

## **Zusammenfassung - Diploma-Arbeit**

### **Motivation für die Arbeit**

Als Weinfachberater eines Weinimporthauses, das seit 150 Jahren mit Bordeaux-Weine handelt, und Verantwortlicher für die jährlichen Verkaufskampagnen, ergab sich das Diploma-Thema „Bordeaux-Subskriptionsgeschäft“ für mich fast natürlich. Unmittelbar beteiligt bot sich mir so die Gelegenheit den Gesamtprozess einmal ganzheitlich und auch analytisch zu betrachten.

### **Fragestellung/Zielsetzung**

Im Mittelpunkt stand die Frage wie die qualitative Einschätzung des Jahrgangs und die sich daraus ergebenden Bewertungen von Journalisten den wirtschaftlichen Erfolg der Kampagne für Segnitz beeinflussen. Beleuchtet wird das Ganze vor dem Hintergrund der schwierigen ökonomischen Situation von Segnitz zu Beginn des neuen Jahrtausends.

### **Methodik**

Als Instrumente der Primärforschung verwendete ich persönlich geführte Interviews und schriftliche Stellungnahmen verschiedener Beteiligter. Im Rahmen der Sekundärforschung erhob ich Daten aus Büchern, dem Internet und dem Archiv von Segnitz.

### **Inhalt**

Nach dem Sperrvermerk und dem Inhaltsverzeichnis beginnt die Diploma-Arbeit mit der Einleitung, die das Thema vorstellt und die Vorgehensweise erläutert. Der Hauptteil fängt mit der Vorstellung der Weinimportfirma A. Segnitz & Co GmbH und den Teilaspekten Firmenhistorie sowie wirtschaftliche Situation zur Jahrtausendwende an. Es folgen Erläuterung und Funktion des Bordeaux-Subskriptionsgeschäftes allgemein und seine Bedeutung für Segnitz. Dem firmeneigenen Handelshaus Schlee & Popken und den Mitbewerbern widmen sich eigene Kapitel.

Der dritte Abschnitt beschäftigt sich mit den verschiedenen Handelspartnern als Einkaufsquellen für Bordeaux-Weinen und deren Erwartungen. Die Beschreibung der besonderen Einkaufsquellen Moeux und Château Lafite-Rothschild erfolgen in eigenen Unterkapiteln.

Das vierte Kapitel erläutert den jährlichen Ablauf der Kampagnen. Es beinhaltet die Unterpunkte Primeur-Verkostung, Allokationen für Segnitz, Beschreibung der Angebote, Zuteilung der nur beschränkt verfügbaren Weine und Auslieferung der Weine.

Das nächste Kapitel beleuchtet wie die maßgeblichen Journalisten die jährlichen Kampagnen unmittelbar beeinflussen. Insbesondere die herausragende Stellung von Robert M. Parker jr. wird herausgearbeitet. Vorgestellt werden außerdem die verschiedenen Bewertungsschemen und die Rolle des Internets für das Subskriptionsgeschäft.

Im sechsten Abschnitt geht die Abschlussarbeit näher auf die herausragende Bedeutung von Château Pétrus für Segnitz und dessen Subskriptionsgeschäft ein. Die Unterkapitel schildern den Einkauf, den Verkauf und die Zuteilung an ausgewählte Kunden. Beschrieben werden die weiteren Bedingungen, die mit dem Kauf dieses Kultweines verbunden sind. Eine Grafik veranschaulicht die Preissteigerungen, die das Weingut mit jedem Jahrgang erfährt. Das Kapitel endet mit der Stellung von Château Pétrus als Imageträger und „Türöffner für die Firma.

Der siebte und letzte Abschnitt des Hauptteiles widmet sich den einzelnen Kampagnen. Aufgezeigt an einigen ausgewählten Weingütern erläutert eine Grafik die Preisentwicklung zwischen 2003 und 2007. Die Diploma-Arbeit geht näher auf die Käuferstruktur für Subskriptionsweine ein und zeigt auf, dass sich das Geschäft hauptsächlich dem Verkauf von Rotweinen widmet.

Jeder Jahrgang erhält eine Grafik mit Wetterbeschreibung, Qualitätsurteil der Journalisten und Daten der Kampagne wie Anzahl der Angebote, Beginn und Ende der Angebotsphase, verkaufte Flaschen, Umsatz und Flaschendurchschnittspreis. Es folgt jeweils ein Absatz über die Besonderheiten der einzelnen Kampagnen.

## **Fazit**

Die Diploma-Arbeit endet mit dem Resümee, das stark vereinfacht *„100 Kunden aus Handel und Industrie 100 Weingüter kaufen – unter besonderer Berücksichtigung der Parker-Noten“* lautet. Eine Grafik verdeutlicht die Unberechenbarkeit des Subskriptionsgeschäfts in Bezug auf Umsatz und verkauften Flaschen sowie den Anteil von Château Pétrus am Erfolg einer Kampagne. Mit einem Ausblick auf das Subskriptionsgeschäft im Allgemeinen und im Bezug auf Segnitz schließt die Arbeit.

Es folgen das Glossar, die Danksagung, die Aufzählung der Anlagen und das Quellenverzeichnis.