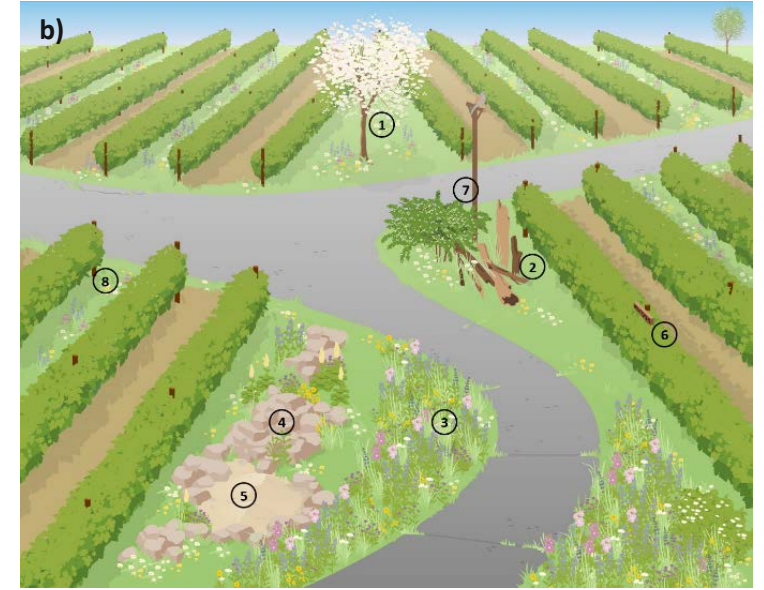
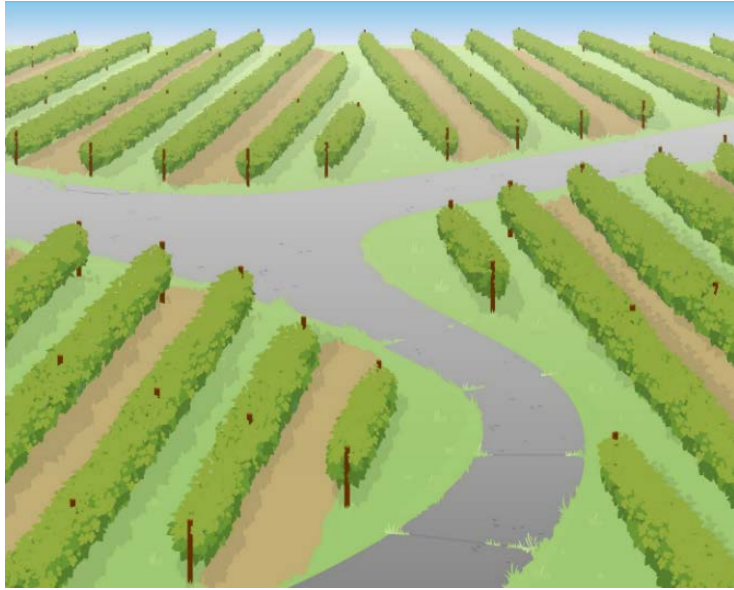


Die sozioökonomische Perspektive auf Biodiversität in Weinbaulandschaften

Dr. Maximilian Tafel | Midterm-Workshop LIFE VineAdapt | 19.04.2023

Das Projekt AmBiTo





**„ Biodiversität soll sich für die Betriebe
auch wirtschaftlich lohnen.**

Die betriebliche Ebene



ambito

Arten. Vielfalt. Zukunft. Leben.

Treiber und Hemmnisse

Was sagt ChatGPT?

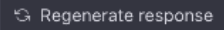
MA What are the three most important drivers and barriers for implementing biodiversity measures as a winegrower?

< 2 / 4 >  As an AI language model, I don't have access to specific information about a particular winegrower's circumstances. However, in general, some of the most important drivers for implementing biodiversity measures in viticulture include:

1. **Environmental Concerns:** Winegrowers recognize that their industry can have a significant impact on the environment and natural ecosystems. Implementing biodiversity measures is seen as a way to mitigate this impact and promote sustainable practices.
2. **Market Demand:** Consumers are increasingly interested in sustainable and environmentally friendly products. As a result, winegrowers who can demonstrate their commitment to biodiversity may be better positioned to compete in the market and attract customers.
3. **Regulatory Requirements:** In some regions, winegrowers may be required to implement biodiversity measures as part of their regulatory compliance obligations.

