
Vorwort

Gastronomie ist...

... ein Begriff für das Gastgewerbe ... Teil der Kultur eines Landes/einer Destination
... Genuss ... Erlebnis ... ein Wirtschaftsfaktor ... Anreiz für touristische Entwicklung
und Teil des touristischen Angebots ... Ausdruck individueller Lebensstile und persönlicher
Präferenzen ... Spiegelbild für Ernährungs-/Konsumationsverhalten und Trends ...
kulinarische Vielfalt.

Essen und Trinken ist für uns Menschen eine physiologische Notwendigkeit. Seit jeher begleitet uns die Beschäftigung mit Essen und Trinken als elementarer Teil unseres Lebens. Damit untrennbar verbunden ist, über alle Epochen der Zeitgeschichte, die Entwicklung der Gastronomie. Als dynamisches, komplexes System und Querschnittsphänomen weist Gastronomie – vergleichbar etwa mit Tourismus oder Architektur – Anknüpfungspunkte und Überschneidungen mit einer Vielzahl von Disziplinen und Bereichen auf. Technologische Innovationen, die Auswirkungen der Globalisierung und verändertes Ernährungs- und Konsumationsverhalten bewirkten Änderungen im Bereich der industriellen (Massen-)Produktion, der Standardisierung und der Interaktion mit dem Gast. Gleichzeitig – quasi als gegenläufige Entwicklung – ist ein zunehmend regional orientiertes (Qualitäts-)Bewusstsein und verstärkt der Wunsch nach Authentizität und Individualität erkennbar. Dieses Spannungsfeld bietet zahlreiche Anknüpfungspunkte für eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit gastronomischen Fragestellungen. Gerade während der vergangenen Jahrzehnte ist das Interesse daran beständig gestiegen.

Ziel dieses Buches ist es, einerseits die Komplexität und Vielschichtigkeit des Bereichs Gastronomie aufzuzeigen und andererseits die Entwicklung als wissenschaftliche Disziplin zu beleuchten. Am Institut für Tourismus-Management der FH Wien der WKW hat sich die – ursprünglich aus einem persönlichen Interesse entstandene – Auseinandersetzung mit gastronomischen Themenstellungen, insbesondere die Verbindung von Tourismus und Gastronomie, in einem eigenen Forschungsschwerpunkt etabliert.

Die Inhalte des Buches richten sich gleichermaßen an Gastronomen, Tourismusmanager und Wissenschaftler sowie alle am Thema Interessierten. Die Ergebnisse zeigen Anwendungsmöglichkeiten sowohl für die Gastronomie – als auch für die Tourismusbranche und bieten gleichzeitig Potential für weiterführende Forschungsarbeiten. Neben gastronomischen Grundlagen und der Verknüpfung von Gastronomie und Tourismus beschäftigen

sich einige Kapitel mit Forschungs- und Studienergebnissen zu aktuellen gastronomisch-touristischen Fragestellungen.

Zu Beginn wird in Kapitel eins die Genese und historische Entwicklung des Begriffs Gastronomie beleuchtet und die Bandbreite unterschiedlicher Begriffsdefinitionen diskutiert. Zentrales Thema ist der wissenschaftliche Diskurs und die zunehmend stärker werdende Wahrnehmung von Gastronomie als Forschungsfeld.

Der Endbericht zum Forschungsprojekt „Die kulinarischen Grundeinstellungen von Gästen der Wiener Gastronomie“ ist Inhalt des zweiten Kapitels. Im Rahmen dieser Studie wurden 1.611 Gäste der Wiener Gastronomie, konkret in den Betriebsarten „Restaurant mit Schwerpunkt österreichische Küche“, „Wiener Wirtshaus“, „Kaffeehaus“ und „Heuriger“ zu ihren kulinarischen Grundeinstellungen befragt. Die Analyse der Ergebnisse mündete in acht grundlegende Typologien, denen die Gäste entsprechend ihrer kulinarischen Grundeinstellungen zugeordnet wurden. Die einzelnen Gästetypologien gewähren Rückschlüsse auf die soziodemographische Zusammensetzung sowie Ernährungsverhalten und -präferenzen. Innerhalb der jeweiligen in der Studie untersuchten Betriebsarten zeigen sich signifikante Unterschiede. Diese Erkenntnisse bieten Gastronomen Optimierungspotential in Bezug auf Produkt- und Angebotsgestaltung, Zielgruppenansprache und Positionierung.

