

# HERZLICH WILLKOMMEN



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rhein Hessen-Nahe-  
Hunsrück

## 24. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH –  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



21. November 2017  
DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück,  
Oppenheim

# 24. WEINMARKETINGTAG

## Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH -  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinessen-Nahe-  
Hunsrück

- 
- |           |   |
|-----------|---|
| 13:00 Uhr | <b>Get together und Registrierung</b>   |
| 13:30 Uhr | <b>Begrüßung</b><br>Michael Lipps, Leiter des DLR Rheinessen-Nahe-Hunsrück  |
| 13:40 Uhr | <b>Grußwort des Ministeriums (MWVLW)</b><br>Staatssekretär Andy Becht   |
| 14:00 Uhr | <b>Einführung ins Thema</b><br>Bernd Wechsler, Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz         |
| 14:10 Uhr | <b>Persönlichkeit als Schlüssel zum Erfolg im Weinmarkt</b><br>Michael Berger, das team, Heidesheim               |
| 14:55 Uhr | <b>Dr. Loosen - WorldWideWinemarketing by Personality</b><br>Thomas Loosen, Gebrüder Loosen GmbH, Bernkastel-Kues |
| 15:40 Uhr | <b>Pause</b>  |
| 16:00 Uhr | <b>MARKE. MACHT. MARKT.</b><br>Gerhard Fischbach, 4livingbrands, Gerlingen  |
| 16:45 Uhr | <b>Talkrunde</b><br>Theresa Breuer, Christina Fischer, Christoph Hammel<br>Moderation: Bernd Wechsler             |
| 17:45 Uhr | <b>Abschluss mit Wein</b>   |

# 24. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH -  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesse-Nahe-  
Hunsrück



# WARUM? ERFOLGSFAKTOR MENSCH



Rheinland-Pfalz

DIENSTLEISTUNGSZENTRUM  
LÄNDLICHER RAUM  
RHEINHESSEN-NAHE-  
HUNSRÜCK



24. WEINMARKETINGTAG  
Rheinland-Pfalz

# DREI ENTSCHIEDENDE FRAGEN ZUR MARKENPOSITIONIERUNG

---



Rheinland-Pfalz

DIENSTLEISTUNGSZENTRUM  
LÄNDLICHER RAUM  
RHEINHESSEN-NAHE-  
HUNSRÜCK

## 1. Was will ich anbieten?

Welche Produkte? Welche Serviceleistungen?



## ALLE JAHRE WIEDER ...



PFALZ

### Weingut Hammel

**HAMMEL & CO.**  
SPÄTBURGUNDER  
KLEINKIRCHBACH  
HERRENBERG  
2012

Weinstraße Süd 4, 67281 Kirchheim  
T: +49 (6359) 8640, info@weinhammel.de  
www.weinhammel.de

Ab-Hof-Verkauf: Mo bis Fr 8-18:30 Uhr, Sa 9-18 Uhr,  
So 13-18 Uhr  
Kellermeister: Christoph Hammel  
Ansprechpartner: Christoph Hammel  
Flaschen/Hektar: 500.000 (50 % weiß, 50 % rot) (63 ha)

Christoph Hammel scheint zuweilen der Schalk im Nacken zu sitzen, etwa beim dunkelblauen »Punk-Rot«, oder wenn er das Ende der »Lachfrauemilch« in den Regalen des Discounters zum Anlass nimmt, zu einer hochwertigen Neuinterpretation der verufenen Marke anzusetzen. Daneben stehen aber auch Weine, die einfach nur gutes Winzerhandwerk sind – und die es uns genau darum angetan haben: strukturierter Riesling, schmutziger Sauvignon, vieler Müller-Thurgau und Grüner Veltliner aus dem Holzfass. Die Familie macht übrigens seit 1723 Wein – und das heute wohl besser denn je.

