

# ***Nur Branchenkenner sind befugt zu reden! Eine Wein-Story.***

## ***(Daily Dueck 323, Juli 2018)***

Gunter Dueck, [www.omnisophie.com](http://www.omnisophie.com)

„Sie sind nicht aus der Branche, das merkt man sofort. Das geht nicht so leicht, wie Sie denken.“ – „Diese Startups werden schon alle Probleme kennenlernen, wenn sie an die Wand fahren.“ – „Uns macht man nicht so leicht etwas vor, wir haben eine lange Erfahrung, und die werden wir natürlich selbstbewusst ausspielen, ganz klar.“ – „Bange machen gilt nicht, soll jetzt alles plötzlich verkehrt sein?“

Von außen sah man Amazon schon lange zur Bedrohung des Handels werden. Googles Erfolge und die von Facebook waren lange vorher klar. Jetzt jammern alle schon heute Betroffenen und lecken sich die Wunden. Die noch nicht Betroffenen weinen später. Sie wollen sich absolut nicht intuitiv auf einen Blick von außen auf ihre Branche einlassen. Von außen sagen schon viele: „Internetapotheke ist okay.“ – „Skype-Arzt ist okay.“ – Sofort schreien die Insider auf. Genauso zitterten vor Jahren die Banker rasend vor Ungeduld über den dummen Spruch: „Internetbanking ist okay.“

Ich muss jetzt eine alte Geschichte ausgraben, nämlich die Story des US-Ökonomen Orley Ashenfelter, der sich überlegte, wie man die Qualität eines Bordeaux-Weinjahrganges früh voraussagen oder erkennen könnte, um dann bei der Wein-Spekulation Gewinne zu erzielen. Je nach Weinjahrgang wird der Wein nämlich manchmal richtig gut oder eben oft nicht, die Preise differieren stark. Bordeaux reift erst einmal längere Zeit in Fässern (18-24 Monate) und entwickelt sich erst langsam in der Flasche. Eine Anekdote dazu: Neulich probierten Kunden in einer Weinhandlung drei Jahre alte Bordeaux-Weine, die gerade neu in den Verkauf gekommen waren. Der Weinhändler raunte mir zu: „Das ist Kinderschändung, die jetzt schon zu probieren.“ Soll korrekt heißen: Richtig gute Bordeaux brauchen ihre Zeit. Jetzt muss man aber, wenn man mit Wein spekulieren will, möglichst schnell entscheiden, ob der neue Jahrgang gut ist oder nicht. Man vertraut in der Regel darauf, dass Weinpäpste wie Robert Parker jr. mit Schlürfen, Zungenwälzen und Ausspucken ganz früh in den noch „untrinkbaren“ Weinen die kommenden Stars entdecken können. Ashenfelter aber dachte nach, was einen guten Weinjahrgang wohl auszeichnen würde. Na, jeder weiß das irgendwie: Im Winter/Frühjahr gut Regen, im Herbst viel Sonne. Ashenfelter nahm alle verfügbaren Vergangenheitsdaten und setzte eine statistische Regression an. Ergebnis:

Jahrgangsgüte = 12.145 + 0.00117 Winterregenmenge + 0.0614 Durchschnittstemperatur während der Wachstumsphase - 0.00386 Herbstregenmenge.

Diese Formel performte in den 80/90ern besser als das Gefühl der Weinpäpste! (Ich finde leider keine neuen Erfolgserlebnisse mit dieser Formel im Netz, es gibt ja auch einen Klimawandel – daher müsste man die Formel auch ändern! Oder viele mathematisieren jetzt im Geheimen?)



Quelle: Pixabay

Robert Parker zitierte man damals etwa so: „Filmkritiker müssen also den Film gar nicht mehr anschauen?? Sie addieren am besten Punktzahlen der Hauptdarsteller und des Regisseurs??“ Britain's Wine Magazine: „The formula's self-evident silliness invite[s] disrespect“. Und es hagelte Vokabeln wie lächerlich, grob gewaltsam mathematisch, hysterisch und so weiter. Niemand schien „aha!“ zu sagen. Niemand schien die zynische Empörungsidee Parkers gut zu finden oder ernst zu nehmen, die Filme per Computer auszuwerten. Nein, der Wein muss unbedingt gekostet werden. Eine Beurteilung aus der Ferne wird ausgeschlossen. Dabei kann man doch heute Politiker fast nach drei Sätzen... ich lasse das einmal.

Anderes Beispiel: Bei einer Konferenz berichtete jemand aus dem Hause Bertelsmann, wie man einstmals in einem Meeting um einen Konferenztisch herum gesessen habe. In der Mitte des großen Tisches lag ein iPod. „Ist das Konkurrenz zur CD?“ Man beschloss im Meeting, dass Jugendliche unbedingt mit dem Besitz einer CD- oder Plattensammlung bei anderen angeben wollten, daher sähe man im iPod keine Gefahr. Der „Besitz!“ des Tonträgers sei der Wunsch des Kunden, den man doch so lang schon kenne. Drei Stunden später ging es auf der Konferenz um Autos (das ist ca. zwei Jahre her). Ich meinte in die Runde, die Autohersteller würden ganz genauso potentiell irren wie Bertelsmann! Wenn nämlich der Tonträgerbesitz ein falscher Gedanke war, wäre da nicht Analoges bei Autos im Raum der Möglichkeiten? „Hören Sie bloß auf, Autos sind etwas anderes als Musik!“ Und: „Haha, nett gefragt, Sie haben ein seltsam assoziatives Gehirn, dass Sie auf solche Gedanken überhaupt kommen. Nett! Ganz nett!“

Und wenn man heute mit Big Data kommt (oder auch nur mit ein bisschen Statistik), dann sagen sie alle: „Du verstehst das nicht. So simpel ist es nicht.“ So muss sich Kepler gefühlt haben...