

Neue Märkte für Südtirol Wein: Erste Events in Australien

Südtiroler Weine sollen künftig verstärkt auch in Restaurants und im Weinhandel in Australien zu finden sein. Das Konsortium Südtirol Wein hat daher erstmals eine Reihe von Verkostungen und Präsentationen auf dem fünften Kontinent organisiert und damit eine gemeinsame Bühne für die Produzenten geschaffen. Auch die Märkte in Japan und Südkorea werden weiter bearbeitet.

Die Marke Südtirol Wein wird weltweit immer breiter aufgestellt, neben den europäischen und nordamerikanischen Märkten liegt ein neuer Fokus der Südtiroler Weinwerbung unter der Leitung des Konsortiums Südtirol Wein deshalb auf Australien – aus gutem Grund: „Der australische Markt ist hochinteressant“, so Direktor Eduard Bernhart. „Er ist der zehntgrößte weltweit und noch dazu ein wachsender, weil der Anteil von Importweinen stetig steigt.“

Der Einstieg des Konsortiums Südtirol Wein in den australischen Markt bedeutet nun, dass dort nicht mehr nur einzelne Produzenten präsent sind, sondern eine gemeinsame Basis geschaffen wird, indem man Südtirol als Weinland positioniert. Ein erster Schritt wurde am 23. Juni in Sydney mit einer groß angelegten Südtiroler Weinpräsentation gesetzt. 30 Produzenten waren mit rund 170 Weinen vertreten, etwa 160 Fachbesucher, in erster Linie aus dem Weinhandel, konnten sich so ein Bild von der Südtiroler Produktion verschaffen.

Die Besucher hatten auch die Möglichkeit, eine Master Class unter der Leitung eines australischen Weinexperten zu besuchen, um tiefer in das Weinland Südtirol und seine Weine einzutauchen. Und auch ein exklusives Event für die Medien stand auf dem Programm.

Mit den Events in Australien stärkt man die Präsenz, unterstützt die Produzenten, ihren Vertrieb breiter aufzustellen, und hilft Produzenten, die noch keinen Importeur haben, einen zu finden. „Meine Eindrücke sind sehr positiv; wir haben einen Markt vorgefunden, der neue Weinregionen entdecken will“, so Bernhart. Er betont zudem, dass es in Australien ein ausdrückliches Interesse an Weinen gebe, die sich durch ihre Frische auszeichnen. „Das



WEIN | BEWUSST | GENIESSEN

kommt unseren Weinen entgegen, auch weil Südtirol mit den Alpen und besonders den Dolomiten assoziiert wird, also in jedem Fall mit Bergen“, so der Direktor des Konsortiums Südtirol Wein.

Den Südtiroler Produzenten in die Karten spielt auch die hohe Dichte an italienischer Gastronomie in Australien, allerdings gebe es durchaus auch Hemmnisse. „Die Zölle sind eine nicht zu unterschätzende Hürde, genauso wie die große Distanz“, erklärt Bernhart.

Parallel zu den Veranstaltungen in Australien war das Konsortium auch in den interessantesten Märkten in Ost- und Südostasien aktiv. „Japan und Südkorea bearbeiten wir schon seit einigen Jahren, hier haben wir das Fundament schon geschaffen“, erklärt der Direktor des Konsortiums. In Tokio konnten so 24 Produzenten ihre Weine 250 Fachbesuchern präsentieren, in Seoul wurde eine Master Class mit rund 100 Teilnehmenden organisiert.

„Unser Fokus liegt darauf, unsere Produzenten zu unterstützen, indem wir ihnen mit gezielten Veranstaltungen eine Bühne bieten, auf der sie sich selbst präsentieren können“, so Bernhart. Das gebe den Produzenten die Möglichkeit, mit dem Fachpublikum persönlich ins Gespräch zu kommen und wichtige Kontakte zu knüpfen. „Gerade darin liegt unsere Stärke als Dachorganisation der Südtiroler Weinwirtschaft: Wir können Ressourcen bündeln, dadurch Sichtbarkeit schaffen und helfen, Schritt für Schritt neue Märkte zu erschließen“, so Bernhart.

Für Medien-Rückfragen:

press@suedtirolwein.com

T +39 0471 978 528 / 339 1895544



WEIN | BEWUSST | GENIESSEN