

# INITIATIVE

# LIQUID POINT

## *„Getränkeverdichtungspunkte“*

**Wien, 1. März 2010**

### **Intro**

Die Trinkkultur ist Teil der Kultur einer Gesellschaft. Die Gastronomie mit ihren vielseitigen Interpretationen bei der Zubereitung und Darbietung von Getränken, nimmt dabei eine echte Schlüsselrolle für die Führung und Pflege einer Marke ein. Die Initiative „Liquid Point“ fördert - nach der Bestandsaufnahme 2009 – im Jahr 2010 gezielt die Wertigkeit der Getränke über Expertengespräche, Fachvorträge, Messeauftritte und Medienkooperationen, will das „alte“ Berufsbild des Kellners zum „neuen“ Berufsbild Getränkesommelier hin führen und in Verbindung dazu ein hochwertiges, modulares Ausbildungsangebot mit Stipendium schaffen.

Gleichzeitig soll sich die Initiative mit Hilfe der Partner zu einer Plattform für ambitionierte Mitarbeiter, qualifizierter Gastronomen, Cafetiers und Hoteliers und interessierter Getränkehersteller und –händler entwickeln, wo alle Bemühungen, speziell Beratung & Service, zur Hebung der Getränkekultur gebündelt werden.

## **Zeit nutzen**

Die Welt verändert sich gerade. Damit über kurz oder lang auch die Gastronomie & Hotellerie, als Absatzmarkt qualifizierter Produzenten und Händler wie als Einnahmequelle der österreichischen Tourismuswirtschaft für das BIP Österreichs.

Es gibt wie immer viele Ratschläge von vielen Experten. Unternehmen, die diese Situation nach altem Strickmuster behandeln, die auf Zeit setzen, in Ehrfurcht erstarren oder ein wenig da und ein wenig dort verändern. Unglaublich, auf welcher kreativen Art dabei die Zeit verloren geht ohne Konkretes zu tun. Eh alles wie immer. Nein, falsch!

## **Aha-Effekt**

Die GASTROWERKSTATT hat 2009 die Plattform LIQUID POINT, als neuen Impulsgeber zur Förderung des Stellenwertes der Getränke in der Gastronomie, ins Leben gerufen. Diese bewusst gesetzte Initiative bat Gastronomen, Servicemitarbeitern, Getränkehersteller und -händler, Lehrern und Schülern in Ausbildungsstätten und die Interessensvertretungen vor den Vorhang und lud zur Diskussion ein.

Dabei wurden Aha-Effekte geschaffen, die vielleicht bisher im gastronomischen Alltag gefehlt haben. Warum? - Weil vieles ganz offen vorliegt, es aber oft niemand mehr wirklich erkennt oder noch schlimmer, als normal betrachtet wird.

„Es ist immer von Vorteil ein wenig Zeit mit Querdenken zu verbringen. Den Staub der Routine wegzufegen, Gedanken gegen den Strich zu bürsten, Fragen zu stellen und diese Fragen zu diskutieren“, so die Antrittsworte beim Start der Initiative.

Nun gilt es, jene zusammenzuführen, die den Mut haben, neu zu denken, bereit sind die Zeichen und Botschaften am Point of Sale wahrzunehmen und gewillt sind Probehandlungen zu setzen, also bewusst auf durchgängige und detaillierte Planungen verzichten und neue Ideen sofort aufgreifen und für einen kurzen Zeitraum einfach sofort tun.

## **Zielsetzung**

Die Ziele des LIQUID POINT sind einerseits den Wert und die Verantwortung der Getränke in der Wahrnehmung der Gesellschaft und Medien zu stärken. Getränke sind einfach mehr, als Begleiter von Speisen. Sie sind Munter- und Stimmungsmacher, Durstlöcher, Genussmomente bis hin zum Appetithemmer, fördern die Gesundheit, wirken energetisierend, beruhigend oder aphrodisierend.

Vor allem aber sind die Getränke im hohen Maße der Umsatzbringer jedes gastronomischen Betriebes, egal ob Wirtshaus, Hotel, Kaffeehaus, Bar, Diskothek oder Haubenrestaurant.

Andererseits will die Initiative das alte „verrocknete“ Berufsbild des Kellners zum neuen „qualifizierten“ Getränkesommelier hin führen und in Verbindung dazu ein hochwertiges, modulares Ausbildungsangebot mit einem Jahres-Stipendium schaffen. Weil es ist sehr oft das Auftreten des Kellners/Getränkessommeliers, das über den letzten Eindruck des Restaurantbesuchs bzw. Hotelaufenthaltes entscheidet und darüber hinaus das Image, den Gesamteindruck fördert.

Die Diskussion der Initiative soll auch neue Konzipierungen für konkrete Rahmenbedingungen und Verantwortungen erheben, mehr Selbstverantwortungen für Mitarbeiter gestalten und die Marktteilnehmer zu einem regelmäßigen Austausch motivieren.

Weil, es gibt so Vieles, das neu definiert und neu gestaltet werden könnte.

**2010:** Neu denken und kompetent handeln ist der strategische Ansatz für den zweiten Schritt. Über die Auftritte im Rahmen der Fachmessen „Alles für den Gast“ in Wien und Salzburg soll die Initiative weiter bekannt gemacht werden und Treffpunkt der Diskussion sein.

