

Rosa Anna Besler

Kandidatennummer: 16049939

Diplomarbeit Unit 7

Weinakademie Rust, im Juni 2019

DIE SCHLEICHENDE PIWI-REVOLUTION

mit spezifischem Fokus auf die Weinregion Südtirol Alto Adige

ZUSAMMENFASSUNG DIPLOM-ARBEIT

4970 Wörter (exkl. Tabellen, Diagramme, Bilder, Anhänge)



PIWI-Rebsorte Sauvignier-Gris © PIWI-International

ZUSAMMENFASSUNG

Motivation für die Arbeit:

In zahlreichen Blindverkostungen speziell in der Region Südtirol wurden in diversen Flights (Verkostungsserien) immer wieder PIWI-Weine miteingesetzt, welche oft außergewöhnlich hoch bewertet wurden. Dies hat mich zum recherchieren bewegt und ich begann, mich über die neuen, unbekannt Rebsorten zu informieren. So kam der Stein ins Rollen und meine Begeisterung für PIWI-Rebsorten wurde geweckt. Großes Potential lässt sich, aufgrund des oft ausgezeichneten Geschmacksprofils, sowie durch die spezielle Handhabung im Weinberg feststellen. Aus eigener Erfahrung stehen PIWI-Rebsorten in ihrer aufstrebenden Karriere im Qualitätsweinsegment aber vor einer großen Hürde: Kaum einer kennt sie und kann ihr enormes Qualitätspotential und ihre Vorteile im Weinberg, sowie als Wein in der Flasche in Bezug auf Nachhaltigkeit, Ökobilanz und Umweltbeeinflussung erkennen.

Fragestellung / Zielsetzung:

Was ist der Unterschied von PIWI-Rebsorten zu konventionellen Sorten? Wie kann man das Qualitätspotenzial von PIWI-Rebsorten analysieren und beleuchten? Gibt es Chancen und Methoden für eine Platzierung von PIWI-Weinen am Südtiroler Markt? Diese Fragen waren der Anstoß für die Diplom-Arbeit. Ziel war es, aufgrund diverser Trend- und Marktanalysen eine möglichst breit gefächerte Palette an Marketing-Maßnahmen für PIWI-Weine zu entwickeln und dabei auf realistische praxisnahe Umsetzungsmöglichkeiten zu achten.

Methodik:

Die Arbeit enthält eine Umfeld-Analyse, welche man bei SWOT-Analysen zur Erhebung von generellen Trends und Tendenzen in einem gewissen sozialen Umfeld (in diesem Fall die Region Südtirol) anwendet. Diese Umfeld-Analyse wurde für ein Stärken-Chancen-Profil herangezogen und auf die Eigenschaften der PIWI-Rebsorten abgeleitet.

Weiters wurden auf Grund dieses Profils, in Kooperation mit diversen Weingütern, der PIWI-Vereinigung Südtirol und anderen wichtigen Persönlichkeiten der PIWI-Szene spezielle Marketingmaßnahmen zur Platzierung von PIWI-Rebsorten am Weinmarkt Südtirol entwickelt.

Inhalt:

Voraussetzung für die Akzeptanz und die Eingliederung von PIWI-Weinen ist, ein generelles Verständnis zur Unterscheidung von PIWI-Rebsorten zu anderen Rebsorten, und dann nochmals separat ihr Verhältnis zu den verschiedenen Anbau- und Vinifikationsmethoden zu vermitteln.

Mit einer Umfeldanalyse für die Region Südtirol lassen sich Trends zu Nachhaltigkeit, Regionalität, sowie zu Umweltbewusstsein aufgrund diverser Statistiken und Analysen ableiten. Durch die Hohe Lebensqualität in der Region und das beachtliche Qualitätsbewusstsein in Bezug auf Ressourcen und Rohstoffe leitet sich ein deutliches Potential zur Platzierung von neuen nachhaltig produzierten, qualitativ hochwertigen Produkten ab.

Mit ihrer hohen Toleranz gegen sämtliche Pilz- und Rebkrankheiten und ihrer vermehrten Resistenz gegen Frost heben sich PIWI-Rebsorten unverkennbar von ihren konventionellen Pendanten ab. Auch die laufende Geschmacks- und Qualitätsoptimierung tragen wesentlich zum Erfolg der Sorten bei. Um neben der absolut beispiellosen Ökobilanz nur einige Stärken aufzuzählen, ist auch die Sorten-Ergänzung zum Biologischen und Biodynamischen Weinbau zu erwähnen. Um dem Klimawandel mit den immer extremeren Witterungsbedingungen zu begegnen bieten PIWI-Sorten mit ihrer erhöhten Resistenz wenig Grund zur Sorge über mögliche Qualitäts- und Quantitätseinbußen im Weingarten.

Als eine der größten und gravierendsten Schwächen von PIWI-Weinen gilt wohl die mangelnde Erfahrung und Toleranz des Endverbrauchers. Durch die Erarbeitung umfassender Marketing-Maßnahmen ergibt sich ein enormes Potenzial zur Verbesserung des Verständnisses und zur Aufklärung des Konsumenten. Es wird deutlich aufgezeigt wie groß die Vielzahl der Möglichkeiten tatsächlich ist und wie viele diverse bereits existierende, absolut zugängliche Kanäle zur Aufklärungsarbeit über PIWI-Weine folgerichtig erschlossen werden können.

Fazit:

Durch gezielte Maßnahmen und die konsequente Verfolgung dieser, können PIWI-Rebsorten auf einigen Märkten tatsächlich relevante Marktchancen erlangen. Es wird wohl noch einige Jahre in Anspruch nehmen, die Akzeptanz der hohen Qualität der Rebsorten, sowohl im Weinberg beim Winzer und Weinbauer, als auch im Glas des Konsumenten zu besiegeln und zu verankern. Jedoch erweist sich besonders die Weinregion Südtirol als enorm empfänglich für die noch recht unbekannteren Rebsorten und Weine. Dazu tragen die wirklich innovativen Weingüter wie z.B. Weingut Lieselehof oder der Weinhof Gandberg, sowie die PIWI-Vereinigung Südtirol einen erheblichen Teil bei, was den Stellenwert von PIWI hier einzigartig macht.