

Orange Wine versus Weißwein & die Zukunftschancen von Orange Wine am Schweizer Markt

Motivation

Vor ca. 12 Jahren kam ich während einer Veranstaltung in St. Gallen zum ersten Mal in den Genuss eines Orange Wine, den Ribolla von Josko Gravner aus dem Friaul. Sein Duft und Geschmack war eine neue, spannende Erfahrung und haben mich gleichzeitig irritiert. Der Zufall wollte es, dass ich letzten Herbst über das Thema Orange Wine einiges in Zeitschriften gelesen habe und ich wollte herausfinden, wie der Markt auf diese Art Wein reagiert.

Auftrag

Die Diplomarbeit stellt die beiden Weintypen Weisswein und Orange Wine gegenüber. Ziel ist es, aufzuzeigen, wie sich die beiden Weine unterscheiden, welche Herausforderungen für Orange Wine am Schweizer Markt bestehen und ob sich dieser neue Weintyp in Zukunft am Markt etablieren kann.

Methodik

Für den theoretischen Teil wurden Informationen aus Fachliteratur, diversen Weinzeitschriften und fachspezifischen Websites entnommen und in der Diplomarbeit verarbeitet. Vor allem letztere zwei Quellen boten viele Artikel zum Thema Orange Wine.

Mit einer Verkostungsserie überprüfte ich folgende Punkte im Markt:

- Bekanntheit von Orange Wine (Weinkenner und Kunden)
- Wie reagieren die Probanden auf den Orange Wine und dessen Geschmacksvielfalt
- Welche Chancen geben u.a. die Probanden Orange Wine im Schweizer Markt.

Inhalt

- 1 Auftrag:** Im ersten Kapitel wird die Zielsetzung der Arbeit festgelegt.
- 2 Einleitung:** Im zweiten Kapitel werden Weisswein und Orange Wine bezüglich Geschichte und Vinifikation dargestellt.
- 3 Degustation im Verkostungsteam:** Im dritten Kapitel wird Weisswein und Orange Wine anhand der Verkostung von 4 Weissweinen und 5 Orange Wines miteinander verglichen,

Qualitäts- und Geschmacksunterschiede aufgezeigt sowie eine Trink- und Speisenempfehlung abgegeben.

- 4 **Weinmarkt Schweiz:** Kapitel 4 zeigt den Weinmarkt Schweiz und sein Konsumverhalten auf.
- 5 **Entwicklungen in der Weinbranche:** Im Kapitel 5 werden allgemeine Trends in der Weinbranche wie Regionalität, Biowein, Naturwein und biodynamische Weine erklärt. Es wird auch anhand von Experten-Meinungen aufgezeigt, wie sehr Orange Wine in der Weinwelt polarisiert.
- 6 **Marketingherausforderungen:** Kapitel 6 zeigt die Herausforderungen bezüglich Geschmacksvielfalt, Erkennungsmerkmale und Marktpositionierung auf.
- 7 **Vertriebswege:** Im Kapitel 7 werden verschiedene Vertriebswege für Orange Wine und deren Vor- und Nachteile genauer erklärt.
- 8 **Fazit**

Fazit

Orange Wine unterscheidet sich von allem bisherigen, was der Konsument in seinem Erfahrungsschatz über Wein gespeichert hat.

Es ist enorm viel Aufklärungsarbeit gefragt, denn solange Orange Wine noch als „Weisswein“ verkauft und so getrunken wird, kommt seine Geschmacksvielfalt nicht richtig zur Geltung. Diese Erfahrung haben wir bei mehreren Verkostungen gemacht, z.B. als der Wein schon länger im Glas war und durch die Erwärmung und Luftzufuhr weitere Aromen eröffnete und sich somit ganz anders präsentierte.

Die Trends im Weinmarkt Schweiz wie Herkunftsbezogenheit, Nachhaltigkeit und die Lust auf neue Nischenprodukte werde ich sehr positiv für die zukünftigen Absatzmöglichkeiten von Orange Wine. Dabei ist es sehr wichtig, diese 4. Weinfarbe klar anzuerkennen und die Weine auch so zu kennzeichnen, damit der Konsument diesen verstehen und kaufen kann. Eine weitere Herausforderung ist, dass Orange Wine sich derzeit im Mittel- bis Hochpreissegment positioniert.

Mittels informationsbezogenen Vertriebskanälen, wo man Orange Wines als solche erkennen und sie in ihrer Ursprünglichkeit auch probieren kann, wird dieser „neue“ Weintypus sicher nicht untergehen – schliesslich betreiben die Georgier dieses Verfahren schon seit über 8.000 Jahren. Trotz aller Bemühungen durch das Marketing wird Orange Wine aufgrund der aufgezeigten Herausforderungen und Thematiken ein Nischenprodukt bleiben.