Dabei die erhobenen und verifizierten Themen und Inhalte präsentieren, andererseits die Diskussion mit den lokalen Meinungsbildnern suchen, um die Sichtweisen und Bedürfnisse der Regionen in die Initiative aufzunehmen und konkrete Informationen für die Lehrinhalte zum Basismodul des I. Lehrganges zum Getränkesommelier zu erarbeiten.

Parallel dazu werden Vortragende für den Lehrgang zum Getränkesommelier aus der Praxis (Gastronomie und Industrie) und motivierte Lehrkräfte von Ausbildungsstätten gewonnen, wie auch ein Standort für den Lehrgang in Österreich festgelegt.

**2011:** Die Initiative ist zur qualifizierten Themenplattform geformt und startet mit ihrer Arbeit. Der erste Lehrgang zum Getränkesommelier startet und bringt zum Ende des Jahres die ersten diplomierten Abgänger hervor, die mit ihrem Ein-Jahres-Stipendium nun in den besten Betrieben Österreichs ihr Wissen und Erlerntes zeigen und Erfahrungen für die weitere Karriere sammeln können.

## Messeauftritt „Alles für den Gast, Wien 2010“

Die „Alles für den Gast“ in Wien, vom 25.-28. April von Reed Messen ist die Plattform für den Zielmarkt der Wiener Gastronomie, insbesondere der Wiener Kaffeehäuser. Der Auftritt soll, wie 2009, das Getränkesortiment abdecken und besondere Anreize für den Messebesuch schaffen.

Über die individuellen, täglichen Angebote der Partnerfirmen zur Know-how Präsentation ihrer Produkte und speziellen Dienstleistungen, werden pro Tag je ein ausgewählter Fachvortrag zu einem Getränkethema und je ein interessanter Key-Note-Speaker als „Anreißer“ für einen Tagesbesuch mit anschließendem Round Table organisiert.

Bewusst reduzieren wir das Angebot auf qualifizierte Beiträge pro Tag, bestenfalls mit prominenten Vortragenden, um so über die diversen Wiener Vereine und Interessenvertretungen Mitglieder zu aktivieren, den teilnehmenden Partnerfirmen ein fokussierendes Angebot für die Kundenansprache zu bieten und in der Öffentlichkeitsarbeit einmalige Angebote für die 4 Tage kommunizieren zu können.

### TAGESTHEMEN und Fachvorträge & Round Tables:

**Sonntag:** *Frühschoppen* mit Trumer Bier

**Montag:** *Frühstückszauber* mit dem Jacobs Barista Team

Vortrag: Mag. Wolfgang LUSAK – Lusak Consulting ([www.lusak.at](http://www.lusak.at))

=> „**LOBBYIEREN - statt genießen!**“ KMUs haben sensationelle Potentiale, Ideen und Innovationen parat, aber ohne professionelles Lobbying sind deren Finanzierungen und Realisierungen kaum durchsetzbar. Es sollte mehr Geld in regionale, nachhaltige Wirtschaft, in Forschung & Entwicklung der KMU, in Erneuerbare Energie und in die Ausbildung der Menschen investiert werden.“

**Dienstag:** *Frühlingsgefühle* bei einem Glas Prosecco präsentiert von Henkell & Co.

Vortrag: Dr. Roman Szeliga – Happy & Ness G.m.b.H ([www.roman-szeliga.com](http://www.roman-szeliga.com))

=> „**HUMOR a la Carte**“. Wie Sie charismatischer werden, was die Marke "Ich" bedeutet und wie Sie mit Humor, Witz und originellen Verhaltensbausteinen Ihren Mitmenschen sensibel und erfolgreich begegnen.

**Mittwoch:** *Landausflug* –Kamptaler Weine zeigen ihr individuelles Terroir, die herkunftstypische Gebietsstilistik und einen spannenden Nuancenreichtum.

Vortrag: Marcus Eibensteiner - intuitiv OG ([www.intuitiv.at](http://www.intuitiv.at))

=> **WEB 2.0 – Facebook, Twitter & Co. – die neue DIMENSION**  
Wie fit ist Österreichs Hotellerie und Gastronomie zur veränderten Nutzung des Internets und wie bereit sich der Versuchung der neuen sozial, vernetzen Plattformen zu stellen. Chancen und Risiken begreifbar zu machen wie einen Überblick zu den aktuellen Angeboten zu geben ist dabei die Zielsetzung.

**PREMIUMPARTNER:**

Jacobs Barista Team [www.jacobs.at](http://www.jacobs.at)  
Henkell & CO. [www.henkell.at](http://www.henkell.at)  
Shatler's Cocktails [www.shatlers.de](http://www.shatlers.de)  
Trumer Bier [www.trumer.at](http://www.trumer.at)  
Kostbares Kamptal [www.kamptal.at](http://www.kamptal.at)  
Reed Messen [www.messe.at](http://www.messe.at)  
Gastrowerkstatt [www.gastrowerkstatt.cc](http://www.gastrowerkstatt.cc)

**LEISTUNGSPARTNER:**

UNTERWEGER - The Way of Packaging [www.unterweger.eu](http://www.unterweger.eu)  
Magazin LUST & Leben [www.lustundleben.at](http://www.lustundleben.at)  
Die Mietbar Flauger GmbH [www.diemietbar.com](http://www.diemietbar.com)  
Artner Glasedition [www.artner.or.at](http://www.artner.or.at)