

8. WeinmarketingTag

Kunden finden und Kunden binden

WeinEvents – Kunden auf dem Silbertablett?



Wir helfen Betrieben bei der **Vermarktung!**



Veranstaltung = Event = Live-Communication

Handelsblatt

Suchbegriff, WKN, ISIN 

Digitalpass Finanzen Unternehmen Politik Technik Auto Sport Panorama Social Media Video Service

Aus aller Welt Reise + Leben TV + Film Kultur + Kunstmarkt Spiele

Handelsblatt > Panorama > Reise + Leben > Jürgens Weinlese > Jürgens Weinlese: Weinmessen boomen

JÜRGENS WEINLESE

Weinmessen boomen

von: Jürgen Röder
Datum: 08.11.2015 11:11 Uhr

Profis, Liebhaber oder Händler: Veranstaltungen über Wein gibt es in Hülle und Fülle. Überblick über die neuesten Weintrends und neue Jahrgänge geben Weinmessen. Immer stärker im Fokus stehen junge Weintrinker.



Facebook



Twitter



Google+



Xing



ANZEIGE

 **FEMALE FOCUS 2016**
Der Strategie-Workshop von BCG für Frauen. Vom 2. bis 4. Juni in München.
Jetzt bewerben.

 **"Anleihe 6,5% p.a."**
Investieren Sie in die Digitalisierung des deutschen Gesundheitswesens. Zeichnen Sie jetzt!

 **Gratis: Tarnkappen-Tool**
Surfen Sie anonym im Internet und schützen Sie Ihren PC und Ihre Identität.

[Hier können Sie werben](#)

