

Goldener Wingertsknorzen für „Wein gegen Rassismus“

03.02.2022
RE 60

Studentisches Projekt mit hoher gesellschaftlicher Relevanz / Digitalisierung und neue Medien in der Weinbranche

Mit den Auswirkungen von Digitalisierung und neuen Medien auf die Getränkebranche haben sich im Wintersemester 2021/2022 wieder Studierende der Hochschule Geisenheim University (HGU) befasst. Gemeinsam mit erfahrenen Lehrbeauftragten aus der Praxis bearbeiteten sie unterschiedlichste Themenbereiche. Am letzten Freitag stellten acht Gruppen ihre Ergebnisse in einer Online-Präsentation vor.

Geisenheim. (hhs) – Als symbolischen Anreiz hatte die Hochschule einmal mehr den „Goldenen Wingertsknorzen“ ausgelobt. Der Bund Deutscher Oenologen stiftete dazu ein Preisgeld von 150 Euro; diese Summe ist angelehnt an das Jubiläum zum 150-jährigen Bestehen, das die Hochschule in diesem Jahr feiern will. Knapper Sieger wurde die Gruppe „Wein gegen Rassismus.“ „Anstoßen statt Ausgrenzen“ hatten die von Joachim Stange und Lukas Krauß betreuten Studentinnen und Studenten als Leitmotiv für ihr Projekt gewählt – und

trafen damit sowohl mit dem Thema als auch mit ihrer Präsentation den Nerv der gut 140 Zuhörer, die sich in das „Webinar“ eingeklinkt hatten. Wie wichtig das Thema auch für die Hochschule ist, unterstrich schon Moderator Robert Lönarz bei der Vorstellung des Projekts: „Die Hochschule wird ein eigenes Büro einrichten, das sich mit dem Thema Rassismus befasst.“ Die beiden Lehrbeauftragten stehen für die Initiative, die unter dem Hashtag #weingegenrassismus Winzer, Weinhändler und Weinliebhaber hinter sich versammelt haben, um sich für Weltoffenheit und gegen Rassismus zu positionieren. Lukas Krauß ist Chef bei der – ebenfalls in der Pfalz ansässigen – Werbeagentur „Medienagenten“, die PR-Arbeit für führende deutsche Winzer macht. Im Rheingau engagiert sich u.a. das Lorcher Weingut Mohr für die Initiative. In einer viel beachteten Aktion lud Joachim Neher im letzten Jahr Bewohner der Lorcher Flüchtlingsunterkunft ein, um ihnen durch eine Führung das Weingut samt Keller und Weinbergen vorzustellen. Der Hauptgedanke von Neher und seiner Frau

Begrüßung

Robert Lönarz
Moderator und Lehrauftrag

Leiter Kommunikation und Hochschulbeziehungen
Ehem. Vize-Präsident Bund Deutscher Oenologen e.V.
Präsident der

- VEG – Geisenheim Alumni Association e.V.
- UENFW - Union of European national football teams of winemakers e.V.
- WEINELF Deutschland e.V.

Tina Kissinger

Presse- u. Medien-Referentin
Vorstandsreferat Kommunikation Bund Deutscher Oenologen e.V.
Redaktionsleitung DER OENOLOGE

Woody T. Horner
FILM AGENTUR
RHEINGAU

Hochschule Geisenheim University
Web-Seminar des Bund Deutscher Oenologen

„Live aus dem Studio 1 der Waas’schen Fabrik“ moderierten und koordinierten Robert Lönarz, Medienreferentin Tina Kissinger und Woody T. Horner das Webinar zum Thema Digitalisierung und neue Medien in der Weinbranche.

Saynur Sonkaya-Neher war es seinerzeit, den 40 Besuchern aus Syrien, Albanien, Irak, Eritrea und Algerien ihre neue Umgebung zu zeigen und sie mit den arbeitenden Menschen vor Ort bekannt zu machen. „Auch dieses Projekt ist ein wunderbares Beispiel für die Initiative, die viele Leute in der Wein- und anderen Branchen ergreifen. Davon muss man

sich inspirieren lassen, um selbst mal über seinen Schatten zu springen und Kontakt aufzubauen“, erklärte dazu Lukas Krauß. Am 7. April werden Lukas Krauß und Joachim Stange gemeinsam mit der Hochschule eine Veranstaltung anbieten, für die sich Interessenten auch online anmelden können. Näheres unter <https://www.weingegenrassismus.de>

mus.de. Dann soll es ab 17.30 Uhr Vorträge zum Thema „Rassismus, Ausbeutung und Diskriminierung in der Weinbranche und Landwirtschaft“ geben.