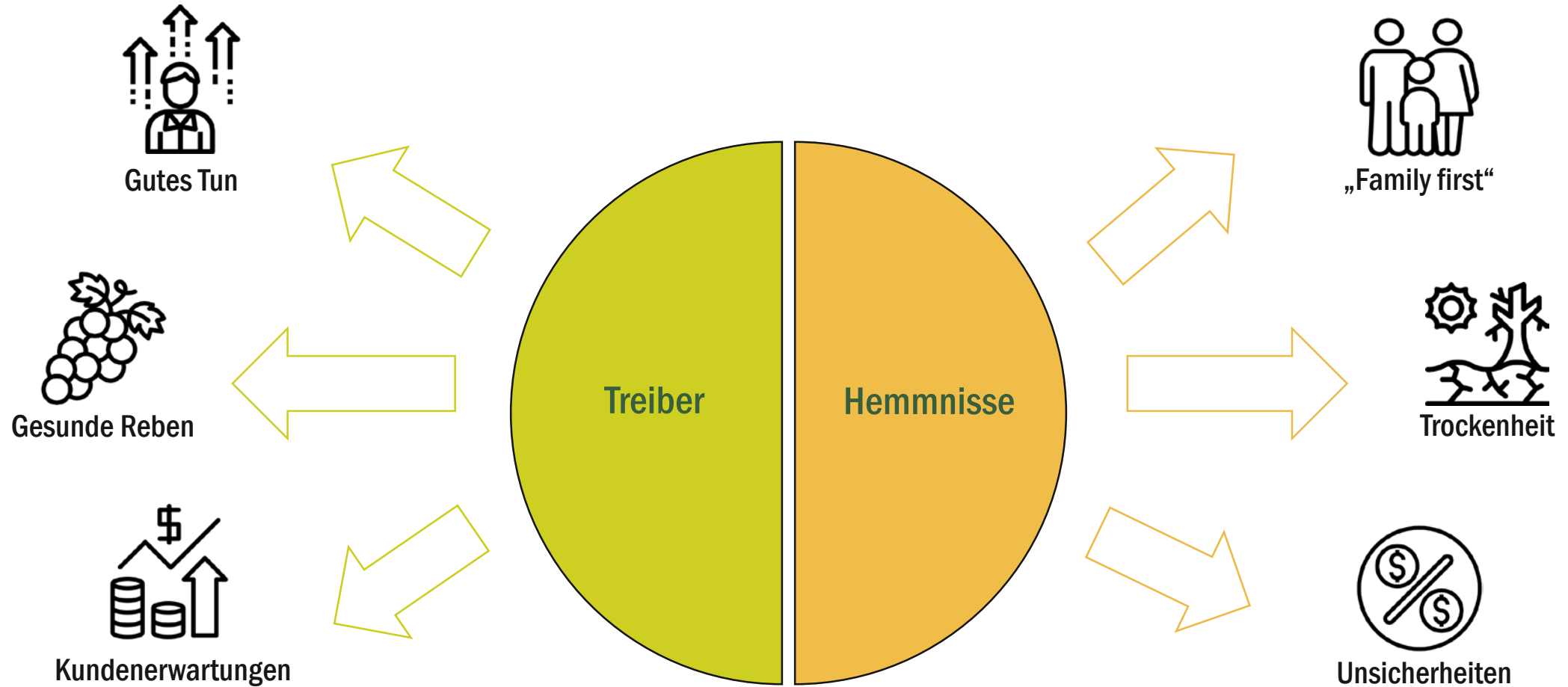
On the other hand, there are several barriers that can prevent winegrowers from implementing biodiversity measures. These may include:

1. **Lack of Knowledge:** Winegrowers may not be familiar with the biodiversity measures that are available to them or may not understand the potential benefits that they could bring to their vineyard.
2. **Cost:** Some biodiversity measures, such as planting cover crops or leaving areas of land fallow, may require additional resources and expenses.
3. **Time and Labor:** Implementing biodiversity measures can require significant time and effort, which may be a challenge for winegrowers who are already juggling multiple responsibilities.

