

## **Publikationen Jens Rüdiger**

Rüdiger, J. und Dreyer, A. (2021): The Role of “Straußwirtschaften” (Wine Taverns) in the German Wine Business. In: Rüdiger, J., Wagner, D., Dreyer, A. und Stöckl, A.F. (Hrsg.): Kulinarischer Tourismus und Weintourismus - Culinary and Wine Tourism Conference 2020, Springer Gabler, Wiesbaden, 2021, S. 133-144.

Rüdiger, J. und Ghvanidze, S. (2021): Wine Tourism as a Marketing Opportunity for Wineries. In: Rüdiger, J., Wagner, D., Dreyer, A. und Stöckl, A.F. (Hrsg.): Kulinarischer Tourismus und Weintourismus - Culinary and Wine Tourism Conference 2020, Springer Gabler, Wiesbaden, 2021, S. 145-154.

Rüdiger, J. (2021): Die Weinregion erlebbar machen. In: Das Deutsche Weinmagazin, Oktober 2021, S. 21-22.

Rüdiger, J. (2021): Vinotheken als Erlebnisbestandteil im Weintourismus. In: Berichte über Landwirtschaft, Band 99, Ausgabe 2, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.

Rüdiger, J. (2021): Strategische Erfolgsfaktoren von Weinbaubetrieben bei der Integration von touristischen Elementen. Geisenheimer Berichte, Band Nr. 93.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2021): Die Bedeutung von Weintourismus für deutsche Weingüter In: Brandl S., Berg W., Herntrei M., Steckenbauer GC., Lachmann-Falkner S. (Hrsg.): Tourismus und ländlicher Raum - Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung, Erich Schmidt Verlag, 2021, S. 233-242.

Bitsch, L., Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2021): Die Zahlungsbereitschaft bei weintouristischen Aktivitäten. In: Brandl S., Berg W., Herntrei M., Steckenbauer GC., Lachmann-Falkner S. (Hrsg.): Tourismus und ländlicher Raum - Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung, Erich Schmidt Verlag, 2021, S. 243-249.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2021): Kooperationen von Weingütern innerhalb des Leistungsbündels Weintourismus. In: Stoll, M. und Schultz, H.R. (Hrsg.): Deutsches Weinbau Jahrbuch 2021, Eugen Ulmer Verlag.

Bitsch, L., Hanf, J. H., Hildenbrand, A., und Rüdiger, J. (2021): Partizipative Preissetzung: Ein innovatives Tool für die Landwirtschaft?. In: Berichte über Landwirtschaft, Band 99, Ausgabe 1, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.

Rüdiger, J. (2020): Besenwirtschaften als Einkommenskombination in der Weinwirtschaft. In: Berichte über Landwirtschaft, Band 98, Ausgabe 3, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.

Rüdiger, J. (2020): Die Besenwirtschaft als Vermarktungsmöglichkeit von Wein. 30. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie ÖGA, Tagungsband 2020.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2020): Das Leistungsbündel Weintourismus als Strategie für Weinbaubetriebe. In: Landwirtschaft und ländliche Räume im gesellschaftlichen Wandel, Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V., Band 55, S. 105 - 116.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2020): Wie nutzen Weingüter touristische Elemente zur Diversifizierung? In: Berichte über Landwirtschaft, Band 98, Ausgabe 1, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2020): Die ökonomische Bedeutung von Weintourismus für die Weinwirtschaft. In: Stoll, M. und Schultz, H.R. (Hrsg.): Deutsches Weinbau Jahrbuch 2020, Eugen Ulmer Verlag.

Bitsch, L., Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2020): Winterliche Weinwanderung mit Glühwein – Ein Experiment zur Zahlungsbereitschaft. In: Stoll, M. und Schultz, H.R. (Hrsg.): Deutsches Weinbau Jahrbuch 2020, Eugen Ulmer Verlag.

Bitsch, L., Hanf, J. H. und Rüdiger, J. (2020): An innovative price-setting approach: a pay-what-you-want experiment, British Food Journal.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2020): Experten-, Konsumenten-, und Produzentenseitige Sichtweise auf die Reisemotivation von Weintouristen. In: Eisenstein, E. und Reif, J. (Hrsg.): Tourismus und Gesellschaft - Kontakte - Konflikte - Konzepte, Schriften zu Tourismus und Freizeit Nr. 24, Erich Schmidt Verlag, 2019, S. 445-458.

Rüdiger, J. und Schäfer, W. (2019): Weintourismusmarkt Thailand. In: Rebe und Wein, November 2019, S. 30-31.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2019): Leistungsbündel Weintourismus. 29. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie ÖGA, Tagungsband 2019.

