

Die Bedeutung von Genuss in unserer heutigen Gesellschaft und dessen Auswirkungen am Beispiel von Wein

Der Begriff Genuss erscheint im Zusammenhang mit Essen und Trinken immer wieder in allen Medien. Was ist unter Genuss genau zu verstehen und ist jeder Mensch genussfähig?

Ein Genussmittel ist Wein. Hat der Genussfaktor Einfluss auf die Herstellung und den Konsum von Wein und damit auf die Kaufentscheidung. Kann damit der Weinmarkt beeinflusst werden? Diese Frage soll in der vorgelegten Arbeit untersucht werden.

Genuss ist eine positive Sinnesempfindung und individuell unterschiedlich. Das Empfinden des Einzelnen wird durch Faktoren wie persönlicher sozialer Hintergrund und Umfeld geprägt.

Zwischenzeitlich ist kulinarischer Genuss „demokratisiert“, also für ein breites Publikum erreichbar. Für den Weinmarkt hatte das zur Folge, dass es neben individuell hergestellten Terroir-Weinen von kleinen Erzeugern auch eine riesige Weinindustrie gibt. Weine werden nach dem aktuellen Verbrauchergeschmack ausgerichtet und sind für den sofortigen Verbrauch bestimmt. Die Kosten spielen hier eine entscheidende Rolle.

Heute gibt es zahlreiche Veranstaltungen und Veröffentlichungen mit dem Thema Genuss. Auch verschiedene Bewegungen haben sich herausgebildet.

Slow Food setzt sich für Genuss mit Verstand ein. Genuss bedeutet nicht primär einen hohen Preis sondern Zeit für Qualität. Auch Weinqualität und Weingenuss sind dort Thema.

Utopia, eine Internet Plattform für Genießer hat Genuss ohne Reue zum Ziel.

Die Bedeutung von Wein in Bezug auf Genuss ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Neben dem kulturellen Hintergrund sind gesellschaftliches Ansehen beim Weingenuss von Bedeutung sowie die Assoziationen des Einzelnen, die sich damit verbinden.

Um Wein über den Genuss als Kaufmotiv beim einzelnen Verbraucher zu platzieren, muss man zunächst untersuchen, was individuell als Genuss empfunden wird. Dabei haben sich vier Genießertypen herausgestellt: Couchgenießer, Geschmacksgenießer, Erlebnisgenießer, Alltagsgenießer. Für alle Typen gleichermaßen ist Zeit eine wichtige Voraussetzung für Genuss und alle empfinden Genuss als wichtiges Element in ihrem täglichen Leben. Der Anteil der Genießer insgesamt beträgt in Deutschland 89 %, stellt also ein großes Potential dar.

Nach den einzelnen Assoziationen mit Genuss und dem Stellenwert im Alltag der jeweiligen Gruppe muss sich dann die Verkaufsstrategie richten. Der Genuss wird als kleine Belohnung für sich selbst über ein stilvolles Essen in Kombination mit Wein oder in der Erlebnisgastronomie allein oder in Gesellschaft völlig unterschiedlich empfunden. Es spielt auch eine Rolle, ob der Konsument Weinkenner oder Weinlaie ist. Danach richtet sich unter anderem, wo er bevorzugt einkauft, also im Weinfachhandel, im LEH oder direkt beim Winzer. All diese Kriterien zusammen sind entscheidend, ob Genuss für den Käufer von Wein bei seiner Kaufentscheidung eine Rolle spielt.

Für die Frage, ob Genuss den Weinmarkt künftig beeinflussen wird, ist die demographische Veränderung in unserer Gesellschaft ein wichtiger Aspekt, ebenso wie die sich verändernden Anforderungen an den Einzelnen. Dadurch bilden sich einzelnen Zielgruppe heraus, die spezielle Bedürfnisse haben und deren Kaufkraft ein großes Marktpotential darstellt.

Durch die Veränderungen in der Gesellschaft gibt es auch geänderte Wertevorstellungen in Bezug auf Genuss. Die Statussymbole erhalten einen anderen Charakter. Nicht mehr der Preis ist wichtig sondern eher der Wert für den Einzelnen in Bezug auf Wohlgefühl und Einzigartigkeit. Der Genuss wird ein zentrales Bedürfnis.

Die einzelnen Zielgruppen wie Generation 50 plus sind in den genannten Genießergruppen ebenfalls enthalten und bilden insgesamt ein großes Marktpotential. Für den künftigen Weinmarkt wird es entscheidend sein, den Kunden nicht nur mit einem guten Produkt zu gewinnen sondern darüber hinaus auch seine Bedürfnisse und Emotionen anzusprechen. Genuss ist ein wichtiger Teil davon und Wein hierfür prädestiniert. Genuss hat daher einen hohen Stellenwert und kann den Weinmarkt künftig positiv beeinflussen.