



# ZUSAMMENFASSUNG:

UNIT 7 – DIPLOMA-ARBEIT

## **ORANGE WINES AM ÖSTERREICHISCHEN MARKT: GEKOMMEN UM ZU BLEIBEN?**

**PROGNOSE DER MARKTENTWICKLUNG AUS KONSUMENTEN- UND EXPERTENSICHT**

---

Mag.(FH) Sabine Bauer-Wolf  
Kandidatennummer: 08013435  
Salzburg, 14/06/2017

## **MOTIVATION FÜR DIE ARBEIT**

Persönlich bin ich in den letzten 2-3 Jahren in Fachmedien und der Gastronomie immer häufiger auf das Thema Orange Wines gestoßen. Nach der ersten Verkostung dieser Weine war ich gleichzeitig fasziniert und verstört. Es folgten diverse Diskussionen mit Sommeliers und Weinfreunden. Ist der Markt reif für eine vierte Weinfarbe und werden diese geschmacklich und teils auch philosophisch so andersartigen Weine bei der breiten Masse der Weintrinker Fuß fassen können? Oder wird der Hype rasch wieder verschwinden, nachdem sich einige besonders Interessierte daran „sattgetrunken“ haben? Im Rahmen der vorliegenden Arbeit möchte ich einen Beitrag zur strukturierten und strategischen Analyse der zukünftigen Marktchancen von Orange Wines in Österreich leisten.

## **FRAGESTELLUNG / ZIELSETZUNG**

Im Unterschied zu klassischen Rot-, Weiß-, Rosé- und Schaumweinen, gibt es im Segment der Orange Wines noch keine gesicherten und vergleichbaren Absatz- oder Produktionszahlen zur Erstellung von Marktprognosen. Unbestritten ist, dass das Thema Orange Wines gängige Produktionsformen aufgerüttelt und Weintrinkern neue, unerwartete Geschmackserlebnisse beschert hat. Nun sollen im Rahmen dieser Diploma-Arbeit Konsumenten und Expertenmeinungen strukturiert erfasst, aggregiert und bewertet werden, um abschätzen zu können, wie sehr sich der Trend am Markt bereits etabliert hat und ob er künftig noch wachsen oder wieder schrumpfen wird. Es sollen dabei auch Erfolgs- und Risikofaktoren identifiziert werden, welche die künftige Entwicklung des Segments maßgeblich beeinflussen.

## **METHODIK**

Im Rahmen der Diploma-Arbeit werden drei Methoden zur Recherche und Analyse angewendet. Mittels Sichtung bestehender Literatur sollen bestehende Meinungen und Untersuchungen zum Themenkreis Orange Wines recherchiert werden. Dadurch ist es möglich wichtige konzeptionelle Grundlagen im Hinblick auf die darauf folgende empirische Studie explanativ darzulegen. Kompakte Interviews mit Experten aus unterschiedlichen, bewusst gegensätzlichen Bereichen des Weinmarkts (Vertrieb und Produktion) sollen

anschließend ein umfassendes Antwortspektrum im Bezug auf die Forschungsfrage aufspannen.

Der Schwerpunkt der Forschungsarbeit liegt schließlich auf einer strukturierten Online Befragung unter rund 200 ÖsterreicherInnen zum Thema Orange Wines. Die Stichprobe wurde im Bezug auf demografische Merkmale und den Grad des Weininteresses breit gestreut, sodass die Gruppe der Befragten als repräsentativ für die österreichische Gesamtbevölkerung angesehen werden kann.

## **INHALT**

1. Auftrag & Zielsetzung
2. Methodik
3. Trendanalyse: Künftige Marktchancen von Orange Wines in Österreich
4. Zusammenführung der Erkenntnisse – SWOT Analyse
5. Schlussfolgerung & Empfehlungen

## **FAZIT**

Aufgrund der im Vergleich zu herkömmlichen Weinen einzigartigen geschmacklichen Eigenschaften von Orange Wines besteht die Chance ein zusätzliches Segment am Weinmarkt, längerfristig zu etablieren und auszubauen. Namhafte Winzer produzieren bereits jetzt erfolgreich Orange Wines, die bei einer wachsenden Konsumentenschicht Anklang finden und auch aus der Gastronomie stark nachgefragt werden. Für ein nachhaltiges Wachstum und die Etablierung des Marktsegments, müssen allerdings gewisse Risikofaktoren, wie zum Beispiel schwankende Qualität, ungenügende Aufklärung von Konsumenten und preisliche Einstiegshürden, überwunden werden. Hierfür kann ein akkordiertes Vorgehen von Produzenten und Akteuren in den Bereichen Kommunikation & Vertrieb förderlich sein.