQUALIFIKATION

Ein duales Studium wird von den Experten als praxisnahe Alternative zum klassischen Hochschulstudium betrachtet, insbesondere dann, wenn keine vorherige Berufsausbildung absolviert wurde. Neben den Vorteilen sehen die Experten jedoch auch einige

» Das Ziel des Studiums sollte angewandte Wissenschaft sein, um sofort als Oenologe im Berufsleben einsetzbar zu sein.

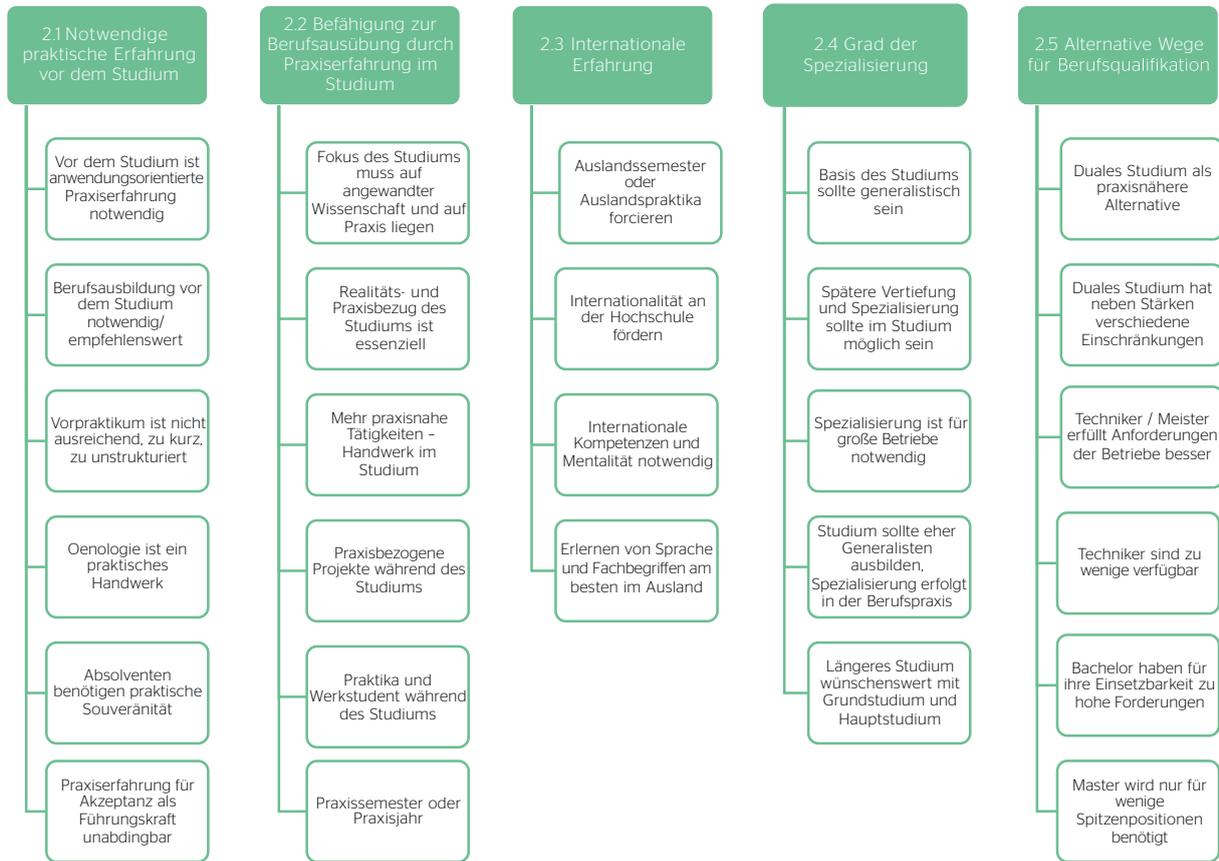
Einschränkungen: Der Schwerpunkt liege teilweise zu stark auf der Praxis, sodass die Breite der akademischen Ausbildung zu kurz kommen kann. »Der Blick geht nicht weit genug über den eigenen Kirchturm hinaus,« so eine kritische Einschätzung. Zudem sind die Anforderungen an die Studierenden hoch, sowohl zeitlich als auch finanziell, da oft zwei Wohnorte unterhalten werden müssen.

