

DIE WELT, 8. August 1995, Seite 11

# Cybertrauben und virtuelle Weinproben

Winzer entdecken das Internet als Marketinginstrument und weltweiten Vertriebskanal

Von JÖRG BIRKELBACH

**Nideggen** - Nett anzusehen sind sie, die drei Schwestern Giovanna, Emanuela und Antonella San Martino di San Germano. Mit einem charmanten Lächeln prostet die Eigentümerinnen des Weinguts Marquis Alfieri dem Besucher mit einem Glas Piemonteser Rotwein zu. Doch der Versuch, die Gläser klirren zu lassen, müßte unweigerlich am Bildschirm des Computers enden, denn die Aufforderung einmal reinzuschauen in die altherwürdigen Weinkeller kommt nicht persönlich, sondern über das Internet. Mit wenigen Tastenschlägen kann der Weinreisende in den Keller hinabsteigen und die Barriquefässer bewundern, was ihm als normaler Tourist nicht so einfach gelingen würde. Die auf dem Gut angebauten Weine werden ausführlich beschrieben, die liebevoll gestalteten Etiketten sind abgebildet und wer will, kann die köstlichen Tropfen auch gleich bestellen. Für Fragen wendet man sich direkt an

den virtuellen Kellermeister, den man unter [alfieri@wines.com](mailto:alfieri@wines.com) erreicht. Für Ortskundige, die nach der elektronischen Reise auch in Wirklichkeit die sanften Hügel des Piemonts aufsuchen möchten, steht eine Landkarte zum Abruf bereit.

„Das Internet bietet uns bisher nie dagewesene Möglichkeiten im Bereich Marketing und Vertriebsunterstützung“, meint Andreas Kössler, einst jüngster Kellermeister im Südtiroler Gries und seit mehreren Jahren Exportleiter der Cantine Mezzacorona im Trentino. „Wir planen die Bereitstellung aller wichtigen Produktinformationen über das Internet. Diese Daten stehen dann all unseren Kunden zur Verfügung, die uns Rund um die Uhr an jedem Tag der Woche von jedem Ort der Welt erreichen können.“ Darüber hinaus erhofft sich Kössler auch die internationale Fachpresse auf diesem Weg mit Fakten versorgen zu können.

Durch das Internet können sich auch kleine und noch gänzlich un-

bekannte Weingüter mit geringem Aufwand weltweite Aufmerksamkeit verschaffen. Videosequenzen und Bilder können die Weinbauregion und die Produkte vorstellen, über Sprachausgabe kann der Weingutbesitzer einige Worte zur Begrüßung sagen, und das Wissen über Wein wird über entsprechende Textbeiträge vermittelt. Durch die Möglichkeit der Interaktion über E-Mail kann der Besuch in der virtuellen Weinhandlung auch gleich in Bestellungen umgewandelt werden.

Der Australier Ken Tripp stellt im Internet seit Mitte Juli dieses Jahres das Programm Wine Base für Windows zur Verfügung, die in einer Demoversion direkt auf den heimischen PC heruntergeladen werden kann. Innerhalb von zwei Wochen machten von dieser Möglichkeit bereits knapp 500 Weinfreunde Gebrauch.

Weintrinker gelten gemeinhin als gesellig und kommunikationsfreudig. Um sich mit Gleichgesinn-

ten über Farbe, Bouquet und andere Attribute edler Tropfen unterhalten zu können, muß man dank globaler Datennetze nicht mehr bis zum nächsten Urlaub oder zur nächsten Weinmesse warten. Mit dem Befehl „GO WINE“ kann binnen Sekunden der virtuelle Clubraum des Baccus Wine Forums betreten werden, der seine Räumlichkeiten bei Compuserve angemietet hat. Jeden Mittwoch ab 18.30 Uhr findet ein Informal Chat statt, der über die Tastatur am heimatischen PC geführt wird. Mitunter stellt sich auch schon mal die Prominenz für ein Online-Schwätzchen zur Verfügung. Am 9. August erwartet die Gemeinde Bernard Retomaz von Louis Catar. Dann sitzen weltweit Hunderte von Weinfreaks am Bildschirm, neben dem PC ein Glas Rebensaft und verfolgen gespannt die Online-Dialoge, in die sie sich jederzeit einschalten können. Dazu erklingt leise Klaviermusik vom CD-Rom Laufwerk des Personal Computers.