PANORAMA-NEWS

REISEZIELE 2016

Die beliebtesten Städte Deutschlands

14:28 Uhr

HANS GEISSERTÖRFER WIRD 75

Der Mann mit der „street credibility“

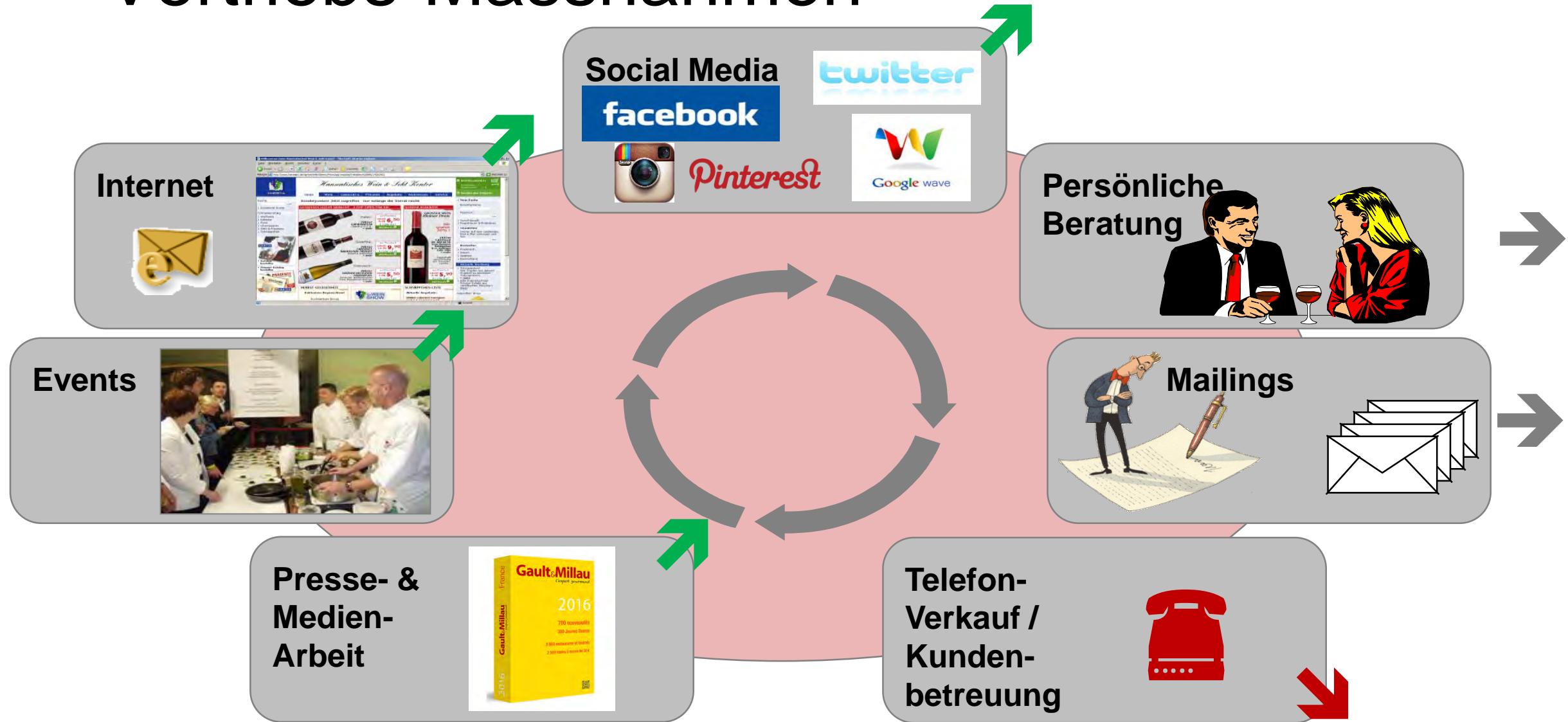
14:26 Uhr

PAMELA REIF

Was die deutsche Nummer eins auf Instagram auszeichnet

08:08 Uhr

Vertriebs-Massnahmen



> 2.000 Veranstaltungstage seit 1989

360 Teilnehmerbetriebe in 2015

42 bundesdeutsche Städte seit 1989

> 100.000 Besucher p.a.

> 20 Veranstaltungen 2016

Agenda

Top 1 Marktüberblick

Top 2 Was sagen Weingüter?

