

Zusammenfassung der Diplomarbeit zum Thema:

Barbera – Chancen und Zukunft einer Rebsorte und des Weines auf dem Weg vom einfachen Bauernwein zu einer international anerkannten Rebsorte

Einleitend wird die Definition des Begriffs „international anerkannte Rebsorte“ diskutiert. Besondere Berücksichtigung findet hierbei die Positionierung der Rebsorte Barbera im Bezug auf ihre gesamte Anbaufläche von weltweit knapp 30.000 ha.

In einem kurzen geschichtlichen Überblick wird die Entwicklung dieser Rebsorte, die ihren Ursprung im Piemont hat, dargestellt. In der Folge wird auf die wichtigsten Anbaugebiete, allen voran in Italien, eingegangen. Nur kurz werden die noch wichtigen anderen Länder, wie Slowenien, Kalifornien, Südamerika und Australien beleuchtet.

Eine SWOT Analyse zeigt die Stärken, Schwächen, Gefahren und Chancen für Barbera auf. Massenproduktion, veraltete Techniken im Weinberg, sowie das Vorherrschen schwacher Qualitäten sind die Hauptprobleme, die Barbera auf seinem Weg zu einer international anerkannten Rebsorte immer noch bremsen.

Eine TOWS Matrix zeigt anschließend erste Wege auf, wie Schwächen und Gefahren durch Hervorhebung der Stärken und Chancen vermindert oder gänzlich eliminiert werden können.

Zur Verbesserung des Images von Barbera sind vor allem die Kommunikation und Information über Verbesserungen im Anbau und der Produktion wichtig.

In der weiteren Arbeit wird auf die Neuerungen in den verschiedenen Bereichen, wie Anbau, Vinifizierung und Weinstile eingegangen.

Neue Klone und eine vernünftige Kombination mit der Rebunterlage sind zwei der wichtigen Innovationspunkte zur Qualitätssteigerung im Anbau.

Ein Blick auf die Entwicklung im Zuge des Klimawandels zeigt Probleme für den Anbau von Barbera im Piemont auf. Als kurzfristige Reaktion wird Bewässerung sicher unumgänglich für die weitere Zukunft sein.

Die jeweiligen Weinstile werden durch verbesserte Vinifizierungstechniken stärker herausgearbeitet. Die Kennzeichnung der jeweiligen Stilistiken auf den Etiketten soll dem Verbraucher ein klareres Bild darüber geben, welches Produkt er zu erwarten hat.

Eine deutliche Qualitätssteigerung gerade im unteren und mittleren Preissegment sind unbedingte Voraussetzungen zur Imagesteigerung von Barbera.

Die Problematik der Herkunftsbezeichnung im Rahmen der DOC für die italienischen Weine mit Barbera wird so wie der Einfluss der Konsortien und der Übermacht der Genossenschaften diskutiert.

Bevor auf die Marktsituation eingegangen wird, zeigt ein Blick auf die internationalen Weinjournalen die positive Entwicklung von Barbera in den letzten Jahren auf. Eine weitere Qualitätssteigerung in der Zukunft wird eine positive Berichterstattung in den Medien und damit auch einen Imagegewinn zur Folge haben, und dem Konsumenten so noch mehr Geschmack auf Barbera machen.

Anhand einer Analyse des schwierigen UK Marktes wird aufgezeigt, welche Herausforderung Barbera noch zu meistern hat, um endgültig internationale Anerkennung zu genießen.

Die Umsetzung gezielter Kommunikationsstrategien soll Barbera auf dem Weg zu einer international anerkannten Rebsorte unterstützen:

Promotion mittels direct mailing, Präsentationen in Geschäften, POS- Materialien und Telemarketing, sowie

Sponsoring bei Veranstaltungen verschiedenster Art und

Öffentlichkeitsarbeit wie Pressemitteilungen, Journalistenreisen, Veranstaltungsorganisation, etc.

Für die Entwicklung von Barbera zu einer international anerkannten Rebsorte ist es wichtig, den von Giacomo Bologna eingeschlagenen Weg weiterzuführen und unter Berücksichtigung der heutigen Bedürfnissen weiter zu entwickeln.

„Behandle Barbera wie eine edle Rebsorte, und du wirst einen edlen Wein erhalten.“

Wortanzahl: 4.612 (ohne Inhalts- und Quellenverzeichnis, Abbildungen, Tabellen und Anhang)