

Diploma in Wines & Spirits - Zusammenfassung

Organisation des „noble sweet wine summit“ auf Sylt im Herbst 2020



Die Süßweine der Welt – insbesondere jene, deren Süße durch die Konzentration des Zuckers in den Trauben entsteht – stellen die kostenintensivste Produktion innerhalb der Weinwirtschaft dar.

Doch – wenngleich sie seitens der Winzer mit ganz besonderem Stolz gezeigt werden – verlieren sie sich häufig im Meer der angebotenen Wein auf Messen und professionellen Verkostungen. Zu oft heißt es da: „wir probieren uns erst einmal bei den Trockenen durch und kommen dann eventuell noch einmal vorbei“.....

Diesen Weinen eine Bühne zu bieten, die sie verdienen und die sie nicht mit anderen teilen müssen, ist die Idee und Zielsetzung des „noble sweet wine summit“, der im Jahr 2020 erstmals auf der Insel Sylt präsentiert wird.

Sylt bietet dabei ein ideales Umfeld. Das Image der Insel gilt als sehr hochwertig, prestigereich und gastronomisch erstklassig. Zudem bietet die Gemeinde Kampen das ideale Setup: ein Gemeindehaus mit passenden Räumlichkeiten für Messe und Vorträge / Verkostungen und ein gastronomisches Umfeld, in dem alle Restaurants fußläufig nur kurze Wege voneinander entfernt liegen.

Durch die langjährige Tätigkeit des Veranstalters, der zudem im Bereich Wein- und Getränkehandel auf der Insel tätig ist, existieren sehr gute Verbindungen zu einigen der Top-Winzer, sowie zu vielen Mitstreitern im Bereich Handel, Journalismus und der Verbände. Deren erste Reaktion zeigte sehr viel wohlwollende Unterstützung und viele spontane Zusagen, so dass die Zielsetzung einer Organisationsdarstellung innerhalb dieser Diplomarbeit in vielen Fällen bereits sehr konkret werden kann.

Da bis zur Veranstaltung noch rund 1,5 Jahre Zeit sind, konnte noch nicht mit allen Teilnehmern verbindliche Gespräche geführt werden, doch gleicht die operative Umsetzung auf Basis dieses „Fahrplanes“ nunmehr eher einer Checkliste, die abzuarbeiten ist.

Ebenfalls noch nicht bis in die letzten Details geklärt, ist die wirtschaftliche Darstellung dieser Veranstaltung. Zwar gibt es schon einige Sponsoren, die bereitwillig das Vorhaben unterstützen, doch sind die Einzelveranstaltung hinsichtlich der Kosten (z.B. der zu verkostenden Weine) noch nicht komplett aufbereitet und damit stehen weder diese noch der daraus abzuleitende Preis fest. Da eine Gewinnerzielung bei dieser Veranstaltung jedoch nicht die oberste Priorität darstellt, wäre eine Kostendeckung im ersten Jahr der Veranstaltung bereits als Erfolg anzusehen.

Um eine möglichst breite Wirkung zu erzielen, wird der „noble sweet wine summit“ für zwei Zielgruppen angeboten: für die professionellen Marktteilnehmer aus Produktion, Handel, Gastronomie und Journalismus und für die weininteressierten Endverbraucher.

Um beiden Anforderungen gerecht zu werden, sind unterschiedliche Veranstaltungen und Verkostungen mit differenzierten Schwerpunkten und Intensität vorgesehen. Hochwertige Podiumsdiskussionen und Vorträge, sowie Verkostungen sehr spezieller Süßweine für die Profis; eher unterhaltsame Veranstaltungen – meist im Kontext von „Wein & Speisen“ – für die Endkonsumenten.

Die Gewerbetreibenden auf der Insel – insbesondere natürlich jene, die im Bereich Gastronomie, Hotellerie und Appartement-Vermittlung tätig sind – freuen sich sehr über dieses Vorhaben, eine weitere, hochwertige Veranstaltung auf die Insel zu bringen und zeigen sich überaus kooperativ in der Zusammenarbeit. Hotelzusammenschlüsse bieten kostenfreie Übernachtungen für eingeladene Journalisten; Verbände, wie die DEHOGA, bringen sich bei der Sensibilisierung der Mitglieder für das Thema „Süßwein“ ein; die Tourismus-Vertreter haben bereits für die Vermarktung der einzelnen Events zugesagt.

All diese Marktteilnehmer werden benötigt, um neben den klassischen Medien der Vermarktung eine Vielzahl von Süßwein-Interessierten Ende Oktober / Anfang November 2020 auf die Insel Sylt zu „locken“.

Hier muss dem Part der Pressearbeit hohe Bedeutung zugebilligt werden, ebenso wie den sozialen Medien, die bei der Ansprache eine immer wichtigere Rolle spielen. Facebook, Instagram, Youtube und andere Kanäle werden bespielt, um eine möglichst breite Informations-Distribution zu erreichen.

Die Zielsetzung für die Teilnehmerzahl liegt bei 300 bis 400 Personen über alle Veranstaltungen inklusive der Messe. Wenngleich der Veranstalter fest an diese Zielerreichung glaubt, bleibt es doch spannend zu sehen, wie die Aufteilung zwischen Profis und Privatpersonen sein wird.

Vor allem auch der Zuspruch Seitens der Presse wird ein spannendes Unterfangen, soll doch die Veranstaltung vor allem auch dem Zweck dienen, eine längerfristige Bearbeitung des Themas „Süßwein“ in den Medien zu erreichen.