

Zusammenfassung Diploma Arbeit

“Wine Education im Wandel der Zeit”

Alois Reitbauer

Kandidatennummer: 200099

Motivation

Die Generation Z ist jene, deren Vertreter aktuell zwischen 19 und 23 Jahren alt sind. Die Mitglieder dieser Generation werden die nächste Personengruppe sein, die sich intensiv mit dem Thema Wein auseinandersetzen werden. Erfahrungsgemäß passiert dies aufgrund neuer finanzieller Möglichkeiten im Beruf oder eines geänderten Lebensstils.

Diese Generation hat einen sehr stark durch moderne Medien geprägten Zugang, wie sie sich Informationen beschaffen und auch Wissen aneignen. Zudem steht ein großer Teil der GenZ dem Thema Alkohol und somit auch Wein sehr kritisch gegenüber. Daher bedarf es einer intensiven Betrachtung des Aspektes der Wissens- und Wertevermittlung im Umfeld von Wein. Damit wird sichergestellt, dass auch diese Generation an Wein als Genuss- und Kulturgut herangeführt wird.

Dieses Thema hat auch wirtschaftliche Relevanz. Würde man sich nicht mit dieser Generation als neue Zielgruppe auseinandersetzen, könnte dies einen deutlichen Rückgang des Weinkonsums bedeuten.

Zielsetzung

Zielsetzung der Arbeit ist es, dieses komplexe Thema aus unterschiedlichsten Gesichtspunkten zu betrachten. Ausgearbeitet wird, wie die Generation Z soziale Medien verwendet und wie die Erwartungshaltung in Bezug auf deren Inhalte aussieht. Dazu werden folgende Fragen beantwortet werden:

- Was ist das Wertesystem der Generation Z?
- Wie steht diese Generation zum Thema Alkohol?
- Wie bildet sich diese Generation weiter?
- Was ist ihre Erwartung an Inhalte?
- Welche sozialen Medien spielen eine Rolle?
- Wie kann man diese Medien nutzen, um Wissen zu vermitteln?
- Was macht den Erfolg in diesen Medien aus?

Diese vielfältigen und komplexen Fragestellungen werden in dieser Arbeit kompakt beantwortet, sowohl aus theoretischer Sicht als auch anhand von praktischen Beispielen.

Methodik

Die oben genannten Fragestellungen werden zum einen mittels Literaturrecherche beantwortet. Aufgrund der Aktualität des Themas basiert die Analyse auf aktuellen Studien und Berichten. Hier wird sowohl auf deutsch- also auch englischsprachige Inhalte zugegriffen.

Das Thema Wissensvermittlung wird andererseits auf Basis von konkreten Inhalten in den unterschiedlichen Social Media Kanälen analysiert. Hierzu werden die Social Media Profile und deren Posts, Bild-, Video- und Textinhalte von Top-Influencern herangezogen und analysiert.

Abgerundet wird das Vorgehen mit Experteninterviews. Befragt wurden zwei Content Produzenten, um sowohl Erkenntnisse aus dem Blickwinkel des Weinexperten sowohl als auch des Quereinsteigers gewinnen zu können.

Inhalt

Die Arbeit setzt sich zuerst mit der Generation Z auseinander und erklärt im Weiteren deren starke Affinität zu online Medien sowie den kritischen Zugang zu Alkohol, der auch zu höheren Abstinenzzahlen bei dieser Zielgruppe führt.

Das Online-Verhalten und deren Medienkonsum wird im Hinblick auf das Thema Wine Education betrachtet. Als zentrale Kanäle haben sich neben YouTube auch Instagram und TikTok etabliert.

Konkrete Beispiele veranschaulichen, wie auf den einzelnen Kanälen diese Zielgruppe erreicht wird und wie sich die Inhalte in Bezug auf die Kommunikationsmittel auch auf die Zielsetzung variieren. Hier wird zwischen dem Generieren von Followern – sogenannter “Cold Audiences” – und dem Entwickeln von Sachinhalten für sogenannte “Warm Audiences “ differiert.

In den Interviews zeigt sich ganz klar, dass sich ungeachtet des unterschiedlichen Zugangs der beiden Interviewpartner gemeinsame Zielsetzungen in Bezug auf Content Qualität und die Art der Wissensvermittlung zum Thema Wein etablieren.

Eine skizzierte Darstellung einer Medienstrategie beschreibt, wie Wein-Wissen für die Generation Z zielgruppengerecht aufbereitet und erfolgreich kommuniziert und vermittelt werden kann.

Diese dient als katalytisches Instrument, um das Thema Wein-Wissensvermittlung strategisch neu zu denken und für diese Generation in Hinsicht auf eine genussorientierte Auseinandersetzung mit dem Thema Wein zu entwickeln.

Fazit

Wine Education wird vor allem für die Zielgruppe der Wein-Konsum-Einsteiger der Generation Z sehr stark auf den Sozialen Medien YouTube und Instagram geschehen. Mittlerweile sind bereits sehr viele Inhalte vor allem zu Themen wie Rebsorten, Anbauregionen und Basiswissen rund um Wein vorhanden. Da sich die Generation Z sehr stark über YouTube und Instagram informiert, werden diese Inhalte deren Zugang zu Qualitätswein vorrangig prägen. Zu erkennen ist ein hoher Qualitätsanspruch dieser Zielgruppe an die produzierten Inhalte in Bezug auf Richtigkeit, Ästhetik und Unterhaltsamkeit.