

Zusammenfassung zur Diplomarbeit

"Ein attraktives Weinangebot der Weinbar(s)

im Rahmen einer Genussmesse“

- Projektskizze für die

Wein- und Schaumweinauswahl,

Kalkulation und Bewirtschaftung -

Angefertigt und eingereicht von:

Torsten Forcke; Kandidatennummer: 05012044

Motivation

Wein trinken soll vor allem Spaß bereiten und ein Genuss mit und für die Sinne darstellen. Auf der Suche nach innovativen Formaten, wo Weinliebhaber und Genussmenschen Bekanntes und Unbekanntes in stilvollem Ambiente entdecken können, hat der Autor ein projektiertes Veranstaltungsformat aufgetan, welches geeignet erscheint, Genüsse aus Keller und Küche erlebnisreich und entspannt zu genießen: das exklusive Genussfestival „Midsummer Night“ im Schlosspark.

Ausgehend von der Pilotveranstaltung existiert ein Rahmenkonzept für eine mehrtägige Genussmesse, entwickelt, das Farbgestaltung (alles in weiß), die Möbel und Ausstattungselemente wie auch das kulturelle Programm vorgibt. Das Feld der kulinarischen Angebote soll aber ausgewählten, externen Anbietern überlassen bleiben. So erschien es mir zwar ambitioniert aber ausgesprochen spannend, für dieses Veranstaltungskonzept ein attraktives Weinkonzept inkl. Präsentationsformaten zu entwickeln.

Folgende **Fragestellungen und Ziele** gilt es betrachten:

- ★ welche Weine (inkl. Schaumweine) bieten heterogenen Besuchergruppen einer dreitägigen Genussmesse bei übergeordnetem Veranstaltungskonzept rundum genussvolle Weinerlebnisse?
- ★ Wie lassen sich die bekannte Präsentations- und Ausschankformate modifizieren, um „Wein trinken“ zu einem erlebnisreichen und nachhaltigem Genuss zu machen?
- ★ Welche Aspekte sind zu analysieren, definieren oder beschränken, um aus dem weltweiten, ausgesprochen vielseitigem und spannendem Angebot der „Weine der Welt“ eine einigermaßen den Geschmack der Besucher treffende Auswahl zu gestalten?

Schlussendlich zählt natürlich der wirtschaftliche Erfolg. Damit wird für das Weinkonzept auch eine betriebswirtschaftliche Kalkulationsbasis gefordert und eine Abschätzung der Ergebnisse bei unbekanntem Besucherzahlen und Konsum nötig.

Methodisch geht die Arbeit projektorientiert an das Thema. Ausgehend von externen Vorgaben (Hardware, „look & feel“, Location, Schnittstellen zum Speiseangebot etc.) werden Modifikationen der Präsentationselemente des Rahmenkonzeptes erarbeitet, die den Zielsetzungen dienen und dem Gast Spaß am Wein Entdecken und Trinkgenuss bereitet. Anders ausgedrückt, die Projektskizze erarbeitet Auswahl- und Einschränkungskriterien für die Weinauswahl, ermittelt Preise und Annahmen für die Kalkulation und zeigt für die Bewirtschaftung wesentliche Aspekte der Umsetzung sowie hilfreiche Ideen zur Unterstützung auf.

Die Erfassung von Konsumentenvorlieben (inkl. Erhebung, Analyse der Rebsorten zur Weinbereitung, Markenidentifikation u.ä.) und die Einschränkung der Gesamtheit internationaler Rebsorten und Weine mittels verschiedener Parametern führt zu einem zweigleisigen Ansatz ein Weinangebot zu arrangieren.

Neben dem dauerhaften Weinangebot, welches in der eindrucksvoll inszenierten WeinALLEE von den Besuchern entdeckt und an der WeinBAR bezogen werden kann, sollen ergänzend dazu, in einem exklusiven Format verschiedene Spezialthemen präsentiert werden können. Idee ist, das Präsentationsformat „kostBAR“ (in Form eines „floating Buffet“) für moderierte, geführte kulinarische Köstlichkeiten in Kombination mit harmonisierenden Weinen unterschiedlicher Themen einzusetzen (z.B. „Terroir“, Schaumweine unbekannter Herkunft, Raritäten, u.ä.).

