

# › DIGITALES NACHHALTIGKEITS-MANAGEMENT FÜR DIE WEINBRANCHE

EIP-AGRI „KLIMAWANDEL, DIGITALISIERUNG UND NACHHALTIGKEIT“  
(KLIDINA) - PROJEKTLAUFZEIT 2023-24

17. Januar 2024

# AGENDA

---

- Einführung
  - OPG KliDiNa: Projekt & Team
  - Ausgangslage und Problemstellung
- Zielsetzungen der Teilprojekte
- Vorstellung der Projektteile
  - Teil I: Nachhaltigkeitsmanagement-Software
  - Teil II: Marktforschung



# EIP-AGRI PROJEKT PROJEKTPARTNER

## KOOPERATIONSPARTNER

### WISSENSCHAFT



### BETRIEBE



### VERBÄNDE



# AUSGANGSSITUATION

- Nachhaltigkeit sehr wichtig und präsent für Verbraucher
- Begriff abstrakt, unklar und nicht transparent
- Druck wichtiger Marktteilnehmer auf Betriebe (Einzelhandel, Alkoholmonopole)



- Starker Abhängigkeit der Winzer von der Natur
- Direkt betroffen vom Klimawandel
- Winzer müssen sich niederschwellig informieren + positionieren.

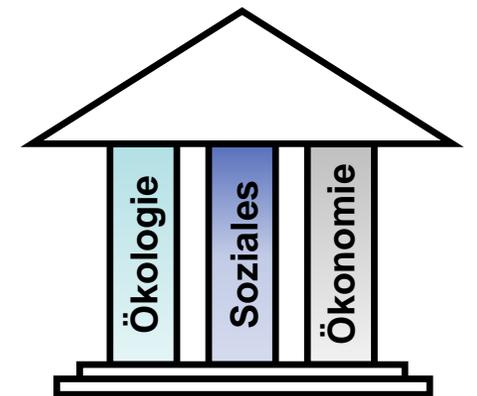


Es fehlt ein transparentes, frei zugängliches, wissenschaftlich fundiertes Tool zur Selbsteinschätzung für den deutschen Weinbau um das Thema **Nachhaltigkeit in die Branche zu tragen**



# DAS NACHHALTIGKEITSSIEGEL FAIRCHOICE®

- **Entwickelt 2010** im Rahmen eines BLE-Förderprogramms am DINE e.V.
- **Erstes deutsches Siegel** für Nachhaltigen Weinbau
- Ziel war ein **pragmatisches, praxisnahes** Nachhaltigkeitsbewertungssystem
- **Transparenz** für Konsumenten und Betriebe
- Erarbeitet von Wissenschaftlern der HHN, Betriebswirten und Winzern
- **Gemeinnütziger Verein & nicht gewinnorientiert**



# EIP-AGRI PROJEKT „KLIMAWANDEL, DIGITALISIERUNG UND NACHHALTIGKEIT“

## PROJEKTTEILE

I

*Management*

Entwicklung des ersten deutschen digitalen Nachhaltigkeitsmanagementsystems inklusive einer frei zugänglichen Selbsteinschätzung  
 Überarbeitung und Harmonisierung der Kriterien  
 Erarbeitung von Synergien und Schnittstellen

