

Studienjahr 2006/2007

Zusammenfassung:  
Entscheidungshilfe vor dem Weinregal –  
ein Geschmackstypen-Konzept

Kandidatennummer: 05012050  
Weinakademie Österreich in Geisenheim 2009

## **Motivation für die Arbeit**

Seit mehr als fünf Jahren führe ich mit meinem Unternehmen *einfach genießen – der Veranstalter besonderer Weinerlebnisse* Weinseminare in München durch. Eine meiner Zielgruppen sind dabei Menschen, die an Wein interessiert sind, jedoch noch über wenig Kenntnisse verfügen und dadurch einen sehr hohen Informationsbedarf haben. Die Frage, wie man schnell und sicher zu dem Wein kommt, der einem selbst am besten schmeckt, ist dabei ein Kernthema des Interesses. Wenn der Wein erst mal im Glas ist, wissen die Gäste subjektiv, was ihnen schmeckt oder nicht. Auch die objektive Weinbewertung ist relativ einfach zu vermitteln. Eines der Hauptprobleme ist jedoch die Auswahl eines Weins aus dem Regal. Wenn man keine oder wenig Kenntnisse über Rebsorten, regionale Weintypen, Qualitätssysteme etc. hat, können kaum verlässliche Rückschlüsse auf Geschmack und Qualität der Weine gezogen werden. Lediglich der Süßegehalt ist annäherungsweise bestimmbar. Um hier Sicherheit zu erlangen, ist ein tieferes Weinwissen notwendig, das sich idealerweise bis hin zur Kenntnis über den Stil des ein oder anderen Winzers erstreckt. Denn dies ist der verlässlichste Parameter für Qualität und Geschmack. Dieses Know-how erhält man jedoch nicht von heute auf morgen. Man muss es sich „hart“ erarbeiten bzw. mit Freude verkosten.

## **Fragestellung / Zielsetzung**

Bei der Weinauswahl im Einzelhandel sind Weinlaien, aber oftmals auch interessierte und versierte Weinfreunde, ohne Beratung oder der Möglichkeit zur Verkostung überfordert. Die fast unermessliche Zahl an Rebsorten, Regionen, Qualitätssystemen, Wettbewerbs-Auszeichnungen und Geschmacksrichtungen machen die Entscheidung schwer. Häufig greift der Verbraucher dann zu dem Wein, der in seinem gewünschten Preissegment liegt und dessen Ausstattung ihm am besten gefällt. Der Wein kann ihm dann schmecken oder eben auch nicht.

Mit Hilfe eines Geschmackstypen-Konzepts, das trockene Weiß- und Rotweine in wenige geschmackliche Kategorien einteilt, soll der Endverbraucher schneller und sicherer zu den Weinen finden, die ihm schmecken.

## **Methodik**

Aufgrund dieser Vorüberlegungen soll ein Konzept entwickelt werden, das die Weinauswahl für Laien und Interessierte vereinfacht. Hierfür sind die relevanten Weine der Welt bzw. die des Weinsortiments einer Verkaufsstätte hinsichtlich Geschmack und Geruch zu analysieren und anschließend in wenige Gruppen einzuteilen. Ideal wären je drei bis fünf Geschmackstypen für Weiß- und Rotweine. Denn je weniger es sind, desto ungenauer wird das System. Bei zunehmender Zahl der Typen verliert das Konzept jedoch an Übersichtlichkeit. Anschließend sind diese Typen so zu visualisieren, dass für den Betrachter bereits durch deren Darstellung der Geschmackstyp zu erkennen ist. Sobald man seine eigene Geschmacksgruppe identifiziert hat, kann man sich in dieser sicherer bewegen, da die anderen Weine dieses Typs ähnlich sind und ebenfalls den Geschmack des Käufers treffen müssten.

## **Inhalt**

Zur Entwicklung eines Geschmackstypen-Systems werden zuerst die wesentlichen Geruchs- und Geschmackskriterien im Wein bestimmt. Anhand dieser wird eine Reihe wesentlicher Weine der Welt beschrieben. Im nächsten Schritt erfolgt die Suche von Gemeinsamkeiten bei diesen Weinbeschreibungen. Auf dieser Basis gelingt es, für die Weine je vier Geschmackstypen für Rot- und Weißweine zu definieren. Im nächsten Schritt erfolgt eine Namensgebung und Visualisierung der Geschmackstypen. Um zu erheben, wie praxistauglich das System ist, wird eine Testverkostung mit insgesamt 75 Teilnehmern durchgeführt. Auf der Basis der Ergebnisse dieser Testverkostung wird das Geschmackstypen-System überarbeitet.

## **Fazit**

Das so sehr vielfältige Naturprodukt Wein lässt sich in seiner Gesamtheit kaum mit wenigen Typen, Stilen und Ausprägungen katalogisieren. Das ist ja auch das Wunderbare am Wein! Es gibt immer Weine, die in einem übersichtlich gestalteten System keinen Platz finden. Es gibt aber auch immer Weine, die gleichzeitig mehreren Typen zugeordnet werden könnten.

Aber das ist aus meiner Sicht auch nicht weiter gravierend. Das hier entwickelte Geschmackstypen-Konzept will ein Hilfsangebot sein und nicht haarscharf und ultimativ Weine klassifizieren. Der Praxistest hat gezeigt, dass die Nachfrage nach solch einem System besteht und dass das entwickelte System bereits funktioniert. Schon vor dessen Überarbeitung konnten mehr als die Hälfte (54%) der Weine von den Teilnehmer auf Anhieb dem richtigen Geschmackstyp zugeordnet werden. Durch die Verbesserungen dürfte sich die Erfolgsquote deutlich erhöhen. Wenn nun ein Konsument einen Geschmackstyp für Weine ausgemacht hat, die ihm gut schmecken, ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass ihm auch andere Weine des gleichen Typs zusagen.

Aus meiner Sicht steht einer praktischen Erprobung nichts mehr im Wege. Die Chancen sind groß, wenn das System konsequent am Weinregal und im Internet-Shop umgesetzt wird. Der Kunde realisiert, dass man sich hier Gedanken macht und Anstrengungen unternimmt, ihm bei der Weinauswahl zu helfen. Das baut Vertrauen auf, erhöht die Treue und ist ein sehr guter Grund, weiterempfohlen zu werden.