<p><b>90 2015-Halbtrocken-Grüner Veltliner trocken</b> Feiner Duft mit sensibel gesetzter Taubweize und köhler Gelbfucht. Würzige Noten erinnern an Baumrinne, Pfeffer und aufschimmernde Mineralik. Der Frische am Daumen folgt eine feine Creme, die eine tiefe Säure auf Trakt hat. Sehr gut! 12,5 Vol.-%, 20, €</p> <p><b>90 2015 Kleinkirnbach Herrenberg Riesling trocken</b> Lässt uns an den Morgentau einer Frühlingsweide erinnern. Sympatisch auf der kalten weinigen Seite, der frische ein paar Zitrusfrüchte assistieren. Zarte Fruchtstöße im reifen Fruchtkern. Zeigt bei alter, festem Frische auch geringere Kraft. 14 Vol.-%, 10, €</p> <p><b>89 2015-Collage-Sauvignon Blanc trocken</b> Opaschliche, Brenneiselt und Glasbeeren im warmen Maren Bukett. Munterer Auftakt. Gleichfalls zapackende wie erblühende Frucht mit knackiger Säure und plankter Länge. 12,5 Vol.-%, 20, €</p> <p><b>89 2015-Großes Holz-Grüner Veltliner tr.</b> Weiliger Pfeffer und Bechere im Bukett. Fruchtlige Nuancen erinnern an eine Streubuttwiese. Anmerzendes Spiel aus Frucht, Säure und Blütenstoffen. Baut gleichmäßig Druck und Fülle auf. 12,5 Vol.-%, 20, €</p>	<p><b>88 2015-Große Tradition-Müller-Thurgau trocken</b></p> <p><b>88 2015-gegen gerade-Riesling</b></p> <p><b>88 2015-Halbtrocken-Sauvignon Blanc trocken</b></p> <p><b>88 2012 Kleinkirnbach Herrenberg Spätburgunder trocken</b></p> <p><b>87 2015-Hammel and the Wine Punk-tr.</b></p> <p><b>87 2015-Liebraumlich-MT/GS/SA</b></p> <p><b>85 2015-Sophie Helene Petit Blanc-trocken MT/GS/WB/SA</b></p> <p><b>88 2015-Cuvée Mariage-trocken CH/WB</b> Offenes Bukett mit reichhaltiger Fruchtstöße, die an Orangen, Mandarinen und Ananas erinnern. Geradlinig, ohne Filamenten. Dieser Eindruck bleibt unbedingt bestehen, wenn er klar, süßig und lebendig über den Daumen rollt. 12,5 Vol.-%, 20, €</p>
---	---

