

Zusammenfassung zur Diploma Thesis  
Optimierung der Sichtbarkeit von Winzerinnen  
Marie-Christine Chiodo , Kandidatennummer 220029

---

### Motivation

In meinem Beruf als Vinothekarin und Sommelière ist es mir immer wieder aufgefallen, dass Kund:innen und Gäste kaum etwas über Frauen in der Weinwelt wissen. Sie gehen bei fast jeder gekauften oder konsumierten Weinflasche davon aus, dass den Inhalt ein Mann produziert hat.

Wann immer ich mich mit ihnen über Wein unterhalte, erzählen sie meistens von Besuchen bei Winzern, getrunkenen Weinen von Winzern und Sommeliers, die sie beraten. Alles Männer.

Ich selber habe sehr viele Weine von Frauen im Sortiment und merke auch, dass Kund:innen immer wieder überrascht sind, wenn der Wein einer Frau einen kräftigen Stil hat oder sie gar von der Qualität überzeugt. Natürlich ist das nicht immer der Fall, aber es kommt regelmäßig vor. Mir fällt auf, dass eine große Voreingenommenheit gegenüber der Weinproduktion herrscht. Viele meinen zum Beispiel, dass die Arbeit als Winzerin zu körperlich anstrengend für eine Frau sei. Und genau hier hat die Motivation meiner Arbeit begonnen. Ich möchte mit den Stereotypen aufräumen und die Sichtbarkeit von Winzerinnen optimieren.

### Fragestellung und Zielsetzung

Es gibt genügend erfolgreiche weibliche Persönlichkeiten in der Weinwelt, die durchaus sichtbar sind, so viel ist klar. Meine Fragen waren eher:

Wie haben sie das geschafft? Was unterscheidet sie von Winzerinnen, die weniger sichtbar sind? Gibt es Raum für Verbesserungen? Sind es wirklich so wenige Frauen, wie man vermutet? Wie sieht es in den Ausbildungsstätten aus? Ich wollte herausfinden, wie Frauen es geschafft haben, erfolgreich zu sein und wie man Sichtbarkeit von Winzerinnen generell optimieren kann.

Außerdem, ob denn überhaupt ein Bedarf an einer Optimierung besteht und wenn ja, was für Chancen mit ihr einhergehen würden.

### Methodik

Die Grundlage der Diplomarbeit beruht auf vielen persönlichen Gesprächen mit Winzerinnen, Fachpersonal der Weinbranche, einer Umfrage zum Thema „Frauen in der Weinwelt“, in der 100 Konsument:innen befragt wurden und Zahlen aus Ausbildungsstätten für Önologie und Weinbau, die zeigen, wie sich der Frauenanteil in den vergangenen Jahren entwickelt hat.

Zudem wurden aufwendige Recherchen in Internet, Medien und Social Media durchgeführt.

## Inhalt

Folgende Punkte wurden in der Diplomaarbeit behandelt:

1. Einleitung zum Thema und Geschichtliches
2. Wie hoch ist der Frauenanteil in der Branche?
3. Wie sichtbar sind Winzerinnen aktuell?
4. Umfrage in der Gesellschaft über Sichtbarkeit von Winzerinnen
5. Interviews mit Winzerinnen
6. Wie hoch ist der Bedarf an einer Optimierung der Sichtbarkeit von Winzerinnen?
7. Methoden zur Optimierung der Sichtbarkeit von Winzerinnen
8. Chancen durch Optimierung der Sichtbarkeit von Winzerinnen

## Fazit

Seit jeher tragen Winzerinnen maßgeblich an der der Einführung neuer Perspektiven und Innovationen in der Weinherstellung bei.

Durch verschiedene Einflüsse und Faktoren wie Bildung, Aufbau von Netzwerken, hervorragende Leistung und letztendlich Mut, Authentizität und Widerstandsfähigkeit, haben Frauen es geschafft sich in der „Männerdomäne“ zu behaupten und einen berechtigten Platz einzunehmen.

Die Sichtbarkeit von Winzerinnen ist in den vergangenen Jahren klar gestiegen.

Trotzdem ist eine Optimierung der Sichtbarkeit von Nöten, um für eine Verwirklichung der Gleichstellung zu sorgen, damit die Branche nicht mehr als „die Männerdomäne“ bezeichnet wird und auch dafür, dass eine Winzerin nicht mehr als die Ausnahme gesehen wird. Frauen sollten nicht mehr den Druck verspüren, mehr wissen zu müssen, als ihre männlichen Kollegen und außerdem sollte eine Winzerin nicht mehr gefragt werden, „wer die Presse einschaltet“.

Sie sollten bei einem Interview nicht mehr als erstes gefragt werden, wie es ist, als Frau Wein zu produzieren und wie sie Familie und Weingut unter einen Hut bringen, sondern dazu befragt werden, wofür sie stehen: fürs Weinmachen!

Und genau dafür, bedarf es an einer qualitativen Verbesserung der Sichtbarkeit.

Wir sind auf einem guten Weg, denn Bildungseinrichtungen sind unbestreitbar integrativer geworden. Außerdem ist die Gemeinschaft der Frauen in der Weinbranche stärker und unterstützender als je zuvor und betreut mit ihrem Wissen und ihren Erfahrungen die nächste Generation.

Aber um wirklich Gleichberechtigung und Inklusion der Geschlechter in allen Sektoren und Ebenen der Weinbranche zu schaffen, braucht es schlichtweg etwas mehr, wie zum Beispiel sichtbare Rollenvorbilder.