

### Ertragsfaktor Wein

#### Das ökonomische Potenzial in der Gastronomie nutzen

**Stuttgart.** Kaum ein Gast mehr besucht heutzutage allein wegen eines guten Essens ein Restaurant. Eine hohe Qualität von Speisen und Getränken sowie eine stimmige Atmosphäre werden vorausgesetzt. So ist jeder Gastronom gefordert, seinem Betrieb im zunehmend härter werdenden Wettbewerb ein unverwechselbares Image zu geben und sich somit von der Konkurrenz abzugrenzen. Weinexpertin Sabine Ernest-Hahn zeigt in ihrem neu erschienenen Buch "Wein in der Gastronomie" (Matthes Verlag) wie mit einem kompetenten Weinangebot das Profil des gastronomischen Betriebes geschärft und der Ertrag gesteigert werden kann.

In insgesamt sieben Kapiteln erfährt der Leser, was bei Weinauswahl und -einkauf zu berücksichtigen ist. Auch zum Thema Lagerung bleibt keine Frage offen. Hilfreiche Tipps sowie Beispiele zur Kalkulation und Preisgestaltung, zum Verkauf und zum Service gewährleisten eine erfolgreiche Handhabung in der Praxis. Der betriebswirtschaftliche Blickwinkel erfährt eine optimale Ergänzung durch zahlreiche Hinweise für die Bereiche Service und Beratung. Beispiele für das Design der Weinkarte und eine professionelle Servieranleitung machen das Buch zu einem unverzichtbaren Ratgeber. Im Vorfeld werden zudem Lösungsansätze für mögliche Beschwerden und Probleme aufgezeigt.

Eine umfangreiche Adressenliste, ein ausführlich erläutertes Glossar, zusätzliche Literaturhinweise und ergänzende Tabellen, Zeichnungen und Fotos runden das Werk ab und machen es zu einer wertvollen Hilfe und Inspirationsquelle für den qualitätsbewussten Gastronomen.

Die Autorin Sabine Ernest-Hahn ist als Weinexpertin, Referentin und Jurorin in Deutschland und in der Schweiz tätig. Nach ihrem Studium an der Weinuniversität von Bordeaux arbeitete sie als Sommelière und begann ihre Tätigkeit als Seminarleiterin zur Fortbildung von Fachkräften in Gastronomie und Handel. Seit 1995 ist sie als selbstständige Weinexpertin tätig.

Sabine Ernest-Hahn:  
Wein in der Gastronomie  
224 Seiten, Format: 17 x 24 cm, 2-farbig  
Preis: 32,00 EUR (D)

Stuttgart: Matthaes Verlag, 2005, ISBN: 3-87515-005-8

Textumfang: 2.178 Zeichen inkl. Leerzeichen

Beleg erbeten an: Schott Relations GmbH, Wrangelstraße 111, 20253 Hamburg