



Ein Weinort im Wandel der Zeit

Diese Arbeit dokumentiert die Geschichte des Weinortes Villány von den ersten Hinweisen auf Weinbau bis in die Gegenwart. Der Schwerpunkt der Arbeit ist auf die Darstellung der momentanen Marktsituation für Villayer Weine und auf eine Strategie für eine verstärkte Positionierung am internationalen Weinmarkt gelegt.

Eingangs werden die Beweggründe für die Themenwahl dargelegt.

Ausführungen über die geographische Lage, die Klimaverhältnisse und die Bodenbeschaffenheit Villanys vervollständigen den einleitenden Teil der Arbeit.

Der geschichtliche Teil über Villány ist in 5 Abschnitte gegliedert. Er beginnt mit einem historischen Teil, welcher die Zeit von den ersten Aufzeichnungen über Rebplantagen bis hin zur Reblauskatastrophe Ende des 19. Jahrhunderts umfasst.

Im Kapitel „Villány im 20. Jahrhundert“ wird auf die Wiederbepflanzung nach den Zerstörungen durch die Reblaus, auf die Ereignisse rund um den 2. Weltkrieg und auf die Phase der kommunistischen Herrschaft eingegangen. Die Leistungen von Zsigmond Teleki, die Verstaatlichung der Betriebe und die meist negativen Auswirkungen der kommunistischen Herrschaft sind die Kernthemen dieses Bereichs.

Der Aufschwung nach der politischen Wende durch private Familienbetriebe, die Schilderung der ausländischen Einflüsse und die Beschreibung der Veränderungen rund um den EU-Beitritt komplettieren den geschichtlichen Teil.

Zum besseren Verständnis für die Marktsituation wird in den folgenden Abschnitten auf die Rieden, die Rebsorten, die ansässigen Winzer und die produzierten Weine und Weinstile eingegangen.

Der Hauptteil, der die Marktsituation für Villányer Weine behandelt, beginnt mit historischen Daten über den Weinhandel in Villány. Bei der anschließenden Schilderung der aktuellen Gegebenheiten wird auf die Rebfläche und deren mögliche Erweiterungen und auf die Hektarerträge der einzelnen Rebsorten eingegangen. Das neue, erst kürzlich eingeführte, Qualitätssystem wird im Anschluss beschrieben.

Die Aussagen über den Inlandsmarkt sind in die Bereiche Weintourismus und Ab-Hof-Verkauf, sowie Vertrieb über Weinhandel und Gastronomie unterteilt.

Hier wird ausführlich auf die Tatsache eingegangen, dass der Weintourismus hervorragend organisiert ist und letztlich dazu führt, dass insgesamt mehr als ein Drittel der Produktion Ab-Hof abgesetzt wird.

Das Wirken des „Villany-Sikloser-Weinstraßenvereins“ und dessen Ziele und Motive werden dargestellt.

Im Bereich Weinhandel und Gastronomie wird auf den Umstand eingegangen, dass die Villanyer Weine, welche nicht „Ab-Hof“ ihre Käufer finden, nahezu gänzlich über den Großhandel abgesetzt werden. Direktbelieferungen von Lebensmitteleinzelhandel und Gastronomie finden kaum statt.

Der Export stellt momentan die Schwäche der Villanyer Weinproduzenten dar. Dies liegt vor allem daran, dass der ungarische Markt derzeit problemlos nahezu die gesamte Produktion aufnimmt.

In diesem Bereich der Arbeit werden die Gründe dargelegt, welche den Export der Villanyer Weine erschweren. Es wird auf die Bemühungen einiger weniger Winzer eingegangen sich international zu positionieren. Weiters wird von Erfolgen der Villanyer Weine bei internationalen Prämierungen berichtet. Ausführungen über Messeaktivitäten und Pressekontakte folgen. Eine Auflistung der wichtigsten Exportmärkte beschließt diesen Abschnitt der Arbeit.

Das nächste Kapitel ist einer Strategie für eine stärkere Präsenz der Villanyer Weine am Exportmarkt gewidmet.

Es beginnt mit einer Auflistung des Ist-Zustandes und der wichtigsten Daten der ungarischen Weinwirtschaft. Die beiden Folgeabschnitte versuchen Anregungen für die Schaffung von landesweiten und regionalen Marketingvereinigungen zu geben. Ein wesentliches Manko für die Exportbemühungen ist nämlich der Umstand, dass es weder eine funktionierende landesweite Marketingorganisation für Wein, noch eine regionale Vereinigung zur Unterstützung der Winzer bei ihren Exportaktivitäten gibt.

Vorschläge für konkrete Maßnahmen zur Steigerung der Exportmengen finden sich ebenfalls in diesem Bereich. Vor allem die Schaffung einer Marke „Villany“ und gemeinsame Anstrengungen der Winzer für einen Auftritt am internationalen Markt werden andiskutiert.

Probleme bei der Erlangung internationaler Förderungen werden aufgezeigt und mögliche Lösungen dafür erläutert. Ausführungen über die Zukunftsperspektiven der Villanyer Winzer und Weine beschließen die eigentliche Arbeit.

An Quellen wurden 6 Bücher für den historischen Teil, eine Dissertation und verschiedenste Internetseiten verwendet. Die wichtigsten Anregungen und Aussagen für die Arbeit stammen jedoch von verschiedenen Villanyer Winzern oder im Weinbereich tätigen Personen.

Durch zahlreiche Besuche in Villany, insbesondere durch drei gezielte Reisen zwecks Recherche für diese Arbeit, wurden vielfältige Eindrücke über die Villanyer Weinszene gewonnen.

Im Anhang werden die namhaften Villanyer Winzer und Weingüter angeführt. Weiters werden einige bekannte Rotweincuvees und deren Zusammensetzung aufgelistet und Preisbeispiele für Villanyer Weine gegeben.

Einige selbst gemachte Fotos sollen darüber hinaus Eindrücke von Villany vermitteln.