



Ins Glas g'schaut

Obwohl die Reisefreiheit eingeschränkt ist / war, ist unser Weinhorizont größer geworden. Die steirischen Weinbaubetriebe haben mit innovativen Lösungen dazu beigetragen.

Von Claudia Brandstätter-Kobalt

www.bmm.at

Brandstätter Matuschkowitz Marketing GmbH
8010 Graz, Münzgrabenstraße 131a
ESOMAR World Research Member
Mitglied im Verband der Marktforscher Österreich

Online direkt beim Winzer bestellen, vor die Haustüre liefern lassen und genüsslich zu Hause auf dem Sofa (mit der Familie) ein gutes Achterl / oder zwei genießen? Gerade in der Zeit der Pandemie ist dies kein außergewöhnliches Szenario mehr. Macht aber Lebensglück aus. Durch Online-Weinshops, Online-Weinverkostungen, Webinaren haben sich viele in ihren eigenen vier Wänden eine besondere Weinverkostung gegönnt und sind den Spuren der Weinqualität auf den Grund gegangen. Der Wissensstand ist gestiegen, das Bewusstsein auch. Verständnis und Wertschätzung sind die positiven Ergebnisse. Aber auch gegen ganz viele negative Emotionen (allen voran Angst) und Stimmungen hat sich der steirische Wein bestens bewährt. Als Mutmacher, Ideenbringer, Seelentröster oder als natürlicher Stimmungsaufheller.

Der Wein lässt uns reisen, entdecken, teilen und manchmal auch (nicht so Gutes) vergessen.

Unser Wein macht die Steiermark unverwechselbar, deshalb ist Identität so wichtig. Sie tut nicht nur dem Bauchhirn gut, sondern auch den Menschen in bewegten Zeiten – den Weinbauern sowieso. Die Wiedererkennbarkeit der Herkunft unserer Qualitätserzeugnisse ist dabei essentiell. Es geht zusätzlich um das Sichtbar-Machen der Kompetenz, Stärke, Liebe und Leidenschaft des Produzenten zu seinem Produkt.

Ist unser Bauchhirn richtig verwöhnt und glücklich, kann das Kopfhirn mit Wissen viel besser umgehen. Wissen zu Handarbeit, Kellerarbeit, Weingartenarbeit – es wird nicht nur gelernt und abgespeichert, sondern auch wertgeschätzt. Bescheid wissen über die Weinproduktion, Verarbeitung

Identität macht die Steiermark so unverwechselbar und begehrt!

etc. macht Weingenießer mit jedem Schluck selbstbewusster, es fördert auch das Erkunden von Neuem. Die

Weinneugier ist so groß wie nie. Gestiegenes Interesse an Natural-, Bio-, Orange- oder PiWi-Weinen ist nur ein Beispiel. Für Weinproduzenten ist es eine gute Zeit, um ihre Identität über ihre Weine jetzt verstärkt zu vermitteln.

Zukunft braucht Herkunft

Familien, die über Generationen Weinbau betreiben, bringen Orientierung, Sicherheit und Authentizität – alle tragen dazu bei: Die „Jungen“, die „Mittleren“, die „Alten“ sind ein Garant für nutzbringende Wegweiser in eine Zukunft, in die es sich lohnt, zu investieren.



Online-Weinverkostungen wie jene der SIEME-Winzer tragen zum Weinwissen bei.