

# Online- Show

## SCHWERPUNKT der 1. AgrarWinterTage-Online- Ausstellung: herbizidlose Unterstockbewirtschaftung.

**Text und Abbildungen:** Mathias Porten und  
Daniel Regnery, DLR Mosel

**D**ie Zeiten ändern sich und das zeigte sich auch bei der traditionellen Messe in Nieder-Olm, die eigentlich im ursprünglich neu angedachten Format in Mainz hätte stattfinden sollen. Aufgrund der Pandemie haben sich jedoch die Veranstalter kurzerhand für eine digitale Ausrichtung entschieden, wobei »im digitalen Raum« anstatt der sonst üblichen etwa 450 Aussteller nun nur 80 teilgenommen hatten.

Einige führende Unternehmen, die ansonsten immer dabei waren, haben dieses digitale Forum nicht genutzt. Dies ist aufgrund des attraktiven Angebots durch die Ausstellungsleitung und der gut gestalteten Plattform, die den Unternehmen zur Verfügung gestellt wurde, zunächst unverständlich. So war der digitale Raum für jede Firma gleichartig gestaltet und wies einem Messestand ähnlichen Aufbau und Aussehen auf. Dabei waren jeweils zwei Rollups, ein Videobildschirm und ein Prospektständer in der Online-Darstellung zu sehen. Durch Anklicken auf die Symbole oder den Gestaltungs-

merkmalen konnte man entweder Infomaterial herunterladen oder sich Bilder und Videoclips der Firmen anschauen. Bei diesen Videos und Bildern wurden zum Teil Standard-Unternehmensvideos gezeigt, die den Betrieb vorstellen, teilweise wurden einzelne Produkte vorgestellt. Weiterhin wurden Videosequenzen gezeigt, etwa bei der Bewirtschaftung im Weinberg oder bei der Arbeit im Keller. Die Videos, die bei einem solchen Format im Mittelpunkt stehen waren von unterschiedlicher Qualität und reichten von einfachen Handykamera- und Drohnenaufnahmen bis hin zu profihaft gestalteten Kleinstfilmsequenzen. Je nach Unternehmensausrichtung und -kultur wurde von den einzelnen Unternehmen in diesem Bereich ein mehr oder minder starker

Schwerpunkt gelegt, der sich auch in deren jeweiligen Präsenz auf der digitalen Plattform widerspiegelte. Bei den meisten Unternehmen scheint aber bei der digitalen Präsenz - besonders hinsichtlich der kleinen Trailer - noch Luft nach oben zu sein. Besonders stark verdeutlichte sich dieser Eindruck bei der Präsentation der Produkte an sich. Manche Unternehmen boten lediglich Fachinformationen und Bilder sowie Standardprospekte an, bei anderen konnten räumliche Ansichten betrachtet werden.

Wenn es schon im Consumer-Bereich - nicht nur bei den bekanntesten Vermarktungsplattformen - üblich ist, dass Produktbilder oder -ansichten im räumlichen Raum gedreht werden können, dass Details besser betrachtet und »herangezoomt« wer-



den können, dann ist es im B-to-B-Bereich nicht mehr zeitgemäß, wenn als Informationen lediglich der Download von Firmen- oder Produktbroschüren verfügbar sind, zumal, wenn für Investitionen viel Geld in die Hand genommen wird.

Beispielsweise könnten bei einem Laubschneider die Messer und der Ölmotor mit der Lagerung, die Schweißnähte und genauen Aufhängungspunkte durch Heranzoomen im Detail dargestellt werden. Dabei sollten - wie im Consumer-Bereich - zu den jeweiligen Geräten und Geräteteilen auch technische Daten bereitgestellt werden.

Damit könnte sich ein Winzer vorab ein Bild über die Verarbeitungsqualität machen, die er dann später beim Händler, Kollegen oder bei einer analogen Messe gezielt anschauen und überprüfen kann, bevor er eine Entscheidung trifft.

Um bei Investitionsentscheidungen Zeit zu sparen, wird der Umfang und die Qualität der Vorinformationen, bevor sich gezielt mit einem Produkt beschäftigt wird, in Zukunft immer wichtiger werden. Und das gilt nicht nur bei der jüngeren Generation.

Insgesamt haben aber einige Firmen einen interessanten Auftritt innerhalb der digitalen Messe gehabt. Ein Ausschnitt wird im Folgenden noch mal dargestellt, wobei auch wiederum bei dieser Messe deutlich wurde, dass die herbizidlose Unterstockbewirtschaftung auch in diesem Jahr nach wie vor einen Schwerpunkt dargestellt hat.

