

Wie erkläre ich Wein? –

Auf der Suche nach einer alternativen Kategorisierung anhand des Weincharakters für die Erstellung einer Weinkarte und deren Gebrauch im Alltag

Zusammenfassung

Als Weinberaterin, Sommelière und Weinfachfrau sehe ich meine Rolle in der Vermittlerin zwischen Produzentin und Endkonsument. Mit meinem über die Jahre wachsenden Fachwissen habe ich gemerkt, wie die Diskrepanz zwischen meiner Weinsprache und derjenigen der durchschnittlichen Endverbraucher immer grösser wurde. Im Rahmen meiner Diploma-Arbeit habe ich mich demnach mit Teilaspekten der Grundfrage «Wie kann man Wein beschreiben?» auseinandergesetzt, um besser zu verstehen, wie sich Fachsprache und Gebrauchssprache unterscheiden.

Als Rahmen diene dafür das konkrete Beispiel der Konzeption einer Weinkarte für die Neueröffnung eines Restaurants in Zürich. Dies eignete sich als geeignetes Versuchsfeld, verschiedene Methoden und Analysen zur Übersetzung von Weinfachkenntnis für den alltäglichen Gebrauch zu erarbeiten auszuprobieren. Ziel dabei war das Finden von Vermittlungshilfen, welche einerseits die Gastronomin im Weinverkauf unterstützen und andererseits dem Gast einen einfachen Zugang zur Weinkarte ermöglichen, angepasst auf eine sehr aktuelle Form von Gastronomie und deren Personalstruktur.

Im Sinne einer zeitgemässen Weinkarte mit möglichst vereinfachtem Zugang für ein breites Publikum, wurde eine alternative Sortierung der Weinkarte anhand des Charakters erstrebt. Dazu wurde nach möglichen Kategorien und neuen Begriffen zur Einteilung gesucht und der Frage nachgegangen, wie der Charakter eines Weines mit möglichst allgemein verständlichen Worten erfasst und intuitiv kategorisiert werden kann. Dies geschah gestützt auf das professionelle Erfassen von Sensorik mit dem Fokus auf die Kommunikation zwischen dem Gast und der Person, die den Wein empfiehlt.

Innerhalb der neu definierten Kategorien «**KÖRPER**», «**AROMATIK**», «**TEXTUR**» und «**GELEGENHEIT**» wurde jeweils nach passenden Begriffspaaren gesucht, welche sich möglichst gegensätzlich zueinander verhalten. Diese sollten intuitiv verständlich und nicht bereits zu stark besetzt sein vom bestehenden Gebrauchsvokabular. Stets bemüht um einen möglichst vereinfachten Zugang widmete ich mich zudem intensiv der Recherche nach möglichen visuellen Darstellungsformen zur Veranschaulichung.

Die gewählte Methodik diente der - zusätzlich zur professionellen Bewertung – intuitiven Einteilung in die Charakterkategorien während der Blindverkostung für die Vorauswahl der Positionen auf der Weinkarte, was später die Weinempfehlung am Gast vereinfachen sollte. Zudem ermöglichte sie das Erstellen eines Charakter-Katalogs für den Gebrauch durch das weitere Personal im Restaurant. Dies ergab sich aus der Notwendigkeit, die nicht weiter auf der Karte aufgeführten Informationen zur Präzisierung des Weincharakters in einer ebenso zugänglichen Form dem Personal verfügbar zu machen.

Im Rahmen einer Personalschulung mit Mitarbeitenden des Restaurants wurden nach einiger Zeit des laufenden Betriebes direkte Rückmeldungen zum Alltagsgebrauch der Weinkarte gesammelt und die erarbeitete Visualisierung direkt angewendet. Die durchweg positiven Reaktionen auf beide Komponenten zeigte, dass die vollzogene Arbeit einen wertvollen Dienst geleistet hat.

Über die verwendeten Terminologien und Kategorien entstanden in der Anwendung viele anregende Diskussionen, welche den Nährboden für eine weiterführende Auseinandersetzung mit der Thematik darstellt. So kann in einem erweiterten Anwendungsfeld die Grafik zum Beispiel Produzentinnen dabei dienen, die Wahrnehmung der eigenen Weine mit der der Kunden zu vergleichen.

Die Auseinandersetzung mit der Kommunikation über Wein zwischen verschiedenen Akteurinnen wie Produzenten, Verkäuferinnen, Serviceangestellten und Kunden ist ein zentrales Element meines Handwerks als Weinfachfrau. Die Einnahme der Perspektive von Gästen dient nicht nur meiner eigenen Horizonterweiterung, sondern auch der Verbesserung des Verkaufs eines Weinangebots. Die vorliegende Arbeit zeigt zudem auf, dass es an sich keinen Widerspruch darstellt, umfangreiches Fachwissen mit Alltagssprache zu kombinieren.

Die gemachten Erfahrungen zeigen, wie insbesondere unerfahrene Gäste von einer Präsentation des Weins mit Hilfe ihrer alltagssprachlichen Kategorien in Weinkarten profitieren können. Zudem sind Schulungen von allgemein ausgebildeten Serviceangestellten, welche Gäste und Kunden zur Weinauswahl beraten, für eine breitere Nutzung des Weinangebotes zielführend.

Visualisierungshilfen sowie die gemeinsame Suche nach treffenden Beschreibungen für die wichtigsten Charaktereigenschaften von Weinen sind sinnvolle Formen, wie komplexe fachliche Inhalte über Wein einem breiten Publikum vermittelt werden können.

Zürich, Januar 2022

L.Paladino