Kapitel drei präsentiert Ergebnisse aus der Studie UMBESA, welche sich mit der Umsetzung nachhaltiger Speisepläne in der Gemeinschaftsverpflegung beschäftigt. Im Mittelpunkt steht dabei der Einsatz regionaler, saisonaler und biologischer Lebensmittel sowie frisch zubereiteter Speisen. Die Veränderungs- und Wandlungsprozesse der teilnehmenden Betriebe werden anhand von Kotters 8-Stufen-Prozess (1996) dargestellt und daraus Erfolgsfaktoren und Handlungsfelder am Weg zu einer größeren Nachhaltigkeit in Großküchen abgeleitet. Ein Teilprojekt fokussiert darauf, wie Speisepläne in der Gemeinschaftsverpflegung in Richtung Nachhaltigkeit verändert werden können. Konkret wird die Vorgehensweise bei der Veränderung des Speisenangebots untersucht und analysiert, wie sich die Kundenzufriedenheit dadurch entwickelt hat.

Die grundlegende Bedeutung von Gastronomie im Tourismus und die vielfältigen Einsatz- und Anwendungsmöglichkeiten sowohl in wissenschaftlicher als auch in praktischer Hinsicht sind zentrales Thema im vierten Kapitel. Insbesondere das Konzept Culinary Tourism (dt. kulinarischer Tourismus) wird näher beleuchtet und die Einordnung in das Forschungsfeld Gastronomie herausgearbeitet.

Wein in der Wiener Szenegastronomie wird in Kapitel fünf näher untersucht. Im Fokus der Untersuchung steht die Erfassung und die Analyse des Weinangebots, insbesondere das Verhältnis zwischen Rot-, Weiß-, Rosé- und Schaumweinen, die Parameter Preis, Herkunft und Rebsorte sowie die Relation von Flaschenverkauf und glasweisem Verkauf. Zudem zeigen die Ergebnisse einer Fokusgruppendifkussion, ob das Weinangebot der Wiener Szenegastronomie und dessen Kommunikation den Erwartungen der Gäste entspricht. Im dritten Teil der Studie werden die Ergebnisse einer Mystery-Shopping-Analyse zum Weinservice und zur Weinqualität in der Wiener Szenegastronomie vorgestellt. Die Resultate unterstreichen die Bedeutung von Wein- und Servicequalität in diesem Gastronomie-segment und zeigen gleichzeitig Optimierungspotentiale auf.

Das sechste und letzte Kapitel befasst sich schlussendlich mit dem Thema Marktforschung in der Gastronomie und den Herausforderungen, die sich bei der Planung und Durchführung von Gästebefragungen in Gastronomiebetrieben ergeben. Anhand des Beispiels der GBOO (offene Online-Gäste-/Besucherbefragung) werden praktische Anwendungsmöglichkeiten für die tägliche Marketingarbeit im Gastronomiebetrieb aufgezeigt.

Die Intention, dieses Buch herauszugeben, basiert im Grunde auf dem Vorhaben unsere gastronomischen Forschungsergebnisse einem breiteren (Fach-)Publikum zugänglich zu machen. Im Zuge einer intensiven thematischen Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Aspekten dieses Bereichs ist in uns auch der Wunsch gereift, Gastronomie in ihrer Gesamtheit zu erfassen und beiden Seiten – der praktischen sowie der wissenschaftlichen – entsprechende Aufmerksamkeit zuteil werden zu lassen.

Wir wünschen ihnen mit diesem Buch genussvolle Einblicke in das Forschungsfeld Gastronomie.

Wien, im September 2014

Klaus-Peter Fritz
Daniela Wagner



<http://www.springer.com/978-3-658-05194-5>

Forschungsfeld Gastronomie

Grundlagen - Einstellungen - Konsumenten

Fritz, K.; Wagner, D. (Hrsg.)

2015, XVIII, 138 S. 22 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05194-5