weinfor m Organiand









































Janek Schumann MW

Consultant
Weinhandel ,La Vinotheque'
Weinbar ,Herder Zehn'



Die VDP. Klassifikation

Aspekte aus der Marktperspektive

Janek Schumann MW



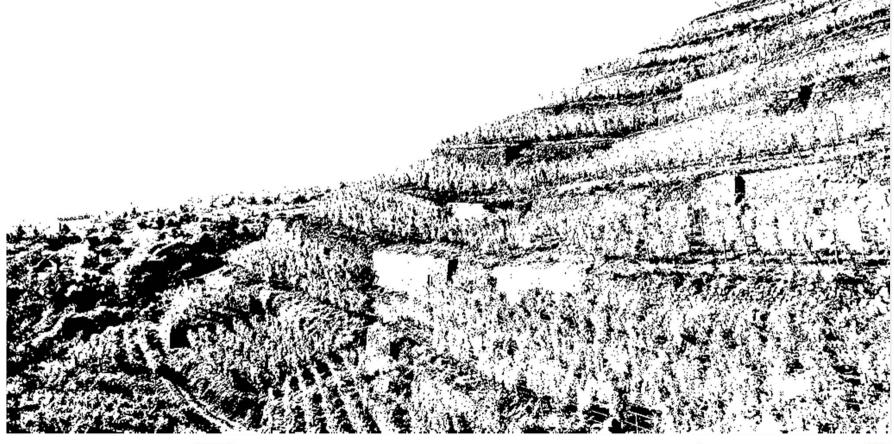






1. Die VDP. Klassifikation – Konzept und Grundlagen































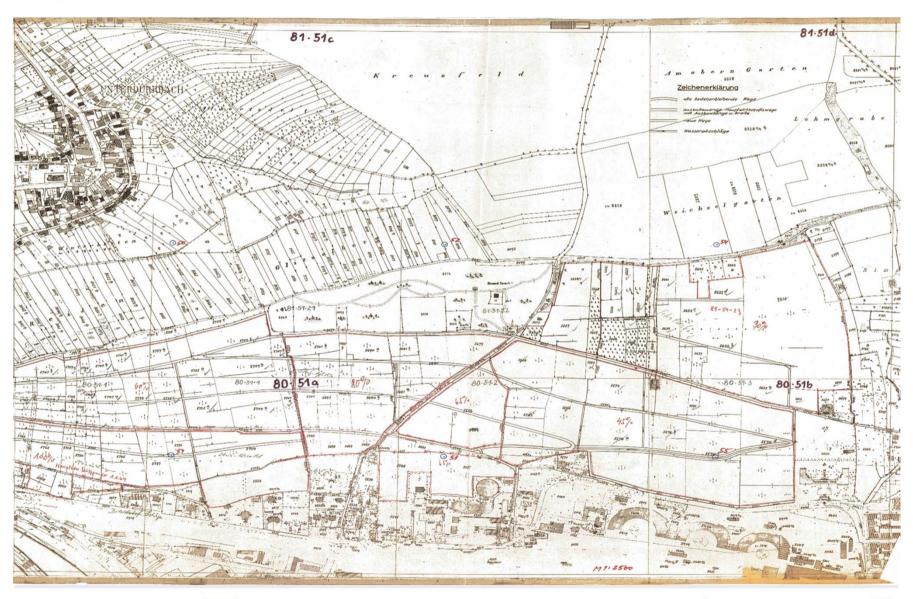






























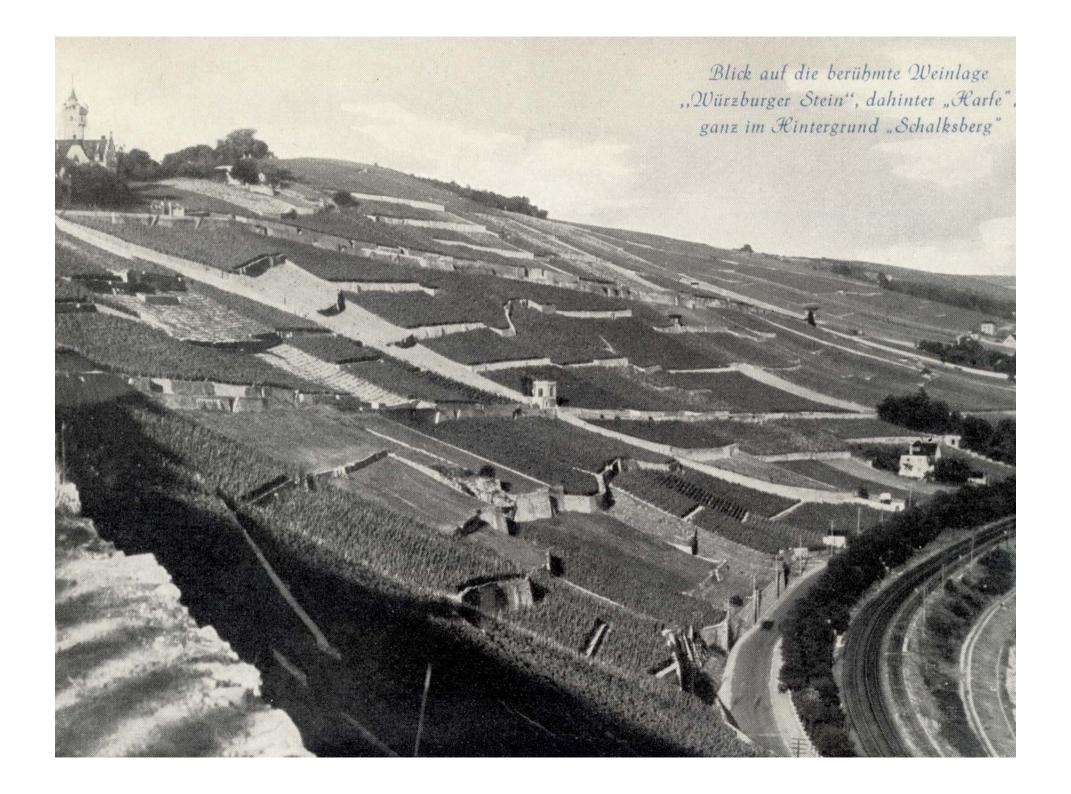












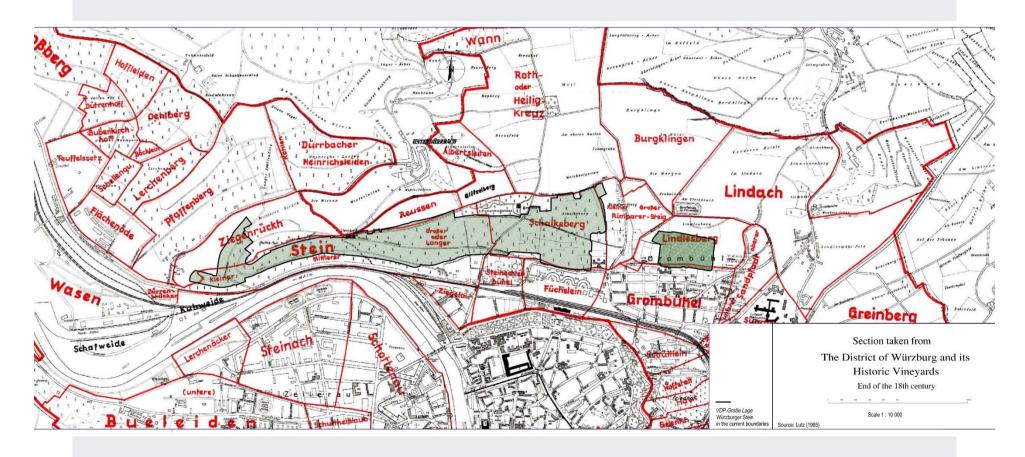








Die historischen Weinlagen von Würzburg

































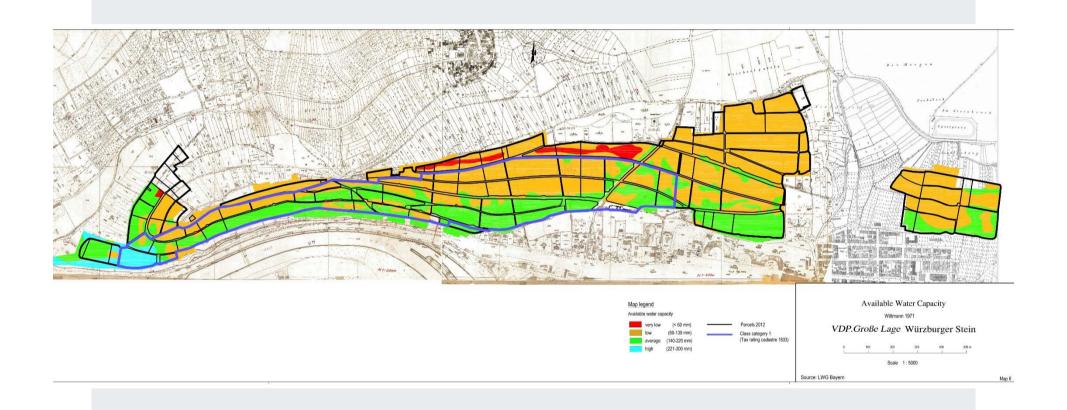




































