

Zusammenfassung der Diplomarbeit

„Quo vadis Ruwer? Positionierung der Weinregion Ruwer auf dem deutschen Markt“

1. Motivation für die Arbeit

Mit Inkrafttreten der Änderung des Weingesetzes am 01. August 2007 wurde das Anbaugebiet „Mosel-Saar-Ruwer“ in „Mosel“ umbenannt. Folglich dürfen die Namen der Teilregionen „Saar“ und „Ruwer“ als Herkunftsregion nicht mehr auf dem Weinetikett erscheinen. Es wurde den Betrieben eine Übergangsfrist von zwei Jahren gewährt. Der persönliche Bezug des Autors zur Region Ruwer sowie das spezielle Interesse an der Thematik waren Motivation zur Erstellung der Arbeit.

2. Fragestellung / Zielsetzung

Die oben geschilderte Situation wirft die Frage auf, wie die Region Ruwer mit dieser Veränderung umgeht. Während die Nachbarregion Saar mit dem „Saar-Riesling“ bereits seit längerem an einer eigenen Profilierung arbeitet, erscheint der Weg der Region Ruwer unklar. Die Frage ist, welchen Weg geht die Region Ruwer in den nächsten Jahren.

Zielsetzung der Arbeit war es, im Rahmen einer Befragung Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken der Ruwer-Region aufzuzeigen und die sich daraus ergebenden Marktchancen in Deutschland abzuleiten. Aufbauend auf dem Ergebnis der Befragung wurden Empfehlungen zur Positionierung der Region Ruwer gegeben.

3. Methodik

Die Befragung erfolgte bei den Winzern der Region Ruwer, ausgewählten deutschen Weinfachhändlern sowie Experten der deutschen Weinbranche. Es wurde für jede Zielgruppe ein auf die Gruppe abgestimmter Fragebogen jedoch mit inhaltlich identischen Kernfragen erstellt. Die Auswahl der Gruppe der Ruwer-Winzer ergab sich aus der Gesamtheit der an der Ruwer mit Rebflächen ansässigen Winzer. Die Auswahl der Fachhändler sowie der Experten erfolgte anhand von Adressverzeichnissen aus einschlägigen Weinzeitschriften sowie aufgrund persönlicher Empfehlung. Die Befragung wurde im Zeitraum Januar bis April 2009 durchgeführt.

4. Inhalt

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass die Umbenennung von den Winzern weit negativer gesehen wird als aus externer Sicht von Seiten der Experten und des Fachhandels. Eine überwältigende Mehrheit aller Befragten ist der Ansicht, dass die Region Ruwer ein eigenständiges Profil als Weinregion entwickeln sollte. Im Rahmen der Arbeit werden mögliche Merkmale der Profilierung herausgearbeitet.

Stärken und Schwächen der Region Ruwer werden von den befragten Gruppierungen in hohem Maß unterschiedlich wahrgenommen. Vor allem sind Unterschiede zwischen den Winzern einerseits und Experten sowie Fachhändlern andererseits ersichtlich. In einigen wesentlichen Punkten sind ähnliche oder sogar übereinstimmende Meinungen der befragten Gruppierungen vorhanden.

Ausgehend von den Ergebnissen werden Chancen und Risiken der Ruwer-Region herausgearbeitet. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass im Rahmen dieser Arbeit sehr gute Chancen der Region Ruwer gesehen werden, sich mit eigenem Profil innerhalb des Moselanbaugebietes zu positionieren. Risiken sind vor allem in den strukturellen Rahmenbedingungen innerhalb der Region begründet.

Es wird der Weinregion Ruwer zur Positionierung auf dem deutschen Weinmarkt empfohlen, sowohl ein klares Profil des Weinstils als auch der Weinregion zu erarbeiten. Ausgehend von den vorliegenden Ergebnissen der Befragung werden hierzu Handlungsempfehlungen gegeben.

5. Fazit

Trotz der sicherlich negativ erscheinenden Umbenennung der Weinregion, wird im Rahmen dieser Arbeit eine große Chance für die Weinregion Ruwer zur Positionierung auf dem deutschen Weinmarkt gesehen. Die Ruwer ist als Weinregion auf dem deutschen Markt weitgehend unbekannt. Es sind die führenden Weingüter, die das heutige Bild der Ruwer prägen. Das qualitative Image der Ruwer-Weine ist sehr gut. Die Region Ruwer, soweit überhaupt als Region bekannt, ist durchweg mit positiven Assoziationen verknüpft. Insgesamt werden die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Positionierung der Region als gut bewertet. Die Hauptaufgaben liegen in der Region selbst, verbunden mit der Frage welche Schlüsse und Aktivitäten den vorliegenden Erkenntnissen folgen. Als wesentliche Voraussetzung für das Gelingen wird die Zusammenarbeit der Winzer gesehen. Von diesem „Miteinander“ wird es abhängen, wie die Region sich zukünftig entwickelt.