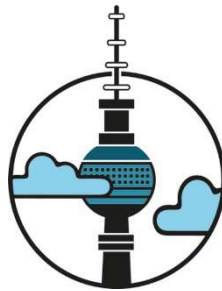


ZUSAMMENFASSUNG DIPLOMARBEIT

ÖSTERREICHISCHE UND KALIFORNISCHE WEINSTILE IN DER BERLINER GASTRONOMIE



©DyMotions



©ÖWM / Anna Stöcher



©California Wine Institute

Verfasser: **Klaus Kieslinger**
Kandidatennummer: 17022895
Unit 7
Weinakademie Österreich, Rust
Juni 2019
Wörteranzahl: 4.987

Motivation für die Arbeit:

Aufgrund meines beruflichen Wechsels nach Berlin 2001 verbindet mich mit Berlin eine sehr lange persönliche Beziehung. Die Entwicklung der Gastronomie und deren Weinangebot in dieser sich laufend sehr stark verändernden Stadt habe ich über all die Jahre mitverfolgt.

Durch mein halbjähriges Studium in den USA, eine Weinreise nach Kalifornien sowie bestehende Geschäftsbeziehungen hat sich auch zu den Weinen Kaliforniens eine besondere Beziehung entwickelt. Das Ergebnis der Arbeit könnte eine Grundlage für eine Geschäftsausweitung österreichischer (kurz: öst.) und kalifornischer Weinbaubetriebe in Berlin und die Basis für die Evaluierung einer Geschäftsstrategie für den Aufbau eines gastronomiefokussierten Weinhandels sein.

Fragestellung/Zielsetzung:

In dieser Arbeit soll anhand einer empirischen Studie von Weinkarten evaluiert werden, welche **öst. und kalifornischen Weinstile** (nur Stillweine) in der **Berliner Gastronomie** vorherrschen und welche Bedeutung sie haben. Den Ursachen dafür wird in der Literatur, Studien und in Interviews nachgegangen. Aus allen Erkenntnissen zusammen werden Schlussfolgerungen abgeleitet.

Methodik.

Die Arbeit geht zunächst auf die verschiedenen Weinstile, Restaurantkategorien und den Berliner Markt ein. Danach folgt die Präsentation der Auswertungen der Weinkarten, um die Verbreitung der Weinstile darzustellen. In der folgenden Analyse werden die Ergebnisse begründet und ein Ausblick auf die Zukunft gegeben. Mit einer Zusammenfassung, Kommentar und Schlussfolgerungen endet die Arbeit. Für die Studie wurden 223 Restaurants angeschrieben, auswertbar waren 97 Karten.

Inhalt

Der Berliner **Gastronomiemarkt** hat sich in den letzten Jahren sehr gut entwickelt und ist in ständiger Bewegung. Die Aussichten für die Zukunft in dieser Branche sind sehr gut und chancenreich.

Die **Auswertung der Weinstile** zur Verbreitung österreichischer und kalifornischer Weinstile erfolgte zunächst über alle Restaurants. Die wichtigsten Ergebnisse stellen sich wie folgt dar:

Die 82 Restaurants führen im Mittel 102,4 Positionen (Median 36). In 58,5% finden sich österreichische Weinstile (Ø 14,1 Positionen), in 36,6% kalifornische (Ø 4,8 Positionen) und in 91,5% deutsche Weine (32,5% der Positionen). Lagenweine haben eine starke Durchdringung, v.a. die Österreichischen (in 30% der Restaurants). Etabliert haben sich fast alle öst. Weinstile (auch Alternativweine), Ausnahme: fruchtsüße Weine. **Große Weißweine mit Reifepotential** nehmen vor den klassisch frischen Weißweinen und den Großen Rotweinen mit Reifepotential die führende Stellung ein. Aus Kalifornien haben sich **NAPA Valley Cabernet Sauvignon** und North Coast Chardonnay durchgesetzt.

