



MIOMENTE: GENUSS  
ENTDECKEN

## Die Kunst, Essen zu schenken



Themenbild / Bild: Imago

**Essen und Trinken kommt nicht aus der Mode. Die Plattform Miomente weiß das und hat nun mit dem Verkauf von Kulinarikveranstaltungen auch nach Wien expandiert.**

02.04.2016 | 18:34 | Von Elisabeth Hofer (Die Presse)

Dass es Miomente überhaupt gibt, ist unglücklichen Umständen zu verdanken. Vor sechs Jahren saß Sabine Engel aus Deutschland genervt vor ihrem PC und versuchte, einen Cocktail-Workshop als Geburtstagsgeschenk für ihren Freund zu finden. Eine enttäuschende Suche, denn die Möglichkeiten waren begrenzt und nichts konnte den Anforderungen der heute 30-Jährigen gerecht werden. Sie entschied sie sich für die Do-it-yourself-Methode und mietete eine schummrige Bar in der Stuttgarter Innenstadt, bestellte einen Profi-Barkeeper und lud Freunde ein.



# MIOMENTE: GENUSS ENTDECKEN

Einen hohen Anteil an Frauen gibt es nicht nur bei den Angestellten von Miomente, sondern auch bei den Kunden. „Die Events werden zu über 75 Prozent von Frauen gebucht, die ihre Männer aber zu den Veranstaltungen mitnehmen. Dort ist das Geschlechterverhältnis dann meistens ausgeglichen“, erzählt Engel.

Der Abend war ein Erfolg, der damalige Freund ist heute Engels Ehemann, und sie selbst ist Geschäftsführerin der Online-Genuss-Boutique Miomente mit Hauptsitz in Deutschland. Nach dem Cocktailabend wurde der Betriebswirtin nämlich bewusst, wie sehr sie solche Events genießen kann, aber wie viel Zeit und Aufwand die Planung kostet, wenn man sie selbst organisieren muss. Zu diesem Zeitpunkt war sie selbst noch im Controlling einer großen Firma tätig, aber die Idee zu Miomente war geboren.

**Kulinarische Stadtführungen.** Über das Onlineportal können verschiedene Kulinarikveranstaltungen bei insgesamt über 200 Kooperationspartnern gebucht werden. Zu den Angeboten zählen Klassiker wie Kochkurse für Anfänger oder Workshops für gesundheitsbewusste Genießer, aber auch Ausgefalleneres wie kulinarische Stadtführungen und Erlebnisdinner aller Art. Auch Junggesellenabschiede werden von Miomente ausgerichtet. Diese haben unterschiedliche Mottos und tragen Namen wie „Grill it like a boss“.

Jede Veranstaltung wird von Engel und ihrem Team selbst ausgewählt und geprüft. „An den Sonntagen betreiben mein Mann und ich eine Art Kaffeehaus-Hopping. Vom Frühstück bis zum letzten Espresso besuchen wir dann mindestens vier verschiedene Cafés“, beschreibt Engel ihre Wochenendplanung. Kaffeehaustouren sind dementsprechend ebenfalls Teil des Miomente-Angebots, aber auch Deftigeres wie beispielsweise der „Fleisch- und Saucenzauber“. Als überzeugte Veganerin hält sich Engel bei den „fleischigen Genüssen“ allerdings eher zurück.

**Teamarbeit bei Whiskey.** Auch für Whiskey-Verkostungen muss ein anderes Mitglied des Teams von Miomente einspringen, den Evergreen unter den Drinks mag die Chefin eigenen Angaben zufolge nämlich überhaupt nicht. „Ich schaue mir dann dafür die Location genau an, testen muss jemand anderer“, erklärt Engel. Das dürfte kein Problem sein, denn mittlerweile arbeiten 20 Mitarbeiter für das Onlineportal, 18 davon sind weiblich.

Einen hohen Anteil an Frauen gibt es nicht nur bei den Angestellten von Miomente, sondern auch bei den Kunden. „Die Events werden zu über 75 Prozent von Frauen gebucht, die ihre Männer aber zu den Veranstaltungen mitnehmen. Dort ist das Geschlechterverhältnis dann meistens ausgeglichen“, erzählt Engel.



# MIOMENTE: GENUSS ENTDECKEN

Zu den Teilnehmern gehören Mensch ab etwa 35 Jahren bis hin zu „rüstigen Rentnern, die noch einmal etwas Neues ausprobieren wollen“. Ganz billig ist die Angelegenheit übrigens nicht. Ein Abend mit Miomente kostet im Durchschnitt zirka 100 Euro. Davon geht der Großteil an die jeweiligen Veranstalter, 20 bis 35 Prozent bleiben Miomente an Vermittlungsprovision.

„Bei uns wird es nie Sonderangebote oder Schnäppchen geben wie bei anderen Anbietern“, erklärt Engel. „Wir sind wie eine Edelboutique, in der man nur ausgewählte Stücke bekommt. Jede Veranstaltung muss ihren Preis haben, weil jedes Produkt einfach seinen Preis hat – und auch aus Wertschätzung gegenüber unseren Partnern.“

Während die Geschäftsführerin in der Anfangsphase ihres Unternehmens noch durch das Land reiste, um geeignete Kooperationspartner zu finden, treten diese mittlerweile von selbst an Miomente heran. Für Engel ist das nun der Grund, ständig unterwegs zu sein und die an einer Zusammenarbeit interessierten Menschen kennenzulernen – vom Weinbauern bis zum Barista. Allerdings sei es auch in der Anfangsphase nicht schwierig gewesen, Partner zu finden. Die meisten seien sehr schnell von der Idee überzeugt gewesen, sagt sie rückblickend.

Etwas härter hätte es sich zu Beginn gestaltet, Kunden auf die Website zu locken. Um diese zu überzeugen, wurden schließlich Profis von einer Online-Marketingagentur mit ins Boot geholt, die die Website vor allem für Suchmaschinen optimieren sollten. Der Plan ging auf. Mittlerweile kann das Angebot in 30 Städten genutzt werden, die meisten davon in Deutschland. Seit Oktober 2015 hat die Plattform nun auch nach Österreich, konkret nach Wien, expandiert.



MIOMENTE: GENUSS  
ENTDECKEN

**Die Wiener lieben Gin.** Hier hofft Engel, auf besonders viele Kunden zu stoßen, die das Onlineangebot nutzen. Dass man hierzulande trendbewusst sei, zeige sich vor allem am neuen In-Getränk, dem Gin. So seien bei den Wiener Kunden nämlich besonders Gin-Verkostungen sehr beliebt, erzählt die Geschäftsführerin. Abgesehen davon fällt die „Gaumenkitzel-Tour“ unter die am häufigsten gebuchten Events in Österreich. Dabei schlendern die Teilnehmer über den Wiener Naschmarkt, während die Veranstaltungsleiterinnen Geheimtipps verraten oder historische Hintergründe erklären.

Nach der Einführung in Österreich hat Engel aber noch weitere Pläne. „Wir haben den Markt längst noch nicht erschöpft. Ernährung und Gesundheit sind ein immer größer werdender Trend, und es gibt noch viele tolle Partner, die wir dazuholen wollen.“ Eine Expansion in weitere Städte schließt sie daher nicht aus.