Die Experten sind sich überwiegend einig, dass gerade mittlere und kleinere Betriebe eher Techniker und Meister benötigen, die »als rechte Hand des Chefs« fungieren, anstatt akademisch ausgebildeter Oenologen. »Akademiker bleiben nicht lange und streben nach Höherem.« Gleichzeitig stehen die Betriebe jedoch vor dem Problem, dass nicht genügend Techniker und Meister zur Verfügung stehen. Oenologen werden vor allem in großen Produktionsbetrieben und in der Nachfolge von Familienbetrieben benötigt. Masterstudenten werden von den Experten oft als sehr wissenschaftlich ausgebildet eingeschätzt, was ihr Einsatzpotenzial in der Praxis einschränkt. Eine starke betriebswirtschaftliche Ausrichtung mit Fokus auf Management sowie eine breitere Perspektive auf die gesamte Getränkeindustrie und Innovationsmanagement gelten als notwendige Zusatzqualifikationen für Masterabsolventen.

KOMPETENZEN: DUALES VERSTÄNDNIS VON HERSTELLUNG UND BETRIEBSWIRTSCHAFT

Mehr als die Hälfte der Expertenaussagen betraf konkrete Kompetenzen, die ein Oenolo-

3 Berufsqualifikation eines Oenologen - Anforderungen und Wege der Umsetzung



ge während des Hochschulstudiums erwerben sollte. Diese wurden in sechs zentrale Bereiche unterteilt (siehe Abbildung 4). Für die Experten war es selbstverständlich, dass ein Oenologe fundierte Kenntnisse in Weinbau und Oenologie mitbringt. Besonders betont wurde die Praxisrelevanz der Themen sowie Praxisprojekte in Weinbau und Oenologie, die Absolventen für den späteren Einsatz in der Praxis qualifizieren.

Ähnlich wurde die Marktorientierung der Studieninhalte gefordert: Das Studium sollte sowohl die Verfahren von Mengenherstellern als auch von Premiumherstellern abdecken. Die Ausbildung muss Oenologen frühzeitig auf neue Trends vorbereiten, zu denen aktuell die Reduzierung des Alkoholgehalts, entalkoholisierte Weine und aromatisierte weinhaltige Getränke zählen. Besonders die großen Produktionsbetriebe fordern angesichts der Marktentwicklungen eine Ausweitung des Wissenserwerbs über das engere Feld des Weins hinaus auf verwandte Produkte sowie Innovations- und Wissensmanagement.

Eine weitere wichtige Anforderung betrifft die Produktkenntnis und sensorischen Fähigkeiten. Ein Oenologe muss durch Verkostungen und die Kenntnis verschiedener Produktionsprozesse sowie Marktsegmente ein ausgeprägtes Gespür für das Produkt entwickeln. Er muss den Markt und die relevanten Produkte kennen.

UNTERNEHMERISCH-BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE KOMPETENZ

Für viele in der Branche mag es überraschend sein, dass die Mehrheit der Expertenforderungen sich auf kaufmännische Fähigkeiten bezieht.

» Ein moderner Oenologe muss in zwei Sphären bestehen können: Fachkompetenz im Weinberg und im Keller sowie unternehmerische-betriebswirtschaftliche Kompetenz.

Dies steht jedoch in enger Verbindung mit der Erwartung an Oenologen, eine unternehmerische Denkweise zu entwickeln (erste Dimension der persönlichen Eigenschaften). Die Experten sehen hier den größten Nachholbedarf der Branche, der sich auch in der aktuellen Krise deutlich zeigt. »Den meisten Betrieben fehlt das Kostenbewusstsein - Du musst doch davon auch leben können!« heißt es, oder: »Die fehlenden betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten sind ein Grund für die desolate Lage vieler Betriebe.« Weitere Aussagen der Experten betonen, dass viele zu blauäugig agieren: »Man muss - Stichwort Wettrüsten - wissen, was sich rechnet und was nicht.« Ein klarer Wunsch ist, »kaufmännische Vernunft« zu vermitteln, sodass Absolventen in der Lage sind, Bilanzen und Gewinn- und Verlust-Rechnungen zu verstehen und ihre Kosten zu kennen, um den Betrieb erfolgreich zu steuern. »Man muss ein Projekt und ein Produkt kalkulieren können.« »Ein Unternehmer muss rationale, fundierte Entscheidungen treffen können.« »Die Absol-

venten brauchen ein Gefühl für Zahlen, sie müssen Margen kennen und praktisch rechnen können.«

Die von den Experten geforderten betriebswirtschaftlichen Kompetenzen umfassen die Anwendung kaufmännischer Grundlagen, darunter Bilanzierung, betriebswirtschaftliche Auswertungen (BWAs), Kostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Produktkalkulation, Investitionsrechnung, Liquiditätsplanung und Finanzierung. Jedes Unternehmen braucht insbesondere in der gegenwärtigen wirtschaftlichen Lage einen strategischen Businessplan, aus dem hervorgeht, wie es die kommenden Jahre wirtschaftlich überstehen und erfolgreich sein kann. Ein Oenologe sollte in der Lage sein, einen solchen Businessplan zu verstehen und idealerweise auch selbst erstellen zu können.

NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION

Eine ganzheitliche Ausrichtung auf Nachhaltigkeit und die frühzeitige Sensibilisierung für Zukunftsthemen müssen im Zentrum der Hochschulausbildung stehen. »Alles zum Thema Future gehört an die Hochschulen,« betonen die Experten. »Nachhaltigkeit muss die Maxime des Handelns sein, vor allem wenn man in Zukunft noch Wein verkaufen will. Sonst wird es viele Betriebe in 20 Jahren nicht mehr geben.« Die Anpassung von Weinbau und Oenologie an die Auswirkungen des Klimawandels und die Vereinbarkeit von Weinbau und Ökologie sind dabei unerlässlich.

In der Umsetzung der Nachhaltigkeit spielen Piwis als kosteneffiziente Rebsorten der Zukunft eine zentrale Rolle. Für die zukünftige Entwicklung innovativer Produkte sind zudem übergreifende Kompetenzen in Weinbau, Oenologie und Getränketechnologie gefragt. Außerdem werden Kenntnisse der rechtlichen Rahmenbedingungen und erste Erfahrungen im Innovationsmanagement als essenziell angesehen.

DIGITALE ANWENDUNGEN BEHERRSCHEN

Trotz der digitalen Grundkenntnisse, die viele der jungen Generation als Digital Natives mitbringen, ist die gezielte Schulung in branchenspezifischen digitalen Anwendungen im Studium unverzichtbar. Der sichere Umgang mit Excel für Kalkulationen gilt als Basisvoraussetzung. Für die Betriebe haben

zudem digitale Schlagkarteien, digitale Kellerbücher und Warenwirtschaftssoftware hohe Relevanz. Angesichts des rasanten Fortschritts in der Digitalisierung sollten zukünftige Fach- und Führungskräfte selbstverständlich Künstliche Intelligenz (KI) und Power BI anwenden können - »Wer KI nicht nutzt, wird durch KI ersetzt.« Um Prozesse erfolgreich zu digitalisieren, brauchen Oenologen zudem ein tiefes Verständnis für betriebliche Abläufe und Prozesse.

MITARBEITER FÜHREN KÖNNEN

Führung, Organisation und Personalmanagement zählen laut Experten zu den größten Herausforderungen für die Führungskräfte der Zukunft. »Man muss heute etwas tun, um gute Leute zu bekommen und zu halten.« Wichtig sei es, ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie man ein attraktives Arbeitsumfeld schafft, Konflikte managt, Personalgespräche führt und heikle Themen anspricht. Die Experten betonen, dass praxisnahes Wissen, beispielsweise durch Fallstudien, vermittelt werden sollte.

Da die Hochschulen in der Vermittlung dieser Kompetenzen eingeschränkt sind, empfehlen die Experten den Einsatz von Erfahrungsaustausch mit Praktikern, Rollenspielen und Coaching. Die Auszubildereignungsprüfung wird in diesem Zusammenhang ebenfalls als wichtig erachtet. Zudem wird der Selbstschutz der Führungskräfte im Kontext des starken Strukturwandels als ein relevantes Thema gesehen.

ENGLISCH ALS SPRACHE DER WEINBRANCHE

Als sechste wesentliche Kompetenz wurden Sprachkenntnisse, insbesondere in Fach- und Business-Englisch, als unerlässliche Grundvoraussetzung genannt. Experten empfehlen, dass Hochschulen Vorlesungen und Seminare durch englischsprachige Dozenten anbieten sollten. »Idealerweise kann ein Oenologe Verhandlungen sicher in Englisch führen.« Viele Experten sind der Ansicht, dass Englisch mittlerweile die dominierende internationale Branchensprache ist und für die Kommunikation ausreicht. Weitere Fremdsprachen sind von Vorteil, werden jedoch von den meisten Interviewpartnern als »eher ein Hobby« betrachtet. Kleinere Betriebe ohne Auslandskontakte halten Sprachunterricht im Studium der Oenologie hingegen für weniger relevant.