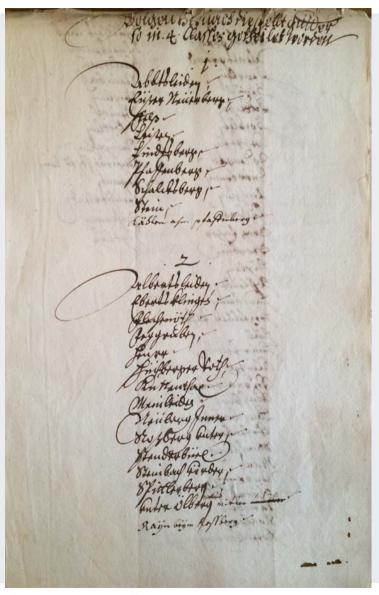








































Klassifikationen – ein Rückblick

Tutanchamun - 14. Jahrhundert B.C.

Spätrömisches Reich – 3. bis 4. Jahrhundert

Jurancon - 14. Jahrhundert

Tokaji - 1700

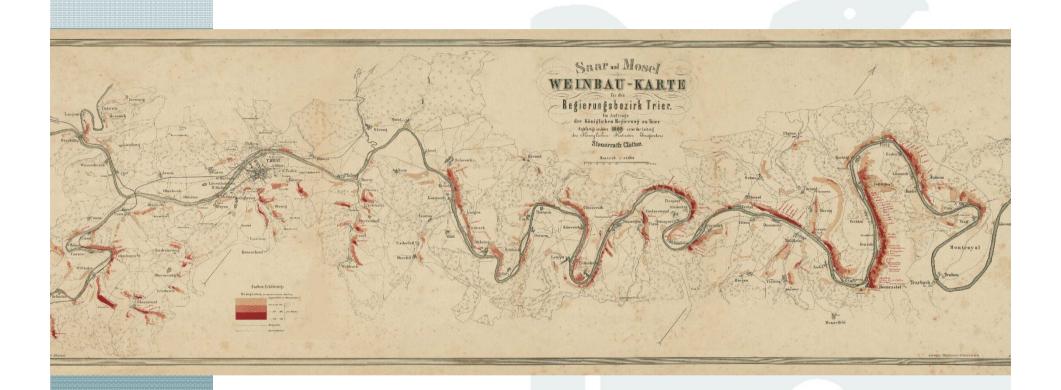
Cru Classé Bordeaux - 1855

Palmwein - Lele (Kasai, Kongo)



Klassifikation am Beispiel von Saar und Mosel









1. Die VDP. Klassifikation

Konzept und Grundlagen

VDP Overview



₩195 Mitglieder

MErntemenge: ca. 3% der gesamten deutschen Weinernte

ha von 102.355 ha)

MErlös: ca. 7,5 % des Umsatzes vom deutschen Wein

Das durchschnittliche VDP.Weingut im Jahr 2016:

MFläche: 26,5 ha

Mumsatz pro Jahr: ca. 1.630 000 Euro

MErtrag: 56 hl/ha

Quelle: Mitglieder Umfrage in 2017

VDP.Klassifikation



- Seit 1984 haben die Mitglieder des VDP eine interne Lagenklassifikation entwickelt, um dem Weingesetz von 1971 entgegenzuwirken
- **⋈** Die VDP.Klassifikation hat zum Ziel:
 - ➤ Wiederherstellung der Wertigkeit der besten Lagen Deutschlands
 - ➤ Erneuerung des Stellenwertes für große trockene Weine aus Deutschland
 - ➤ Verknüpfung der Prädikatsbegriffe mit eindeutigen Geschmacksprofilen









Deutsches Weingesetz vs. VDP

Alle Weinberge sind als Qualitätsflächen definiert

Die Qualität wird ausschließlich über das Mostgewicht (Oechsle) festgelegt

Die Klassifikation beruht auf dem Grundsatz der Einheit von Herkunft und Qualität eines Weines