Treiber und Hemmnisse

Ergebnisse der Interviews mit Weingütern (n=52)



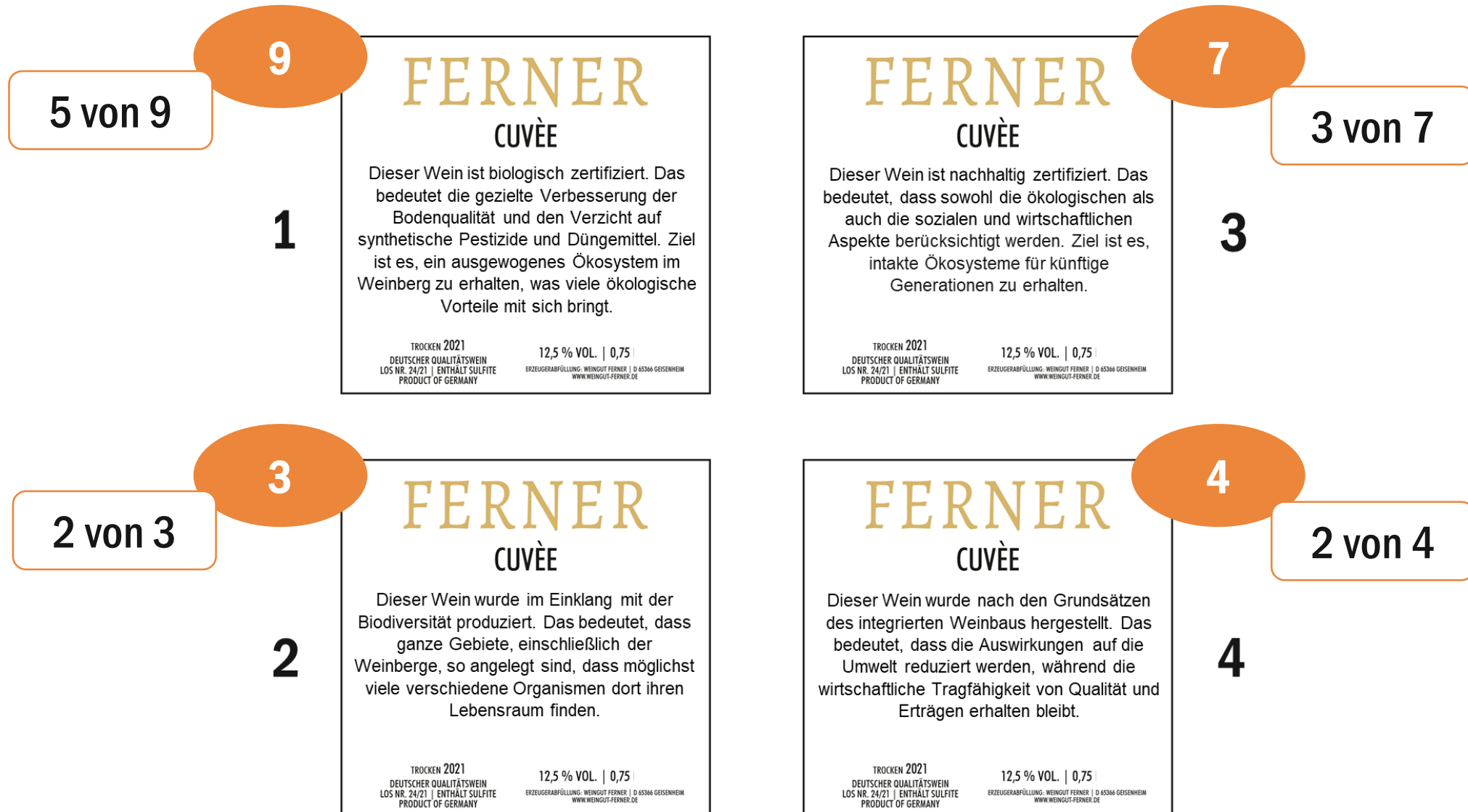
Ein gesunder Boden ist einer der zentralen betrieblichen Vorteile

Ergebnisse der Interviews mit Weingütern (n=52)



Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Ergebnisse der Fokusgruppendifkussionen mit Weinkonsumierenden (n=23)



Bürokratie?!?

