

Washington State Weine und der Aufbau des deutschen Exportmarktes

Kandidatennummer 04008308

Die Arbeit soll darstellen, wie der Aufbau für die Nische Washington State Weine auf dem deutschen Markt aussehen könnte. Washington State ist eine der letzten Appellationen der Weinwelt, die derzeit fast nicht auf dem deutschen Markt vorhanden ist. Die Arbeit wird das Weingebiet Washington und seine wichtigsten Merkmale darstellen und wie der Aufbau von Export auf dem deutschen Weinmarkt erfolgreich stattfinden kann.

Die Geschichte vom Weingebiet existiert bereits seit 1825, jedoch ist der Weinbau erst ab 1934 kommerziell betrieben worden. Zunächst soll ein detaillierter Blick auf das Weingebiet, seinen Weinstil, die Produktionsfakten und Internationalen Reputation geworfen werden.

Wie sieht der deutsche Markt für die nordamerikanischen Weine aus?

Momentan befinden sich etwa 361 US Weingüter auf dem deutschen Markt, wovon lediglich 9 Weingüter aus Washington State sind. Welche US-Weingüter sind das und wo sind die für den Handel und Konsument zu beziehen? Gilt das gleiche für die Weine aus Washington State? Hat das EU-US Weinhandelsabkommen vom Dezember 2005 die Reputation vom US Weine geschädigt oder hat es gerade durch das große Medieninteresse an Image gewonnen und wie hat sich die Reputation der Washington Weine dadurch geändert?

Wie sind die Risiken und Chancen für die Erzeugnisse aus Washington State auf dem deutschen Markt? Der Weinstil von WA-Weinen, der deutlich europäischer ist als dessen Konkurrenz aus Kalifornien, gibt dem Wein angesichts der momentanen Trinktrends sehr gute Chancen. Preislich befinden sich die Weine deutlich in einem Segment, was sich an den Fachhandel und die Gastronomie richtet. Hierdurch werden die Absätze bereits eingeschränkt und die Zielgruppen klarer definiert. Da der Bekanntheitsgrad nicht so hoch ist, haben WA-Weine gerade in diesen Absatzkanälen gute Chancen, da hier die Möglichkeit einer Erklärung an die Zielgruppe geboten wird.

Die Struktur der Weinimporteure in Deutschland ist klar definiert in Größe, Absatzkanälen und Portfolio. Nicht jeder Importeur ist in der Lage, Wein aus Washington zu verkaufen und für die Weingüter ist es nicht leicht, einen passenden Importeur zu finden. Welche Importeure sind in der Lage und sind bereit die Zeit und das Geld zu investieren?

Welche Maßnahmen sind nötig, um erfolgreich zu werden? Was sind Beispielsmarken, Regionen, die den Schritt bereits hinter sich haben und wie sind die Erfolge zustande gekommen? PR- & Marketingorganisationen wie Wine & Partners, oder VMB Consulting und nicht zu vergessen diese Organisationen der Weingebiete haben dazu einen wesentlichen Beitrag geleistet, die Gastronomie, Weinhandel und Presse mit Informationen zu versorgen.

Das Erfolgsrezept ist mit viel Zeit, Arbeit und Geld verbunden. Welche Ziele sind in Washington State vorhanden, welche Vorlaufzeit gibt es und wie ist das 5 Jahresziel? Washington State, THE PERFECT CLIMATE FOR WINE, ist eins der letzten noch nicht etablierten Qualitätsweingebiete der Welt. Der deutsche Markt hat bislang sehr wenig von WA-Weine erfahren und es ist nach wie vor sehr unvertraut mit dessen Weine. Wie ist die Geschichte des Weingebiets, der deutsche Weinmarkt, die Risiken und Chancen für die WA Weine, die Strukturen der Importeure und wie soll ein erfolgreicher Plan ausschauen, die Washington State Weine auf dem deutschen Markt zu etablieren? All diese Fragen sollen in dieser Arbeit erörtert und Problemlösungen aufgezeigt werden.