Die Weinlage ist das ausschlaggebende Gütemerkmal eines Weines





















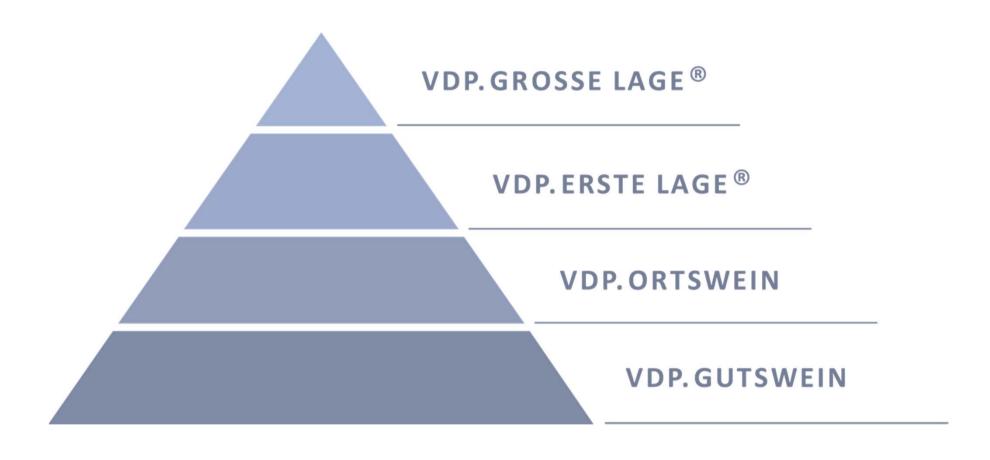












VDP.Klassifikation



DIE VDP. KLASSIFIKATIONSPYRAMIDE

And Charles I LAGE.

VDP. GROSSE LAGE®

TROCKEN:

VDP. GROSSES GEWÄCHS®

FRUCHTIG & EDELSÜSS:

VDP. ERSTE LAGE®

TROCKEN:
Oualitätswein

FRUCHTIG & EDELSÜSS:

klassische Prädikate*

VDP. ORTSWEIN

TROCKEN:
Oualitätswein

FRUCHTIG & EDELSÜSS:

klassische Prädikate*

VDP. GUTSWEIN

TROCKEN:

FRUCHTIG & EDELSÜSS:

Qualitätswein & klassische Prädikate*

* Die klassischen Prädikate sind: Kabinett, Spätlese, Auslese, Beerenauslese, Trockenbeerenauslese, Fiswein

VDP.GUTSWEIN



- Maximaler Ertrag: 75hl/ha

VDP.GUTSWEIN









VDP.DIE PRÄDIKATWEINGÜTER

VDP.ORTSWEIN



- M Die Weine kommen aus den besten Weinbergen eines Ortes
- Regionstypische Rebsorten, geringe Erträge
- M Kennzeichnung der trockenen Weine: "Qualitätswein trocken"
- M Die traditionellen "Prädikate" sind für fruchtsüße bis edelsüße Weine reserviert

VDP.ORTSWEIN









VDP.ERSTE LAGE®



- Weinberge mit einem unverwechselbaren, eigenständigen Profil und optimalen Wachstumsbedingungen
- Beschränkung auf traditionelle Rebsorten und limitierte Erträge (60hl/ha)
- M Kennzeichnung der trockenen Weine: "Qualitätswein trocken"

VDP.ERSTE LAGE®









VDP.GROSSE LAGE®



- M Nur beste und außergewöhnliche Weinberge, parzellenscharf abgegrenzt
- M Einzigartige Weine mit großem Reifepotential
- M Beschränkung auf traditionelle zum Weinberg passende Rebsorten und streng limitierte Ernteerträge
- M Kennzeichnung trockene Weine GG | VDP.GROSSES GEWÄCHS

VDP.GROSSE LAGE®









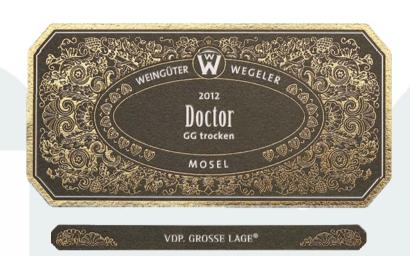
VDP.GROSSE LAGE®



VDP. DIE PRÄDIKATSWEINGÜTER









VDP.DIE PRÄDIKATWEINGÜTER

Taunusstr. 61 | D-55120 Mainz | Tel.: +49 (0) 6131-94565-0 vdp@vdp.de | vdp.de | facebook.com/praedikatsweingueter









