

# »ZURÜCK« IN DIE ZUKUNFT

Text und Bild: Prof. Marc Drefler, Anika Kost, Weincampus Neustadt

**ZUKUNFTSSERIE**  
**Studierende am**  
**Weincampus Neustadt**  
**beschäftigten sich mit der**  
**Zukunft der Weinbranche**  
**(ddw 9/16 und 15/16).**  
**Im dritten Teil kommen**  
**Experten zu Wort. Sie**  
**wagen einen Ausblick**  
**auf die kommenden vier**  
**Jahrzehnte.**

**D**ie Entwicklung weitreichender Zukunftsszenarien heißt in der Fachsprache »Foresighting«. Ein solcher Blick in die Zukunft bedarf visionärer Ansätze. Deshalb wurden neben Branchenexperten auch Zukunftsmanager und Trendforscher befragt. Ihre Einschätzungen inspirieren und geben Anlass zur Reflexion eigener Visionen.

Dr. Pero Mičić arbeitet seit über 25 Jahren als Zukunftsmanager, Autor und Berater. Er ist Vorstand der FutureManagementGroup AG in Eltville. Mičić ist davon überzeugt, dass Zukunftsmanagement eine der besten Investitionen für Unternehmen ist. Oft erfolgt es fast intuitiv, denn kein Winzer lebt ohne Zukunftsannahmen. Ist er beispielsweise der Meinung, der Markt und damit sein Weingut wird sich positiv entwickeln, zeigt er sich bereit, neue Mitarbeiter einzustellen und zu investieren. Bei Bedarf können extern getroffene Annahmen das Fundament der strategischen Entscheidung festigen.

## **DIE ZUKUNFT IST NOCH NICHT BEI ALLEN ANGEKOMMEN**

Dr. Mičić sieht für die Weinbranche sehr gute Zukunftschancen: »Deutsche Winzer sind innovativ und optimal ausgebildet. Sie gehen häufig andere Wege als ihre Eltern. Im Jahr 2050 wird es weiterhin einen großen Markt für Wein geben. Allerdings werden immer weniger Winzer diesen Markt bearbeiten. Einige werden auf Masse, andere auf Spezialitäten ausgerichtet sein. Im Ergebnis gibt es vermutlich deutlich mehr Vielfalt.« Einen großen Einfluss auf die Branche könnte das gestiegene Ernährungsbewusstsein haben. Fettleibigkeit und Krankheiten sollen



## WEIN STILLT DIE SEHNSUCHT DES MENSCHEN

Im Bereich Gentechnik sieht auch Dr. Ulrich Fischer, Professor für Oenologie und Sensorik am DLR Rheinpfalz, erfolgversprechende Fortschritte für die Weinbranche: Gene werden im natürlichen Genom stärker angeschaltet und verbessern über das biologische System die Weinbereitung. So kann mit Hefen, die beispielweise weniger Alkohol bilden, das gewünschte Weinprofil erzeugt werden. Angst vor einem uniform schmeckenden Massenprodukt muss der Verbraucher nicht haben. Der Mensch sucht auch weiterhin Vielfalt und neue Stimulanzen. Darüber hinaus werden technische Innovationen wie linguale Sensoren, die virtuelle Weinverkostungen ermöglichen, nur bedingt Einzug in die Weinwelt halten. Die komplexe chemische Vielfalt von Wein kann nach Erkenntnissen der Sinnesphysiologie nicht immateriell abgebildet werden.

Die Vision von transportkostensenkenden Weinkonzentraten in Kapseln, die, mit Wasser aufgefüllt, Convenience-Genuss versprechen, hält Uli Fischer für nicht realistisch, da zusätzlich zum Wasser auch 10 bis 15 Prozent Ethanol ergänzt werden müsste. Stattdessen werden eher solarbetriebene Schiffe das Thema Transportkosten marginalisieren.

Es wird auch weiterhin einen Parallelmarkt für authentische, traditionelle Weine geben, deren Anmutung, Qualität und Persönlichkeit nicht übertrag- oder nachbaubar sind. International renommierte Weine wie ein Riesling aus dem Forster Kirchenstück Riesling oder ein Château Lafite-Rothschild werden die vinologische Handwerkskunst auch zukünftig widerspiegeln.