Rüdiger, J. (2019): Welche Kompetenzen sind gefragt? Umfrage zu den Erwartungen an Hochschulabsolventen. In: Das Deutsche Weinmagazin, März 2019, S. 32-33.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2019): Weintourismus als Vermarktungsinstrument für Winzergenossenschaften. In: Stoll, M. und Schultz, H.R. (Hrsg.): Deutsches Weinbau Jahrbuch 2019, Eugen Ulmer Verlag, S. 29-36.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2019): Warum engagieren sich Weinbaubetriebe im Weintourismus? In: Visionen für eine Agrar- und Ernährungspolitik nach 2020, Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V., Band 54, S. 293-304.

Rüdiger, J. (2019): Motive und Kriterien bei der Wahl eines weinbaulichen Weiterbildungsstudienganges. In: Visionen für eine Agrar- und Ernährungspolitik nach 2020, Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V., Band 54, S. 391-393.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2019): Weintourismus als zukünftige Vermarktungsstrategie bei Winzergenossenschaften. In: Groß, S., Peters, J., Roth, R., Schmude, J. und Zehrer, A. (Hrsg.): Wandel im Tourismus - Internationalität, Demografie und Digitalisierung, Schriften zu Tourismus und Freizeit Nr. 23, Erich Schmidt Verlag, 2019, S. 265-274.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2018): Weintourismus als Vermarktungsstrategie. 28. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie ÖGA, Tagungsband 2018.

Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2018): Die Erwartung von Weintouristen. In: Stoll, M. und Schultz, H.R. (Hrsg.): Deutsches Weinbau Jahrbuch 2019, Eugen Ulmer Verlag, S. 40-49.

Rüdiger, J. (2018): Wirtschaftlicher Anreiz oder Trend? Weintourismus im Fokus. In: Das Deutsche Weinmagazin, Juli 2018, S. 36-37.

- Rüdiger, J. und Waldbauer, M. (2018): Welche Kompetenzen erwarten Unternehmen von Absolventinnen und Absolventen eines weinbaulichen Studienganges? In: PlanG, 1/2018, S. 20-21.
- Rüdiger, J. (2018): Berufsbegleitendes Studium als Möglichkeit. In: Das Deutsche Weinmagazin, Januar 2018, S. 30-31.
- Rüdiger, J. (2017): Der Tourist ist aktiv und sucht Erlebnisse beim Winzer. In: Landwirtschaftliches Wochenblatt, Nr. 33, 17. August 2017, S. 34-35.
- Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2017): Weintourismus als Instrument des Direktvertriebes in der Weinwirtschaft. In: Berichte über Landwirtschaft, Band 95, Ausgabe 2, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.
- Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2017): Winzergenossenschaften im Kontext des Weintourismus. In: Agrar- und Ernährungswirtschaft: Regional vernetzt und global erfolgreich, Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V., Band 52, S. 17-28.
- Rüdiger, J. (2017): Der Tourist ist aktiv und sucht Erlebnisse. In: Das Deutsche Weinmagazin, Juni 2017, S.12-13.
- Rüdiger, J. (2017): Wie Tourismus beim Verkaufen hilft. In: Rebe und Wein, Juni 2017, S. 36-37.
- Rüdiger, J. und Hanf, J. H. (2017): The use of wine tourism as a possibility of the marketing with wine cooperatives, 40. Weltkongress für Rebe und Wein (OIV), Sofia/Bulgarien, Konferenzband, EDP Sciences.
- Rüdiger, J. (2017): Weintourismus als Instrument des Direktverkaufs. In: Der Badische Winzer, Mai 2017, S. 38–40.
- Rüdiger, J. und Hanf, J.H. (2016): Die Erwartung von Weintouristen im Kontext von Winzergenossenschaften. 26. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie ÖGA, Tagungsband 2016.
- Rüdiger, J. (2016): Chancen nutzen – Weintourismus und Winzergenossenschaften. In: Das Deutsche Weinmagazin, Juli 2016, S. 18-19.
- Rüdiger, J. (2016): Weinbau im Wandel: Keltern – Ude venis? Quo vadis? In: Der Enzkreis – Historisches und Aktuelles, Enzkreisjahrbuch, Herausgeber: Landratsamt Enzkreis, Band 15, S. 264-279.
- Rüdiger, J. (2016): Genossenschaften und Weintourismus. In: Rebe und Wein, Juli 2016, S. 24-25.
- Rüdiger, J. (2016): Genossenschaften und Weintourismus – Nutzung eines Marketinginstruments. In: Der Badische Winzer, Mai 2016, S. 43-45.
- Rüdiger, J. (2016): Was erwarten Weintouristen? In: Das Deutsche Weinmagazin, Januar 2016, S.36.
- Rüdiger, J. (2015): Wer ist der Weintourist? In: Rebe und Wein, Dezember 2015, S. 31-33.
- Rüdiger, J. (2015): Erwartungshaltung von Weintouristen. In: Der Badische Winzer, Dezember 2015, S. 30-31.

