



Zusammenfassung der Diplomarbeit

„Asti, Franciacorta & Prosecco – Italiens bekannteste Schaumweine. Ihre Stärken & Schwächen wie auch Chancen und Risiken am internationalen Schaumweinmarkt“

verfasst von

Silvia Spreitzer

Kandidatennummer: 12015143

Wien 2014

Motivation

Da ich schon seit Jahren ein großer Schaumwein-Fan bin und auch schon mehrere Reisen in Schaumwein-produzierende Regionen unternommen habe, war für mich schnell klar, dass ich dieses Interesse ausnutzen würde um meine Diplomarbeit zu verfassen. Prosecco und Champagner sind in Österreich wohl die bekanntesten Vertreter, jedoch war ich von keinem Schaumwein bei meinem „Erstkontakt“ so begeistert wie von Franciacorta. Mein Interesse daran wuchs und irgendwann stellte sich mir die Frage, was es eigentlich mit diesen Weinen auf sich hat? Wie sind sie einzuordnen in einem Land, das so viele verschiedene Schaumweine produziert? Daraus entstand auch die Idee, sie in dieser Arbeit mit anderen Schaumweinen zu vergleichen und was wäre besser geeignet, als die (übermächtige) Konkurrenz im selben Land.

Zielsetzung

Ziel dieser Arbeit ist es, die drei bekannten italienischen Schaumweine Asti, Franciacorta und Prosecco miteinander zu vergleichen und deren Stärken und Schwächen aufzuzeigen. Dadurch sollen Entwicklungschancen und Zukunftsaussichten am internationalen Schaumweinmarkt abgeleitet werden. Können sich alle drei Kategorien wirtschaftlich behaupten oder sind „Prosecco-Boom“ oder Hip-Hop-Videos, in denen Moscato d’Asti getrunken wird, nur eine temporäre Erscheinung? Hierbei sollen vor allem die Hauptabsatzmärkte untersucht und Möglichkeiten zur Absatzsteigerung identifiziert werden.

Methodik

Neben Lexika und Fachliteratur erlaubte mir eine sehr intensive Internetrecherche, italienische und englische Fachzeitschriften, sowie auch zahlreiche E-Mails und persönliche Kontakte, unter anderem mit den Dachverbänden der Kategorien, einen tieferen Einblick zu erlangen und das Thema von mehreren Seiten zu beleuchten. Durch

diese Quellen konnten stichhaltige Argumente und Fakten zusammengetragen und fundierte Aussagen getroffen werden.

Inhalt

Um den Erfolg der italienischen Schaumweine wirklich verstehen zu können, wird im ersten Teil die aktuelle Situation am internationalen Schaumwein-Markt und im Speziellen dann jene des italienischen umrissen. Danach erfolgt ein Überblick über die einzelnen drei Schaumweingebiete und deren Marktdaten. Dabei wird ersichtlich, dass Prosecco bei der Produktion im Jahr 2013 mit 315 Millionen verkauften Flaschen klar die Nase vorne hat. Die anschließende SWOT-Analyse anhand des Marketing-Mix zeigt die wichtigsten Aspekte auf, um letztendlich eine Entwicklungs-Aussicht pro Kategorie ableiten zu können. Bei allen drei Schaumweinen handelt es sich um sehr unterschiedliche und eigenständige Produkte, die verschiedene Zielgruppen ansprechen. Während der Inlandsmarkt für Franciacorta die Basis darstellt, sind Asti und Prosecco auf die Exporte angewiesen. Dabei zählen unter anderem die USA und China als wichtige Zielmärkte. Um längerfristig erfolgreich zu sein, müssen alle drei Produkte weiter in die Pflege und Verbesserung ihres Images investieren und Kunden in Zukunft noch stärker an sich binden. Dabei spielen direkter Kontakt, Weintourismus und im Ausland ein professioneller Auftritt im Internet und Social Media eine große Rolle.

Fazit

Steigende Schaumweinumsätze und positive Konsum-Prognosen haben zum Anstieg der Konkurrenz geführt. Eine starke Kundenbindung und die Eroberung neuer Exportmärkte sind DIE Schlüsselfaktoren, die den weiteren Erfolg der Schaumweinmarken ausmachen werden. Bei Beachtung dieser Faktoren können Franciacorta, Prosecco und Asti auch weiterhin erfolgreich sein.