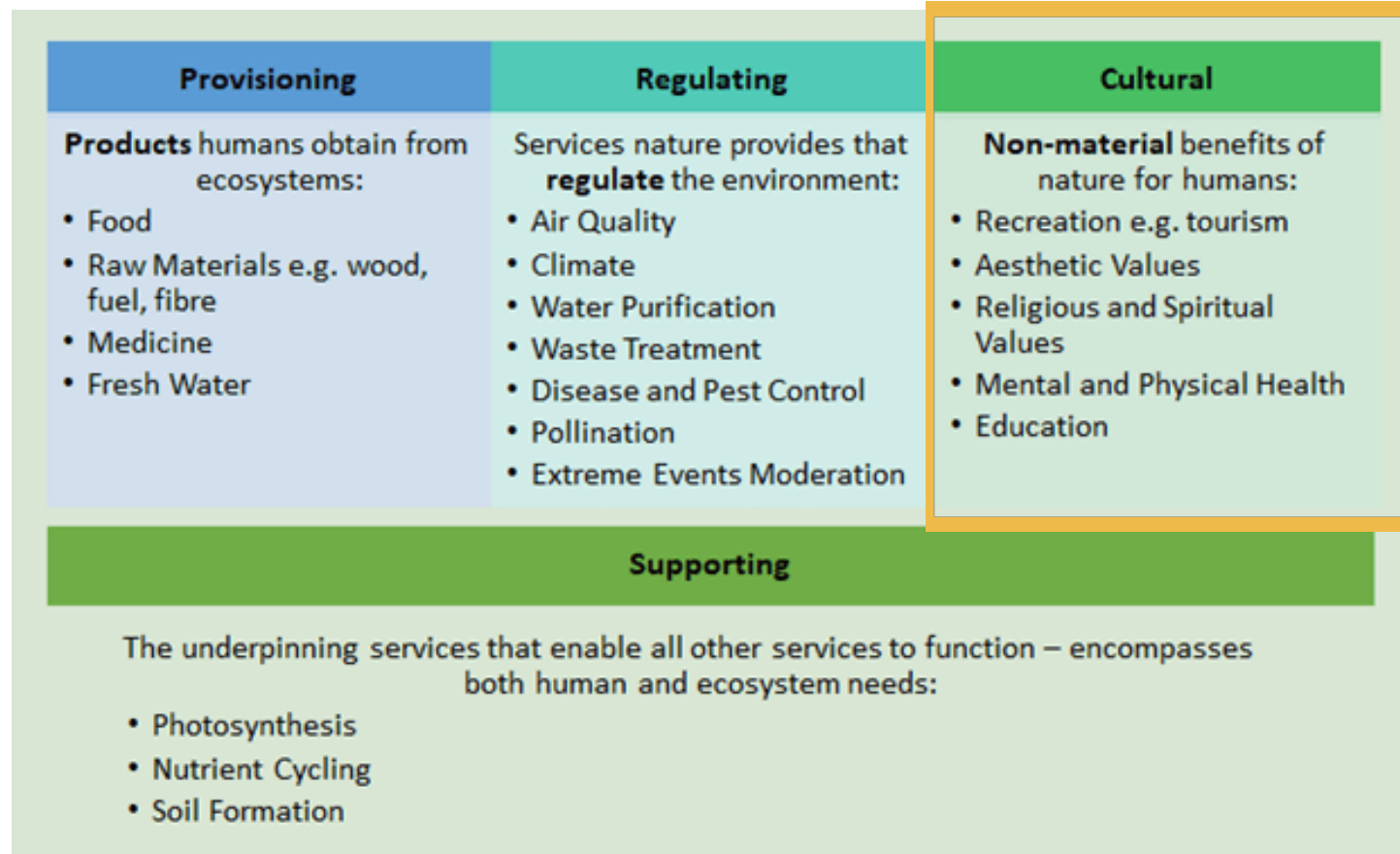
Die gesamtgesellschaftliche Perspektive



AMBITO

Arten. Vielfalt. Zukunft. Leben.

Wie steht es um die kulturellen Ökosystemleistungen?



