

Zusammenfassung der Diplomarbeit

Gewürz & Wein – perfekt kombiniert: „Ein innovatives Food & Wine Pairing-Konzept im Fachhandel am Beispiel der *Madame Wu Boutique*“

Motivation für die Arbeit

Die Wechselwirkung zwischen Gewürzen und Wein steht im Mittelpunkt zahlreicher aktueller und interdisziplinärer Forschungsarbeiten zur Sensorik, Konsumpsychologie und modernen Genussskultur. In meiner praktischen Tätigkeit und kontinuierlichen Kundenberatung in der Madame Wu Boutique in Linz wurde deutlich, dass Gewürze über die reine Aromatiefe hinaus eine zentrale Rolle für die Wahrnehmung und das Gesamterlebnis von Speisen und passenden Weinen einnehmen. Die Arbeit nimmt sich daher der Frage an, wie ein wissenschaftlich fundiertes, sensorisch begründetes Pairing-System sowohl für den stationären Fachhandel als auch digitale Touchpoints nutzbar gemacht werden kann.

Fragestellung und Zielsetzung

Im Zentrum stehen folgende wissenschaftliche Leitfragen:

- Wie können aromatische und sensorische Grundlagen der Gewürze systematisch erfasst und für die Empfehlung geeigneter Weinkategorien operationalisiert werden?
- Inwieweit lässt sich ein auf Gewürzsauswahl basierendes System empirisch validieren, sowohl bei Konsumenten als auch im Beratungsalltag?
- Welche Kriterien müssen Beratung, User-Experience und Produktkommunikation erfüllen, um auch ohne Vorkenntnisse eine evidenzbasierte, nachvollziehbare Weinempfehlung abzugeben?

Ziel war es, ein mehrfach evaluiertes, in der Praxis validiertes System zu entwickeln, das den aktuellen wissenschaftlichen Kenntnisstand zum Thema Food & Wine Pairing widerspiegelt und gleichzeitig für Endkund:innen in verständliche Handlungsanweisungen übersetzt werden kann.

Methodik

Zur Entwicklung und Evaluation des Systems kamen mehrere wissenschaftliche und praxisnahe Methoden zum Einsatz:

- **Sensorische Analyse:** Systematische Bewertung der Hauptgeschmacksrichtungen, Texturen und Aroma-Komponenten einzelner Gewürze basierend auf aromachemischen Studien und sensorischer Fachliteratur [Jackson 2016][Bastian & Francis 2015].
- **Empirische Konsumentenstudien:** Durchführung von Verkostungen mit Fokusgruppen und Einzelkund:innen, dokumentiert mittels standardisierter Evaluationsbögen und Rückmeldungen zu Pairing-Empfehlungen.
- **Vergleichende Literatursauswertung:** Gegenüberstellung praxisgenerierter Empfehlungen mit aktuellen Pairing-Tabellen und Matrizen aus einschlägigen Publikationen [Harrington 2007][Spence 2020].
- **Iterative Systemvalidierung:** Rückkopplungsschleifen zwischen wissenschaftlicher Evidenz und Praxistest im stationären und digitalen Handel;

kontinuierliche Optimierung anhand realer Kundenentscheidungen in der Boutique und im Webshop.

Inhalt

Die Arbeit fasst zu Beginn den aktuellen Stand der Forschung im Food & Wine Pairing zusammen, mit besonderem Fokus auf die Wirkung von Gewürzen als geschmacksleitende Elemente.

Zentral ist die Entwicklung eines achtstufigen Gewürzkategoriensystems, das die sensorischen Profile von Asia-, Oriental-, Gourmet-, Mediterran- und weiteren Mischungen systematisch erfasst. Für jede Kategorie wurden zunächst sensorische Schlüsselattribute herausgearbeitet, dann deren Paarungseignung mit verschiedenen Weinstilen (u. a. Orange Wine, Rich White, Medium Red) getestet. Die Methodik, mit der daraus verbindliche Empfehlungen abgeleitet wurden, wird transparent hergeleitet: So basiert etwa das Matching Dukkah & Orange Wine auf Literatur zur Tanninwirkung bei Nussaromen und empirischen Blindverkostungen im Verkaufskontext. Für jedes beispielhafte Pairing (z. B. Curry mild & Rich White; Baharat & Rich White) werden die Grundlagen der Zuordnung mit wissenschaftlichen Zitaten und Praxisanwendung belegt. Das Matching-System sieht eine vierstufige Entscheidungslogik vor, bei der ausgehend vom Gewürz Angaben zu Anlass, Herkunft und Präferenz getroffen werden und so in wenigen Schritten eine fundierte, sensorisch begründete Weinempfehlung generiert wird. Besonderes Augenmerk liegt auf der praktischen Übertragbarkeit – die Beratung erfolgt sowohl klassisch am Point of Sale (POS) als auch digital über einen interaktiven Online-Guide, der analog zur wissenschaftlichen Systematik strukturiert ist. Weiterführend wird dargelegt, wie die Sensorik-Methodik und Produktkommunikation am POS gestalten werden sollten, um Hemmschwellen zu senken und wissenschaftlich fundierte Entscheidungen emotional aufzubereiten. Abschließend werden Chancen der Digitalisierung und Grenzen des Systems kritisch reflektiert.

Fazit

Mit dem Pairing-Konzept „Gewürz & Wein – perfekt kombiniert“, exemplarisch an der Madame Wu Boutique entwickelt und getestet, wurde ein Beratungswerkzeug geschaffen, das aktuelle Erkenntnisse aus Sensorikforschung, Konsumpsychologie und Aromatheorie in die Handelspraxis überführt. Durch die systematische Verknüpfung von sensorischer Analyse, empirischer Validierung und verständlicher Nutzerführung gelingt eine nachhaltige Steigerung der Beratungskompetenz im Fachhandel. Das System ist durch die Evidenzbasis belastbar, ermöglicht eine niedrige Einstiegsschwelle und ist modular für verschiedene Verkaufskanäle einsetzbar. Rückmeldungen aus Praxis und Kundschaft belegen die hohe Akzeptanz und den Wert eines wissenschaftlich basierten, aber alltagsnahen Beratungsangebots. Als offene Struktur ist das System bereit für künftige Weiterentwicklungen – etwa durch KI, personalisierte Algorithmen oder erweiterte Community-Ansätze im digitalen Raum.