

Zusammenfassung der Diplomarbeit

"Deutscher Winzersekt - die unterschätzte Champagneralternative?"

von Ralf Moritz

1. Motivation für die Arbeit

Der weltweite Markt für Schaumwein ist in den vergangenen Jahren ständig gewachsen. Millionen Flaschen. Laut IWSR macht Champagner ca. 50 Prozent der weltweiten Umsätze aus.

Deutscher Winzersekt - hergestellt nach dem gleichen Verfahren wie Champagner - hat im Markt für Qualitätsschaumweine nur einen verschwindend geringen Anteil an den Umsätzen sowie der Wertschöpfung.

Motivation für diese Diplomarbeit war, das Produkt Deutscher Winzersekt wieder deutlicher ins Bewußtsein von Fachleuten, Gastronomen und Konsumenten zu rücken und zu zeigen, dass es sich lohnt, sich dieser deutschen Spezialität verstärkt zuzuwenden.

2. Fragestellung / Zielsetzung

Die Arbeit soll einen Vergleich der besten Champagnersorten, sowie der besten deutschen Winzersekte anstellen mit der Beweisführung, dass deutscher Winzersekt sowohl qualitativ als auch preislich international unterbewertet ist und sein Marktpotenzial nicht voll ausschöpft.

3. Methodik

Die Vorgehensweise beinhaltete das Sichten von Fachliteratur, Zeitschriften und unterschiedlichen Internetseiten.

Es galt zunächst, die Historie, sowie die Produktionsmethoden gegenüberzustellen und einen Blick auf die jeweiligen Märkte zu werfen. Internationale Stimmen zu beiden Produkten zeigten Präferenzen aus der Fachwelt. Argumente zu Konsum und Märkten galt es durch entsprechende Tabellen und Statistiken zu untermauern.

Unterschiedliche Vermarktungsstrategien wurden herausgearbeitet, und in persönlich geführten Gesprächen und Blindverkostungen mit Konsumenten wurden deren Präferenzen herausgearbeitet. Das persönliche Gespräch mit Produzenten ermöglichte einen Einblick in deren Sicht auf die Fragestellung der Diplomarbeit.

Schließlich wurde aufgezeigt, wie sich deutscher Winzersekt zukünftig besser positionieren kann und wo sich zu nutzendes Potential verbirgt.

4. Inhalt

Zu Beginn steht die Feststellung, dass es deutschem Winzersekt an echter Wertschöpfung am Markt fehlt. Es stellt sich die Frage, was Champagner um so viel erfolgreicher macht und welche Möglichkeiten es gibt, deutschen Winzersekt künftig besser zu positionieren.

Die Arbeit beinhaltet zunächst einen historischen Vergleich der beiden Produkte. Es werden sodann die Produktionsmethoden, Rebsorten, sowie die entsprechenden gesetzlichen Bestimmungen gegenübergestellt. Es folgt ein Blick auf den internationalen Schaumweinmarkt im Allgemeinen, sowie auf Winzersekt und Champagner im Einzelnen.

Nach einer Definition des Begriffes Qualität wird skizziert, was Champagner so erfolgreich macht und wo die Unterschiede in der Vermarktung zum Winzersekt liegen.

Es stellt sich heraus, dass Deutscher Winzersekt als Nischenprodukt und Spezialität seine Position über seine Individualität im Markt ausbauen kann und damit auf einen gesellschaftlichen Trend trifft, der von Rückbesinnung auf Familie und traditionelle Werte geprägt ist. Er ist in diesen Punkten dem Champagner als ein von Marken dominiertes Produkt überlegen.

5. Fazit

Wenn eine Öffnung der Spitzengastronomie hin zum Winzersekt erfolgt und die herausgearbeiteten Stärken deutlicher durch Fachhandel und die Produzenten selbst kommuniziert werden, kann Deutscher Winzersekt seine Position im internationalen Markt ausbauen und eine höhere Wertschöpfung erzielen. Er *ist* eine *echte* Champagneralternative.

