

Zusammenfassung meiner Diplomarbeit (Unit 7) für die Weinakademie Österreich - WSET

| | |
|----------------------------|---|
| Thema | Der Schweizer Markt für Weine aus Portugal |
| Name | Sandra Diebold |
| Kandidaten-Nummer | 13002731 |
| Umfang Diplomarbeit | 4'785 Wörter |
| Ort und Datum | Uttwil, 07. Januar 2019 |

1. Motivation für die Arbeit

Meine erste Begegnung mit Wein war eine Reise nach Portugal. Bereits zu diesem Zeitpunkt war ich von dem Land, den Leuten und ihren Weinen begeistert. Während des Studiums an der Wein- und Sommerlierschule und an der Weinakademie Österreich habe ich festgestellt, dass diese Begeisterung in der Weinwelt leider nicht so gross ist. Das Weinland Portugal wurde im Unterricht immer nur kurz angerissen. Als ich mich dann 2011 mit meinem Weinfachhandel in der Schweiz selbständig gemacht habe und es daran ging, ein Sortiment zusammen zu stellen, war für mich klar, dass Weine aus Portugal nicht fehlen dürfen. Für mich gehören gutes Essen und die Weinbegleitung zusammen. Dabei musste ich ebenfalls feststellen, dass auf einer Weinkarte, nur wenig Weine aus Portugal oder gar keine zu finden sind. Da hat sich mir die Frage gestellt: „Weshalb gibt es auf dem Schweizer Markt so wenig portugiesischen Wein, egal ob im Fachhandel oder im Restaurant?“ „Was kann ich tun, um das zu ändern?“

2. Zielsetzung der Arbeit

Im Rahmen meiner Arbeit will ich herausfinden, weshalb die Weine im Handel und in der Gastronomie so wenig präsent sind. Ebenfalls interessiert mich die Meinung der Weinkonsumenten. Wichtig ist ebenfalls, wie die portugiesischen Winzer den Exportmarkt Schweiz beurteilen und welches Potenzial letztendlich der Schweizer Markt zu bieten hat.

3. Methodik

Viele Eindrücke und Erfahrungen resultieren aus meiner selbständigen Tätigkeit als Weinfachhändlerin und den direkten Kontakt zu den Kunden. Als Quellen dienten weiterhin das Internet, Fachzeitschriften sowie Fachbücher. Wichtige Erkenntnisse habe ich durch persönliche Gespräche mit anderen Gross- und Fachhändlern, Gastronomen und Winzern gewonnen.

Die Teilnahme an der ViniPortugal Verkostung im Herbst 2018 in Zürich gab zusätzliche interessante Denkanstösse.

Sehr hilfreich und aufschlussreich war der Austausch mit Frau Öhrlein von der Agentur organize communications, Zürich. Sie sind für das Marketing von ViniPortugal verantwortlich.

4. Inhalt

Der Aufbau ist in acht Kapitel gegliedert, der Inhalt wurde mit 4'785 Wörtern verfasst.

Das Kapitel 1 zeigt die Zielsetzung der Arbeit und die aktuelle Situation der Weine aus Portugal auf dem Schweizer Markt. In Kapitel 2 wird das Weinland Portugal und die Geschichte der Weinbaunation beschrieben. Ebenfalls wird auf die Typizität der Weine, den Export und das Marketing näher eingegangen. Kapitel 3 widmet sich den messbaren Faktoren auf dem Schweizer Markt. Dies sind der Alkoholkonsum, die Importzahlen und die Verkaufsentwicklung. In Kapitel 4 wird die Ausgangslage bei den verschiedenen Zielgruppen beleuchtet. Wie ist die Haltung der Winzer, welche Interessen verfolgen die Gross- und Fachhändler und wie steht die Gastronomie zu den Weinen aus Portugal. In Kapitel 5 werden die allgemeinen Einflüsse auf dem Schweizer Markt betrachtet. Welche Trends zeigen sich und was macht die Konkurrenz aus anderen Ländern. Die Preispolitik und das Marketing werden näher beleuchtet. In Kapitel 6 wird eine Momentaufnahme gemacht. Weiter gibt es einen Blick in die Zukunft. Anschliessend folgt in Kapitel 7 das Fazit der Arbeit. Kapitel 8 enthält das Literaturverzeichnis.

5. Fazit

Portugals Zukunft hat schon längst begonnen. Das Weinland wird in den nächsten Jahren noch für viel Aufsehen sorgen. Um diesen Weg weiter zu gehen, ist es wichtig, dass sich die Winzer auf dem Markt präsentieren. Sie produzieren ausdrucksstarke Weine aus einheimischen Rebsorten. Dieser Individualität müssen sie sich bewusst sein und diese auch bewahren. Dies funktioniert nur durch die Unterstützung von begeisterten Fachhändlern in Zusammenarbeit mit ViniPortugal. Ich liebe Portugal und die einzigartigen Weine aus dem Land am Rande Südosteuropas. In meinem Weinfachhandel biete ich alle Weinstile an. In Zukunft möchte ich das Sortiment weiter ausbauen und alle Anbauregionen abdecken. Meine Kundschaft soll die Möglichkeit haben, diese spannenden Weine entdecken zu können.