



Ulrich Steger, Kai Wagner  
**Die Avantgarde der  
deutschen Winzer**

*Slow Wine und seine Erzeuger im Porträt*

256 Seiten, Hardcover,  
ISBN 978-3-86581-427-2,  
24,95 € (D).  
Auch als E-Book erhältlich.

Was macht qualitativ hochwertigen Wein aus? Ist es nur der Geschmack? Welche Rolle spielen Anbau und Verarbeitung? Und wie wichtig ist der individuelle Stil des Winzers?

Das Buch präsentiert 44 deutsche Winzerpersönlichkeiten und ihre Philosophie vom »langsamen« Wein. Bei allen Unterschieden im Detail, zeichnen sich gemeinsame Kriterien ab: naturverbundener Anbau, handwerkliche Produktion und ein Höchstmaß an regionaler und kultureller Identität. Ein Führer durch die Welt von »Slow Wine«, eine bunte Reise zu Deutschlands herausragenden Weinbauern.

## Ulrich Steger

Prof. Dr. Ulrich Steger lehrte Ökologie und Unternehmensführung an der EBS und seit 1995 am IMD in Lausanne. Er war hessischer Minister für Wirtschaft und Technik (1984-1987) und danach neben verschiedenen internationalen Aufsichts- und Beiräten auch Mitglied des Markenvorstands der Volkswagen AG und dort für das Ressort Umwelt und Verkehr zuständig. Er ist Autor zahlreicher Publikationen zu verschiedenen wirtschaftlichen Themen, u. a. zu Corporate Governance, Globalisierung, Unternehmen und Gesellschaft sowie Energiefragen, die in 17 verschiedenen Sprachen erschienen.

---

## Kai Wagner

»gut, sauber, fair« – diese Philosophie vertritt Kai Wagner als Gründer und ehemaliger Leiter des Slow Food Conviviums Mittelhessen und als ehemaliger Fachbeirat Wein von Slow Food Deutschland. Der studierte Philosoph, Politologe und Informatiker arbeitete zuletzt bei AT&T, u. a. als Leiter Software Engineering und Software Development, Global Director Business Intelligence sowie Director Project Management, bevor er sich 2010 als Unternehmensberater selbstständig machte. Nebenher arbeitet der Weinexperte als Journalist und Autor für das Slow Food Magazin. Seit 1992 bietet er Weinseminare und Verkostungen an – zuletzt zum Thema »Slow Wine – gibt's das? Oder ist das wieder nur ein Mode- und Marketingbegriff?«.