TRANSPARENZ  
 ANWENDERFREUNDLICHKEIT

II

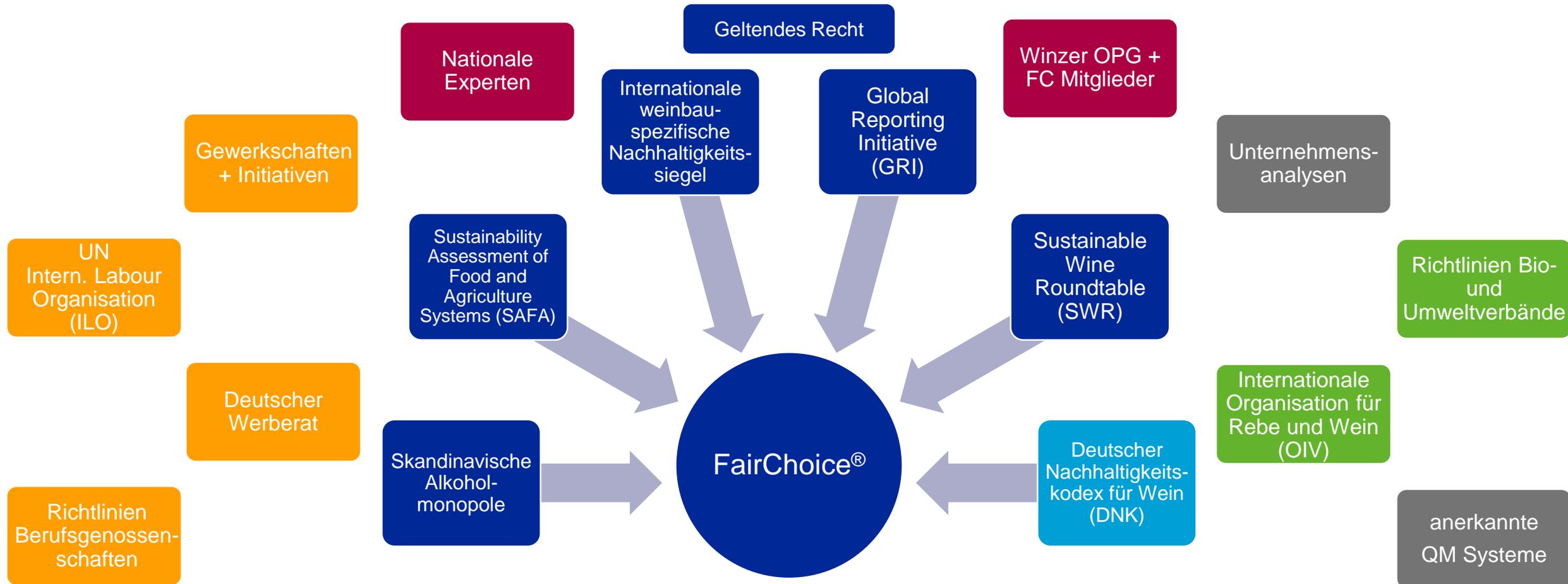
Kommunikationsstrategie an die Endverbraucher  
 Forschung und Handlungsempfehlungen  
 Marketingkonzeption

*Kommunikation*

KOMMUNIKATION  
 MARKENENTWICKLUNG

# PROJEKTTEIL I

## FACHLICHE BASIS DER KRITERIEN





# PROJEKTTEIL I

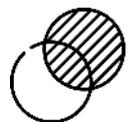
## NACHHALTIGKEITSKATEGORIEN

<b>Ökologie</b> <b>62 Kriterien</b> 	<b>Soziales</b> <b>36 Kriterien</b> 	<b>Ökonomie</b> <b>11 Kriterien</b> 
CO <sub>2</sub> -Bilanz	Mitarbeitendenverantwortung	Unternehmensanalyse
Wasserverbrauch	Mitarbeitendenförderung	Risikomanagement
Energieeinsatz	Entlohnung und Leistungen	Investitionen
<del>Bodenmanagement</del>	<del>Saisonarbeitskräfte</del>	Unternehmensführung
<del>Pflanzenschutz</del>	Arbeitssicherheit	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; display: inline-block;"> <p><b>Grunddatenbasierter Fragenkatalog</b></p> </div>
<del>Biodiversität</del>	Gesellschaftliches Engagement	
Abfüllung/Verpackung	Gesetzeskonformität	
Lagerung/Abfallmanagement	Faire Handelsbeziehungen	

# PROJEKTTEIL I

## GRUNDGEDANKEN FÜR DIE ENTWICKLUNG

---



Transparent

öffentlich, transparent zur Selbsteinschätzung



Anwenderfreundlich

einfach, intuitiv zum eigenständigen Erarbeiten, mit Kommentier- und Ablagefunktionen



