

# **Sortimentserweiterung für die Vinothek Brancaia – Südwestfrankreich als Chance.**

## **Zusammenfassung:**

### **Ziel der Arbeit:**

Das Ziel dieser Arbeit war einen Plan für eine Sortimentserweiterung für die Vinothek Brancaia zu erstellen. Die Arbeit sollte schlussendlich eins zu eins umsetzbar sein. Ausgewählte Produzenten, ein klares und überschaubares Sortiment, klare Preisstruktur sowie Importdaten und eine organisierte Markteinführung sind die Eckpfeiler dieser Arbeit. Das Ziel der Arbeit und der Weg dahin waren zugleich meine Motivation. Der Weinhandlung ein fertiges Konzept für eine Sortimentserweiterung in einer unglaublich spannenden Region in die Hand zu drücken, waren Antrieb genug.

### **Inhalt:**

Zu Beginn werden die Strukturen der Weinhandlung, die Philosophie sowie das bestehende Sortiment aus Frankreich erklärt. Dabei zeigt sich schon relativ klar, warum der Südwesten eine passende Ergänzung wäre.

Im nächsten Schritt wird das Auswahlverfahren der Weinbauregionen erklärt. Welche Punkte spielten eine Rolle um aufzuzeigen, warum die vier dann bestimmten Weinbaugebiete ausgewählt wurden. Weiter werden die Vorteile des Vertriebs der jeweiligen Region auf dem Schweizer Markt den möglichen Schwierigkeiten gegenüber gestellt.

Es folgen die näheren Beschreibungen der vier ausgewählten Gebiete. Dabei ging es vorwiegend um die Traubensorten und die Weinstile. Natürlich werden aber auch die Rahmenbedingungen, wie die Bodenstruktur oder das Klima, erwähnt. Dazu werden erste mögliche Produzenten genannt.

Aber auch eine klare Konkurrenzanalyse zu Südwestfrankreich ist enthalten. Dabei werden die Weingüter aus Cahors, Madiran, Gaillac und Jurançon, welche bereits Weine in die Schweiz exportieren, erwähnt.

Nach der Konkurrenzanalyse kamen nur noch einige Weingüter in Frage. Nämlich diejenigen, die noch keinen Importeur haben und doch auf einem hohen Niveau arbeiten. Da der Exklusivimport ein sehr wichtiger Punkt in der Philosophie der Weinhandlung ist, war dieser Punkt elementar.

### **Entscheidungen:**

Die Recherche und die Konkurrenzanalyse waren nicht nur die Basis für die Arbeit, sondern auch die Basis für die Reise in die vier ausgewählten Regionen. Die Reise diente einerseits dazu, ein genaueres Bild der Region zu bekommen, auf der anderen Seite waren Besuche und Degustationen auf interessanten Weingütern sehr wichtig. Dabei reiften dann auch die Entscheidungen, welche Weingüter und welche Weine in Frage kommen würden. Dies war der Ausgangspunkt für die weiteren Kapitel und im Grunde auch der Arbeit.

In der Arbeit ging es anschliessend weiter mit dem genauen Sortiment sowie der Preiskalkulation. Die Preise wurden für Privatkunden, Gastronomiebetriebe und für den Handel berechnet. Der nächste Schritt war die Ausarbeitung von Markteinführungsideen wie Newsletter und Mailing, sowie ein genauer Zeitplan (im Anhang zu finden) der den Import, sowie die Marketingmassnahmen erläutert. Die genauen Daten des Importes und der Markteinführung sind sehr wichtig, da es sich um grundlegend verschiedene Weine handelt.

### **Methodik:**

Fachliteratur über Südwestfrankreich sowie französische Weinführer bildeten die Basis. Bewertungen und Beschriebe im Guide Hachette und in im Les meilleurs Vins de France waren ebenfalls sehr wichtig.

Weiter kamen Gespräche mit Sommeliers in der Schweiz aber auch in Frankreich dazu. Dazu Diskussionen mit Personen aus dem Schweizer Weinhandel und einer Weinhandlung in Frankreich.

Drittens war die Reise nach Südwestfrankreich auch ein Teil der Methodik. Die Weine vor Ort zu Degustieren, die Winzer kennen zu lernen sowie ein Gefühl für die Region zu entwickeln, waren zentral für die Arbeit.

Im Grunde gehört aber auch die Begeisterung für diese Weinbauregion zur Methodik. Immerhin bildet sie den Antrieb für die ganze Arbeit und ist spürbar.

### **Fazit:**

Das Ziel der Arbeit wurde erreicht. Das Angebot steht, die Marketingmassnahmen sowie ein Zeitplan sind erarbeitet. Das Niveau der Weine sowie die Philosophie der Produzenten passen perfekt ins bisherige Sortiment der Weinhandlung. Die Arbeit kann also eins zu eins übernommen werden. Damit ist das wichtigste Ziel der Diplomarbeit erreicht. Das Ziel, ein Thema auszuwählen, welches auch umsetzbar ist.