• Rotwein • Roséwein • Weißwein • Süßwein • Galtstaf-Tipp 2017

Eichelmann  
2017

Deutschlands Weine

Weingüter: 13  
Weinregionen: 13

**Falst & Millau**  
WeinGuide  
Deutschland

# DREI ENTSCHIEDENDE FRAGEN ZUR MARKENPOSITIONIERUNG

---



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesse-Nahe-  
Hunsrück

## 1. Was will ich anbieten?

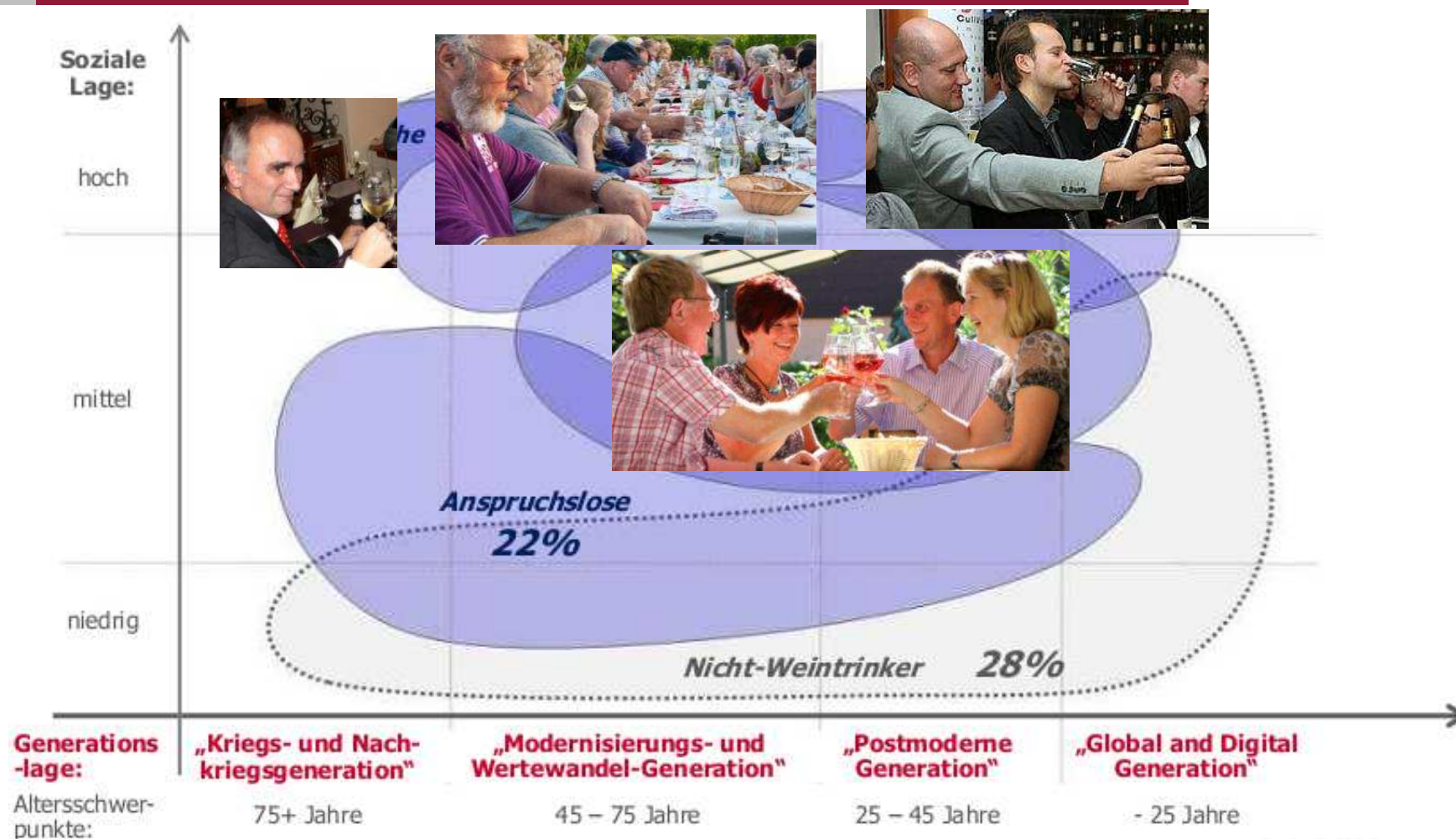
Welche Produkte? Welchen Service?

## 2. Wer sind meine Kunden?

Welche Zielgruppen? Welche Märkte? Welche Absatzwege  
nutze ich?



# ZIELGRUPPEN FÜR DEUTSCHEN WEIN







# DREI ENTSCHIEDENDE FRAGEN ZUR MARKENPOSITIONIERUNG



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinessen-Nahe-  
Hunsrück

## 1. Was will ich anbieten?

Welche Produkte? Welchen Service?

## 2. Wer sind meine Kunden?

Welche Zielgruppen? Welche Märkte? Welche Absatzwege  
nutze ich?

## 3. Was ist mein Alleinstellungsmerkmal?

Warum soll ein Kunde ausgerechnet bei mir kaufen?

Wodurch unterscheidet sich mein Angebot vom  
Wettbewerb?

Was macht mich und meine Produkte einzigartig?

