

Ergebnisse Forschungsjahr 2019

1. Weinsensorik – alkoholfreie Weine

Erste Schulungen des Sensorik Panels und Verkostungsdurchläufe
Entwicklung eines Aromarads



2. Befragungen

Identifikation potenzieller Zielgruppen für innovative alkoholfreie und -reduzierte Weinprodukte



3. Eye Tracking

Identifikation von relevanten Elementen für die Flaschengestaltung auf Basis von Inhaltsanalysen. Erste Eye Tracking Erhebung in der Zielgruppe „Junge Erwachsene“



Ausblick

- » Verbesserung der sensorischen Eigenschaften von alkoholarmen und alkoholfreien Wein mit messbarer Verbraucherakzeptanz
- » Erhöhung der Marktchancen dieser innovativen Produkte
- » Zukunftsorientierte Förderung der traditionellen Winzergenossenschaften, Kellereien und Weingüter, indem diese durch Produktinnovationen und -differenzierung neue Absatzwege erschließen

Partner



Hier investiert Europa in die Ländlichen Gebiete, mitfinanziert durch das Land Baden-Württemberg. Vorhaben des Maßnahmen- und Entwicklungsplans Ländlicher Raum Baden-Württemberg 2014 - 2020 (MEPL III) im Rahmen der Europäischen Innovationspartnerschaft „Landwirtschaftliche Produktivität und Nachhaltigkeit“ (EIP-AGRI). Fördervolumen: ca. 730.000 €

Quellen

- » [1] Deutsche Vernetzungsstelle DVS, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (2019): Projekte der EIP-Agri in Deutschland
- » [2] IfD Allensbach (2019): Anzahl der Personen in Deutschland, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste), von 2015 bis 2019 (in Millionen). Statista GmbH. Zugriff: 30. Oktober 2019. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/272609/umfrage/gesundheits-anzahl-der-gesundheitsbewussten-in-deutschland/>
- » [3] Robert Koch-Institut (Hrsg.) (2014): Daten und Fakten: Ergebnisse der Studie »Gesundheit in Deutschland aktuell 2012«. Beiträge zur Gesundheitsberichterstattung des Bundes. RKI, Berlin
- » [4] Dressler, M. (2018): The German Wine Market: A Comprehensive Strategic and Economic Analysis. In: Beverages, 4. Jg., Nr. 4, S. 1-29



FORSCHUNGSPROJEKT WEINNOVA

WEINGENUSS MIT NEUER LEICHTIGKEIT

Abbildung 1: Titelbild des Forschungsprojektes. Modifiziert nach ©julialototskaya - stock.adobe.com

Prof. Dr. Käßer-Pawelka G. | Prof.in Dr. Zajontz Y. | Dr.in Klug C. | Amann A. | Wagner N. | Bauer I. | Deger L.

Das Projekt

Gefördert durch die Europäische Innovationspartnerschaft für landwirtschaftliche Produktivität und Nachhaltigkeit (EIP-AGRI) forschen die DHBW Heilbronn, der Baden-Württembergische Genossenschaftsverband e.V. (bwgv) als Leadpartner und 34 Partner der Weinwirtschaft zu innovativen Produkten mit verringertem Alkoholgehalt im Segment Wein [1].

Hintergrund vorliegender Untersuchung ist das steigende Gesundheitsbewusstsein der deutschen Bevölkerung [2][3] sowie aktuelle Bestrebungen der Weinbranche, das Segment Wein innovativer zu gestalten und zu erweitern [4]. Mit dem Forschungsprojekt Weinnova wird die Entwicklung, Markteinführung und Vermarktung von alkoholreduzierten sowie alkoholfreien Weinprodukten untersucht.

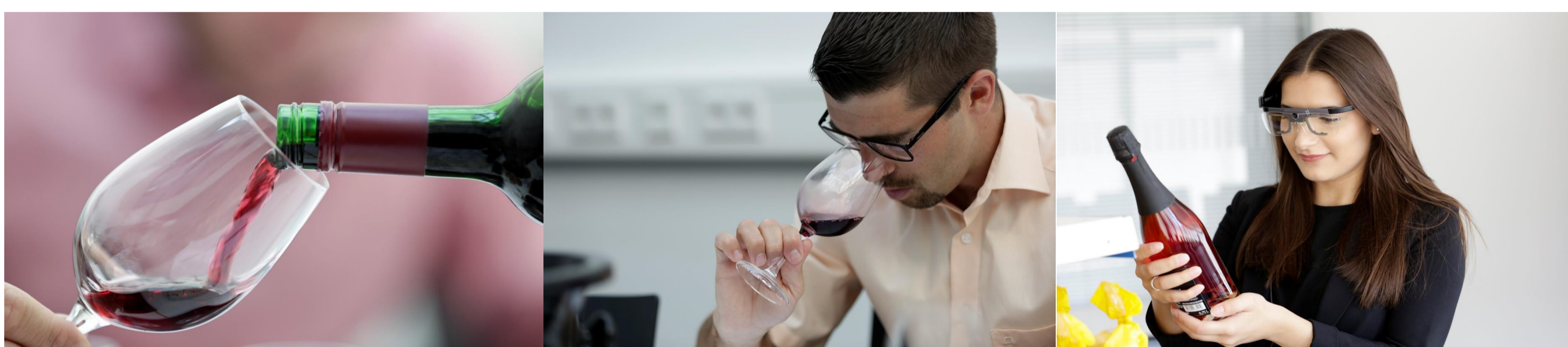


Abbildung 2: Einblicke in das Forschungsprojekt. Bild: DHBW Heilbronn

Projektziele

- » Sensorische Forschung über alkoholreduzierte und alkoholfreie Weinprodukte
- » Analyse/ Identifikation potentieller Zielgruppen
- » Untersuchung der Vermarktungs-, Preis- und Ertragschancen
- » Entwicklung von alkoholreduzierten und alkoholfreien Weinprodukten
- » Entwicklung von Positionierungsmodellen für eine erfolgreiche Markteinführung
- » Erforschung der Produktakzeptanz im Zuge der Markteinführung

Triangulatorischer Forschungsansatz

EYETRACKING	BEFRAGUNGEN	WEINSENSORIK
<ul style="list-style-type: none"> » Blickbewegungsanalyse » Effiziente Gestaltung der Flasche, Etiketete und Produktplatzierung 	<ul style="list-style-type: none"> » Qualitative und quantitative Untersuchungen » Zielgruppenidentifikation und -charakterisierung 	<ul style="list-style-type: none"> » Experten- und Konsumentenpanel » Sensorische Wahrnehmung
<p>Entwicklung, Markteinführung und Vermarktung von alkoholreduzierten sowie alkoholfreien Weinprodukten</p>		

Tabelle 1: Mixed-Method Ansatz um den Markt und das Konsumentenverhalten zu analysieren. Nach eigener Darstellung.

Weitere Informationen

www.heilbronn.dhbw.de/weinnova und
https://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020_de

Kontakt

Duale Hochschule Baden-Württemberg

Prof. Dr. Günter Käßer-Pawelka
Wissenschaftliche Leitung – Vorsitz
kaepa@heilbronn.dhbw.de
Tel. 07131 1237102