

## **ZUSAMMENFASSUNG**

### **MODUL 5 – DIPLOMA-ARBEIT**

#### **WEIN ALS DIFFERENZIERUNGSMERKMAL IN DER SÜDTIROER HOTELLERIE AM BEISPIEL DES HOTELS TIROLERHOF IN ST. LEONHARD IN PASSEIER (SÜDTIROL)**

von Barbara Holzknecht

**KANDIDATENNUMMER: 220033**

**ORT & DATUM: MOOS IN PASSEIER, SÜDTIROL, 31. MAI 2023**

Die Zielsetzung meiner Diplomarbeit ist es, Wein als Differenzierungsmerkmal in der Südtiroler Hotellerie zu beleuchten. Es sollen anhand von Experteninterviews die Chancen und Risiken aufgezeigt werden und auf Grundlage dieser Interviews wird ein „Wein“-Konzept für das Hotel Tirolerhof ausgearbeitet.

#### **Weintourismus in Südtirol:**

Südtirol ist ein beliebtes Reiseziel für Weinliebhaber aus aller Welt und es gibt viele Möglichkeiten Weintourismus in Südtirol zu erleben. Dies reicht von der Teilnahme an Weintouren über Wein- und Gourmetfestivals bis zu Veranstaltungen wie dem Meraner International Wine Festival oder die Bozner Weinkost.

Das Gästesegment hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Die Gäste zeigen sich informierter, erfahrener und anspruchsvoller. Sie bleiben meist kürzer, sind aber bereit mehr Geld auszugeben. Einige Gäste haben bereits ein grundlegendes Vorwissen im Bereich Wein und auch Südtiroler Wein. In Bezug auf die Rebsorten werden vor allem Vernatsch, Lagrein und Gewürztraminer mit Südtirol in Verbindung gebracht.

Wein als bedeutender Wirtschaftszweig hat sich in den letzten Jahren stark entwickelt und wird sich auch zukünftig weiterentwickeln. Es wird den Gästen hier die Möglichkeit geboten Südtirol als Weinregion hautnah zu erleben, Weine zu Verkostung und mehr über den Weinbau und die Kultur rund um das Thema Wein zu erfahren. Es werden vorhandene Weingüter renoviert oder ausgebaut bzw. sich stark in Richtung biologischem Weinbau entwickelt.

#### **Experteninterviews:**

Im Rahmen dieser Diplomarbeit habe ich 12 Experten interviewt und Sie zu den Chancen und Risiken von Wein in der Südtiroler Hotellerie, allgemein und im Kontext ihres Betriebes speziell, befragt. Dabei wurde sehr deutlich, dass bereits ein breit gefächertes Angebot an Leistungen in den Hotelbetrieben vorhanden ist, um den Gästen einen Rundumblick in die Südtiroler Weinlandschaft bzw. -hotellerie zu geben.

Überraschend war zu erfahren, dass viele Betriebe allerdings mit der heutigen Momentaufnahme zufrieden sind und nur sehr wenige weitere Leistungen in Planung haben. Auch wird relativ wenig mit lokalen Winzern zusammengearbeitet. Diejenigen, die allerdings aktiv mit lokalen Winzern zusammenarbeiten, beschreiben dieses Teamwork als problemlos und gut organisiert. Es werden in fast allen Hotelbetrieben zusätzliche Leistungen im Bereich „Wein“ angeboten, viele haben ein eigenes Weingut integriert oder einen eigenen Verkostungsraum, aber auch Vinotheken nehmen zu.

Die Zielgruppe hat sich laut Befragten verjüngert. Es handelt sich hierbei um weinaffine Menschen, die durchschnittlich zwischen 30 und 45 Jahre alt sind und auch vom Weinwissenstand stark variieren. Es sind kaum Gästesichten weggefallen.