## INTERVITIS

Die Intervitis findet als international wissenschaftlich ausgerichteter Kongress in Stuttgart am Flughafenmessegeleände vom 10.-12.4.2022 statt. Die Messe soll mit diesem Anspruch international die herausragende Rolle des deutschen Weinbaus weltweit dokumentieren. Auf nationaler Ebene soll sie für Politik und Wissenschaft eine Austauschplattform bieten, um die aktuell wichtigen Themen, die uns alle im deutschen Weinbau betreffen, zu diskutieren und mit Lösungen anzugehen. Dass der Kongress eher als wissenschaftliche Austauschplattform verstanden werden sollte wird auch durch ein sehr schönes und erfrischendes Element verdeutlicht - den »Young Professionals«. Diese Diskussionsplattform von jungen Weinwissenschaftlern und Jungwinzern bietet einem jungen Zielpublikum nicht nur die Möglichkeit zur besseren Vernetzung. Hier können



Neu konzipierter Anbaumast Atlas mit Laubschneider von Clemens



Clemens: robuste Messerform (ii.) und leichter Ersatz des Keilriemens

zudem zukunftsorientiert die Probleme und Möglichkeiten, welche gerade die junge Generation antreibt, angehört und aufgenommen werden. Deswegen wurde bei der Messepräsentation der Intervitis hier mit einem kurzen Film ein Schwerpunkt gelegt. So ist zu hoffen dass diese frischen Ideen zur Messe Intervitis im nächsten Jahr auch einige beflügeln, diese Messe mit Kongress zu besuchen.

## CLEMENS

Die Firma Clemens wartet bei ihrem digitalen Messeauftritt nicht nur mit der ganzen Produktpalette von der Bodenbearbeitung bis zur Abfüllung auf - darüber hinaus wurde auch ein ganz neues Programm vorgestellt, dass bisher von der Firma Clemens nicht so intensiv oder überhaupt nicht beachtet wurde - nämlich die Laubarbeit, frei nach dem Motto: »Wir können auch oben!« Grundlage dieses neuen Programms, um das lange ein Geheimnis gemacht wurde, ist ein neu konzipierter Anbaumast (Abb. 1). Diese sehr robuste und schwere Lösung namens »Atlas« hat bestimmt ihren Preis, wirkt aber

sehr stabil und für die Ewigkeit gebaut. Unter normalen Umständen ist bei dieser Bauform von einer sehr langen Nutzungsdauer dieses Mastes auszugehen. Zwar ist das eine positive Entwicklung, allerdings müssen die Kosten auch im Blickfeld gehalten werden. Aufbauend auf diesem Mast wird ein sehr robuster Laubschneider (Abb. 1) vorgestellt, der eine sehr interessante und auch robuste Messerform (Abb. 2) aufweist. Dem Praktiker wird bei dieser Laubschneiderform und -ausformung gefallen, dass die Anordnung der Antriebsmotoren geschickt gelöst ist und somit Verschleißteile (Keilriemen, usw.) leichter ersetzt werden können (Abb. 3). Oft ein Ärgernis in einer Stresssituation im Sommer, die hier aktiv angegangen wurde. Darüber hinaus wird das volle Programm mit einem Laubsauger, einem Hefter und einem Vorschneider angeboten, so dass aus einem Haus auch alle gewünschten Applikationen geliefert werden können. Der Auftritt im digitalen Raum der Firma Clemens war somit schon alleine ein Besuch wert, um sich diese Neuerungen in einer ansprechenden Form zu Gemüte zu führen.

## KRÄMER DRUCK

Krämer Druck als ein Spezialist für SK-Etiketten setzt bei seiner Präsentation im digitalen Raum der Messe auf die Darstellung von Selbstklebe-Etiketten mit »Sondereffekten« und mit sehr ästhetischen Effekten. Damit sind erhabene Schriftzüge gemeint, die teilweise auch gelackt oder mit besonderen Farben aufgelegt sind. Diese Effekte sind bei Selbstklebe-Etiketten gegenüber Naßleimetiketten ungemein schwer in der Umsetzung. Der Firma Krämer gelingt das in Natura sehr gut. Bei der Darstellung im digitalen Raum ist aber wie zuvor angesprochen noch etwas Luft nach oben. Diese glanzvollen Effekte, die eine Hochwertigkeit des Produktes transportieren können, sollten noch klarer und auch mit kundenfreundlichen Nutzungsformen, die aus dem Consumerbereich bekannt, sind besser erfahrbar gemacht werden. Eine interaktive Betrachtung durch Drehungen und die Möglichkeit heranzuzoomen, sollte daher in Betracht gezogen werden.

## ERO GERÄTETECHNIK

Bei Ero lag der Schwerpunkt der virtuellen Messepräsenz auf der Technik der Ernte und des Laubwandmanagements.

