

# **Corona und die Folgen auf das Subskriptionsgeschäft**

## **– wo geht es hin mit den „en Primeur“ Verkäufen?**

Zusammenfassung Modul 5 – Diploma Arbeit

### **Motivation für die Arbeit**

Die Corona Pandemie stelle das Leben aller Menschen, sowie auch meines, als Kind der Gastronomie, auf den Kopf. Der folgenden Arbeitslosigkeit versuchte ich etwas Positives abzugewinnen und fing kurzerhand ein Praktikum bei einem Weinhändler in meiner Heimatstadt Bremen an. Hier durfte ich mich mit dem Bordeaux Subskriptionsgeschäft rund um den Jahrgang 2019 beschäftigen und meine Leidenschaft zu diesem Thema wurde geweckt. Also war mein erster wahrhafter Kontakt mit dem Thema „en primeur“ während dieser besonderen Zeit. Als geschulter Verkoster und Sommelier durfte ich auch die uns zugesendeten Verkostungsmuster degustieren, die ich bis dato nur vom Hörensagen kannte. Geniale Fassproben großer und kleiner Bordeaux sowie meine weinaffinen Kollegen machten mir Tag für Tag bewusst, wie umfassend, aber gleichzeitig großartig dieses Thema ist. Eine Thematik, mit der man sich viel zu selten auseinandersetzt, denn die meisten jungen Leute aus meiner Generation können und möchten sich zum Großteil weder diese Weine leisten, noch gilt Bordeaux in dieser Szene nicht wirklich als coole, spannende oder aufstrebende Region. Dennoch war mein inneres Feuer für Bordeaux und das spannende Geschäft der Subskription entfacht.

### **Zielsetzung**

Die Arbeit soll aufzeigen, inwiefern sich die Preisentwicklungen in Folge der COVID-19 Pandemie auf die Bordeaux Subskription ausgewirkt hat. Es soll dargelegt werden, dass Bewertungen, namenhafte Châteaux und die Preisgestaltung nach wie vor den Markt bestimmen und dass die globale Pandemie dem etwas verstaubten Image der „en primeur“ Kampagne wieder Leben eingehaucht hat.

### **Methodik**

Um alle Seiten der Subskription darzulegen und zu verstehen führte ich persönliche Interviews mit Geschäftsführern und Verkaufsleitern fester Größen im deutschsprachigen Subskriptions-Weinhandel, Mailverkehr mit Négociants im Bordeaux und unterhielt mich, um auch die

Käufersicht zu untermalen, mit privaten Weinliebhabern großer Bordeaux zu dem aktuellen Thema Corona in Bezug auf die Subskription.

Durch Recherchen in Fachbüchern, Magazinen und im Internet konnte ich die Vergangenheit durchleuchten sowie die Entwicklung und Entstehung des Subskriptionsgeschäftes darlegen.

## **Inhalt**

Die Arbeit beschäftigt sich rund um das Thema der Subskription im Bordeaux. Einerseits wird auf die Historie und Entstehung eingegangen, andererseits werden die Vor- und Nachteile dieses Geschäfts beleuchtet. Die Relation zwischen Bewertungen und der Preisentwicklung wird näher betrachtet, die gesamte Preisgestaltung wird thematisiert und analysiert mit besonderem Augenmerk auf die aktuellen Jahrgänge 2019 und 2020.

Außerdem werden ein Überblick über die Gesamtsituation und Entwicklung während der Pandemie, sowie ein kleiner möglicher Ausblick auf die nähere Zukunft, skizziert.

## **Fazit**

Auch nach dem Rückzug von Robert Parker spielen die Bewertungen und Kritiken in der Subskription weiterhin eine enorm große Rolle. Jedoch gibt es in der Tat nicht die eine Person, die in seine Fußstapfen treten konnte. Dafür verteilt sich der Weinjournalismus auf mehrere Schultern, von denen die meisten bei Parker gelernt haben. Bewertungen beeinflussen nach wie vor das Kaufverhalten des Konsumenten. Die „en primeur“ Kampagne 2019 war ein voller Erfolg mit der Titulierung eines sehr guten Jahrgangs und mit der Proklamation der enormen Preissenkungen konnte man wieder den einen oder andern Bordeaux-Liebhaber, welchen man zuvor mit exorbitanten Preisen verlor, abholen und zum Subskribieren bringen.

Aktuell kann man nur Vermutungen und Prognosen aufstellen, wohin sich das Subskriptionsgeschäft entwickeln wird. Ob sich das Preisniveau nun einpendeln und stabilisieren wird, oder ob 2019 aufgrund der unsicheren Lage nur ein kurzer und einmaliger Einbruch in der Preisentwicklung von Bordeaux „en primeur“ war. In naher Zukunft wird man rückblickend auf die Corona-Pandemie zurückschauen können und die Entwicklung der Weine sowie der Preise besser analysieren können.