

# Der Markt für Weissburgunder

von

Dieter Hoffmann

vormals:

Institut für Betriebswirtschaft und Marktforschung 8/2016  
Hochschule Geisenheim

# Agenda:

---

Marktdaten (öffentlich)

Name: Pinot blanc / Weiss(ß)burgunder

Rebsorten und Distribution

Regionalität / autochtone Rebsorten

Marke / Kategorie (Rebsorte)

Preis / Qualität / Image

Marketingempfehlungen

Perspektiven

# Agenda:

---

## Marktdaten (öffentlich)

Name: Pinot blanc / Weiss(ß)burgunder

Rebsorten und Distribution

Regionalität / autochtone Rebsorten

Marke / Kategorie (Rebsorte)

Preis / Qualität / Image

Marketingempfehlungen

Perspektiven

## Erzeugungsstruktur: (in ha)

---

Land	2 000	2 010
Italien	8 500	5 000
Deutschland	2 400	4 500
Österreich	1 000	3 500
Frankreich	?	?
Rest	unter 1 000 ha je Land	

Rebsorten sind keine Erfassungskategorie  
in der Weinmarktforschung !!

# Weinmarktstruktur:

---

Heterogenität dominiert

Herkünfte (Weinbaugebiete, ‚Terroir‘, ....)

Rebsorten: Chardonnay.....Weissburgunder....

Qualitätsbegriffe: Reserve, Grand Cru, GG, ...

Marken (Erzeuger): ..... große Vielfalt

.....

.....



armer Weintrinker !! ????

# Agenda:

---

Marktdaten (öffentlich)

**Name: Pinot blanc / Weiss(ß)burgunder**

Rebsorten und Distribution

Regionalität / autochtone Rebsorten

Marke / Kategorie (Rebsorte)

Preis / Qualität / Image

Marketingempfehlungen

Perspektiven

Name:

---

Pinot blanc = französisch ohne Frankreich

Weissburgunder deutsch = Regionalität

Hauptanbauregionen: D, AT, CH (dt), ST (IT)

Schreibweisen: Weissburgunder  
Weißburgunder  
Weißer Burgunder  
oder ev. ‚WB‘

# Psychologie der Farbe:

---

Grau- / Weiss- burgunder

grau = bewölkt, gedrückte Stimmung

weiss = hell, klar, edel, ....+ IhrerPhantasie



# Agenda:

---

Marktdaten (öffentlich)

Name: Pinot blanc / Weiss(ß)burgunder

## Rebsorten und Distribution

Regionalität / autochtone Rebsorten

Marke / Kategorie (Rebsorte)

Preis / Qualität / Image

Marketingempfehlungen

Perspektiven

Commodity

/

Spezialität

big 3

Chardonnay

Sauvignon Blanc

Pinot Grigio

???

viele ... u.a.

Riesling

Grüner Veltliner

Weissburgunder, WB'

Viognier

Disc., LEH, FH, DV,

Gastro

DV, FH, geh. Gastro.

Helfen Wachstum und breite Marktbekanntheit ?

Preiswettbewerb unter Weissburgundern ?

# Agenda:

---

Marktdaten (öffentlich)

Name: Pinot blanc / Weiss(ß)burgunder

Rebsorten und Distribution

**Regionalität / autochtone Rebsorten**

Marke / Kategorie (Rebsorte)

Preis / Qualität / Image

Marketingempfehlungen

Perspektiven

These: autochtone Rebsorten schaffen  
Regionalität, Qualitätsimage, Herkunftsschutz,  
und Preisspielraum.

Z.B. Mosel + Rheingau mit Riesling  
Grüner Veltliner in Österreich,  
Silvaner in Franken  
Grauburgunder am Kaiserstuhl

????

# Agenda:

---

Marktdaten (öffentlich)

Name: Pinot blanc / Weiss(ß)burgunder

Rebsorten und Distribution

Regionalität / autochtone Rebsorten

**Marke / Kategorie (Rebsorte)**

Preis / Qualität / Image

Marketingempfehlungen

Perspektiven

Kategorie = weingesetzl. geregelte Begriffe  
z.B. Herkunft, Rebsorte, ...  
nutzbar für Alle

Marke = Erzeuger / indiv. Produktname  
nur ein Nutzer

Marke schafft Preisspielraum, bedarf indiv.  
Kommunikation und konstanter  
Qualitätsleistung = Vertrauen für Kunden

Lösung:

---

Marke + Weissburgunder schafft Vertrauen und  
ist für Kunden sicher.

Eine Region lebt von den vielen guten Marken ??

Marken schaffen Regionalität,  
insbesondere mit Konsens zu Rebsortenstil.

# Agenda:

---

Marktdaten (öffentlich)

Name: Pinot blanc / Weiss(ß)burgunder

Rebsorten und Distribution

Regionalität / autochtone Rebsorten

Marke / Kategorie (Rebsorte)

**Preis / Qualität / Image**


Marketingempfehlungen

Perspektiven



Marke liefert Vertrauen in Qualität und Preis,  
sCHAFFT Preisspielräume

Verbraucher: Preis = Qualität !!!

 Gute Qualität ist ebenso gefragt wie  
günstiger Preis, aber verschiedene  
Verbrauchersegmente (Einkaufsstätten)

## Qualität von Weissburgunder:

---

Sensorik: cremig-fruchtig

-reife Aprikose, Birne, Banane, Honig,  
untermalt durch ein wenig Zitrone-  
ohne Ecken und Kanten, breite Verbraucher-  
akzeptanz, aber kein Allerweltswein  
(Herausforderung für Önologen)  
kaum Holz, nicht zu schwer (12-13 % vol.alc.

Idealer Sommerwein,  
gut für cremige Sekte als brut de brut

# Agenda:

---

Marktdaten (öffentlich)

Name: Pinot blanc / Weiss(ß)burgunder

Rebsorten und Distribution

Regionalität / autochtone Rebsorten

Marke / Kategorie (Rebsorte)

Preis / Qualität / Image

**Marketingempfehlungen**

Perspektiven

Sensorik: fein und gefällig, s.o.,  
nur trocken unter 4 g Rz

Kennzeichnung: Marke + Weissburgunder +  
Jgg. (klein) + spez. Qualität

Distribution: DV, FH, Premium- LEH, Gastro.

Preis: nach Markenpositionierung

Kommunikation: über Markenengagement  
und durch Journalisten  
(Bericht über Geheimtips)

# Agenda:

---

Marktdaten (öffentlich)

Name: Pinot blanc / Weiss(ß)burgunder

Rebsorten und Distribution

Regionalität / autochtone Rebsorten

Marke / Kategorie (Rebsorte)

Preis / Qualität / Image

Marketingempfehlungen

**Perspektiven**

## Perspektiven für Weissburgunder:

---

Kunden suchen Neuentdeckungen,  
Marken liefern Vertrauen und schaffen

Regionalität

Sensorik trifft auf breite Verbraucherakzeptanz  
gute Qualitäten finden ihren Kunden,

Wachstum kommt durch Konstanz in Qualität  
und Stilistik

Weissburgunder hat eine gute Zukunft im  
mittleren und oberen Qualitätssegment  
bei stetigen aber kleinen Wachstumsraten

SPATIUM – WEISSBURGUNDER

schafft Popularität