"Je enger die Herkunft desto höher die Qualität"

Abgrenzungsprozess innerhalb qualitativ heterogener Lagen

Ziel ist es, künftig nur die besten Parzellen als VDP. Große Lage zu klassifizieren und den verbleibenden Teil abzustufen































DER VDP

WEINBERG. ONLINE

WINZER

NEWS

TERMINE

LEBENSART

SERVICE

Home » Weinberg.Online

VDP.WEINBERG.ONLINE

english





1. FLIGHT

Schlossgut Diel

VDP.Guts- und Ortswein



VDP.Gutswein





2016 Nahesteiner

Riesling trocken | VDP.Gutswein



M Alkohol: 12.5 vol %

M Säure: 7.6 g/l

Restzucker: 3.0 g/l



Das Weingut: www.diel.eu

Min Rebfläche 35 ha

MFlaschenproduktion pro Jahr 150 000

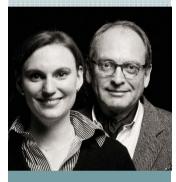
VDP.Ortswein





2016 Burg Layen

Riesling trocken | VDP.Ortswein





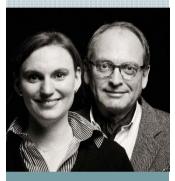
Alkohol: 12.5 vol %

Restzucker: 3.6 g/l



2016 Dorsheim

Riesling trocken | VDP.Ortswein





Alkohol: 12.0 vol %

Restzucker: 4.5 g/l









Riesling

Nahesteiner 2016 VDP. Gutswein

SCHLOSSGUT DIEL

Riesling

Burg Layen 2016 VDP. Ortswein

SCHLOSSGUT DIEL

Riesling

Dorsheim 2016 VDP. Ortswein

SCHLOSSGUT DIEL

































2. Die VDP. Klassifikation

aus der Marktperspektive













































































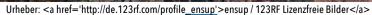
















































Infrequent consumers would choose wine more often but it is hardwork to understand it.

Wine Intelligence Research





































VDP.Klassifikation

77,8 % der Fachhändler in Deutschland kennen die Begriffe der Klassifikation

41 % schätzen die VDP. Klassifikation als "sinnvolle Orientierungshilfe"

Der Begriff "GROSSES GEWÄCHS" wird von 86,8 % der Weinfachhändler als VDP.Klassifikations-Begriff erkannt

60% der Weinhändler konnten die Bezeichnung auch definieren

(Quelle: macrom "Tradesediment Fachhandel Wein" Januar 2014)





































Wein

Singuläres Produkt

Verschiedene Bewertungskriterien stehen miteinander in Konkurrenz

Der Konsument ist auf verschiedene Hilfsmittel in der **Evaluation von Wein angewiesen**





































Statusmarkt

Als idealtypische Konstruktion handelt es sich bei dem Weinmarkt um einen Statusmarkt, in welchem der Preis der Güter bis zu einem gewissen Grade durch den Status des Produzenten bestimmt wird (Aspers 2007).





























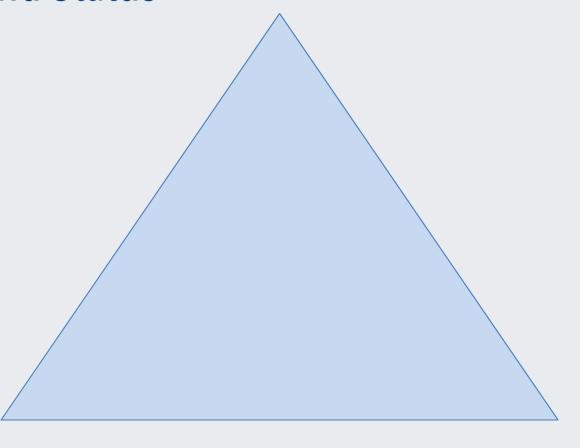








Klassifikation und Status







































Die VDP.Klassifikation als Qualitätskonvention





































Merkmale einer Klassifikation (Wei Zhao, 2005)

They confer identities on social actors or objects and imply social control

They create social boundaries signifying the social standing of actors

They involve political struggles between different interest groups and classifications embodying political power





































Klassifikation und Preisstruktur

Die Konstruktion einer bestimmten Identität ermöglicht die Etablierung einer Nische, was zu einer Monopol- oder Oligopolstellung führt

Produzenten mit einem hohen Status im Markt können höhere Preise verlangen, da der Status des Produzenten als Qualitätssignal dient und damit die Unsicherheit beim Kauf des Produktes reduziert werden kann (Benjamin und Podoiny, 1999).



