# MENSCHEN STEHEN ... ... FÜR INNOVATIONEN



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rhein Hessen-Nahe-  
Hunsrück



<http://socialvani.com>

Bernd Wechsler | Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz

24. WEINMARKETINGTAG  
Rheinland-Pfalz

# ... FÜR EINEN STIL



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhessen-Nahe-  
Hunsrück



<http://www.faz.net>

... FÜR VERTRAUEN



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesse-nah-  
Hunsrück



Bildquelle: Münchner Merkur

# INTERESSANTES THEMA: GENERATIONSWECHSEL



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinessen-Nahe-  
Hunsrück



Bildquelle: [www.hipp.de](http://www.hipp.de)

Bernd Wechsler | Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz

24. WEINMARKETINGTAG  
Rheinland-Pfalz



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesen-Nahe-  
Hunsrück

# WAS DRAUFSTEHT IST AUCH DRIN!



Bildquelle: [www.blackprint.de](http://www.blackprint.de)

Bernd Wechsler | Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz

24. WEINMARKETINGTAG  
Rheinland-Pfalz

# WAS DRAUFSTEHT IST AUCH DRIN!



Rheinland-Pfalz

DIENSTLEISTUNGSZENTRUM  
LÄNDLICHER RAUM  
RHEINHESSEN-NAHE-  
HUNSRÜCK



Bildquelle: [www.markusmolitor.com](http://www.markusmolitor.com)





Rheinland-Pfalz

DIENSTLEISTUNGSZENTRUM  
LÄNDLICHER RAUM  
RHEINHESSEN-NAHE-  
HUNSRÜCK

# WAS DRAUFSTEHT IST AUCH DRIN!



Bildquelle: [deineweinheimat.de](http://deineweinheimat.de)

# DAS BILD DER WINZERIN, DES WINZERS HAT SICH GEWANDELT



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinessen-Nahe-  
Hunsrück



Bildquelle: [www.hawesko.de](http://www.hawesko.de)

Bernd Wechsler | Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz

24. WEINMARKETINGTAG  
Rheinland-Pfalz

ES WAR NUR EINE FRAGE DER ZEIT ...

# ÖSTERREICH SUCHT DEN TOP WINZER - DIE JURY



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinessen-Nahe-  
Hunsrück



Bildquelle: Puls 4

Bernd Wechsler | Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz

24. WEINMARKETINGTAG  
Rheinland-Pfalz

# WELCHE QUALITÄTEN BRAUCHT MAN IN UNSEREM SHOWGESCHÄFT?



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinessen-Nahe-  
Hunsrück



Bildquelle: Puls 4

Bernd Wechsler | Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz

24. WEINMARKETINGTAG  
Rheinland-Pfalz

# 24. WEINMARKETINGTAG

## Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH -  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinessen-Nahe-  
Hunsrück

- 
- 13:00 Uhr**     **Get together und Registrierung**
  - 13:30 Uhr**     **Begrüßung**  
Michael Lipps, Leiter des DLR Rheinessen-Nahe-Hunsrück
  - 13:40 Uhr**     **Grußwort des Ministeriums (MWVLW)**  
Staatssekretär Andy Becht
  - 14:00 Uhr**     **Einführung ins Thema**  
Bernd Wechsler, Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz
  - 14:10 Uhr**     **Persönlichkeit als Schlüssel zum Erfolg im Weinmarkt**  
Michael Berger, das team, Heidesheim
  - 14:55 Uhr**     **Dr. Loosen - WorldWideWinemarketing by Personality**  
Thomas Loosen, Gebrüder Loosen GmbH, Bernkastel-Kues
  - 15:40 Uhr**     **Pause**
  - 16:00 Uhr**     **MARKE. MACHT. MARKT.**  
Gerhard Fischbach, 4livingbrands, Gerlingen
  - 16:45 Uhr**     **Talkrunde**  
Theresa Breuer, Christina Fischer, Christoph Hammel  
Moderation: Bernd Wechsler
  - 17:45 Uhr**     **Abschluss mit Wein**