ERWORBENE KOMPETENZEN IN DER PRAXIS EINSETZEN KÖNNEN

In den Interviews zeigt sich ein starker Zusammenhang zwischen den erforderlichen Kompetenzen (Dimension 3) und der praktischen beruflichen Qualifikation (Dimension 2). Die Experten sind sich einig, dass die Absolventen während des Studiums praktische Fähigkeiten und Kompetenzen erwerben müssen, die sie befähigen, den Beruf des Oenologen auszuüben.

KLASSISCHE VORSTELLUNG DES OENOLOGEN VERBUNDEN MIT UNTERNEHMERTUM

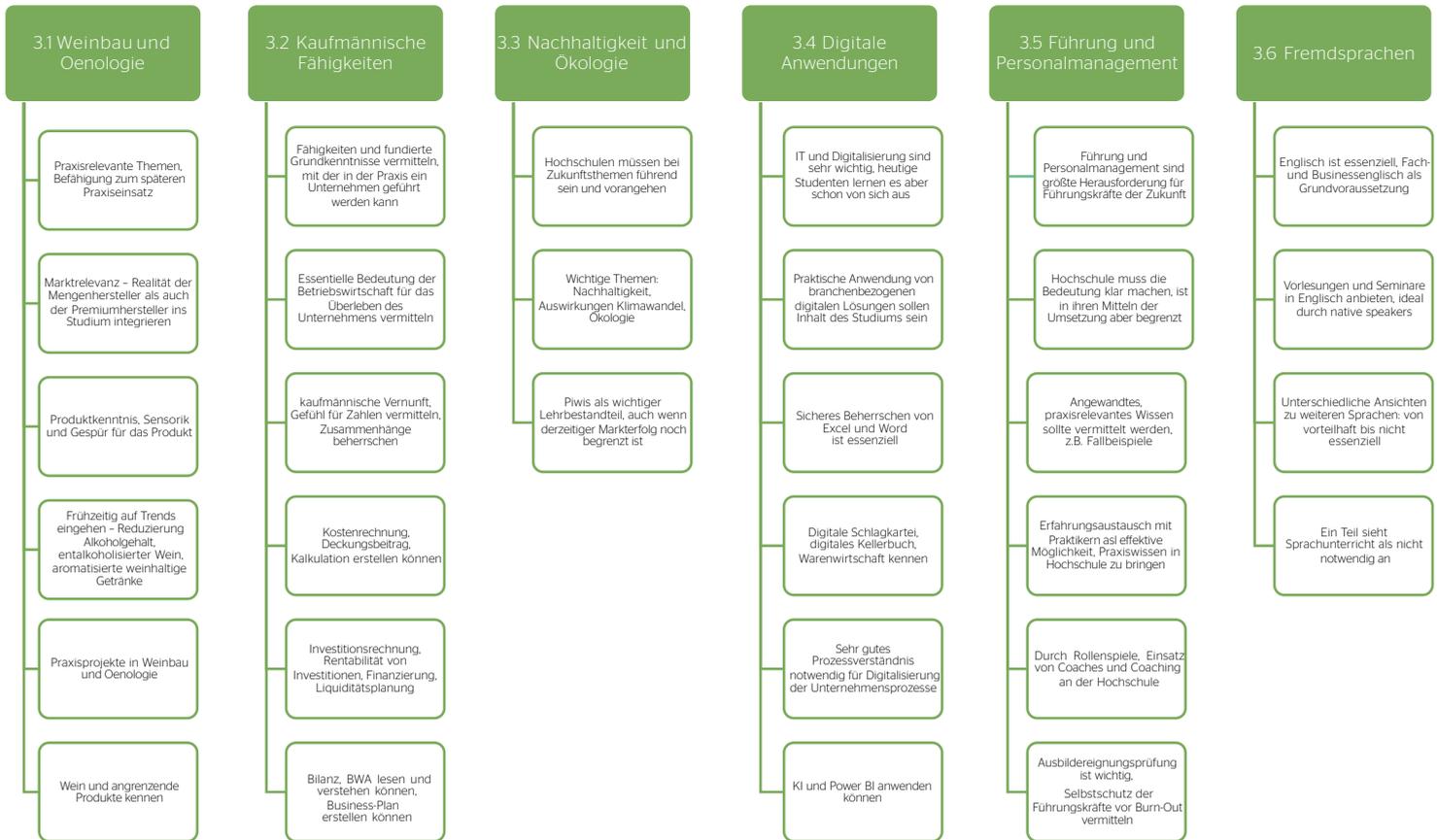
In den Interviews wurde deutlich, dass der Begriff des Oenologen nach wie vor hauptsächlich mit der traditionellen Kombination aus Weinbau und Oenologie assoziiert wird. Jedoch hat sich dieses Berufsbild inzwischen um eine starke unternehmerische Komponente erweitert, die die Führung von Betrieben und Mitarbeitern umfasst. Reine Vermarktungs- und Handelsaufgaben wurden von den Experten dagegen nicht automatisch mit dem Beruf des Oenologen in Verbindung gebracht. In der zweiten Befragungsphase wird die Bedeutung der Vermarktung jedoch eingehender beleuchtet werden.

