

Zusammenfassung

Kandidatennummer:040005002

Unit 7

Diplomarbeit

Die Steiermark – 4000 Hektar – 25 Rebsorten

„Ist der umfangreiche Rebsortenspiegel der Steiermark noch zeitgerecht?“

Die Steiermark mit ihren etwas über 4000 ha Rebfläche hat einen so umfangreichen Rebsortenspiegel, das nur wirkliche Fachleute genau darüber Bescheid wissen.

Schon aus der Historie heraus ist die Steiermark ein Weinbauland der vielen Varietäten. Auf Grund der Kleinstrukturiertheit der Böden ist es in der Steiermark undenkbar nur mit einer Rebsorte auszukommen.

Auch die unterschiedlichen Klimaeinflüsse tragen dazu bei, dass eine Vielzahl an unterschiedlichen Rebsorten angepflanzt werden.

Der sich langsam vollziehende Klimawandel wird in Zukunft zum Teil mitentscheidend sein, welche Rebsorten sich durchsetzen werden.

Da wird es von besonderer Wichtigkeit sein, durch gezielte Klonselktion für die Reben eine Möglichkeit zu schaffen, sich an die veränderten Verhältnisse anzupassen.

Von der Marketingseite muss man dieses Thema zweigeteilt aufarbeiten.

Bei kleinen bis mittleren Betriebsstrukturen ist eine große Rebsortenvielfalt gefragt.

Der Konsument kauft direkt vor Ort ein und bekommt ein vielfältiges Weinerlebnis geboten.

Buschenschänken und Anbieter von Winzerzimmern profitieren davon, dass der Gast sich durch ein großes Angebot durchkosten kann.

Bis zu einer Betriebsgröße von 10 ha ist diese Vielfältigkeit ein absolutes Plus, da der Verkauf sein Auslangen Ab - Hof und in der lokalen Gastronomie findet. Der direkte Kontakt des Winzers und seiner Familie mit dem Konsumenten erlaubt es, jede gewünschte Sorte an den Mann zu bringen.

Alles was über diese Betriebsgröße hinausgeht, ist dann schon auf Verkaufskanäle angewiesen. Man ist gezwungen sich Partner für den Vertrieb zu suchen und auch der LEH wird schon zum Thema.

Der direkte Kontakt zum Konsumenten nimmt kontinuierlich ab. Der Vertrieb wird strukturierter und man benötigt größere Mengen von den einzelnen Weinen.

„Je mehr Vermarktung Ab-Hof, umso wichtiger ist eine Sortenvielfalt. Je mehr man in Verkaufskanäle geht umso wichtiger werden Leitsorten!“

In der Steiermark hat sich eindeutig der Sauvignon Blanc als Leitsorte herausgestellt. Alle großen Betriebe haben einen SB-Anteil von um die 50% ihrer Anbaufläche. Je mehr man in den Export geht umso wichtiger wird das für den einzelnen Winzer. Wirklich punkten kann die Steiermark international nur, wenn sie ihrem Sauvignon Blanc einen ganz eigenen, zuordenbaren Charakter verleihen kann, der das Terroir der Steiermark zum Ausdruck bringt.

Im Windschatten des steirischen SB kann man dann 3 – 4 Sorten mit auf die internationalen Märkte bringen.

Einzelauftritte werden im Export sehr schwierig, zeit- und geldaufwändig sein. Von Erfolg gekrönt scheinen mir nur gemeinsame internationale Marktauftritte zu werden.

Ein innovatives Beispiel wie es gehen könnte ist der neugegründete „Weiß – Grüne – Weincluster“ dem 10 der größten steirischen Betriebe (Tement, Polz, Gross, E:Sabathi, Wohlmuth, Sattler, Domäne Müller, Neumeister, Winkler-Hermaden und Reiterer) angehören und der sich zum Ziel gesetzt hat, den Export in den nächsten 5 Jahren von derzeit 10-15% zu verdoppeln.

Für die großen Betriebe ist die Richtung klar. Eine Sortenbereinigung ist in die Wege geleitet, als Leitsorte fokussiert sich eindeutig der Sauvignon Blanc.

Im Gesamten wird sich die Steiermark auf 5 – 7 Sorten reduzieren müssen um wirtschaftlich überleben zu können.

Im Gegenzug dazu bedeutet Vielfältigkeit auch Risikostreuung und Attraktivität für den Gast der in die Steiermark kommt. Tourismus und Wein sind untrennbar miteinander verbunden. Schon allein deshalb muss dadurch eine gewisse Spannung beim Konsumenten erhalten bleiben.

Von enormer Wichtigkeit wird sein, am Preisgefüge zu arbeiten, um international konkurrenzfähig zu bleiben.

Weltweit geht der Trend zu autochthonen Rebsorten mit viel Terroir. Unverwechselbarkeit ist von enormer Bedeutung.

Wenn es gelingt Terroir, Landschaft und steirische Lebensfreude in unseren Wein zu bringen, dann werden wir auch erfolgreich sein und das weltweit.

Wenn die steirischen Winzer gemeinsam agieren, dann werden sie auch am internationalen Markt punkten.

Für Einzelkämpfer sind wir einfach zu klein strukturiert.

Wenn wir die Steiermark als Genussregion in die Köpfe der (Wein-) Konsumenten bringen wollen, dann brauchen wir die Vielfältigkeit und höchste Qualität.

Wir wollen das Haubenlokal Europas sein!

McDonalds können und wollen wir nicht sein!

Meine eingangs gestellte Frage hat sich durch diese Arbeit eigentlich von selbst beantwortet.

Der Markt regelt sich von selbst!