# 24. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH -  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



Rheinland-Pfalz

DIENSTLEISTUNGSZENTRUM  
LÄNDLICHER RAUM  
RHEINHESSEN-NAHE-  
HUNSRÜCK



Persönlichkeit als Schlüssel zum Erfolg im Weinmarkt

Michael Berger

das team, Heidesheim

# 24. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH -  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



Rheinland-Pfalz

DIENSTLEISTUNGSZENTRUM  
LÄNDLICHER RAUM  
RHEINHESSEN-NAHE-  
HUNSRÜCK



Dr. Loosen - WorldWideWinemarketing by Personality

Thomas Loosen

Gebrüder Loosen GmbH, Bernkastel-Kues

Bildquelle: <http://schiller-wine.blogspot.de> (Aufnahme: Riesling Rendezvous, Seattle)

# 24. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH -  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesse-Nahe-  
Hunsrück



## KOMMUNIKATIONS-PAUSE

Besuchen Sie die Aussteller im Foyer!



# 24. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH -  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



Rheinland-Pfalz

DIENSTLEISTUNGSZENTRUM  
LÄNDLICHER RAUM  
RHEINHESSEN-NAHE-  
HUNSRÜCK



**MARKE. MACHT. MARKT.**

Gerhard Fischbach

4livingbrands, Gerlingen

# 24. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH -  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesse-Nahe-  
Hunsrück



## TALKRUNDE:

Theresa Breuer | Weingut Georg Breuer

Christina Fischer | GENUSS Werkstatt

Christoph Hammel | Weingut Hammel & Cie.

# 24. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH -  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



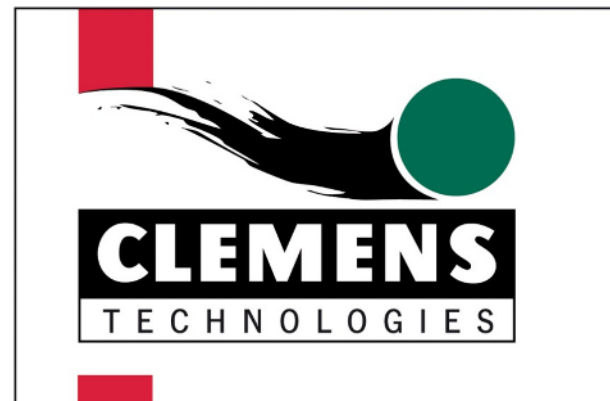
Rheinland-Pfalz

DIENSTLEISTUNGSZENTRUM  
LÄNDLICHER RAUM  
RHEINHESSEN-NAHE-  
HUNSRÜCK

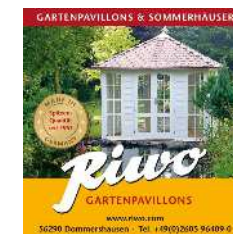
Dank den Sponsoren!



das deutsche  
weinmagazin



GEWA  
ETIKETTEN SEIT 1931



Planungsbüro Wolfgang Münzing	Entwurf Planung Projektierung	Kreuzmünzstraße 23 74223 Reil	Telefon 07151 326848-0 Telefax 07151 326848-18 info@wolfgang-muenzing.de www.wolfgang-muenzing.de
-------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	--



24. WEINMARKETINGTAG  
Rheinland-Pfalz

# 24. WEINMARKETINGTAG

Rheinland-Pfalz

Erfolgsfaktor MENSCH -  
die Winzerpersönlichkeit im Fokus des Marketing



Rheinland-Pfalz

DIENSTLEISTUNGSZENTRUM  
LÄNDLICHER RAUM  
RHEINHESSEN-NAHE-  
HUNSRÜCK

DANKE AN ALLE KOLLEGEN

&

DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

EINLADUNG ZUM ABSCHLUSS MIT WEIN!