Das Weinangebot wird in den meisten Fällen in die Hotelwerbung integriert. Social Media wird stark gepusht und auch dort das Weinangebot konkret kommuniziert. Diese Werbemaßnahmen über Social Media sprechen auch ein jüngeres Publikum an. Die Mitgliedbetriebe der VINUM-Hotels verlassen sich relativ stark auf die Marketingmaßnahmen der Vereinigung und sehen kaum Vorteile von weiteren oder individuelleren Werbemaßnahmen zur Kommunikation des Weinangebots. Für alle ist der Wein in ihrem Leistungsportfolio allerdings ein Buchungsgrund Ihrer Gäste. Als Chance sehen viele Befragte mehr Nächtigungen durch das Weinangebot generieren zu können und auch die Veränderung der Gästesicht wird sehr positiv gesehen. Es kommen Gäste, die durchaus teilweise weinaffin, jünger sind und die bereit und in der Lage sind auch mehr Geld für Qualität und Authentizität auszugeben.

Als Risiko wird neben dem Klimawandel auch das Finden von gut ausgebildeten Mitarbeitern genannt. Auf ganz Südtirol gesehen spielt das Thema Bettenstopp eine große Rolle. Hierbei handelt es sich um eine Maßnahme des Landes, das eine Bettenobergrenze pro Gemeinde festgelegt hat, um Bettenhochburgen zu vermeiden. Dies wird genau so als Chance gesehen, wie auch die Rebsorten- und Bodenvielfalt.

Die Rebsortenvielfalt wird sowohl als Chance als auch als Risiko betrachtet. Es fehlt laut der Umfrage an einer Rebsorte, mit der Südtirol identifiziert werden kann. Auch die Zusammenarbeit von Hotellerie und Weinbau gestaltet sich manchmal als schwierig, hier werden als Gründe Neid und das „kleinkarierte“ Denken vieler Südtiroler genannt, die nicht gemeinschaftlich denken, sondern immun gegen konstruktive Kritik sind und manchmal nur auf ihren eigenen Vorteil bedacht sind.

#### **Ausgangssituation:**

Mein Bruder Michael und ich haben das Hotel Tirolerhof 2018 von unseren Eltern übernommen. Es ist seit der Gründung des Gebäudes im Jahre 1906 in Familienbesitz. Im Zuge der Übernahme haben wir den Betrieb bereits qualitativ weiterentwickelt.

Wir sehen die Lages des Hotels im Passeiertal, inmitten der Natur, direkt am Bach als enorme Chance. St. Leonhard gehört erst seit Kurzem zu den Weinbaugebieten Südtirols und ist deshalb noch wenig weintouristisch entwickelt. Gleichzeitig sehen wir auch die Herausforderungen, die die Integration eines Weinkonzepts in ein Gebiet mit noch wenig Erfahrung in diesem Sektor, birgt. Auch das Finden und Ausbilden von guten Mitarbeitern wird einen Teil unserer Ressourcen in Anspruch nehmen, genau so wie ein erhöhter Bedarf an Marketingmaßnahmen.

#### **Welche Punkte werden umgesetzt:**

**Auf Grund der Experteninterviews und der eigenen Vorstellungen werden folgende Punkte umgesetzt:**

- Vergrößerung des Weinkellers
- Integration eines Verkostungsraumes
- Vergrößerung der Weinkarte
- Kombination aus Kulinarik und Wein (Weinbegleitung, Themenabende, Kochkurse mit Tipps zur Speisen-Wein-Anpassung, ...)
- Anlage eines Weingartens
- Anbieten von Teambuilding-Veranstaltungen für Unternehmen
- starke Zusammenarbeit mit lokalen Winzern (Verkostungen und Besichtigungen direkt beim Winzer, Winzerabende, ...)

Die geplanten Maßnahmen stellen für uns natürlich ein wirtschaftliches und finanzielles Risiko dar. Allerdings ist dies für uns die logische Weiterentwicklung, damit unsere beiden Leidenschaften, Kochen und Wein, weiter verbunden und ausgebaut werden können. Es stellt für uns eine enorme und durchaus einmalige Chance dar, dies jetzt, da St. Leonhard in Passeier zu den jüngsten Weinbauregionen Südtirols zählt, in unser Konzept zu integrieren. Hervorzuheben ist, dass wir zwar selbst Wein anbauen möchten, allerdings die Zusammenarbeit mit den lokalen Winzern für uns im Vordergrund steht und wir dies weiterhin ausbauen und fördern werden.