Umfassend

Kriterienkatalog, Auditierung, Zertifikat, Auswertung, Berichterstellung



Informativ

Mit einfacher Beratungsfunktion und Weiterentwicklungsvorschlägen



Flexibel

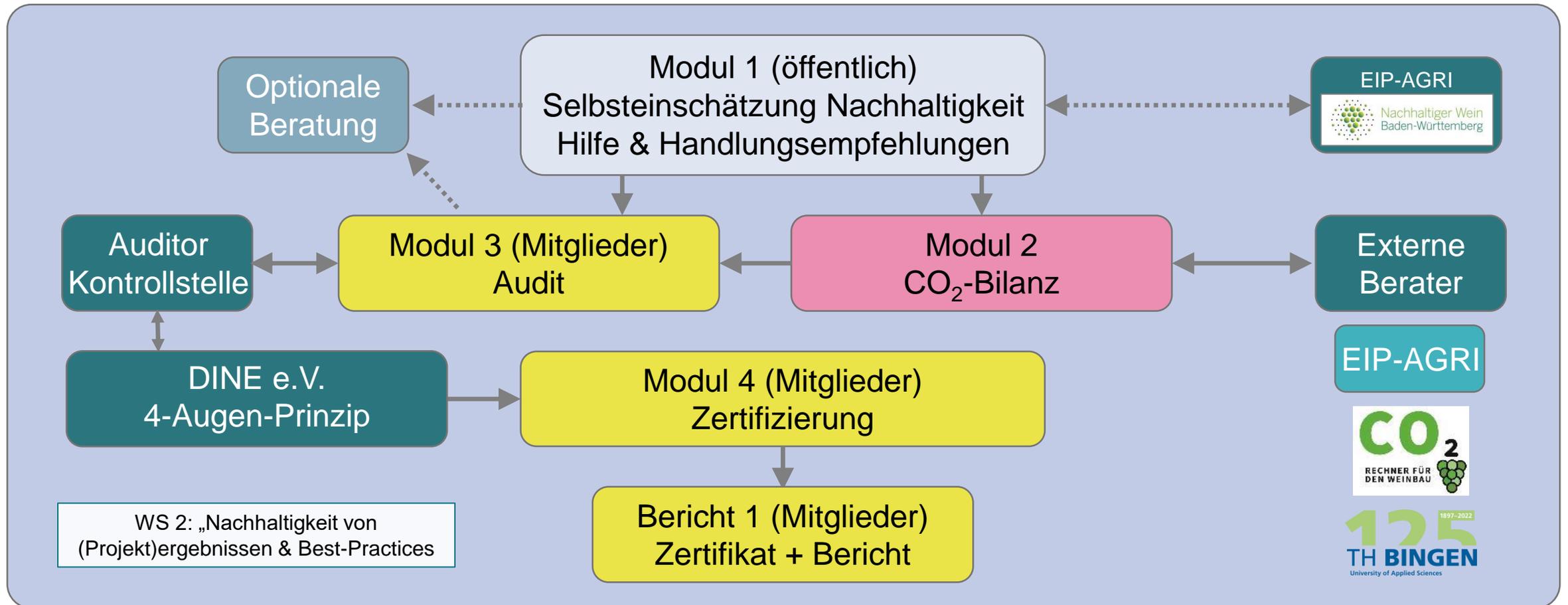
Für alle Anwendertypen (Selbstvermarkter, Genossenschaften, Kellereien, Lieferanten)

# PROJEKTTEIL I

## ZERTIFIZIEREN ODER NICHT ZERTIFIZIEREN?

Anonymer User	oder	Teilnehmer der Zertifizierung
Anmeldung anonym	<b>ANONYM</b>	<b>TEILNEHMER</b> Zertifikatsnutzungsrechte
Kostenlos		Voller Zugriff auf alle Dokumente
Zugriff auf Fragenkataloge für Einzelbetriebe		Unabhängig kontrolliert Nachhaltig nach FairChoice Kriterien
Zugriff auf Hilfefunktionen & Links		Erstellen komplexer Zuliefererstrukturen
Zugriff auf viele der Dokumente & Vorlagen		Benchmarking mit anderen Betrieben
Bewertung nach FairChoice Kriterien		Mitgliedschaft in der FairChoice Community
Fließender Wechsel in Zertifizierung möglich		

# PROJEKTTEIL I SOFTWARE ÜBERBLICK



# PROJEKTTEIL II

## KONSUMENTENFORSCHUNG & MARKENAUFTRITT



### Ziele

1. **Erkenntnisgewinn**  
Weinkonsument\*innen in Deutschland → Wein & Nachhaltigkeit  
→ Handlungsempfehlungen Kommunikation für Weinbaubetriebe
2. **Evaluation & Aktualisierung Markenauftritt**  
FairChoice® (Logo)



### Vorgehen

1. **Qualitative Vorstudie 2023:**  
„Deep Dive“ | Sammlung von Meinungen, Motiven, Verhaltensweisen und Erwartungen zum Thema „Nachhaltiger Wein“ + **Designtest Logoentwürfe** ✓  
→ Aktuell: finale Auswertung
2. **Quantitative Hauptstudie 2024**



### Aufbau

1. **Qualitative Vorstudie:**
  - fünf Gruppendiskussionen à 2h mit je 6 Teilnehmer\*innen
  - im August 2023, Frankfurt am Main (Urbanes Umfeld) ✓
2. **Quantitative Studie:**  
repräsentativ, Online-Umfrage

# DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

Dr. Felix Haesler  
Projektmanager Nachhaltiger Weinbau  
Hochschule Heilbronn + DINE e.V.  
[haesler@dine-heilbronn.de](mailto:haesler@dine-heilbronn.de)