<https://www.greenelement.co.uk/blog/ecosystem-services-the-fundamentals-part-i/>

Kulturelle Ökosystemleistungen teilweise belächelt

SCHWERPUNKT: ÖKOSYSTEMLEISTUNGEN

Ökosystemdienstleistungen und kulturelle Werte

Kulturelle Ökosystemdienstleistungen gibt es nicht

In der Umweltpolitik und in den ihr unmittelbar zuarbeitenden Teilen der Wissenschaft ist viel von Ökosystemdienstleistungen die Rede. Neben Versorgungsleistungen oder Regulierungsleistungen werden auch kulturelle Leistungen genannt. Können naturwissenschaftliche Konstrukte kulturelle Leistungen erbringen?
Von Ludwig Trepl

Wald unter Absehung von der Artzugehörigkeit der Bäume aber schon. „Biologische Systeme“ würde er aber vielleicht beides nennen, sicher aber „biologische Gegenstände“. Der Wald im Märchen ist dagegen kein biologisches System. Er ist überhaupt kein biologischer Gegenstand und damit auch kein Ökosystem, ebensowenig wie der Wald auf einem Landschaftsgemälde oder der Wald, durch den man feierlich-ergriffen wandert.

„Wald“ ist ein Begriff der Alltagssprache. Das Wort Wald kann hier einen individuellen Gegenstand meinen oder einen Typ von Gegenständen. Es handelt sich nicht um einen Klas-

Einfluss auf Landschaftsästhetik und Erholungswert

Ergebnisse der Fokusgruppendifkussionen mit Weinkonsumierenden (n=23)

A



C



B



D



Einfluss auf Landschaftsästhetik und Erholungswert

Design der Eye-Tracking-Studie mit Weinkonsumierenden (n=32)

Share of natural structures Image No. (region name)	Share of natural structures		
	25%	50%	75%
1 (Rheinhessen)	 1.25	 1.50	 1.75
2 (Nahe)	 2.25	 2.50	 2.75
3 (Rheingau)	 3.25	 3.50	 3.75

Vielfalt ≠ Schönheit ≠ Erholungswert

Ergebnisse der Eye-Tracking-Studie mit Weinkonsumierenden (n=32)

Image	Diversity	Beauty	Recreational value
1.25	3.6	3.8	3.8
1.50	3.9	4.0	4.5
1.75	4.2	4.1	4.2
2.25	3.9	4.5	4.0
2.50	4.0	4.4	4.5
2.75	4.7	4.9	4.4
3.25	3.6	4.2	4.2
3.50	4.1	4.5	4.8
3.75	4.3	4.3	4.7

Wohin schauen Weinkonsumierende in der Landschaft?



	Nature	Vineyard
TTF AOI (ms)	823.60	994.10
Fixation count	26.20	14.00
Dwell time (ms)	3412.20	1673.90

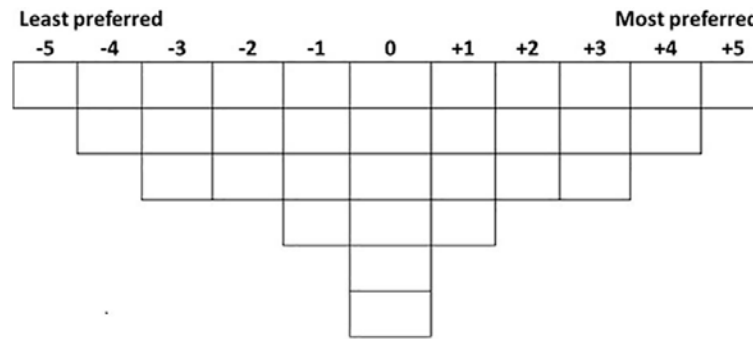
Wie kann man kulturelle Ökosystemleistungen messen?

Vorläufiges 3-stufiges Forschungsdesign

1. Delphi-Befragung



2. Q-Methods



3. Contingent valuation method





**„ Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**

Ansprechpartner

Dr. Maximilian Tafel

Institut für Landschaftsplanung und Naturschutz

Hochschule Geisenheim University

Maximilian.Tafel@hs-gm.de

Prof. Dr. Eckhard Jedicke

Institut für Landschaftsplanung und Naturschutz

Hochschule Geisenheim University

Eckhard.Jedicke@hs-gm.de