Das symbolische Kapital





































MPIfG Discussion Paper 12/3

Quality Classifications in Competition

Price Formation in the German Wine Market

Jörg Rössel and Jens Beckert











"Terroir" vs. "Qualität im Glas"

Unterschiedliche Klassifikationen führen zu einer unterschiedlichen qualitativen Bewertung des Weins

Die Wahrnehmung und Akzeptanz des jeweiligen Klassifikationssystems hängt vom sozialen Status des Konsumenten ab

Für Konsumenten der Mittel- und Oberschicht besitzt das Terroir-Konzept die kulturelle Legitimation





































Der "Geschmack der Authentizität"

Das kulturelle Kapital des Terroir-Konzepts kann letztendlich in ökonomisches Kapital transformiert werden, resultierend in höheren Preisen am Markt



































	Marketing 2.0	Marketing 3.0
Produktmanagement	Product Price Place Promotion	Co-Kreation Innovationsnetz zwischen Unternehmen, Verbraucher, Zulieferer und Vertriebspartner
Kundenmanagement	Segmentierung Targeting Positionierung	Vergemeinschaftung Pools, Webs_Hubs
Markenmanagement	Markenaufbau	Charakterbildung Authentizität, Glaubwürdigkeit
Üller Gläs & Co	Cobrist Shoo Kamper Post IN marzek etkotton packagi	Authentizitat, Glaubwuruigke





























Fakten / VDP.Hintergrund



Der durchschnittliche Preis pro Flasche in 2017

₩ VDP.GROSSE LAGE® 32,00 Euro

Quelle: Mitglieder Umfrage in 2017

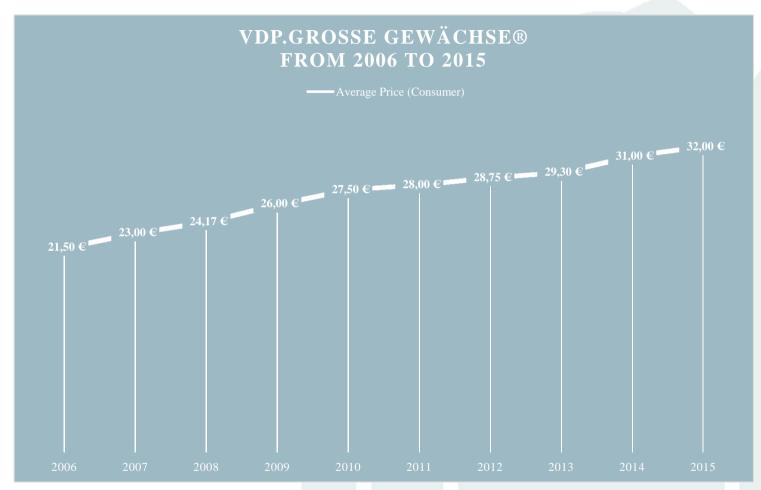
Im Vergleich zu gesamt Deutschland:

- Durchschnittlicher Preis pro 0,75l Wein im Supermarkt: 2,42 Euro
- Durchschnittlicher Preis pro 0,75l Wein ab Hof: 4,67 Euro

