Blaufränkisch – Heimatwein oder doch Global Player?

Zusammenfassung

Name: Robin Schultz
Kandidatennummer: 240083
Datum: 22.06.2026

Motivation

Durch meinen jahrelangen Aufenthalt in Österreich und ständigen beruflichen Kontakt mit österreichischen Weinen, arbeite ich bereits seit vielen Jahren mit Blaufränkisch-Weinen. Eine Rebsorte mit vielen verschiedenen Facetten, für die ich vom ersten Tag meiner Sommelier-Ausbildung Interesse und Freude aufgebaut hatte. Da die Sorte sehr eng mit ihrer Heimat verbunden ist und weltweit mit gerade einmal 17.887 Hektar sehr wenig Rebfläche besitzt, ist ihre internationale Präsenz geringfügig. Darauf basierend habe ich es mir zur Aufgabe gemacht, dieser Rebsorte, im Zuge dieser Arbeit, mehr Aufmerksamkeit zu widmen und ihrem möglichen Potenzial am internationalen Markt nachzugehen.

Zielsetzung/Fragestellung

Ziel dieser Arbeit ist es, herauszufinden, ob Blaufränkisch zukünftig am internationalen Markt neben etablierten Rotweinsorten wie Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah etc. fußfassen und sich stärker positionieren kann oder seiner Rolle als mitteleuropäischer Herkunftswein treu bleibt. Hierbei kommen auch Optionen wie der Klimawandel und der generelle Wandel der Weinwelt zur Debatte. Daher lautet die Fragestellung, ob Blaufränkisch in Zukunft ein stark regional verwurzelter „Heimatwein“ bleiben wird oder gar zum international etablierten „Global Player“ werden kann.

Methodik

Um möglichst viele verschiedene Eindrücke und Meinungen zu erhalten, wurden schriftliche Interviews mit verschiedenen Experten aus unterschiedlichen Fachbereichen geführt. Dazu gehören die drei Weingüter Gesellmann, Silvia Heinrich und Kerschbaum, ein österreichischer (Wein&Co) und deutscher (Lobenberg) Weinhändler sowie die Institutionen Wein Burgenland und die Österreich Wein Marketing (ÖWM). Die daraus gewonnenen Erfahrungen und Erkenntnisse konnten so ausgewertet und in einer SWOT-Analyse dargestellt werden.

Inhalt

Zu Beginn der Arbeit wird die Rebsorte Blaufränkisch kurz vorgestellt, um diverse charakteristische sowie historische Eigenschaften zu erwähnen. Danach folgt die Zusammenfassung der einzelnen Interviews, um darauf basierend die Ergebnisse und Erkenntnisse in einer SWOT-Analyse darzustellen.

Die Analyse zeigt, dass Blaufränkisch über zahlreiche Stärken verfügt, die eine erfolgreiche internationale Positionierung ermöglichen. Dabei werden insbesondere die Eigenständigkeit der Rebsorte, ihre ausgeprägte Herkunftsidentität sowie ihre Frische, Eleganz und Lagerfähigkeit von den Experten als wesentliche Wettbewerbsvorteile angesehen. Gleichzeitig bestehen aber Herausforderungen in der geringen internationalen Bekanntheit, der begrenzten Produktionsmenge und der starken Konkurrenz von bereits etablierten Rotweinrebsorten. Die größten Chancen liegen im Premium- und Fine-Wine-Segment, wo Authentizität, Herkunft und Qualität zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Insgesamt deuten die Ergebnisse darauf hin, dass Blaufränkisch über gute Voraussetzungen verfügt, sich international stärker zu etablieren, jedoch vor allem als hochwertige Premiumrebsorte und nicht als Massenprodukt.

Im direkten Vergleich zum internationalen Wettbewerbsumfeld verfügt Blaufränkisch zwar nicht über die Bekanntheit und Marktpräsenz international etablierter Rebsorten, wird qualitativ jedoch durchaus auf Augenhöhe wahrgenommen.

Fazit

Die Ergebnisse dieser Arbeit zeigen, dass Blaufränkisch über hervorragende qualitative Eigenschaften sowie vielversprechende internationale Markchancen verfügt. Die Untersuchung kommt zu dem Schluss, dass Blaufränkisch weder als klassischer Heimatwein noch als global dominierende Rebsorte einzustufen ist. Vielmehr besitzt die Sorte das Potenzial, sich als international anerkannte Premium-Rebsorte mit starkem Herkunftscharakter zu etablieren.