Um zwischen vinophilen Sommelierideen, Besuchererwartungen und Preisen keine endlosen Lücken klaffen zu lassen, definiert die Arbeit zur Disziplinierung des nahezu endlosen Weinangebotes einschränkende Parameter wie z.B. jahreszeitlich abgestimmte „Schwerpunkthemen“ (Rosé, Riesling, Weißburgundersorten), Glaspreise für den Offenausschank oder Cluster für die Herkunft.

Konzeptionell geprägt hat der Autor eine Auswahl von Weinen aus aller Welt begründet, die einen gewissen home-bias haben, Sortentypizität und klare Geschmacksprofile zeigen, d.h. sensorisch präsentierbar sind oder in die Kategorie „Entdeckungen“ fallen. So stehen einige „Inselweine“ wie auch Weine aus klassischen französischen Rebsorten zur Verkostung, die aber nicht in Südeuropa vinifiziert wurden.

Mit dem Grundsortiment von 6 Schaum- und 40 Stilweinen lassen sich an den WeinBAR(s) sowie in der WeinALLEE eine Reihe spannender Themen abbilden. „Bekanntes“ und „Entdeckungserlebnisse“ sollen variantenreich mit Speisen kombinierbar geboten werden, um ein rundum gelungenes Genusserlebnis zu bieten.

Lediglich der Vollständigkeit halber sollen Aspekte zum Weinausschank (Equipment, Gläser, Weintemperatur, u.ä.) nur angerissen werden.

Für die Bewirtschaftung hat der Autor ein Hilfsmittel für den Offenausschank entwickelt, welches helfen soll, einen gemochten Wein „erinnerbar“ zu machen.

Im letzten Drittel der Arbeit stehen betriebswirtschaftliche Aspekte im Vordergrund. Kosten, Besucherzahlen und Preise sowie Variablen werden in eine Basiskalkulation eingestellt. Die Variation der Annahmen in einem best und einem worse case Szenario folgen. Abschließend wird auf kritische Erfolgsparameter und noch weiter zu spezifizierende Themen hingewiesen.

Fazit

Das Rahmenkonzept determiniert vom Anspruchsniveau her die Weinauswahl und damit auch monetäre Aspekte. Preisfindung und Kalkulation bei Einsatz einer nur grob gestückelten Eventwährung und Bewirtschaftungsaspekte bilden ein komplexes Rechenmodell, das mit zahlreichen ex ante unbekanntenen Werten für verschiedene Annahmen zahlreiche interdependente Risikofaktoren in sich birgt.

Für den Neugierigen, anspruchsvollen Besucher der sich tiefer in die Welt der internationalen Weine führen lassen möchte, bieten zahlreiche Ideen für themenzentrierte, geführte Verkostungen am kostbaren Floating Buffet ausgiebig Gelegenheit.

Um zu einer einigermaßen griffigen Risikoabschätzung (sprich Rechenergebnissen) zu gelangen, helfen Szenarien, die Konsummenge, Durchschnitt des Glasspreises und Besucherzahlen simulieren. Das in einer Tabellenkalkulation abgebildete Weinkonzept kann flexibel an die Zielgruppen angepasst werden, ohne dass eine vollständige Neukalkulation erforderlich wird.

In der Endkonsequenz hängt der Erfolg davon ab, ob sich der Besucher wohl fühlt, die passenden Produkte angeboten werden und er über den Mindestverzehr hinaus konsumiert. Eine „perfekte“ Weinauswahl ist bei heterogenen Zielgruppen und Konsumgewohnheiten, vorgegebenen Rahmenbedingungen und mannigfaltigen Speisevariationen allerdings unmöglich. Man kann es nie Jedem recht machen – aber wir wollen uns auch nicht unbeliebt machen und den Qualitätsanspruch hoch ansetzen.