Der bereits vielfach im deutschen Weinbau eingesetzte Entlaubertyp, welcher nach dem Prinzip »Saugen/Zupfen« arbeitet, war vertreten durch den Ero-Entblätterer Professional. Daneben bespielt die Firma Ero mit dem VITipulse eine weitere Entlaubungsstrategie, welche sich vor allem in qualitätsorientierten Betrieben besonders eindrucksvoll bewiesen hat. Der VITipulse - richtig eingestellt - ermöglicht ein deutlich breiteres Bearbeitungsfenster als es bei den herkömmlichen Entlaubern nach dem Saugen-Zupfen-Prinzip üblich ist. Davon konnten sich die virtuellen Besucher bei der Betrachtung eines allgemein gehaltenen Imagevideos der Firma überzeugen. Selbstverständlich wurde dabei auch die Ero´sche Erntetechnik, vertreten durch die neuen Modelle der 7000er Serie (Abb. 4), vorgestellt. Gemessen an der sonst sehr starken Messepräsenz ist der virtuelle Auftritt von Ero eher unscheinbar. Dieser Umstand könnte aber auch dem Format geschuldet sein; während ein neuer 7000er Grapelinier auf der analogen Messe nicht nur ein »Eye-catcher« sondern vielmehr auch ein Besuchermagnet für technikbegeisterte Praktiker darstellt, gerät dieser Faktor auf der virtuellen Ebene ins Hintertreffen. An diesem Beispiel zeigt sich, dass sonst eher besucherverwöhnte Aussteller künftig umdenken müssen.

## OENOTECH

Die Firma Oenotech hingegen hatte eine deutlich auffälligere Messepräsenz, welche bei dem digitalen Forum vielleicht sogar besser in Szene gesetzt werden konnte, als es beispielsweise auf der analogen Messe der Fall ist. Um es klarer auszudrücken: beim Besuch der analogen Messe werden Firmen mit ähnlichem Produktportfolio, wie in dem Fall Kellerausstattung, Edelstahltanks, etc. oftmals nur flüchtig als einer von vielen wahrgenommen. Sicherlich spielt hier auch eine gewisse Ermüdung für die Materie, welche sich nach einem mehrstündigen Messebesuch durchaus einschleichen kann, eine nicht unerhebliche Rolle. Der gekonnt in Szene gesetzte virtuelle Stand von Oenotech hat jedoch keine Wünsche offen gelassen. Interessant waren vor allem die zahlreichen Bilder von Kundenreferenzen; bei der Präsenzmesse hätte sich sicherlich der eine oder andere niemals die Zeit für eine intensivere Betrachtung genommen.



4

Das neue Vollerntermodell der 7000er Serie von Ero

## DUDAFLOOR

Die Firma DudaFloor GmbH und Co. KG aus Worms hat sich auf spezielle Bodenbeschichtungen auf Kunstharzbasis spezialisiert und hat in der Weinwirtschaft schon so manchen Kellerboden beschichtet. Gelungen war auch die Präsenz auf dem virtuellen Agrarforum.



5

Überzeilenrahmen nach dem System Beiser umgesetzt durch Slowine Tech



4

Gegenüber positionierte Bearbeitungsgeräte im System Beiser

## SLOWINE TECH

Ein Blickfang war der virtuelle Stand der Firma Slowine Tech aus Bad Neuenahr - ebenfalls ein Unternehmen, welchem es auf der virtuellen Plattform gelungen ist, eine noch bessere Präsenz zu generieren, als beim analogen Format. Neben der bekannten Favaro-Sprühtechnik war es vor allem das Unterstockpflegekonzept, welches mit einem Überzeilenrahmen gemäß dem System Beiser (Abb. 5) eine Revolution für diese Gerätesparte darstellt. Denn durch die gegenüber positionierten Bearbeitungsgeräte (Abb. 6) wird nicht nur eine deutlich bessere Bearbeitungsintensität erreicht, sondern vielmehr werden Probleme der einseitigen Bearbeitung ausgeräumt. So spielt beispielsweise die Wallbildung eine geringere Rolle. Ferner kann mit dem System Beiser eine enorme Schlagkraft entwickelt werden, wenn die Schlaggröße und Infrastruktur dies zulassen. Losgelöst von der grundsätzlichen Vorstellung einer bemanneten Schlepperbearbeitung, lässt ein derartiges Überzeilensystem, wie eben das System Beiser, die Phantasie spielen, hin zu einer autonomen Bearbeitung durch einen ähnlich ausgeführten Bearbeitungsroboter ... in nicht allzu ferner Zukunft sicherlich ein nicht mehr unwahrscheinlicher Gedanke.