Die Weltweinkarte wird sich massiv verändern. Aufgrund des Klimawandels wird es in den nächsten Jahrzehnten weltweit neue Weinanbaugebiete, mehr Weinkonsumenten und damit verbunden auch mehr Wein geben. Zukunftsmärkte werden China, Indien und der afrikanische Kontinent sein.

### BIBLISCHE DIMENSION

»Exklusivität ist nach wie vor wichtig, aber individuelle Angebote sind der Trigger für anspruchsvolle Menschen« meint Petra-Anna Herhoffer, Gründerin des Beratungs- und Trainingsinstituts für Luxus in München. Für die Ernährung in gehobenen Segmenten prognostiziert sie flüssige First-Class-Ernährung. So lassen sich Nährstoffe komprimierter konsumieren. »Mit den Mahlzeiten

reduziert werden. Wein könnte somit aufgrund seines Zucker-, Kalorien- und Alkoholgehaltes als Genussmittel unattraktiv werden. Dieses Szenario ist zwar aus heutiger Sicht nicht sehr wahrscheinlich, aber es wäre dennoch plausibel und ist deshalb als potenzielle, gefährliche Überraschung nicht auszuschließen. Gleichzeitig liegt hierin eine wachsende Chance und eine Nische für zuckerfreie Produkte, auch wenn das gegen die Winzertradition und gegen oenologische Grundannahmen verstößt. Die Kunden werden entscheiden. Pauschalierungen wie »der Kunde will...« sind gefährlich. Jeder Winzer tut gut daran, in eng umrissenen Teilzielgruppen zu denken und sie gezielt mit Produkten und Zusatzleistungen zu bedienen. Positive unvorhergesehene Entwicklungen könnten Technologieinnovationen sein wie die Gen-Schere »CRISPR« – Technik, die es ermöglicht, das Erbgut der Reben zu verändern und sie somit resistent gegen Schädlinge zu machen. Und zwar ganz ohne Einfügen fremden Erbguts.

» In Zeiten wachsenden Umweltbewusstseins und aus Kostengründen wird der möglichst niedrige Energiebedarf des Produktionsprozesses eine Rolle spielen

tituts für Luxus in München. Für die Ernährung in gehobenen Segmenten prognostiziert sie flüssige First-Class-Ernährung. So lassen sich Nährstoffe komprimierter konsumieren. »Mit den Mahlzeiten



**Besuchen Sie die Premiere des Kurzfilms »Ab in die Zukunft – Weinbranche 2050« am DWV-Gemeinschaftsstand (Atrium Eingang Ost) auf der Intervit Interfructa Hortitechnica**

## EXPERTENMEINUNG

Tehnologische Innovationen wie die Gen-Schere »CRISP« werden den Weinbau der Zukunft genau so beeinflussen wie die Klimaveränderung.



**Dr. Pero Mičić**  
FutureManagementGroup AG



**Prof. Dr. Ulrich Fischer**  
DLR Rheinpfalz



**Petra-Anna Herhoffer**  
INUX - Institut für Luxus



**Ulrich Willmes**  
Willmes GmbH



**Volker Freytag**  
Rebschule Freytag

werden wir weniger unsere Zunge verwöhnen als unsere Zellen tunen.« Eine Food Watch am Handgelenk, die die metabolische Balance sowie die Qualität und Herkunft der Lebensmittel angibt, wird Standard sein. Wein genießt ihrer Meinung nach aufgrund seiner Attribute wie Ehrlichkeit, Wahrhaftigkeit und seiner biblischen Dimension ein großes Potenzial für Exklusivität, bis hin zur Unantastbarkeit als Produktkategorie per se. Als Gegengewicht zur Schnelllebigkeit symbolisiert die Traubenverarbeitung: Fachwissen, Hingabe, Zeitaufwand und Nichtplanbarkeit kombiniert mit einem willkommenen Überraschungseffekt.

Ihr Tipp für die Weinbranche ist, schon heute über das Produkt hinauszudenken, denn das unmittelbare Erleben und die Beziehung zum Wein wird immer wichtiger. Dabei kann von der langen Tradition des Weinbaus profitiert werden. Auch der Manufakturgedanke erlaubt kreative Ansätze. Der Winzer als Urheber und Gestalter des Weins wird zunehmend wichtiger und spielt bei der Positionierung im Premium- und Luxussegment eine Schlüsselrolle als Identifikationsfigur. Als Marketinginstrument hält Herhoffer die Symbiose von Wein und Literatur für erfolgsversprechender als den Einsatz von Weinköniginnen als Testimonials. Wein könnte somit über intellektuelle Referenzpersonen beworben werden. Damit gäbe man ihm den Geist, den er in sich trägt.

