

## **Motivation für die Arbeit**

Müller-Thurgau – eine der bedeutendsten Rebsorte in Deutschland, deren Anbaufläche seit dem Jahr 1990 bis ins Jahr 2012 nahezu halbiert wurde.

Erhebliche Marktanteile des Müller-Thurgaus gingen zu Gunsten von Spätburgunder Rotwein und weißen Burgundersorten verloren.

Als einheimischer der Bodenseeregion wollte ich aufzeigen, dass man durch eine Neuinterpretation des Müller-Thurgaus eine Renaissance der Rebsorte möglich machen kann.

## **Fragestellung**

Kann man den Rückgang des Müller-Thurgaus am Bodensee stoppen?

Welches sind die Lösungen am Bodensee die zu einer Entspannung der Krise geführt haben?

Wenn ja, kann man diese Lösungsansätze auch auf andere Weinbauregionen übertragen?

## **Methodik**

Mit Hilfe von Zahlen des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg und des Deutschen Weininstitutes wurden die vergangenen Jahre in der Entwicklung des Müller-Thurgaus beleuchtet.

Mittels Internetrecherche wurde die Rebsorte Müller-Thurgau und das Weinanbaugebiet Bodensee beschrieben.

Analytischer Schwerpunkt dieser Arbeit war die Beschreibung des Müller-Thurgau in der Bodenseeregion. Die Dokumentation neuer Entwicklungen erfolgt durch die Befragung von Winzern und Vermarktern. Die durchgeführten Befragungen lassen erkennen, wie Winzer und Vermarkter Marktschancen und Potentiale des Müller-Thurgaus in Ihrer Region einschätzen

## **Aufbau der Arbeit**

*In Kapitel 1* wird die Problemstellung des Themas „Müller-Thurgau der Weg aus der Krise? Am Beispiel Bodensee/Baden“ dargestellt.

*Im Kapitel 2* von der Züchtung bis zum heutigen Umgang mit der Rebsorte Müller-Thurgau, Statistiken zur Rebflächenentwicklung, Weinanbaugebiet Bodensee und die besondere Beziehung vom Müller-Thurgau zum Bodensee.

*Im Kapitel 3* Perspektiven zur erfolgreichen Weiterentwicklung des Müller-Thurgau, Stilistiken und Verbrauchergruppen.

*Im Kapitel 4* Winzerbefragungen, Ergebnisse von 30 Erzeugern und Vermarktern in den Bereichen Weinbau, Positionierung, Marketing und Zukunftsaussichten

*Im Kapitel 5* Lösungsansätze und persönliche Beurteilung

*Im Kapitel 6* Schlusswort

## **Fazit**

Das Weinbaugebiet Bodensee beweist, dass dem Müller-Thurgau durch das Verleihen einer bewusst regional ausgerichteten Charakteristik, eine Renaissance in der Kundenakzeptanz möglich ist. Die Krise des Müller-Thurgau leitet sich primär aus dem lieblosen und ertragsorientierten Umgang mit dieser Sorte in den letzten Jahrzehnten ab, wodurch die Potentiale, die im Müller-Thurgau liegen, nicht gehoben werden konnten, da die Traubensorte in allen Weinanbaugebieten auf Randlagen verbannt wurde.

Die Winzer im Weinbaugebiet Bodensee versuchen dem Müller-Thurgau eine eigene prägnante Stilistik, die auf Frische und Aromatik fokussiert ist, zu verleihen; eine Interpretation des Müller-Thurgau, die auf Qualität und Ertragsreduktion setzt und es dadurch ermöglicht, den Müller Thurgau sukzessiv hochwertiger beim Konsumenten neu zu positionieren.

Durch diese Ausrichtung konnten neue, vor allem jüngere Kundengruppen gewonnen werden, wobei der Vermarktung die Verbindung des Müller-Thurgau mit der Bodenseeregion von zentraler Bedeutung ist; also die kaufanimierende Verbindung aus Wein und Region. Der Verkauf konzentriert sich über den Kanal des Direktvertriebs und auf die Zusammenarbeit mit den lokalen Tourismusverbänden, um die „Marke Bodensee Müller-Thurgau“ nachhaltig zu festigen.