

20 Jahre Südtiroler Weinwerbung in den USA – Jubiläumsevent

Für die Südtiroler Weinwerbung ist der 19. Oktober 2006 ein fast schon historisches Datum.

Mit einer Verkostung in New York fiel damals der Startschuss zur Bearbeitung des US-amerikanischen Marktes. Heute, genau 20 Jahre später ist dieser – trotz aller

Schwierigkeiten – der zweitwichtigste Exportmarkt für die Weinwirtschaft, das Jubiläum wurde daher gebührend begangen.

34 renommierte Weinjournalisten, Weinkritiker und Meinungsführer aus den ganzen Vereinigten Staaten hatten am 19. Oktober 2006 in New York erstmals die Möglichkeit, die breite Vielfalt der Südtiroler Weine kennenzulernen. Dafür hatte die damals noch für die Weinwerbung verantwortliche Handelskammer im „Alto Restaurant“ in der Madison Avenue eine Verkostung organisiert, bei der die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auch einen Überblick über Weingeschichte und -kultur in Südtirol bekommen sollten.

Die Veranstaltung, bei der vor allem Weißburgunder, Gewürztraminer, Blauburgunder und Lagrein in den Fokus gerückt wurden, wurde als voller Erfolg verbucht, schon im Februar 2007 organisierte die Südtiroler Weinwerbung daher eine zweite, noch größer angelegte Verkostung in New York. Die beiden Veranstaltungen gelten als Startschuss zum gemeinsamen Marketing in den USA.

Dieses ist auch 20 Jahre nach der Auftaktveranstaltung einer der wichtigsten Pfeiler der Südtiroler Weinwerbung, für die heute das Konsortium Südtirol Wein verantwortlich ist. „Der amerikanische Markt ist der viertgrößte für die Südtiroler Weine und zugleich der zweitwichtigste Exportmarkt, weshalb ihm nach wie vor ein Hauptaugenmerk gilt“, erklärt Eduard Bernhart, der Direktor des Konsortiums Südtirol Wein.

Auch deshalb hat man das Jubiläum am Dienstag mit einer breit angelegten Verkostung in New York begangen. Bei dieser konnten fast 30 Südtiroler Produzenten ihre Weine rund 200 amerikanischen Wein-Fachleuten vorstellen, allen voran Sommeliers, Importeuren und Gastronomen. Neben der Verkostung wurden mehrere Masterclasses mit Madeline



Puckette, der Mitbegründerin der amerikanischen Weinplattform „Wine Folly“, zu Südtiroler Wein-Meisterwerken und zur Langlebigkeit der heimischen Weine organisiert.

Die Jubiläumsveranstaltung am Dienstag soll und kann allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Bearbeitung des US-amerikanischen Marktes in den letzten Jahren schwieriger geworden ist.

„Die Vereinigten Staaten bleiben trotz der aktuellen Unsicherheiten ein strategisch wichtiger Markt für Südtirol. Allerdings erschwert die Trump-Administration mit der Abschottung des Marktes und ihrer aggressiven Zollpolitik den Export. Unsere Produkte, und damit auch die Weine, sind dadurch im Handel und in der Gastronomie spürbar teurer geworden, was den Absatz in den USA bremst“, so Margit Gamper, Direktorin Business Development von IDM Südtirol. IDM hat das Event in New York in Zusammenarbeit mit dem Konsortium Südtirol Wein organisiert.

Trotz der aktuell schwierigen Marktlage wird der amerikanische Markt auch nach 20 Jahren weiter intensiv bearbeitet: mit systematischer Medienarbeit, Kontakten zu Meinungsführern, Kampagnen, Verkostungen und einer Vielzahl von Events vor allem in den großen Städten. „Unsere Weine – nicht nur, aber vor allem die fruchtigen Weißweine – kommen in den USA sehr gut an“, so Bernhart. „Das liegt auch daran, dass wir in der italienischen Gastronomie stark vertreten sind – und nicht zuletzt an der Neugier der Amerikaner.“

Für Medien-Rückfragen:

press@suedtirolwein.com

T +39 0471 978 528 / 339 1895544

