

Sabine Brenner, Seminararbeit Unit 7

Titel der Arbeit: Prosecco, das italienische Schaumweinwunder! Von der venezianischen Touristenbrause zum globalen Brand

Zusammenfassung

Dem Prosecco ist während der vergangenen fünfzehn Jahren als einzigem Schaumwein Italiens der Durchbruch zum globalen Brand gelungen. Heute werden jährlich mehr als eine halbe Milliarde Flaschen Prosecco produziert und in die gesamte Welt verkauft. Prosecco ist ein historisch gewachsenes Produkt und entspricht gleichzeitig wie kaum ein anderes alkoholisches Getränk dem Zeitgeist.

Ziel der Seminararbeit ist, den Aufstieg des Prosecco zum globalen Brand zu erklären. Sie stützt sich auf unterschiedlichste Quellen, wie Artikel in einschlägigen Fachzeitschriften sowie Lifestyle Magazinen, die über das „Schaumweinwunder“ Prosecco berichten, auf die Veröffentlichungen der Prosecco-Konsortien sowie auf mit Branchenkennern durchgeführte Interviews.

Die Seminararbeit gliedert sich in drei Teile. Im ersten Teil geht es darum, worum es sich überhaupt handelt, wenn man von Prosecco spricht. Ich gehe auf die Geschichte des Prosecco ein und gebe einen Abriss über jüngere Entwicklungen, die den Aufstieg des Prosecco beflügelt oder teilweise sogar erst ermöglicht haben, allen voran die Erweiterung des Produktionsgebietes für Prosecco im Jahr 2009. Weiter gebe ich einen Überblick über die Absatzentwicklung des Prosecco und die wichtigsten Absatzmärkte.

Im zweiten Teil der Seminararbeit untersuche ich, welche Faktoren den beispiellosen Erfolg des Prosecco maßgeblich mitbestimmt haben. Zu nennen sind die steigende Beliebtheit von Schaumweinen allgemein, veränderte Kundenansprüche, neue Kundenschichten und das im günstigen Bereich angesiedelte Preisniveau des Prosecco. Sie ließen den Prosecco neue Märkte und deren Segmente erobern. Darüber hinaus zeige ich, wie es dem Prosecco gelungen ist, mit Vielschichtigkeit zu punkten. Allerlei Ausdifferenzierungen in Nischenprodukte sowie eine Premiumisierung sind hier zu nennen. Auf diese Weise konnte der Absatz weiter gesteigert werden. Weiter zeige ich, dass der Prosecco in einem erheblichen Maß von der Renaissance alkoholischer Mixgetränke profitiert hat. Aus einigen der beliebtesten Mixgetränke, man

denke nur an Aperol Spritz, ist er nicht wegzudenken. Nicht zu vergessen ist außerdem die unvergleichliche Art, mit der der Prosecco das italienische Lebensgefühl transportiert: Er besitzt trotz seiner Erschwinglichkeit eine gewisse Exklusivität, ist trotz seines Status als Alltagswein etwas Besonderes. Weitere Faktoren, die den Boom des Prosecco ermöglicht haben, sind die ausgeklügelten Marketingstrategien der Produzenten bzw. der Prosecco-Konsortien, die Erweiterung des Produktionsgebietes im Jahr 2009 und die Investitionen einer beträchtlichen Anzahl nationaler wie internationaler Unternehmen im Prosecco-Gebiet.

Im dritten Teil der Seminararbeit ziehe ich Schlussfolgerungen für die Zukunft des Prosecco. Die Nachfrage ist weiterhin steigend, die Produktion wird stetig erhöht. Bedingung für einen anhaltenden Erfolg des Prosecco ist nicht nur, dass die Nachfrage bedient werden kann, sondern auch, dass dies weiterhin auf den Säulen von Qualität und Authentizität geschieht. Es lässt sich nicht abschätzen, welche „It“-Getränke die Zukunft bringen wird, jedoch scheint es vor dem Hintergrund einer Vielzahl von Erfolgsfaktoren mehr als wahrscheinlich, dass Prosecco auch weiterhin buchstäblich in aller Munde sein wird.