

Silberhochzeit mit „Everybody's Darling“

Ein Arbeitstag in Jacques' Wein-Depot

Der Kunde hält die Nase ins Glas. „Riecht etwas seltsam, fast schon chemisch.“ „Genau! Dieses Mineralische ist typisch für die meisten Sauvignon Blancs“, kläre ich ihn auf. „Das werden Sie auch im Abgang merken.“ Ihm schmeckt der Wein aus Chile trotzdem, seiner Frau nicht. Auch das ist typisch. Typisch für eine Kundenberatung bei Jacques'. Viele Paare mögen zwar ungefähr die gleichen Weine, aber eben nicht in jedem Fall. Diese Beiden kann ich allerdings gleichermaßen für einen Sauvignon Blanc aus der Gascogne begeistern. Ob ich ihnen noch etwas Runderes empfehlen könne, mit weniger Säure? Kann ich. Ein Schluck unseres besten Grauburgunders überzeugt die Kunden, auch von diesem Weißen einen Karton zu kaufen.

Als sie gegangen sind, beginne ich wieder, die neue Ware zu verräumen. Die kommt immer mittwochs. Fünf Paletten mit Wein waren es heute, und der muss noch in die Regale geräumt werden. Das ist der Teil der Arbeit, der nicht so viel Spaß macht. Es ist zwar keine Knochenarbeit. Abends weiß ich aber trotzdem, was ich getan habe. Zum Glück ist mein Chef in Ordnung. Er pickt sich bei der Arbeit nicht die Rosinen raus, sondern packt mit an. So kann ich noch weitere Verkaufsgespräche führen. In den meisten Fällen ist das sehr angenehm, denn Weintrinker sind entspannte Kunden.

Heute habe ich noch ein besonderes Erfolgserlebnis. Ein Ehepaar möchte Weine für seine Silberhochzeit kaufen, zwei Weiße, zwei Rote. In solch einem Fall kommt es bei der Beratung nicht nur auf den persönlichen Geschmack der Kunden an. Die Weine müssen auch

den Partygästen schmecken. Und die haben natürlich unterschiedliche Vorlieben. Als Neuling kenne ich leider noch nicht alle 250 Weine im Laden. Das muss ich aber auch nicht. Mein Chef ist der Meinung: „Es genügt fürs Erste, wenn Du zehn Rotweine und zehn Weißweine auf dem Schirm hast.“ Und der muss es wissen. Er ist seit über 10 Jahren Inhaber dieses Depots und besitzt noch ein zweites.

Ich frage das Ehepaar zunächst, wie viel es ausgeben möchte. Wir einigen uns darauf, je einen trockenen und einen halbtrockenen Wein auszusuchen. Dann stelle ich einige Weine vor, die mein Chef gern als „Mainstream“ oder „Everybody's Darling“ bezeichnet. Also solche Weine, die einen breiten Publikumsgeschmack treffen. Fast bin ich selbst ein wenig überrascht, wie gut gleich meine ersten Vorschläge ankommen. Keine halbe Stunde später helfe ich den Kunden dabei, 24 Flaschen jedes Weins in ihren Wagen zu laden.

Mein Chef ist zufrieden mit dem Umsatz, freut sich über meine erfolgreiche Beratung. Ich freue mich auch und verräume in Hochstimmung den Rest der Ware. Der Feierabend kann kommen.