

Diplomarbeit
Unit 7
Zusammenfassung
(Management – Summary)

Titel der Arbeit:

Der Vinschgau – Trümpfe und Stolpersteine auf dem Weg zur „überregionalen“ Bedeutung in der Weinwirtschaft.

Kandidatennummer 04022005

Das noch sehr junge und überaus kleine Qualitätsweinbaugebiet (seit 1995 DOC – Status) westlich der Kurstadt Meran ist sogar in Fachkreisen international noch recht unbekannt. Diese inneralpine Talschaft verfügt über ideale Weinanbaubedingungen welche man aus topographischen Gesichtspunkten nicht vermuten könnte. Der Vinschgau gilt als sonnenscheinreichstes Gebiet der Alpen. Der seit Jahrhunderten betriebene Weinbau auf den meist steilen und dünnen Urgesteinsverwitterungsböden ist nur mit Bewässerung möglich. Der Rebsortenspiegel sowie die Produktionsfaktoren sind durch die klimatischen „Grenz – Faktoren“ geprägt.

Die Schwierigkeiten im Weinbau bilden neben den Klimaextremen – Winterfrost, Dürreperioden, Schlagregen und dadurch Erosionsgefahr – auch die Konkurrenz mit anderen florierenden landwirtschaftlichen Produktionen. Der gut organisierte Apfel- und Marillenanbau (Distribution durch Genossenschaften) mit zeitgemässen Marketingkonzeptionen nimmt weiträumige – auch für den Weinbau interessante – Flächen ein. Das Expandieren der Rebflächen ist somit durch den Erfolg des Obstanbaues gehemmt.

Die enorme Zerstückelung der Bepflanzungen und somit die Inhomogenität der Erzeugnisse der vielen kleinsten Hobbywinzer lassen ein gemeinsames Vermarkten nicht zu.

Auch der Neubepflanzungsstopp der EU wirkte sich für den Weinbau im Vinschgau nicht förderlich aus. In nächster Zukunft kommt es jedoch zu einer Liberalisierung dieser Massnahmen. Die Zunahme der Rebflächen wird die Folge sein.

Die Chancen der Region für einen höheren Bekanntheitsgrad in der Weinwelt bildet die Spezialisierung auf trendige „leichte“ Rebsorten. Die Erfolge beim Blauburgunder (Weingut Stachlburg - Sieger bei den Blauburgunder Tagen in

Neumarkt) und beim Riesling (seit 2003 drei 3 Gläser Weine – Tenuta Unterortl und Weingut Falkenstein) geben die Richtung vor! Auch bei Gewürztraminer, Weissburgunder, Chardonnay gibt es bereits überzeugende Qualitäten. Der autochthone Fraueler (= Jera) und der traditionelle Vinschgauer gemischter Rotweinsatz haben durchaus Spezialitätenpotenzial.

Auch die anstehende, in den Alpen gut spürbare, Klimaveränderung könnte sich für die Qualitäts- und Quantitätssicherung als dienlich erweisen. Der Weinbau könnte somit an Lukrativität gegenüber den Obstanbau gewinnen.

Die günstige Verkehrslage an der Reschen – Transitroute gewährleistet eine rasche Erreichbarkeit der potenziellen Märkte in Süddeutschland und Norditalien. Der Vinschgau liegt in unmittelbarer Nähe zu höchst renommierten Tourismuszentren wie St.Moritz, Bormio, Samnaun, Serfaus, Sölden,...und hat dadurch gute Absatzchancen.

Der gegenwärtige Verkauf läuft grossteils ab Hof (60 – 70 %) an Privatpersonen (Touristen und Einheimische) und an die hiesige Gastronomie. Eine Sonderform des Direktvertriebes (die Hälfte des „Ab Hof – Verkaufes“) bildet der Verkauf im „Vinschger Bauernladen“. Alle gewerblichen Winzer bieten dort, inmitten des Weinbaugebietes, ihre raren Produkte an und schalten dadurch den Zwischenhandel aus. 20 % der Produktion werden über regionale Händler vertrieben und lediglich 10 % werden an Nachbarländer oder andere norditalienische Händler verkauft.

Die Winzer sind mit der bestehenden Distribution zufrieden und schätzen den direkten Kontakt zum Endverbraucher der alljährlich wieder kommt. Alle gewerblichen Winzer kennen keine Absatzprobleme und sind meist ausverkauft!

Die Händlerumfrage zu den Verkaufschancen der Vinschgau DOC – Weine zeigt unterschiedliche Ergebnisse. Durchwegs ist den wenigsten diese südtiroler Unterregion ein Begriff. Südtirol im Allgemeinen liegt beim Schweizer Markt auf sehr guten Kurs. Die befragten österreichischen Händler sehen momentan keinen Anlass deren Südtirolsortiment zu erweitern. Zu tief sitzen dort noch die Vorurteile der Massenproduktion. Die deutschen Händler waren durchwegs positiv gesinnt und weisen auf steigende Nachfrage an Südtiroler Produkten hin. Dort wirkt sich, wie beim „Schweizer“, die zunehmende Beliebtheit als Urlaubs – Destination positiv auf das „Trink – verhalten“ des Konsumenten aus.

Die Frage drängt sich hervor ob die Submarke Vinschgau DOC für den Konsumenten hilfreich ist und ob ein höherer Bekanntheitsgrad und Popularitätsgrad bei der bestehenden Produktionsmenge auch anstrebenswert ist.

Eine marktorientierte Zusammenarbeit mit gleichgesinnten südtiroler Produzenten und Unterregionen zur Sicherung des Absatzes dürfte zukunftsweisend sein. Der Vinschgau kann Stolz sein auf eine gut funktionierende und dennoch nicht zu industrialisierte Landwirtschaft. Diese ehrliche Bodenständigkeit dürfte der Schlüssel zu längerfristigen Erfolgen am Markt sein.