Hinsichtlich der Rebsorten ergab sich für Österreich ein erwartetes Bild: 61,7% Weißweine. Der Grüne Veltliner (126 Positionen) liegt vor dem Blaufränkisch und dem Sauvignon Blanc. Bei den Kaliforniern

dominieren zwei Rotweinsorten vor den Chardonnays: Sonstige Rotweine vor Cabernet Sauvignons. Das **Herkunftsranking** führt die Steiermark mit 135 Positionen vor dem Burgenland an.

Auch die Unterschiede in den Kategorien TOP und gehobene Restaurants wurden evaluiert: Ziel der ÖWM erreicht, 90% führen österreichische Weinstile, wobei die Bedeutung der frischen Weißweine zurückgeht. Ein Vergleich mit einer öst. Studie zeigt, dass die Berliner TOP Restaurants wesentlich internationaler aufgestellt sind und in deren Karten Rieslinge und Wachau weniger Bedeutung haben. Eine Sonderauswertung wurde für **3 Restaurantkategorien mit länderspezifischer Küche** durchgeführt. Wie erwartet zeigen österreichische Restaurants eine deutliche Affinität zu öst. Weinen (84% der Positionen, wesentlich mehr Rotweine als in der Gesamtgruppe). Auch in den amerikanischen Restaurants/Steakhäusern ergab die Auswertung eine deutliche Heimatpräferenz (14% der Positionen). Nur in 30% der asiatischen Restaurants konnten sich öst. Weinstile etablieren.

Beide Länder haben vielschichtige **Stärken** wie qualitativ hochwertige Preis/Leistungsweine, Sortenmix. Auch einige **Schwächen** konnten aufgezeigt werden wie zum Beispiel höhere Produktionskosten (AT) oder Imageprobleme (CA). Den sich bietenden **Chancen**, (z.B. geändertes Konsumverhalten, Premiumisierung, etc.) stehen als wesentliche **Risiken** die Attraktivität/Notwendigkeit anderer Märkte, logistische Herausforderungen, etc. entgegen. Weitere wichtige **Einflußfaktoren** sind die Bezugsquellen/Vertriebswege, Qualität, Preis und Rebsorte und restaurantgetriebene Faktoren.

Öst. Wein basiert auf einer starken Herkunft mit einer einzigartigen Identität. Diese wird auch in der zukünftigen Vermarktung eine wichtige Rolle spielen. Winzer beider Länder können mit nachhaltigen, hochwertigen Weinen und einer klugen Marketing- und Vertriebsstrategie erfolgreich sein.

Fazit

Es gibt sehr viele unterschiedliche, sich wandelnde Weinstile. Klare und verständliche Bezeichnungen erhöhen die Transparenz und erleichtern die Kaufentscheidung der Konsumenten.

Die österreichischen Weinstile sind sehr gut etabliert. Herkunft zählt und die Beliebtheit als Speisebegleiter scheint bestätigt. Kalifornische Weine sind noch unterrepräsentiert, eine Basis in allen Restaurantkategorien, Stärken und Chancen sind jedoch vorhanden.

Ein Patentrezept angesichts der vielen Herausforderungen und Einflußfaktoren auf die Kaufentscheidungen gibt es nicht. Die strategische Positionierung und konsequente Umsetzung unter Berücksichtigung der Stärken und Schwächen werden entscheidend sein für den Erfolg, dies gilt für die Weinwirtschaften der beiden Länder ebenso wie für jedes einzelne Weingut.

Für eine weitergehende Analyse und die Erarbeitung eines erfolgreichen Businessplans müssten Interviews mit mehreren Restaurants und Händlern aufgrund der Auswertungen durchgeführt werden und es bedarf auch noch detaillierterer Zahlen. Als Orientierung für Sommeliers können die Auswertungen aufgrund des niedrigen Bestimmtheitsmaßes von 30% nicht wirklich dienen.

Die Berliner Weinszene bleibt in Bewegung, innovativ und spannend, und bietet viele Chancen!