

Österreichischer Wein

Wine & Dine / Verkostungen & Verkauf / Weinreisen nach Österreich

Potentialanalyse und Konzept für eine mögliche zukünftige (Teil-)Selbständigkeit

Ursi Eichmann, Kandidaten-Nr.: 220004

Zusammenfassung Diploma-Arbeit

Motivation für diese Diploma-Arbeit

Seit dem Beginn meiner Ausbildung zum Weinakademiker fasziniert mich das Thema Wein immer mehr. Aus dem allgemeinen Interesse an Wein hat sich mittlerweile eine Passion entwickelt. Wieso nicht das Hobby zum Beruf machen? Oder zumindest eine Teilselbständigkeit anstreben? Nach zwanzig Jahren in der Pharma-Branche schwebt mir eine Veränderung vor.

Zielsetzung und Eingrenzung der Arbeit

Das Ziel dieser Diploma-Arbeit ist es, herauszufinden, wie gross das Potential für eine mögliche zukünftige (Teil-)Selbständigkeit ist, sowie die Erarbeitung eines Konzeptes, wie dieses umgesetzt werden könnte. Ich habe mich auf österreichischen Wein konzentriert und auf die Themen Wine & Dine, Verkostungen & Verkauf und Weinreisen nach Österreich fokussiert.

Warum gerade österreichischer Wein? Der Bezug zum österreichischen Wein liegt in meinen Genen. Meine Mutter stammt aus der Steiermark und ich habe in den letzten Jahren auf all meinen Reisen in meine zweite Heimat den österreichischen Wein schätzen und lieben gelernt. Ein weiterer Grund ist, dass der Schweizer Markt für österreichischen Wein noch nicht so gesättigt ist wie beispielsweise für Weine aus Italien, Spanien oder Frankreich. Des Weiteren zeigt die Statistik «Weinexporte aus Österreich» seit 2009 eine konstante Zunahme der Exporte in die Schweiz. Im Jahr 2022 betrug das Wachstum in Wert € gar 8,6%. Daraus lässt sich folgern, dass die österreichischen Weine bei Herrn und Frau Schweizer in den letzten Jahren einerseits bekannter geworden sind und andererseits auch an Beliebtheit gewonnen haben.

Methodik

Im Zentrum der Potentialanalyse steht ein Umfragebogen, welcher diverse Fragen zu den Themen Wine & Dine, Verkostungen & Verkauf sowie Weinreisen nach Österreich beinhaltet. Dieser wurde an Familienmitglieder, Verwandte, Freunde, Nachbarn, Bekannte und ehemalige Arbeitskollegen verteilt. Die befragten Personen sind alle im Alter zwischen 32 und 80 Jahren und widerspiegeln die verschiedenen soziodemografischen Merkmale der Schweizer Bevölkerung. Insgesamt wurden 140 Fragebögen verteilt, wovon 99 Fragebögen ausgefüllt zurückkamen, was einer Rücklaufquote von 70,7% entspricht. Die Grundlagen zur Markt- und Konkurrenzanalyse wurden anhand von Internetrecherchen sowie persönlichen Gesprächen erarbeitet.

Inhalt

Nach der Beschreibung der Thematik und Zielsetzung dieser Diploma-Arbeit erläutere ich in Kapitel zwei die Fragen aus meinem Umfragebogen zu den Themen Wein & Dine, Verkostungen & Verkauf sowie Weinreisen nach Österreich, welche zur Potentialanalyse dienen.

In Kapitel drei befasse ich mich mit der Konkurrenz- und Marktanalyse. Ich untersuche vier Marktplayer mit Online-Shops und fokussiere mich darauf aufzuzeigen, wie hoch der Sortimentsanteil von österreichischen Weinen gemessen am Gesamtsortiment ist. Des Weiteren analysiere ich die Sortimentsgestaltung bezüglich Preisgestaltung sowie Rebsorten.

Das vierte Kapitel gibt Aufschluss darüber, ob meine Geschäftsidee Potential aufweist. In diesem Kapitel analysiere ich die Ergebnisse zu den obgenannten Geschäftsbereichen. Die zwei Bereiche Wine & Dine sowie Verkostungen & Verkauf bergen der Analyse zufolge ein sehr hohes Potential, da sie auf grosses allgemeines Interesse stossen. An Weinreisen nach Österreich ist hingegen nur gut die Hälfte der befragten Personen interessiert.

In Kapitel fünf geht es um die Abklärung der gesetzlichen Bestimmungen, z. B. Grundlagen zum Import von ausländischen Weinen, Kleinhandelsbewilligung, Gründung einer Firma, Wirte-Patent sowie Nutzung des Privathauses für gewerbliche Zwecke. Diese Informationen sind nebst den Umfrageergebnissen zentral mit Blick auf die Frage, ob ich meine Geschäftsidee überhaupt so umsetzen kann, wie ich es geplant habe.

In Kapitel sechs ziehe ich mein Fazit aus der Analyse, definiere einen Jahresplan und lege ein mögliches Pensum zur Umsetzung fest.

Die Kosten für die Realisierung, z. B. für den Wohnungsumbau, die Firmengründung und diverse Bewilligungen, erläutere ich in Kapitel sieben.

In Kapitel acht stelle ich einen Abriss des Marketingkonzepts vor, gegliedert nach den 4 P (Produkt, Preis, Promotion, Place).

Die Arbeit endet mit dem Schlusswort in Kapitel neun.

Fazit

Das Schreiben dieser Diplomarbeit war eine sehr intensive, lehrreiche und spannende Zeit. Die gewählte Methodik des Umfragebogens zur Potentialanalyse sowie zur Erstellung des Konzeptes erwies sich als effizient und zielführend. Die Markt- und Konkurrenzanalysen waren sehr hilfreich zur Gestaltung des Sortiments sowie der Preise. Die behördlichen Abklärungen sind alle positiv verlaufen, die Ampeln stehen auf Grün. Ich werde mir meinen Traum verwirklichen und den Schritt in die Teilselbstständigkeit wagen. Nach dem Umbau der unteren Wohnung geht es los. Im ersten Schritt lege ich den Fokus auf die Wine & Dines sowie die Verkostungen und den Verkauf von österreichischem Wein.

Aus allgemeinem Interesse an Wein wurde eine Passion und jetzt wird das Hobby zum Beruf gemacht. Auf zu neuen Ufern!