6glasses1bottle

Die Gruppe „Wein gegen Rassismus“ setzte sich – nach spannenden und hochinformativen Vorträgen – knapp vor der Gruppe „Content Boost“ durch. 20 Prozent der Zuschauer der Präsentation votierten für den Sieger, 19 Prozent für das Projekt mit dem englischen Titel, das sich mit der Optimierung von Internet-Seiten zur besseren Auffindbarkeit durch Suchmaschinen befasste. Auch das Beispiel, das sich die von Robert Lönarz betreuten Zweitplatzierten ausgesucht hatten, zeigte einen engen Bezug zur Praxis: Es ging darum, das mittlerweile fest etablierte Projekt „6glasses1bottle“ noch bekannter zu machen. Von einer Optimierung der Homepage über Aktivitäten in den sozialen Netzwerken bis hin zu Werbemaßnahmen vor Ort stellten die Studierenden ihre Ideen vor, die teilweise bereits mit Erfolg umgesetzt wurden. „6glasses1bottle“ hatte im letzten Jahr den „Goldenen Wingertsknorzen“ gewonnen. Bei dem online-Projekt werden in regelmäßigen Abständen Weinregionen der Welt vorgestellt: Eine Winzerin oder ein Winzer präsentiert einen Wein, vier Prominente und Experten verkosten den Wein zuhause und tauschen sich aus. Moderiert wird das Ganze vom SWR-Fernsehjournalisten Martin Seidler, dem sechsten Teilnehmer des „Weintalks“. Interessenten können im Vorfeld den jeweiligen Wein ordern und sich im Live-Chat an der Diskussion beteiligen. „6glasses1bottle“ gilt als Musterbeispiel für die Umsetzung einer studentischen Idee in die Praxis. Am kommenden Sonntag (6. Februar) findet übrigens ab 18 Uhr die nächste Veranstaltung statt. (Online unter <https://www.6glasses1bottle.de>). Claudia Schug aus dem Sonoma Valley in Kalifornien wird ihren 2017er Sonoma Coast Pinot Noir vorstellen. Der Name Schug dürfte im Rheingau noch vielen bekannt sein; stammt doch der 1935 geborene Gründer des Weinguts Walter Schug aus Assmannshausen. Sein Vater war dort langjähriger Verwalter der dortigen Rotweindomäne der Staatsweingüter. In Kalifornien nutzte Walter Schug sein Wein-Wissen und seine Erfahrung rund um den Spätburgunder und gründete vor mehr als 40 Jahren seine eigene „Schug Carneros Estate Winery“.

Vermarktung

Eben jener Martin Seidler, der seine TV-Erfahrung als Moderator bei „6glasses1bottle“ einbringt, ist mittlerweile auch Lehrbeauftragter an der Hochschule Geisenheim University. Mit seiner Gruppe belegte der Fernsehjournalist den dritten Platz mit 16 Prozent der abgegebenen Stimmen. Seidler machte seine Schützlinge mit Aspekten von Moderationen vertraut. Technische Hilfestellung lieferte Woo-

1. Goldener Wingertsknorzen 2022 Gewinner ist:

ONLINE-Shop / Backstage-Event 6glasses1bottle	9%
Wein gegen Rassismus	20%
Moderation und Präsentation - ein praxisnaher Einblick in die Fernseharbeit	16%
E-Commerce-Fotografie / Produktfotografie	14%
Story telling in Social Media	5%
"Content creation" am Beispiel 6glasses1bottle	8%
Planung, Aufbau und Management der digitalen Weinschatzkammer der Geisenheimer	11%
Content Boost (SEO) am Beispiel 6glasses1bottle	19%

Knappe Ergebnis: Nach der online-Stimmabgabe wurde die Gruppe „Wein gegen Rassismus“ Gewinner des „Goldenen Wingertsknorzen.“

dy T. Herner von der Filmagentur Rheingau, der Vorstellung und Interviews mit Rheingauer Wein-Promis aufzeichnete. Gerade diese Form der Präsentation wurde in den letzten beiden Jahren immer bedeutender – ohne persönliche Kontakte war es umso wichtiger für die Winzer, sich

möglichst originell und positiv vorzustellen und bei den Kunden Interesse an ihren Produkten zu wecken. Aber nicht nur im täglichen Geschäft der Winzer hat Corona tiefe Spuren hinterlassen. Auch im Hochschulbereich selbst sei die Lehre nur unter erschwerten Bedingungen möglich ge-



Ernstes Thema mit Humor präsentiert: „Engagement kann so gut aussehen“ freute sich das WGR (Wein gegen Rassismus)-Team.



Freude bei den Gewinnern: Jochen Stange (oben links) und Lukas Krauß (Mitte links) und ihr Team.

wesen, bedauerte Prof. Dr. Jürgen Jaki, der als Modulverantwortlicher „Informationstechnologie“ neben Robert Lönarz für das Gesamtprojekt verantwortlich zeichnete. Jaki nannte u.a. eine für Geisenheimer Verhältnisse ungewohnt hohe Zahl von Studienabrechern. Umso wichtiger seien fachübergreifende Themen, wie sie Lönarz für die Erstsemester mit dem Medienprojekt und der Digitalisierung in der Weinbranche aufgreife.

Vielfältig

Weitere Projekte waren z.B. der Aufbau eines online-Shops, am Beispiel des bereits beschriebenen Projektes „6glasses1bottle“. Betreut wurde das Thema von Julius Coenen – ein ehemaliger Student der HGU, der in seiner Studienzeit selbst beim Aufbau der Plattform beteiligt war. Außerdem ein Fotokurs „E-Commerce-Fotografie, Produktfotografie“ mit dem Fotografen Sebastian Matthias. Interessant auch die Projekte „Story telling in Social Media“ mit Wolfgang Junglas und „Content creation am Beispiel 6glasses1bottle“ mit dem Kommunikationsspezialisten Frank Schulz, der hauptberuflich beim Deutschen Weininstitut tätig ist. Mit „Planung, Aufbau und Management der digitalen Weinschatzkammer“ im Unikeller der Hochschule war schließlich Robert Lönarz in einem weiteren Projekt eingebunden. Als nach gut drei Stunden die HGU-Medienreferentin Tina Kissinger die Abstimmung durchgeführt und den Sieger verkündet hatte, mischte sich in die Freude über die gelungene Veranstaltung etwas Wehmut, dass dies die letzte ihre Art war. Künftig wird es das Modul und den „Goldenen Wingertsknorzen“ nicht mehr geben, weil Studiengänge neu strukturiert werden. Unabhängig davon wird aber der Umgang mit digitalen Medien eher noch verstärkt gelehrt werden.