

Stand: 17.08.2018

**63. Internationaler DWV-Kongress:  
Programm Internationaler Weinmarketingtag, 6. November 2018**

powered by Rheinland-Pfalz

14:00 Uhr	<b>Begrüßung</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Begrüßung durch Staatssekretär Andy Becht, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz</li></ul>
14:10 Uhr	<b>Einführung und Moderation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bernd Wechsler, Kompetenzzentrum Weinmarkt und Weinmarketing Rheinland-Pfalz</li></ul>
14:15 Uhr	<b>Generation Y – Wie konsumieren die Digital Natives?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Wilhelm Lerner, Wine Intelligence</li></ul>
15:00 Uhr	<b>Wer kauft online? Eine Marktanalyse der Online-Weineinkäufer</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Prof. Ruth Fleuchaus, Hochschule Heilbronn</li><li>• Michael Pleitgen, Hochschule Heilbronn</li></ul>
15:30 Uhr	<b>Pause</b>
16:00 Uhr	<b>Facebook, Instagram &amp; Co. im Praxiseinsatz – Was bringt`s?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Urban T. Stagård, Lesehof Stagård Krems-Stein, Österreich</li></ul>
16:45 Uhr	<b>B-to-B – Social Media</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Katharina Hauck, Hochschule Geisenheim University</li></ul>
17:15 Uhr	<b>Multichannel-Marketing – Dos and Don`ts für Winzer</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nikolas von Haugwitz, HAWESKO</li></ul>
18:15 Uhr	<b>Ende</b>

Die Digitalisierung revolutioniert nicht nur die Arbeit im Weinberg und Keller, sie verändert auch die Handelslandschaft und das Konsumverhalten der Weinkunden. Eine ganze Generation von jungen Verbrauchern ist mit Internet und Smartphone groß geworden. Die sogenannte Generation Y oder Millennials informieren sich im Internet, kaufen Online und teilen ihre Vorlieben selbstverständlich mit Freunden in den Sozialen Medien. Was noch wichtiger ist: Millennials haben großes Interesse an Wein!

Wer erfolgreich Wein verkaufen will, muss mit diesen Kunden anders kommunizieren. Die Mediennutzung der Menschen hat sich nämlich radikal verändert. Dabei scheinen die digitalen Möglichkeiten auf einfache, kostengünstige Art und Weise mit den Verbrauchern in Kontakt zu kommen schier unbegrenzt. Doch wer sind eigentlich die Online-Käufer? Was interessiert die Nutzer wirklich? Wie effektiv ist social media als Kommunikationsweg? Auf diese Fragen müssen Weinvermarkter Antworten finden. Denn so einfach, wie Menschen heute zu erreichen sind, so schnell ist man auch weggeklickt.

Die Handelslandschaft und damit der Weinabsatz verändern sich radikal. Traditionelle Vertriebsmodelle müssen übergedacht werden. Neue Absatzwege tun sich auf. Das Zauberwort für Flaschenwein vermarktende Betriebe lautet: Multichannel-Marketing! Wer sowohl im Direktvertrieb über den Fachhandel und Online-Portale Weine vermarktet, steht vor großen Herausforderungen im Marketing. Wer auf einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld wahrgenommen werden will, braucht starke Argumente und eine faszinierende Story. Ein professionelles Marketing von Weingütern rückt damit noch stärker in den Fokus. Was sind die großen Herausforderungen der Digitalisierung für Flaschenweinvermarkter? Wo bieten sich neue Möglichkeiten oder öffnen sich Märkte?

Beim Internationalen WeinMarketingtag am 6. November 2018 werden wir uns mit diesen Fragen beschäftigen. Kompetente Referenten aus Wissenschaft und Marketingpraxis stehen Rede und Antwort und geben Impulse für eine erfolgreiche Flaschenweinvermarktung im digitalen Zeitalter.

**Weitere Informationen und zur Anmeldung:**

[www.dwv-kongress.de](http://www.dwv-kongress.de)