

## ***Zusammenfassung Unit 7: Diploma-Abschlussarbeit***

### ***1.) Thema***

Sherry und Speisen – eine noch unausgeschöpfte Win-win-Situation

### ***2.) Motivation***

Die Motivation meine Diploma-Arbeit diesem Thema zu widmen, erhielt ich unter anderem durch den unvergesslichen Weinmoment, den der erste Schluck Fino meines Lebens in mir verursachte, lange bevor ich mich mit Wein beschäftigt habe. Denn dieser Wein war anders als alle anderen - frisch und doch gereift und vor allem: eine unglaubliche Kombination zum Serrano-Schinken, den wir damals dazu gegessen hatten. In Folge wunderte mich der Umstand umso mehr, dass ich im Zuge der Beschäftigung mit Wein immer wieder feststellen musste, dass Sherry meiner persönlichen Einschätzung nach, international gesehen, trotz seiner einzigartigen Stilistik und seines Potenzials als Speisenbegleiter wenig bis gar nicht wahrgenommen wird. Dieses Paradoxon wollte ich im Rahmen meiner Arbeit genauer erforschen.

### ***3.) Fragestellung***

Verfügen hochwertige Sherrys tatsächlich über die hohe Komplexität sowie das Potenzial als Speisenbegleiter, das ich ihnen zuspreche, und warum wird dieses Potenzial international so wenig wahrgenommen?

### ***4.) Zielsetzung***

Zielsetzung war es also das Potenzial, sowie die Vielseitigkeit der Weine insbesondere in Kombination mit Speisen aufzuzeigen. Im zweiten Schritt sollte untersucht werden, ob und warum dieses Potenzial auf internationaler Ebene zum Großteil ungenutzt ist. In weiterer Folge sollten Optionen aufgezeigt werden, dieses Potenzial auch international zu kommunizieren.

### ***5.) Methodik***

Um das Potenzial von Sherry aufzuzeigen, wurde bewusst auf eine Umfrage mit geschlossenen Fragen verzichtet, da diesbezüglich keine zufriedenstellenden Ergebnisse zu erwarten waren. Vielmehr führte der Weg über Experteninterviews mit unterschiedlichen Zugängen zu Sherry, um in Summe ein ganzheitliches Bild der Weine und ihres Potenzials zeichnen zu können. So floss sowohl die Expertise eine Food-Ingenieurs (Analyse der Aromen von Sherry), als auch jene von Sommeliers (Sherry als Weinbegleitung)

wie auch Köchen (Sherry als Zutat) der gehobenen Gastronomie in die Arbeit ein. Ergänzt wurden diese Expertisen durch Ergebnisse aus Fachliteratur zum Thema.

Im zweiten Teil der Arbeit, der sich mit der Frage zur internationalen Situation sowie der Etablierung von Sherry beschäftigt, erfolgte eine Analyse statistischer Daten zu Export wie auch aktuellen Konsumgewohnheiten nach Sherry-Stilen. In einem Interview mit der Presseverantwortlichen des Consejo Regulador „Marco Jerez“ wurden zudem bestehende Marketingaktivitäten sowie weitere Vermarktungspläne der Region besprochen.

## **6.) Inhalt**

Die Arbeit enthält neben kurzen Basisinformationen zu den Stilistiken von Sherry, sowie deren Herkunft und Produktion, Empfehlungen für Kombinationen von Sherry mit Gerichten, wie auch für die Verwendung als Zutat. Stärken und Schwächen, sowie Risiken und Chancen für Sherry-Weine in der Gastronomie wurden identifiziert sowie gegeneinander abgewogen. Des Weiteren wird ein Bild der aktuellen Konsum- und Absatzsituation auf internationaler Ebene, sowie von Spanien selbst und Österreich gezeichnet. Abschließend werden Marketingoptionen – von verschiedenen Events, über Kurse und Verkostungen bis hin zum erfolgsbringenden Konnex mit dem Tourismus – vorgestellt, um das Image und die Bekanntheit von Sherry international zu stärken.

## **7.) Fazit**

Das Potenzial der Kombination von Sherrys mit Speisen, sowohl als Weinbegleitung wie auch als Zutat in der Küche, ergibt sich durch die nachweisliche Komplexität an Aromen, sowie durch die unterschiedlichen Stile und deren vielseitige Kombinationsmöglichkeiten mit Produkten und Gerichten. Allerdings hat sich in Gesprächen und bei der Recherche bestätigt, dass bei der Rede von Komplexität und Potenzial stets die hochwertigen, meist trockenen Sherrys gemeint sind.

Bei den am Markt erhältlichen Weinen handelt es sich allerdings zum Großteil um gesüßte industrielle Ware von geringerer Qualität. Damit lässt sich zum Teil auch das internationale Schattendasein von Sherry erklären – bedingt durch die fehlende Verfügbarkeit der Top-Qualitäten am Markt, sowie dem Image, das Sherry dadurch anlostet.

Diese Situation verursacht seit einiger Zeit, eine strukturelle Veränderung der Region. Denn der Markt für gesüßte Sherrys schwindet, bei einer steigenden Nachfrage (vor allem in Metropolen) für trockene Premium-Qualitäten, allerdings nicht in dem Massenausmaß in dem süßer Sherry in seinen besten Zeiten nachgefragt wurde. Vielmehr sehen manche die Zukunft des Gebietes als kleineres Weinbaugebiet, das international bekannt ist, für seine komplexen Weinstile und von Kennern dafür geschätzt wird.