## SCHMISCHKE & BEYER/LECKRON

Der eher unauffällig agierende Landtechnikhandel Schmischke & Beyer aus Weisenheim am Sand war ebenfalls vertreten und nutzte den virtuellen Auftritt um sich über Grenzen der Pfalz hinweg einen Namen zu machen. Bereits seit Jahren bespielt die Firma mit den Produkten von Leckron die Themengebiete rund um den Weinbau. Speziallösungen für Überzeilenspritzgestänge zählen ebenso zum Produktspektrum wie auch Laubschneidegeräte und Pfahlprücker. Neben einem Bodenbearbeitungsprogramm in unterschiedlichen Ausführungen bietet die Firma zudem auch ein recht umfangreiches und vor allem multifunktionales Unterstockportfolio von Leckron an. So sind bei Schmischke und Beyer nicht nur Rollhacke und großdimensionierte Fingerhacke erhältlich, sondern mit dem Unterstockmähdwerk (Abb. 7) bietet das Unternehmen auch eine Lösung zur Pflege von Unterstockbegrünungen an. Besondere Beachtung sollte die mal etwas anders ausgeführte Rollhacke finden (Abb. 8), welche der neugierige

Praktiker sicherlich gerne einmal im praktischen Einsatz erleben würde. Insgesamt ebenfalls eine gelungene virtuelle Messepräsenz!

### CTR FAHRZEUGTECHNIK GMBH

Einen gelungenen Auftritt hatte die Firma CTR Fahrzeugtechnik GmbH mit Sitz in Osann-Mon-

gestaltung, technischen Daten oder Verarbeitungsqualität von Produkten. Hier wird dann bereits eine Vorauswahl getroffen. Diejenigen, die hier den Informationsbedarf nicht decken können, kommen dann oft bei der eigentlichen Kaufentscheidung nicht mehr zum Zuge. Vor einer Entscheidung wird sich der Praktiker zwar auch immer



Unterstocklösungen von Leckron: Unterstockmäherwerk (7) und Rollhacke (8)

zel. Es zeigt sich, dass Funktionalität und Robustheit nicht zwangsläufig zu Lasten der Ästhetik gehen müssen. Die mobilen Weinverkaufswagen wirken ansprechend und werden auch einem höheren Anspruch mehr als gerecht. Auch wenn momentan noch nicht an Hof-, Straßen- oder generelle Weinfeste zu denken ist, erwecken die virtuellen Exponate Lust auf die Zeit nach Corona.

### VERPASSTE CHANCEN

Die digitale Ausstellung an den Agrartagen hat aufgezeigt, wo der Weg hingeht und wie wichtig heutzutage und eigentlich schon immer eine ordentliche digitale Präsentation des Unternehmens ist. Nicht nur das dies von der jüngeren Generation im Sinne eine Kompetenzzuweisung heute erwartet wird, auch im Vorverkauf spielt das Medium Internet eine immer größere Rolle. Viele Menschen, nicht nur die junge Generation, sondern auch die Entscheider, informieren sich heute vorab im Internet über die Vorzüge, Aus-

am so genannten »lebenden Objekt« ein Bild machen. Aber erst zum Schluss, wenn schon viele Entscheidungen hinsichtlich des Kaufs oder der Investition gemacht wurden. Es wäre ein Kardinalfehler, das Medium »Internet« nicht oder nicht richtig zu nutzen. Die geringe Ausstellerzahl - bei einer eher geringen Investition für die Teilnahme an der digitalen Ausstellung - ist daher nicht zu verstehen. Das Internet als Informationsquelle ist nicht mehr wegzudenken und es wäre vernünftig, wenn diese digitale Form der Ausstellung weiter bestehen würde, auch parallel zu der Präsenzveranstaltung. Denn eines ist nicht erst seit Covid-19 klar: bei immer weniger Zeit der Betriebsleiter, ist diese digitale Präsenz ein Mittel, um vorab einen Messebesuch besser planen zu können und sich auf die gewünschten Besuche an den Ständen vorzubereiten - auch eine Form der Professionalisierung. Und wer als Anbieter da nicht dabei ist, hat schon mehr oder weniger verloren. ◀

# KAPPA WEINBAU

## 1 TEC ENDPFAHL

STARK IN JEDER LAGE

[www.kappa-weinbau.com](http://www.kappa-weinbau.com)
TEL: +43 7252 / 42045

[kuenstler@kappa-weinbau.com](mailto:kuenstler@kappa-weinbau.com)

## BODENBESCHICHTUNGEN FÜR WEINBAUBETRIEBE

### IHR VORTEIL

- hygienisch & lebensmittelecht
- wein- & fruchtsäurenbeständig
- trittsicher & rutschfest gem. BIA
- stapler- & hubwagenbefahrbar
- einfache Reinigung
- bei Neubau & Sanierung

**Dirk Duda**  
berät Sie gerne persönlich

## DUDAFLOOR GmbH & Co. KG

Ihr Profi für Kunstharz-Systeme & Fußbodenbeschichtungen  
Von-Ketteler-Straße 13 · 67550 Worms · T. 06242-5030105 · [dudafloor.de](http://dudafloor.de)