

## **Zusammenfassung Diplomarbeit Unit 7**

**Arbeitsthema : Chancen und Zukunftsperspektiven von  
„ alkoholfreiem Wein“  
in Bezug auf den österreichischen Markt**

### **1.) Motivation der Arbeit :**

Die Meinungen über „alkoholfreien Wein“ sind sehr differenziert zu betrachten.

Gibt es Zielgruppen, die diesem Produkt sehr skeptisch gegenüberstehen und einen Eingriff am „Naturprodukt Wein“ verpönnen, so sind auf der anderen Seite Kundensegmente anzutreffen, die diesem Thema sehr aufgeschlossen, interessiert und mit grosser Erwartungshaltung gegenüberstehen.

Verstärktes Gesundheitsbewusstsein, geändertes Konsumverhalten, aber auch positive Schlagzeilen aus anderen Ländern haben mich dazu bewogen, dieses Thema in Bezug auf den österreichischen Markt näher zu beleuchten.

Als „Leitmotiv“ diente auch „alkoholfreies Bier“ welches am österreichischen Markt nicht mehr wegzudenken ist!

### **2.) Fragestellung und Zielsetzung:**

Arbeitsziel war, Chancen am Beispiel „alkoholfreier Weine“ in Bezug auf den österreichischen Markt aufzuspüren, neue Zielgruppen und Absatzwege zu evaluieren, sowie Zukunftsperspektiven und mögliche Potentiale aufzuzeigen.

Es war auch zu hinterfragen, inwieweit das „Geschmacksbild“ von alkoholfreiem Wein von Konsumenten angenommen und akzeptiert wird.

Ziel war es nicht, das „Wein trinkende Kundenklientel“ von alkoholfreiem Wein zu überzeugen, sondern vielmehr wurde der Beweis angestrebt, ob dieses Produkt als „Nischenprodukt“ seine Berechtigung findet und somit mögliche zusätzliche Umsatzpotentiale heben kann.

### **3.) Methodik**

Als Plattform dienten Internet, Fachzeitschriften, Firmenbroschüren, sowie Fachbücher.

Eine persönliche Kundenbefragung über den Bekanntheitsgrad, Verkostungen zur Bewertung des Geschmacksbildes, sowie Gespräche und Erfahrungswerte aus anderen Ländern dienten als Unterstützung.

Eine Zusammenfassung, sowie eine persönliche Einschätzung aller gewonnenen Informationen dienten als Abrundung der Arbeitsmethode.

**4.) Inhalt der Arbeit:**

Der Aufbau ist in 8 Kapiteln unterteilt, wobei der Inhalt mit 4956 Wörtern verfasst wurde. 19 Seiten Anhang unterstützen die Aussagen der Arbeit.

Kapitel 1: Dokumentiert die Einleitung mit klarer Zielsetzung und Motivation der Arbeit.

Zeigt einen geschichtlichen Ausblick und das „Leitmotiv alkoholfreies Bier.“

Kapitel 2: Gibt einen Überblick über die unterschiedlichen Verfahren zur „Entalkoholisierung von Wein“ und dokumentiert eine Zusammenfassung und Empfehlung, sowie die gesetzlichen Bestimmungen.

Kapitel 3: Zeigt einen Überblick über mögliche neue Zielgruppen unter der Prämisse, dass diese Kundenstrukturen mit dem herkömmlichen Produkt „Wein“ nicht oder nur teilweise erreicht werden können.

Kapitel 4: Zeigt unterschiedliche neue Absatzwege und Vertriebskanäle auf, welche als Alternative zu den vorhandenen Strukturen angedacht wurden.

Kapitel 5: Erläutert Marketingmassnahmen und zeigt eine Zusammenfassung über „Stärken/Chancen“, sowie „Schwächen/Risiken“ auf.

Kapitel 6: Dokumentiert eine Schlussfolgerung, bringt eine persönliche Einschätzung, diskutiert auch inwieweit die Zielsetzung erreicht wurde und zeigt ein mögliches Umsatzpotential auf.

Kapitel 7: Danksagung

Kapitel 8: Quellenverzeichnis mit Anhängen

**5.) Fazit :**

Die Praxis zeigt, dass man sich mit diesem Thema zwar schon lange damit befasst, aber eine fundierte Marktdurchdringung konnte bis heute in Österreich nicht erreicht werden.

Es konnte der Beweis erbracht werden, dass es Produktionsmethoden gibt, die in der Praxis kommerziell einsetzbar sind, und bereits annehmbare Ergebnis erbringen.

Eine 100%ige Lösung in Bezug auf „Nebengeschmack“ konnte nicht gefunden werden.

Weiter konnte auch evaluiert werden, dass „Neugierde“ für dieses Produkt vorhanden ist, es wurden auch mögliche neue Kundenstrukturen und Absatzwege aufgezeigt, die Platz für alkoholfreien Wein als „Nischenprodukt“ zulassen.

Da dieses Produkt Kunden und Absatzwege sicherstellt, welche mit herkömmlichen Weinen nicht, oder nur am Rande erreicht werden können, ermöglicht dies zusätzliches Potential und bietet darüber hinaus auch eine „Problemlösung“ für die Gesellschaft. (Alkohol am Steuer, Kalorienbewusstes Ernährungsklientel, Diabetiker,...)

Das Geschmacksbild bleibt einer der umstrittenen Punkte.

Hier konnte zwar nachgewiesen werden, dass dies teilweise angenommen wird, auch Fakten aus anderen Ländern untermauern dies, die Nachhaltigkeit (wird dieses Produkt wieder gekauft) konnte aber nicht abgesichert werden.

Zusammenfassend sei festgehalten, dass „alkoholfreier Wein“ durchaus als „Nischenprodukt“ gesehen werden kann und für die Zukunft eine interessante Herausforderung darstellen wird.

Eine Vermarktung im grossen Umfang ist jedoch (noch) nicht gewährleistet, da das „Geschmacksbild“ noch deutlich vom Ausgangsprodukt abweicht.

**h**