Rüdiger, J., Hanf, J. H. und Schweickert, E. (2015): Die Erwartungshaltung von Weintouristen in Deutschland. In: Neuere Theorien und Methoden in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus, Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V., Band 50, S. 29-42.

Rüdiger, J., Hanf, J. H. und Schweickert, E. (2015): Die Erwartungshaltung von Weintouristen in Deutschland. In: Berichte über Landwirtschaft, Band 93, Ausgabe 2, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.

### **Vorträge**

Die Besenwirtschaft als Vermarktungsmöglichkeit von Wein. 30. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie ÖGA, 17. September 2020, Onlinetagung.

Weintourismus als Chance in bewegten Zeiten. Web-Seminar des Bund Deutscher Oenologen e.V., 30. Juli 2020.

Die Zahlungsbereitschaft von Weintouristen. 23. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT), 14. bis 16. November 2019, Technische Hochschule Deggendorf.

Die Bedeutung von Weintourismus für deutsche Weingüter. 23. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT), 14. bis 16. November 2019, Technische Hochschule Deggendorf.

Das Leistungsbündel Weintourismus als Strategie für Weinbaubetriebe. 59. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V. GEWISOLA, 25. bis 27. September 2019, Braunschweig.

Leistungsbündel Weintourismus. 29. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie ÖGA, 19. bis 20. September 2019, Innsbruck.

Marketing structures in wine tourism, Posterpräsentation, 41. Weltkongress für Rebe und Wein, 19. bis 23. November 2018, Punta del Este/Uruguay.

Experten-, Konsumenten-, und Produzentenseitige Sichtweise auf die Reisemotivation von Weintouristen. 22. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT), 08. bis 10. November 2018, FH Westküste, Heide/Holstein & St. Peter-Ording.

Strategische Gruppen der weinbaulichen Akteure im Weintourismus. 58. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V. GEWISOLA, 12. bis 14. September 2018, Kiel.

Weintourismus als Vermarktungsstrategie. 28. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie ÖGA, 27. bis 28. September 2018, Wien.

Expectations of German wine tourists, 2nd Wine & Hospitality Workshop, Ecole Hoteliere Lausanne, 14. bis 15. Mai 2018, Lausanne.

Vertriebswege im Weintourismus, 1. Geisenheimer Weintourismus Symposium, 27.02.2018, Geisenheim.

Weintourismus als zukünftige Vermarktungsstrategie bei Winzergenossenschaften, 21. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT), 9. bis 11. November 2017, Insel Mainau.

Wine tourism as a lever to increase direct sales, Wine and Culinary Tourism Futures Conference, 17 bis 20 Oktober 2017, Kelowna, Canada.

The use of wine tourism as a possibility of the marketing with wine cooperatives, 40. Weltkongress für Rebe und Wein (OIV) vom 29. Mai bis 2. Juni 2017, Sofia/Bulgarien.

Die Erwartungshaltung von Weintouristen. Vortrag zur FDW-Tagung, 25. bis 26. April 2016, Geisenheim.

Winzergenossenschaften im Kontext des Weintourismus. 56. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V. GEWISOLA, 28. bis 30. September 2016, Bonn.

Die Erwartung von Weintouristen im Kontext von Winzergenossenschaften. 26. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie ÖGA, 15. bis 16. September 2016, Wien.

Wine tourism and associated expectancies of German consumers, 38. Weltkongress für Rebe und Wein (OIV) vom 06. bis 08. Juli 2015, Mainz.

Die Erwartungshaltung von Weintouristen in Deutschland, 54. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V. GEWISOLA, 17. bis 19. September 2014, Göttingen.

### **Posterpräsentationen**

Marketing structures in wine tourism, Posterpräsentation, 41. Weltkongress für Rebe und Wein, 19. bis 23. November 2018, Punta del Este/Uruguay.

Motives in the choice of a viticulture study, Posterpräsentation, 41. Weltkongress für Rebe und Wein, 19. bis 23. November 2018, Punta del Este/Uruguay.

Motive bei der Wahl eines weinbaulichen Weiterbildungsstudienganges. 58. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V. GEWISOLA, 12. bis 14. September 2018, Kiel.