

Pressemitteilung

Virtuelle Weinprobe beim Marketing-Club Bergisch Land:

Auf der Suche nach dem Restzuckerschwänzchen

Wuppertal, 28.01.2021: Wenn wegen der Pandemie Restaurants, Cafés und Kneipen auf unbestimmte Zeit geschlossen sind und man somit den Weinempfehlungen des Wirts seines Vertrauens nicht folgen kann, sollte man zumindest wissen, welchen Wein man zu Hause trinken sollte. Da kam die erste Veranstaltung des Marketing-Clubs Bergisch Land im neuen Jahr gerade recht: eine – wenn auch virtuelle – Weinprobe, begleitet von Weinhändler und Winzerin!

Mehr als 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer hatten sich am 28. Januar vor ihren Computern versammelt, und Club-Präsident Patrick Hahne freute sich über zumindest diese Möglichkeit des Beisammenseins, als er die Videokonferenz eröffnete.

Seit drei Jahren arbeitet Janus Fenske mit im Laden seines Vaters Christian und macht zurzeit seine Ausbildung als Sommelier in Köln, im Mai stehen die Prüfungen an.

Seit mehr als 25 Jahren existiert „Weine & Feinkost - Fenske“ in Wuppertal, das Geschäft findet sich auf der Friedrich-Engels-Allee unweit des Wicküler Parks.

Natürlich hat sich für das kleine Familienunternehmen durch die Maßnahmen gegen das Corona-Virus vieles verändert. In normalen Zeiten bildete sich der Umsatz zu je einem Drittel aus Laden- und Onlinegeschäft und Gastronomie. Letzteres ist durch den Lockdown komplett weggebrochen, „und das ist auch nicht zu kompensieren“, wie Fenske bedauerte. Ihm fehlt vor allem der persönliche Umgang mit den Kunden, die Leidenschaft für und die Emotionen von Wein zu teilen. Sicher gäbe es die Möglichkeiten der Weinproben im Netz, und davon hätte die Familie auch schon einige veranstaltet, aber dies sei nun mal nicht das gleiche. Der Fokus aber liege in diesen Zeiten vor allem auf dem Online-Geschäft und der Werbung in den sozialen Medien.

„Das Menschliche geht verloren“

Die Konzentration auf das Onlinegeschäft sei eine enorme Umstellung, mit zahlreichen Lieferungen pro Tag, auch wenn man als kleines Unternehmen flexibel reagieren kann. „Man muss sich schnell auf den Mehraufwand einstellen“, und doch sei ein Service wie im Laden nicht zu leisten: „Das Menschliche geht verloren.“ Insgesamt sei die Situation für die Einzelhändler existenzbedrohend, und auch vielen Winzern, die ihre Weine an die Gastronomie lieferten, gehe es sehr schlecht. Bei Fenske ist man froh, auf einen treuen Kundenstamm zählen zu können.

Aus ihrem Weinkeller schaltete sich Jungwinzerin Julia Schittler zu. Sie führt das vor fünf Jahren aus den zwei Familien vereinigte Weingut Schittler Becker in Zornheim südlich von Mainz. Von ihr stammen auch die drei Proben, deren Trauben unter anderen auf den 55 Hektar wachsen: ein Blanc de Noir, ein Grauburgunder und ein Riesling. Begonnen wurde mit dem „Weißen aus schwarzen“, einem Weißwein aus roten Trauben, in diesem Fall aus der Rebsorte Merlot. Dann der von vielen geliebte und im Sommer gern genossene

Grauburgunder und zum Schluss mit Deutschlands Edelrebsorte einen wirklich ausgezeichneten rheinhessischen Riesling. Zwischendurch gab es Diskussion und Fragen, und besonders Julia Schittler erzählte einige Anekdoten und beantwortete Fragen zu Kelterei und Restzuckergehalt, zu Biowein, den Auswirkungen des Klimawandels, dem Für und Wider von Schraub- und Korkverschlüssen, dem richtigen Holz für Fässer, dem Marketing und dem Design von Etiketten und Flaschen und dem Verhältnis zu Händlern und Verkäufern.

Umfang: 3.433 Zeichen

Foto:

Kontakt: MARKETING-CLUB BERGISCH LAND e.V.
Geschäftsstelle/Clubsekretariat
Julia Greef
Am Freudenberg 73d
42119 Wuppertal
Tel.: 0202-2988156
Fax: 0202-2988157
geschaefsstelle@mc-bl.de
www.mc-bl.de