## KEIN THERMOMIX FÜR WEIN

»In einer technisierten Welt wird die Sehnsucht nach natürlichen Produkten weiter wachsen«, sagt Ulrich Willmes, Geschäftsführer des Pressenherstellers Willmes aus Lorsch. Die junge Winzergeneration achte sehr darauf, die natürlichen Ressourcen und Besonderheiten ihrer Weinberge sichtbar und schmeckbar zu machen. Diese Arbeit, ist Willmes überzeugt, wird ihnen keine künstliche Intelligenz abnehmen können: »Einen Thermomix, der genau ansagt, wieviel Gramm von welcher Zutat ich jetzt einrühren soll, wird es für die qualitativ hochwertige Weinherstellung nicht geben.«

Für ihn kann es deshalb nur darum gehen, traditionelle handwerkliche Prozesse mit einfach zu bedienenden, hochwertigen Maschinen zu unterstützen. Außerdem werden sich Innovationen, wie die vertikale Entsaftung oder der Ersatz von Edelstahl durch andere Materialien weiter durchsetzen. »Wer es dann noch schafft, Traubenpressen länger als drei bis vier Wochen im Jahr auszulasten, der stößt die Tür zu einem ganz neuen Zukunftsmarkt auf.«

## ANPASSUNG AN KLIMA UND ZEITGEIST

In der Rebzüchtung wird sich der Klimawandel am stärksten auswirken. Volker Freytag, Inhaber der gleichnamigen Rebschule, prognostiziert mehr spätreifende Sorten mit angepasstem Säureniveau. Sorten und Klone, die hohe Weinqualitäten bei einem sinnvollen Ertragsniveau ermöglichen, waren schon immer gefragt. Zukünftig wird es stärker in

» Neben den pilzwiderstandsfähigen Sorten werden auch internationale Sorten weiter auf dem Vormarsch sein

Richtung der Rebsorten gehen, die durch eine lockere Traubenstruktur und dickere Beerenhäute robuster gegen Fäulnis und Krankheiten sind und zusätzlich mit weniger Pflanzenschutzmitteln auskommen. »Wir Rebenzüchter sind gefordert in der Selektion klassischer Klone und parallel in der Züchtung neuer Sorten. Sie werden den traditionellen deutschen Sortenspiegel ergänzen. Zukunftsgerichtet brauchen wir experimentierfreudige und aufgeschlossene Menschen auf allen Seiten - sowohl bei Winzern und Verbrauchern, als auch in Forschung und Politik.«

Volker Freytag vermutet, dass die Züchtung durch historisch-klassische Kreuzung auch zukünftig Vorrang vor dem direkten Eingriff durch die Gentechnik haben wird. »Allerdings können wir uns die Genanalytik zunutze machen. Eine Marker-gestützte Selektion der klassischen Sämlinge kann uns einen echten Quantensprung in der sehr zeitintensiven Züchtung verschaffen und die Marktfähigkeit neuer Sorten beschleunigen.«

## KREATIV IN DIE ZUKUNFT

Die Gespräche mit den Experten machen deutlich, dass Überlegungen zu Zukunftsszenarien nicht nur ein kreativer Akt sind, sondern, dass sie durchaus Impulse für strategische Entscheidungen liefern können. Auch wenn niemand die Zukunft vorhersehen kann, sollten Überlegungen hierzu erlaubt sein. Nach zwölf Monaten fortwährender Recherche, Projektion und Szenarienentwicklung findet das Projekt »Weinbranche 2050« seinen medialen Höhepunkt auf der Messe Intervitis vom 27. bis 30. November 2016. Als Kooperationspartner des Deutschen Weinbauverbandes wird der Weincampus Neustadt den Film »Ab in die Zukunft – Weinbranche 2050« durchgehend am Gemeinschaftsstand zeigen. Der Kurzfilm wird die Erkenntnisse in unterhaltsamer Weise zusammenfassen und mit technischen Effekten sowie futuristischem Bildmaterial veranschaulichen. Im Nachgang stehen Dozenten und Studierende für eine fachliche Diskussion bereit. ◀