Quelle: German Wine Institute Statistics 2016/2017







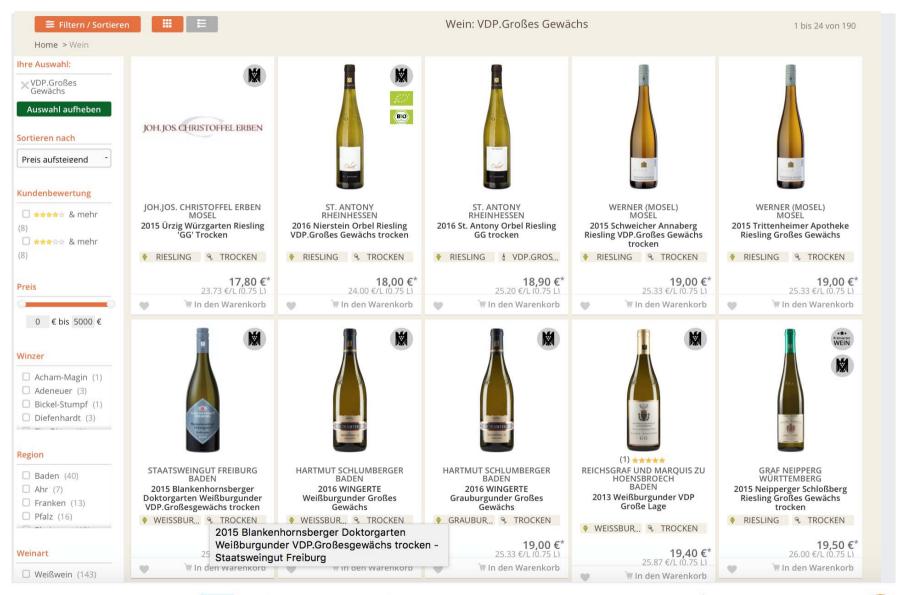
VDP.DIE PRÄDIKATWEINGÜTER















































Erfolgsfaktoren

"... there must be a market which believes in the exceptional quality of the area classified."

"... the producer must have an element of control throughout the process..."

"... a group of highly regarded producers who exist for a long term."

Steve Charters MW, 2006



























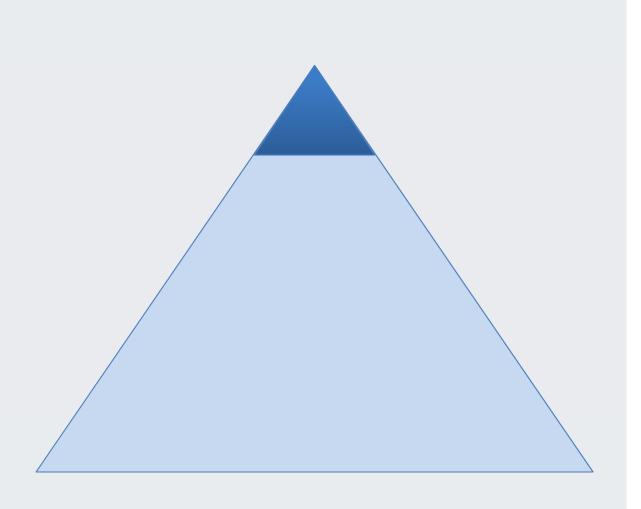








STATUS







































VDP.GROSSE LAGE

Die hochwertigsten deutschen Weinlagen

Die besten Weine mit komplexem Geschmack, expressivem Lagencharakter und besonderem Reifepotenzial

Parzellengenaue Abgrenzung

VDP, 2013





































VDP.Große Lage

Eine Abgrenzung der Lagen ist nur dann logisch, wenn für jede Lage eine definierte Qualitätseigenschaft festliegt, die sich im Wein nachvollziehen lässt.

Ohne festzulegen, welches die Lageneigenschaften sind, die eine Qualitätsfunktion übernehmen, fehlt es dem Lagenkonzept an Glaubwürdigkeit. (Hofmann, 2001).

























