

Zusammenfassung Diplomarbeit

Online-Degustationen – Reine Pandemie Überbrückung oder Chance für die Zukunft?

Chantal Stalder, Kloten, Schweiz

14. Juni 2021,

Kandidatennummer 15045817

Motivation für die Arbeit

Die COVID-Pandemie 2020 / 2021 hat viele Wirtschaftszweige gezwungen neue Wege einzuschlagen, so auch die Weinbranche. Es gab und gibt noch immer Veranstaltungsverbote, Gastronomie-Lockdowns und Homeoffice Pflicht. Der direkte Weinverkauf war zwar in der Schweiz weiterhin möglich, Degustationen und Veranstaltungen waren aber weitestgehend nicht mehr realisierbar. Die Degustation ist eines der wichtigsten Live-Marketing-Instrumente der Weinbranche. Auf keine andere Weise kann man Wein besser kennenlernen als durch den persönlichen Geschmack. Das Aufflammen von Online-Degustationen als Alternative und potenziell auch zukünftiges Live-Marketing-Instrument für die Weinbranche hat mich dazu bewegt, dieses Phänomen genauer unter die Lupe zu nehmen.

Zielsetzung & Fragestellung

Die Diplomarbeit zeigt die, aufgrund der Pandemie, neu entstandene Art von digitaler Verkostung in der Schweiz auf. Es sollen die neuen Möglichkeiten, sowie Vor- und ggf. Nachteile von Online-Degustationen beleuchtet und bereits stattgefundene Online-Degustationen analysiert werden. Aus der Erhebung wird eine Prognose zum Einsatz dieses neuen Marketing-Instrumentes für die Zukunft und die Zeit nach der COVID-Pandemie abgeleitet. Sind Online-Degustationen als reine Pandemie Überbrückung oder als Chance für die Zukunft zu verstehen?

Methodik

Da es sich in der Schweiz um ein eher neues Phänomen handelt und auf die Weinbranche beschränkt ist, gibt es noch keine umfassende Literatur zu Online-Degustationen. Dennoch finden sich online bereits diverse Artikel zum Thema. Weitere Literaturrecherche bezieht sich auf die digitalen Medien und digitales Live-Marketing. Um die Bedürfnisse und Erfahrungen der Teilnehmer und der potenziellen Teilnehmer von live-Degustationen und Online-Degustationen im Schweizer Markt zu erheben, wurde im April 2021 eine Online-Umfrage durchgeführt. Um möglichst viele Umfrage-Teilnehmer aus der Zielgruppe zu erreichen wurde die Umfrage durch Partner aus dem Weinfachhandel sowie Weinmedien auf deren Kanälen gestreut. Um zusätzlich zur Online-Umfrage auch die Bedürfnisse und Erfahrungen des Fachhandels und Spezialisten auf diesem neuartigen Gebiet, in die Auswertung aufnehmen zu können, wurden diverse Experten-Interviews und Gespräche im Mai 2021 geführt.

Zusammenfassung Inhalt

Die COVID-Pandemie und deren Auswirkungen auf das Live-Marketing hatten als Nebeneffekt eine Beschleunigung von digitalen Konzepten mit sich gebracht. Online-Degustationen, wo die Teilnehmer vorgängig ein Degustationspaket zugestellt erhalten, um dann live am Bildschirm an einer Degustation teilzunehmen, sind in der Schweizer Weinbranche eine neue Alternative zu live Events geworden.

Die Online-Umfrage mit Teilnehmern und potenziellen Teilnehmern von Online-Degustationen zeigt eine grosse Akzeptanz dieser neuen Degustationsform auf. Dies unabhängig vom Alter und Geschlecht der Befragten. Ein Grossteil kann sich vorstellen, auch wenn reale Events wieder möglich sind, an Online-Degustationen weiterhin teilzunehmen. Diejenigen Befragten, die noch nie an einer Online-Degustation teilgenommen haben sind zudem grösstenteils offen, dieses Format in der Zukunft einmal auszuprobieren. Nur die wenigsten befragten Weinfreunde schliessen für sich die digitale Degustation komplett aus. Die grössten Mankos dieses Formats liegen in der fehlenden 1:1 Kommunikation sowie in der Einschränkung der Anzahl Weine. Als grösster Vorteil kristallisiert sich die Ortsunabhängigkeit dieser Event-Form heraus. Technisch und inhaltlich werden Online-Degustationen bevorzugt, welche auf geschlossenen Plattformen mit Chat- und Fragefunktion stattfinden und Hintergrundinformationen zu den Weinen und Weingütern bieten. Die Mehrheit bevorzugt Halbflaschen oder bis zu 3 Standard Flaschen à 75 cl und ist bereit dafür entsprechend zu bezahlen. Viele Teilnehmer gaben an, zusammen mit Freunden oder Familie an den Online-Degustationen teilzunehmen, es entstehen dadurch teilweise kleine Satelliten-Events rund um die Online-Degustation. Viele bisherige Teilnehmer solcher Events gaben an von den verkosteten Weinen nachbestellt zu haben oder beabsichtigen dies noch zu tun.

Die in den Interviews befragten Anbieter von Online-Degustationen gaben an, sich bereits nach kurzer Zeit mit dem neuen Instrument vertraut gefühlt zu haben. Die Vorteile überwiegen aus Anbieter-Sicht klar. Dennoch gibt es auch hier unterschiedliche Ansichten. Exklusiv buchbare Online-Degustationen kamen als neues Firmenkunden-Angebot zum Zuge, ebenso ist die öffentliche, oder vor-definierte Online-Degustation eine gute Alternative, um mit Gastronomie- und Privatkunden in Kontakt zu bleiben und den Austausch zu fördern.

Fazit

Die Mehrheit der Anbieter und Teilnehmer sind sich einig, dass es auch nach der Pandemie als Begleitangebot Online-Degustationen geben wird. Das Potential ist noch nicht komplett ausgeschöpft. Wir können gespannt sein, was dahingehend noch auf uns zukommen wird.

Online-Degustationen sind definitiv eine Chance für die Zukunft.