

## **EBELEDER Alexandra**

### **Zusammenfassung: Quo Vadis Elsass? Chancen und Probleme einer Grenzregion**

#### 1. Inhalt (Gewichtung der Kapitel in %)

#### 2. Einleitung und Zielsetzung der Arbeit (7,7%)

Das Elsass ist zweifelsfrei ein Gebiet mit langer Tradition, das einzigartige Voraussetzungen für den Weinbau mitbringt. Die Geschichte ist sowohl von deutscher als auch französischer Herrschaft geprägt, es schlagen 2 Herzen in der Brust der Elsässer. Die Landschaft ist schön, man legt Wert auf Kulinarik, so weit so gut. Trotzdem: Viele Weine sind nur mehr mittelmäßig bis ungenügend, die Lokale die nicht auf die über 70jährigen Kaffeefahrttouristen ausgerichtet sind, lassen sich nur mit Geheimtipps finden. Man hat das Gefühl, dass die Weine nur mehr so gemacht werden, dass sie jenen genügen, die mehr auf das typische Elsass Glas wertlegen als auf den Wein darin.

Dass Elsass ist in Bezug auf die Landschaft, einige Weine und kulinarisch meine Lieblingsregion außerhalb Österreichs. Ich habe dorthin meine erste Studienreise unternommen und kehre gerne zurück und bin es Leid enttäuscht zu werden. Ich bin schon so oft in den „Genuss“ von pappigen, breiten, faden, botrytisüberladenen Weinen gekommen, dass ich mich Frage: Warum ist das so wenn man doch dies tollen Voraussetzungen hat? Und was könnte man tun dagegen?

In meiner Arbeit versuche ich zu beschreiben, was schief läuft und welche Möglichkeiten es gibt, die Region neu zu profilieren.

#### 3. Das Weinbaugebiet Elsass (8,8%)

Kurze Zusammenfassung zu Lage, Klima und Weinbau, auch um die einzigartige Lage für den Weinbau zu analysieren.

- Weinbaugebiet in Zahlen (Weinbaubetreibende Betriebe, Entwicklung der Rebfläche, Verteilung der Rebsorten)
- Gesetzgebung von AC Alsace in Stichworten, Vendange Tardive und Sélection des Grains Nobles
- Die Grands Crus (Tabelle mit den 51 Vertretern), Gesetzgebung

#### 4. Die Märkte (7,2%)

- Anhand von Zahlen des CIVA und der SOPEXA eine Ist-Situation mit den Zahlen für AC Alsace, Entwicklung im Export und am französischen Markt;
- Die Entwicklung von Crémant

#### 5. Das Image der elsässischen Weine (8,9%)

- Verkaufszahlen von Groß- und Einzelhändlern
- Stimmen von Händlern, Winzern zu den Weinen, zum Auftritt

#### 6. Aktuelle Situationen – Probleme – Lösungen (28,9%)

Hauptproblem sind zu viele mittelmäßige bis schlechte Weine durch folgende Situationen:

- Ein sehr großzügiges Weingesetz: Wie wirken sich die Bestimmungen aus? Zusammenhang von Ertrag und Pflanzdichte auf die Qualität der Weine, sinnvolle Qualitätsgrenzen
- Baustelle Grand Cru: ein System das maximal gut gemeint, vor allem aber schlecht gemacht ist, hier liegt enormes Potenzial, da die Weine nur einen kleinen Prozentsatz einnehmen muss hier die Qualität gesteigert werden
- Die Rolle der Genossenschaften: diejenigen, die am mengenmäßig am meisten verkaufen, haben die schlechtesten Weine; Genossenschaft kann aber auch Qualität bedeuten, „Vorbild“ für die elsässischen Kooperativen
- Im Sortimentsdschungel des Winzers: Wie wirkt sich ein großes Sortiment auf das Kaufverhalten auswirkt, Sortimentsbereinigung als Maßnahme und Chance für Betriebe, Umfrageergebnis

Der Weinkonsument verbindet das Elsass schon lange nicht mehr mit Qualität. Das liegt nicht nur an den Weinen sondern auch am Marktauftritt:

- Nostalgischer Marktauftritt: Jetzt-Zustand eines gemeinsamen Stillhalten im Marketing

## 7. Die Chancen der Region Elsass (30,4%)

Es gilt die Weine des Elsass zu alter/neuer Stärke zurückzuführen und das Bewusstsein für finessenreiche Weine zu schärfen, dies auch zu kommunizieren durch:

- Vorbild Kaiserstuhl: eine Lösung ähnlicher Probleme, Beispiel der Bickensohler 10 Gebote, Chance durch neue Namensgebung
- Qualitätsstaffelung im Zuge der EU Weinmarktreform
- Aktuelle Trendsetter: Muscat entwickelt sich gut, Crémant ist im Moment der einzige Verkaufsschlager der Region, eine weitere Initiative ist Gentil, Umfrageergebnis zum möglichen Erfolg von Gentil
- Transparenz beim Restzuckergehalt, ( meiner Meinung einer der wichtigsten Punkte!), Rémy Gresser mit neuen Initiativen, Umfrageergebnis
- Gemeinsamer Auftritt im Qualitätsverband, ein gemeinsamer Auftritt der Spitzenwinzer ist absolut essentiell!
- Einfache Maßnahmen im Marketing, Design, Architektur, Tradition mit Innovation: Beispiele für den Erfolg durch einfache Maßnahmen
- Der schmale Grat des Weintourismus: Dieser findet im Elsass zwar statt, führt aber gleichzeitig zu Problemen; in diesem Bereich ist aber einiges Potenzial, Markenbildung und Mundpropaganda
- Aktuelle Maßnahmen im Tourismus, die fruchten könnten; Trotz allem: es gibt Tendenzen, die in die richtige Richtung gehen und die ich kurz vorstelle

## 8. Persönlicher Kommentar und Schlussfolgerung (8,1%)

Wohin gehst du? Das Elsass steht an einer Kreuzung. Es gibt mittlerweile zarte Tendenzen, eine neue Generation an Winzern, die das Gebiet zu alter Stärke zurückführen könnten.

Ein wesentliches Hindernis dabei ist vor allem die Tradition. Hinter der versteckt man sich ja gerne, man macht schließlich alles seit Jahrhunderten so. Außerdem gibt es absolut zu viele Uneinigkeiten, zu viele „Enfants terribles“, die Alleingänge machen. Mein Plädoyer zum Schluss: einigt euch auf einen etwas frischeren, gemeinsamen Auftritt, auf einheitliche Bezeichnungen, auf eine Auszeichnung des Restzuckers; Arbeitet mit Tourismus, Hotellerie, Gastronomie und Lebensmittelbranche zusammen! Stärkt das Elsass als Genussregion, nutzt dies fürs Weinmarketing und ihr geht den richtigen Weg!

## 9. Quellen