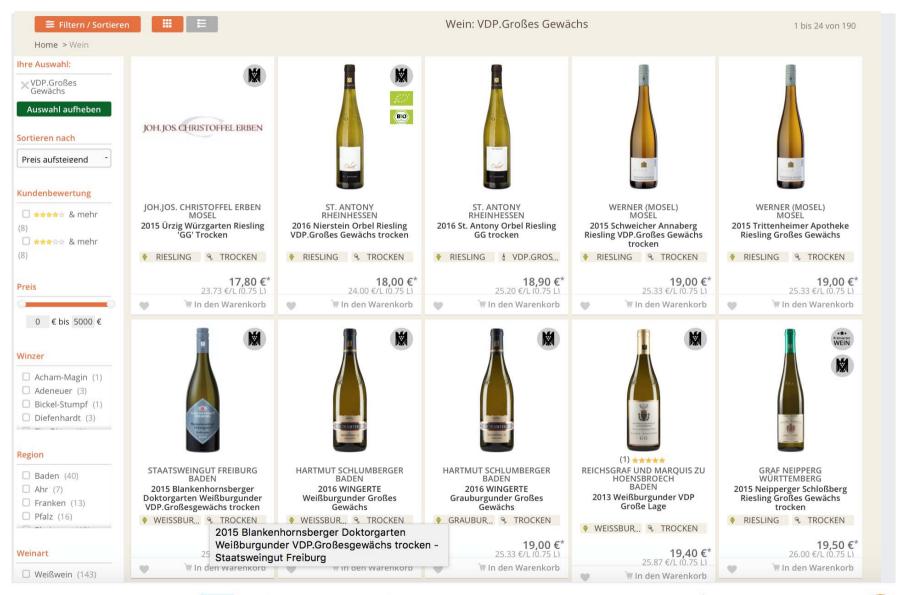
































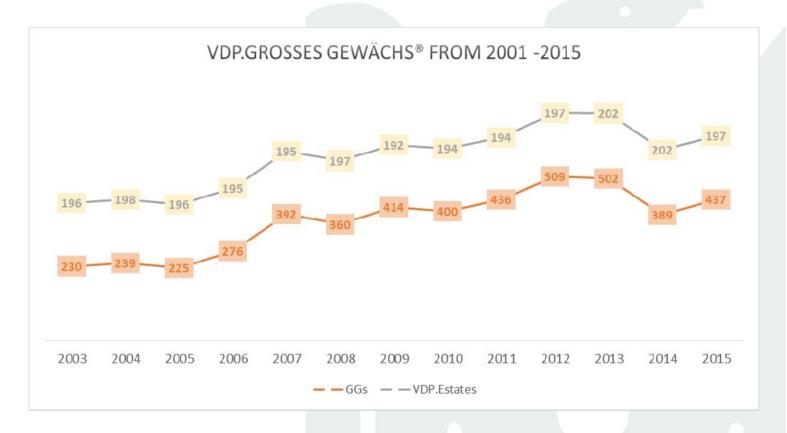


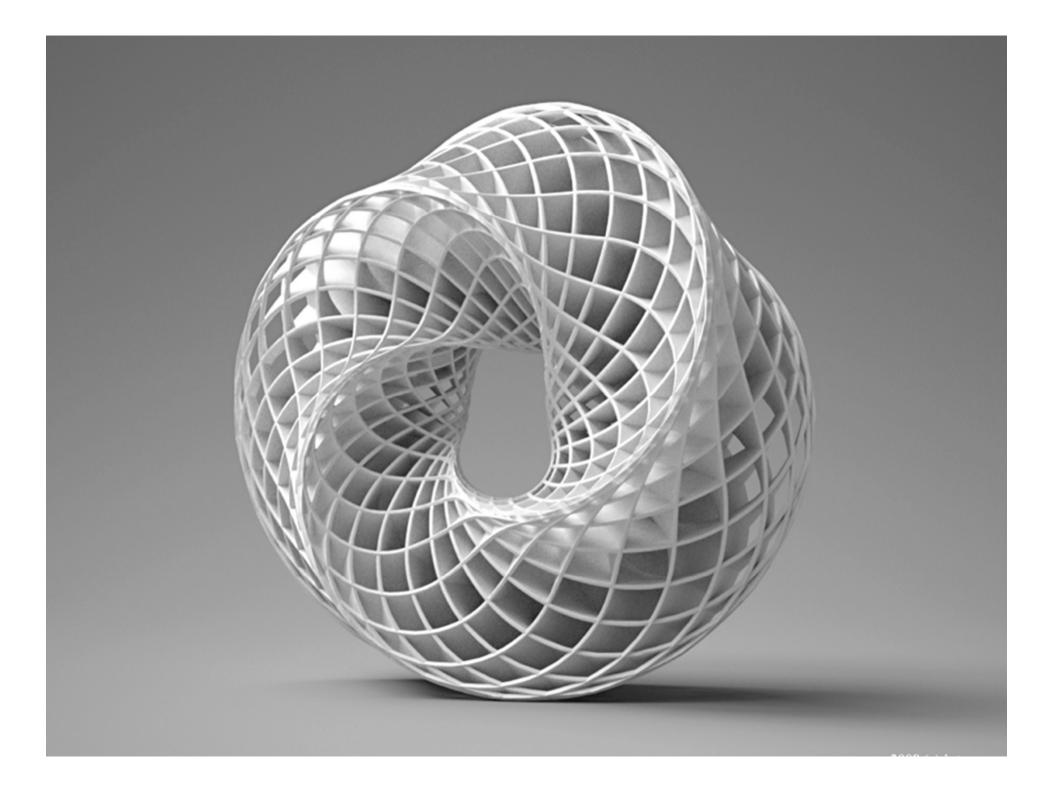




















Zu der Zeit wird man singen von dem Weinberge des besten Weins.

Jesaja 27,2



























