

WASSER PREDIGEN UND WEIN TRINKEN

Zusammenfassung der Diplomarbeit an der Weinakademie Österreich

Kandidatennummer: 16093298

Verfasst von Mag. (FH) Sebastian Spiegel

Motivation für die Arbeit

Das Thema zu meiner Diplomarbeit ist durch den Bezug zur Jugendarbeit schon länger präsent. Im Jugendtreff, den ich einige Jahre geleitet habe, haben wir uns entschieden, mit einer hochwertigen Glaskultur zu arbeiten, sowie Wein als kostbares Produkt zu präsentieren und zu bewerben. Ein gutes Glas Wein sollte die Alternative zu Alkopops und ähnlich versüßten Mischgetränken aus Spirituosen darstellen. Der moderate Konsum stand im Zentrum der pädagogischen Ausrichtung und dennoch benötigt es keine weiteren Ausführungen, um zu verdeutlichen, in welchem Ausmaß Alkohol von den jungen - teils volljährigen Besucher*innen - regelrecht missbraucht wurde. Mit meiner Arbeit will ich nicht Wasser predigen und selber Wein trinken. Diese Diplomarbeit soll positive Ansätze und Möglichkeiten aufzeigen, wie Jugendliche zu moderaten Wein-Konsument*innen von Morgen herangeführt werden können.

Fragestellung/Hyphosen

- Weinvereine und/oder Sommeliervereine für Jugendliche fördern durch Zugehörigkeit und geregelte Trinkkultur die Identität der Konsumenten von Morgen
- Ein jugendgerechtes Marketing bindet den Konsument von Morgen an das Produkt Wein
- Moderne Weinveranstaltungen fördern den moderaten Umgang mit Wein und können Jugendliche und junge Erwachsene für die Weinkultur begeistern

Zielsetzung

Die Diplomarbeit hat das Ziel, Methoden und Strategien aufzuzeigen, wie Jugendliche und junge Erwachsene als Zielgruppe der Weinindustrie erreicht werden können. Im selben Zug soll die Idee des moderaten Alkoholkonsums vermittelt werden. Die Arbeit setzt sich kritisch mit einer Auswahl von aktuellen Kampagnen und pädagogischen Maßnahmen der Alkoholprävention auseinander. Primäres Ziel ist eine Annäherung an Methoden, mit denen Jugendlichen zu verantwortungsvollen Weinkonsumenten von Morgen herangeführt werden können. Als sekundäres Ziel soll das Ergebnis der Arbeit positiv-formulierte

Handlungsmaxime beinhalten, die für die Gesellschaft und die Weinmarketing im Umgang mit der Zielgruppe Jugendliche hilfreich sein können.

Methodik

Die Arbeit basiert im Wesentlichen auf einer Literaturstudie und Internetrecherche. Ausgewählte Kampagnen und Best-Practise-Beispiele aus der Präventionsarbeit wurden eruiert und beleuchtet. Dazu wurden Expert*innen aus der Weinbranche, insbesondere Lehrer*innen, Jungsommelierausbildner*innen und Lehrlingsausbildner*innen, zu den Fragestellungen interviewt.

Inhalt

Im ersten Teil wird auf die Zielgruppe eingegangen. Neben den Wein- und Alkoholkonsumgewohnheiten wurden auch die Motive zum Rauschtrinken erforscht. Weinkonsum wird vor allem durch kulturelles und finanzielles Kapital in der Familie begünstigt. Auch der sich im Alter verändernde Geschmackssinn war Teil der Auseinandersetzung. Im zweiten Teil wurden positive Beispiele von Präventionsarbeit angeführt, mit besonderem Schwerpunkt auf Projekte in Schulen, Ausbildung in der Gastronomie und Jugendarbeit. Die Bedeutung von „Wine in Moderation“ wurde im nächsten Kapitel erläutert. Neue Medien bieten die Chance in der Lebenswelt der Jugendlichen zu agieren und durch sogenannte „Influencer“ beinhalten sie ein großes Potenzial für das Weinmarketing. Die Skizzierung eines modernen Wine-Tasting-Events in Vorarlberg, bei denen Jugendliche und junge Erwachsene als Zielgruppe definiert wurden, schließt die Diplomarbeit ab.

Fazit

Wein soll und kann eine Alternative zu Alkopops, Spirituosen und Barmischgetränke bieten. Eine hochwertige Glaskultur unterstreicht das Bekenntnis zur Weinkultur und fördert den Genuss, nicht das Rauschtrinken. Jugendgerechtes Marketing soll Kultur und Werte vermitteln, Weinkultur vorleben und Jugendliche mit einbinden. Auf Aktionen, die zum übermäßigen Konsum animieren, wie zum Beispiel „Flatrate-Parties“ und „Happy-hours“, sollte gänzlich verzichtet werden. Richtlinien für ein verantwortungsvolles Marketing sollen definiert und eingehalten werden. Moderne Weinveranstaltungen sind wichtige Plattformen um Jugendliche zum Weinkonsum heran zu führen. Es bietet sich an Jungsommeliere(r)s einzuladen und mit Sommeliervereinen, Tourismus- und Gastronomieschulen zusammen zu arbeiten. Die Schnittstelle zwischen Weinkultur und Schule bietet interessante Möglichkeiten und Chancen, wie kreative und praktische Weinbau-Projekte beweisen.