

Zusammenfassung der Diplomarbeit

Weinverkauf in der Schweizer Hotellerie und Gastronomie gestern, heute und in Zukunft

Motivation für die Arbeit

Täglich bin ich in meiner Funktion als Leiter Restaurants mit dem Ein- und Verkauf von Wein beschäftigt. Daher verfolge ich auch beruflich immer wieder die neusten Trends bezüglich dieses Themas. Da ich von der Ausbildung zum Weinakademiker auch beruflich viel profitieren konnte, wollte ich ein Thema wählen, das mich persönlich interessiert und vor allem auch nützliche Resultate für meine berufliche Tätigkeit liefert.

Fragestellung und Zielsetzung

Weinverkauf ist von ständig wechselnden Trends abhängig. Daher sind die Entwicklungen in diesem Business auch so spannend. Da ich mich schon immer sehr für Geschichte interessiert habe, stellte sich mir die Frage, wie sich der Weinverkauf seit den 90er Jahren entwickelte und wie sich dabei das veränderte Umfeld auf die gängigen Praktiken im Verkauf ausgewirkt hat.

Die Zielsetzung der Arbeit habe ich so formuliert: „Die Arbeit soll einerseits die Entwicklung des Weinverkaufs in der Schweizer Hotellerie und Gastronomie der letzten 30 Jahre zeigen, andererseits heutige Schwierigkeiten und Herausforderungen im Verkauf kontrovers diskutieren sowie auch allfällige zukunftsfähige Verkaufsmodelle aufzeigen.“

Methodik

Um mich in die Materie einzulesen, habe ich in diversen Medien Artikel zu diesem Thema gesucht. Schnell habe ich festgestellt, dass es schwierig wird Fachliteratur mit dem Titel „Weinverkauf in der Schweiz“ zu finden. Daher habe ich mich entschieden für die Recherche im Bereich der geschichtlichen Entwicklung des Weinverkaufs zwei Interviews durchzuführen. Ein Interview sollte mit einem Vertreter des Weinhandels sein, ein zweites mit einem langjährigen Hotelier. Daneben standen mir die zahlreichen Daten des Bundesamtes für Statistik zur Verfügung. Zudem habe ich mehrere Hotels und Restaurants angefragt, ob sie alte Weinkarten in Ihrem Archiv haben. Leider war der Rücklauf dieser Anfragen nicht so erfolgreich, wie ich gehofft hatte. Viele Betriebe führen gar keine solchen Archive oder wollten mir keine Dokumente aus diesen aushändigen. Dennoch war es mir möglich einige Weinkarten aus alter Zeit zu finden und diese für meine Recherchen einzusetzen.

Inhalt

Meine Diplomarbeit gliedert sich in drei Teilbereiche:

- Geschichtlicher Teil, in welchem ich die Angebotsgestaltung vor 25 Jahren in der Schweizer Hotellerie und Gastronomie erörtere sowie die Entwicklungen der letzten 20 Jahre in den Bereichen Konsumverhalten, Schweizer Weinproduktion und Aussenhandel illustriere.
- Gegenwarts-Teil, indem ich mich vor allem mit gegenwärtigen Trends befasse sowie versuche den Einfluss von Internet, Social Media und Smart Phones auf den Weinverkauf zu diskutieren.
- Zukunfts-Teil, in welchem ich aufzeige, wie sich die Zukunft im Schweizer Weinverkauf in der Hotellerie und Gastronomie entwickeln könnte.

In allen Teilen der Arbeit habe ich versucht die zum Teil sehr unterschiedlichen und auch sehr gegensätzlichen Meinungen von Experten mit meinen eigene Erfahrung bzw. meiner eigenen Meinung in Einklang zu bringen oder aber auch kontrovers zu diskutieren.

Fazit

Die Erkenntnisse, welche ich aus den Recherchen über die Vergangenheit des Weinverkaufs in der Schweiz erarbeitet habe, waren für mich sehr spannend und lehrreich. Sie haben mir ein besseres Verständnis für heutige Entwicklungen geliefert. Für diesen ersten Teil der Arbeit könnte mit einem grösseren Zeitaufwand noch gründlicher recherchiert werden und somit auch ausführlicher geschrieben werden. Rückblickend finde ich es schade, dass ich mir für diese Recherchen nicht mehr Zeit eingeplant habe.

Die Entwicklungen in jüngster Zeit betreffend des Weinkonsums sowie des Konsumverhaltens werfen ein düsteres Bild auf die Zukunft des Weinhandels und des Weinverkaufs. Gerade deshalb ist die Herausforderung an die Hoteliers und an die Gastronomie gross. Es bleibt spannend, zu beobachten, wie sich die Angebotsgestaltung und der Verkauf an den Gast weiter entwickelt.

Am erfolgreichsten wird derjenige sein, dem es gelingt, am schnellsten auf Trends zu reagieren sowie die Zeichen der Zukunft am besten zu lesen.