ZUSAMMENFASSUNG DER NOTWENDIGEN KOMPETENZEN

Die angespannte wirtschaftliche Lage der Weinwirtschaft, der beschleunigte Strukturwandel und die notwendige Professionalisierung der Betriebe spiegeln sich in den Anforderungen an die Kompetenzen der Oenologen wider. Sowohl in Familienbetrieben als auch in Großunternehmen stehen Oenologen zunehmend vor unternehmerischen Herausforderungen. Aus Sicht der Experten müssen praktische Fähigkeiten in der Herstellung (Weinbau und Oenologie) marktrelevanter Produkte durch fundierte kaufmännische Kompetenzen und Führungskompetenzen ergänzt werden.

Während in den vergangenen Jahren der Fokus stark auf Weinbau und Oenologie lag - was zu einer allgemein hohen Produktqualität führte -, wird das Überleben der Betriebe zukünftig vor allem von den kaufmännischen Fähigkeiten ihrer Führungskräfte abhängen. Die Oenologen der Zukunft müssen die Anpassung an den Klimawandel ebenso bewältigen wie den Wandel zur

4 Kompetenzbereiche eines Oenologen der Zukunft



nachhaltigen Weinwirtschaft, in der Piwis eine zentrale Rolle spielen. Ebenso wichtig ist der sichere Umgang mit branchenbezogenen digitalen Anwendungen, um die betrieblichen Abläufe effizient steuern zu können.

ERSTE IMPLIKATIONEN FÜR DIE GESTALTUNG DES STUDIUMS

Die ersten Ergebnisse der Berufsfeldanalyse verdeutlichen, dass die Anforderungen an die Ausbildung zukünftiger Oenologen weit über reine Fachkompetenzen hinausgehen. In den Interviews wurden bereits konkrete Vorschläge zur Gestaltung des Studiums formuliert. So wünschen sich die Experten »ein interdisziplinäres Studium mit klarem Fokus auf Weinbau und Oenologie, das durch passende Lehrformate verstärkt wird.«

Ein zentraler Punkt ist die Förderung von Eigenverantwortung und Kreativität, indem Studierende eigene Projekte übernehmen und ihre Leistungsbereitschaft entsprechend gewürdigt wird. Die Experten betonen die Notwendigkeit, den wissen-

schaftlichen Hintergrund eng mit der Praxis zu verknüpfen und die Studierenden gezielt auf die Anforderungen der Berufswelt vorzubereiten. Idealerweise haben die Studierenden bereits vor Studienbeginn eine Ausbildung absolviert und bringen Praxiserfahrung mit, auf die sie im Studium aufbauen können. Die Herausforderung für die Hochschulen besteht darin, diese Voraussetzung klar zu kommunizieren.

PRAXISNÄHE UND INTERDISZIPLINARITÄT ALS KERNPUNKTE

Ein modernes Studienprogramm sollte aus Expertensicht interdisziplinäre Projekte umfassen, die von Weinbau über Analytik und Oenologie bis hin zur Vermarktung und wirtschaftlichen Bewertung reichen. Eine intensivere Einbindung der Unternehmen der Branche wird dabei als essenziell angesehen. Die Empfehlung lautet: »Weniger an den Hochschulen, mehr durch Kooperationen mit Betrieben und praxisori-

enterte Projekte.« Auch die Förderung der Innovationskraft ist ein wichtiges Ziel, beispielsweise durch Produktentwicklungen im Überschneidungsbereich von Oenologie und Getränketechnologie - idealerweise in Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen der Branche. ◀



Ihre Meinung zählt - Teilnahme an der Befragung Anfang 2025

Mit diesen ersten Ergebnissen kann die Diskussion in der Branche beginnen. Die nächste, quantitative Phase der Untersuchung wird Anfang 2025 in Form einer Onlinebefragung stattfinden und weitere Erkenntnisse liefern. Wir laden Sie herzlich zur Teilnahme ein, um die Anforderungen an die Oenologen der Zukunft gemeinsam noch besser zu verstehen und umzusetzen.