

## 1) Frauen in der Deutschen Weinwirtschaft

- Früher: Frauen als „Helferinnen“
- Heute: „Winzerinnen sind die neuen Winzer“?
  - Zahl weiblicher Betriebsnachfolger steigt
  - Ca. 1/3 des Winzernachwuchses ist weiblich (Ausbildung und Studium)
  - Stärkere Frauenpräsenz in Marketing & Vertrieb: ca. 1/2 aller Nachwuchskräfte ist weiblich
- Bsp. für selbstbewusst Weinfrauen: „Vinissima – Frauen und Wein e.V.“
  - Netzwerk mit über 400 Mitgliedern
  - betont fachliche Ausrichtung
- *Fazit: Frauen werden in der Weinwirtschaft in allen Bereichen akzeptiert. Die Produktion ist zwar immer noch eine Männerdomäne, doch eine selbstbewusste Winzerinnengeneration will in Weinberg und Keller gleichberechtigt mit anpacken. Viele Frauen sehen Ihre Stärken aber eher im Vermarktungsbereich.*

## 2) Das Amt der Deutschen Weinkönigin

- Früher: Traubenkrone, Zepter, Dirndl, Weinrömer, Weinsprüche, Walzer...
- Heute: moderne Weinfachfrau und wirksames Marketinginstrument
  - ca. 200 Einsatztage mit teils mehreren Terminen – Full-Time Job
  - davon ca. 1/4 im Ausland: Schwerpunkte Asien, Nordamerika und Europa
  - Aufgaben: Messen, Seminare, Verkostungen, Moderationen, Presstertermine, Fotoshootings und und und
- Die Wahl der Deutschen Weinkönigin
  - Vorentscheid mit 13 Gebietsweinköniginnen
  - Finale mit 6 Finalistinnen als Live-Übertragung im SWR
  - Fachfragen, Englisch-Kompetenz, Blindverkostung, rhetorische Tests
- Die Resonanz auf das Amt
  - Ca. 1,5 Mio. Fernsehzuschauer (in der Spitze) am Wahltag
  - Ca. 3000 Presseartikel jährlich, 300 Mio. Leserreichweite
  - Facebook-Fanpage mit ca. 8000 Fans
- *Fazit: Seit 1949 die erste Deutsche Weinkönigin gewählt wurde, hat sich einiges getan. Heute ist sie, trotz aller Klischees, als moderne Weinfachfrau wahrgenommen, die nicht nur nett lächelt, sondern auch eine hohe Weinkompetenz besitzt. Die positive Resonanz in der Presse und vor allem bei den Auslandsauftritten spricht dafür, dass das traditionelle Amt den Sprung in die Moderne geschafft hat.*