

Alles Wissen

Die Macht der Marke

Gibt es sie überhaupt, die echten Weinmarken? Oder müssen wir den Begriff am Weinsektor anders definieren?

Von den ersten Weinmarken in der Gastronomie (die dann später dem Lebensmittelhandel zum Opfer fielen), sind uns aus den 1960er Jahren noch Kremser Schmidt, Poysdorfer Saurüssel, Dürnsteiner Katzensprung und Loibner Kaiserwein gut in Erinnerung. 1993 kam mit dem Servus dann eine moderne Weinmarke in die Regale. Die Angst vor den großen ausländischen (Billig)Marken im Vorfeld zur EU war unbegründet, denn Österreich schlug einen völlig anderen Weg ein. Wein als Naturprodukt hat es nicht leicht, immer die exakt gleiche Qualität zu bringen. Denn die technologiegläubigen Winemaker produzieren mit uniformen Patentrezepten weltweit relativ hochwertigen Wein-Einheitsbrei ohne Seele und Identität.

Für eine Marke, im Sinn von Maggi, Coca Cola & Co sind folgende Kriterien Voraussetzung:

- Gleichbleibende Qualität
- Eine gewisse Menge, sodass das Produkt überall erhältlich sein kann
- Ein möglichst konstanter Preis in einem schmalen Preisband
- Ein Bekanntheitsgrad, der durch dementsprechende Bewerbung erzielt wird
- Der Markenname muss Vertrauen ausstrahlen
- das Markenzeichen (Logo) einprägsam sein.

Winzer als Qualitätsmarke

Österreichs Antwort auf die Billigmarken, die sich vor allem in den Supermarktregalen der Welt regelmäßig Preisschlachten liefern, sind unsere Winzerpersönlichkeiten. Die Projekte Arachon und Zantho sind dafür die besten Beispiele. Schließlich zeigte es sich, dass die Top-Winzer selbst als Marke stehen und im Kopf der Weinliebhaber ihren festen (Marken-)Platz fanden.

Mit der Gebietsmarke geht man nun zurück in die Weinzukunft. Von regionaltypischen Weinen und dementsprechendem Qualitätsdenken zum alemannischen Prinzip mit reinsortigen Weinen führte der Weg „zurück“ zur Herkunft. DAC heißt die Zauberformel und das Gebietsmarketing formuliert charakteristische Weintypen für die jeweiligen Weinbaugebiete. Marke heißt Vertrauen, Verlass auf gewohnt gute Qualität. Und somit ist KASTNER AllesWein die vertrauenswürdige Marke für den Gastronomen, wo das Preis-Leistungsverhältnis immer stimmt!



Dr. Walter Kutscher
Ausbilder von Sommeliers,
Lektor an der Fachhochschule
Eisenstadt