Top 3 Beispiele von Events

Top 4 Fallstudie WeinSommer und WeinMessen Rheinland-Pfalz

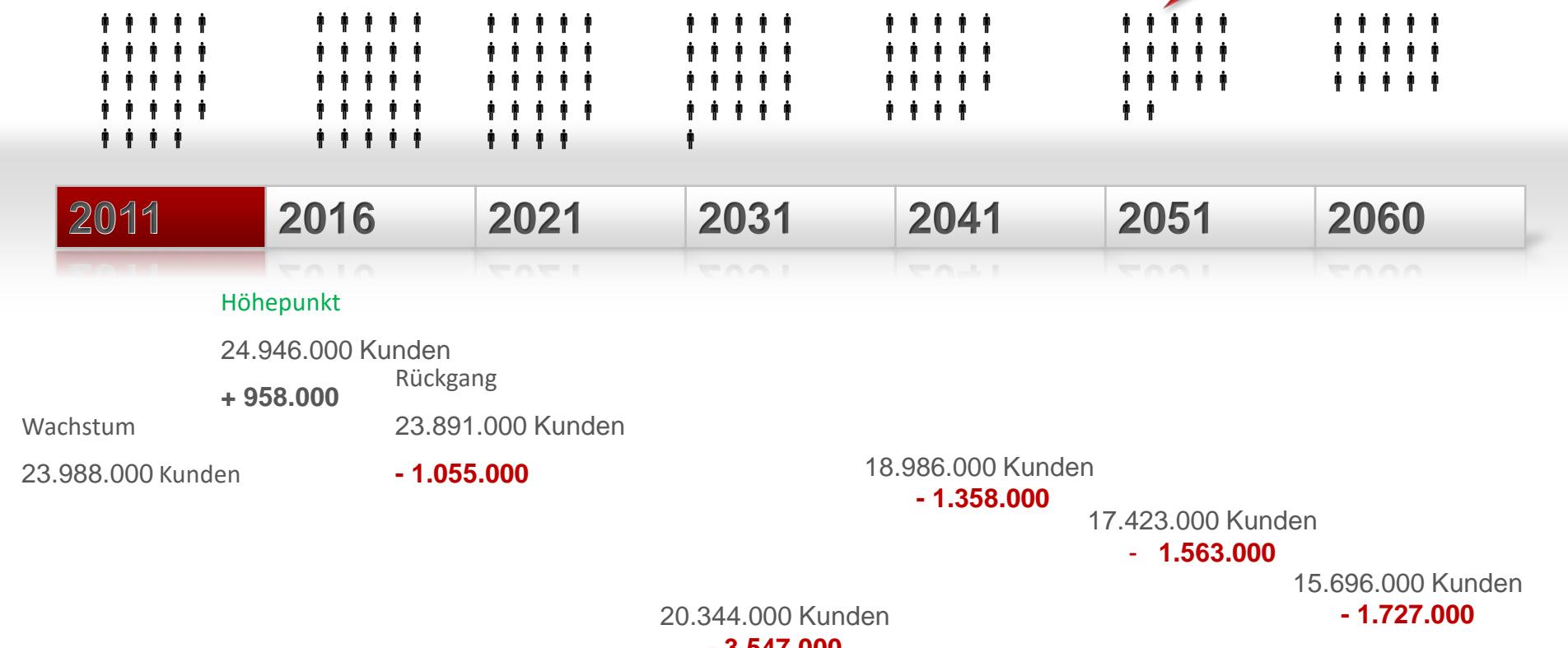
Top 5 Erfolgsmessung

Top 6 Trends bei Events

Zukunft der (Wein-)Kunden (45-65 Jährige Deutsche)

Phase 1 Phase 2 ↑ Phase 3 ↓

Wer 2050
45 Jahre alt ist,
wurde 2005
geboren!



Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenbasis 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung 31.12.2008

Eventmarkt in Deutschland (Indoor)

2015

- 3,06 Mio. Veranstaltungen
- 393 Mio. Teilnehmer
- 3.822 Mio. EUR Umsatz
- ZukunftsPrognose der Branche – gleich oder besser



VeranstalterTypen

- Weinerzeuger
- Weinhändler
- Verbände (ecovin, VDP, ...)
- Weinwerbungen (national, regional)
- Ministerien
- Eventagenturen
- StadtmarketingOrganisationen/Werbegemeinschaften/Verkehrsvereine
- Sommeliers
- Kultur- und Weinbotschafter (-> touristische Angebote)
- Verlage
- ...

Inflationäre Zunahme von Wein-Events

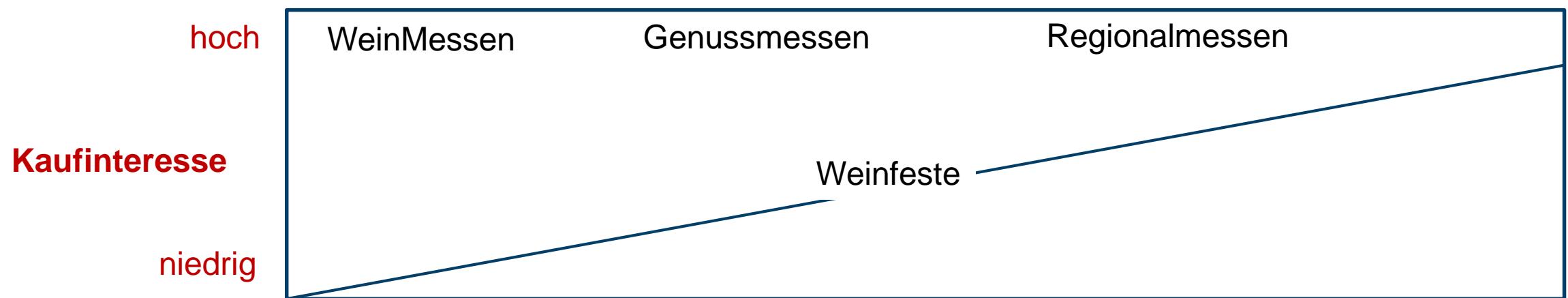
- Hoffeste ↘
- Events im Weingut ↗
- Weinfeste →
- WeinSeminare ↗
- WeinMessen und –präsentationen ↗
- Events mit Wein, Musik und Kulinarik ↗
- ...

Jedoch nicht mehr in den Anbaugebieten sinnvoll!

- 11.252 Städte und Gemeinden in BRD
- davon 80 über 100.000 Einwohnern
- Potential für Events im Verbrauchergebiet

Übersicht WeinEventMarkt > 1.000 Besucher

- Ca. 40 reine Weinmessen in Deutschland
- Ca. 300 Genussmessen mit Wein, ca. 500 Regionalmessen
- ca. 160 Weinfeste im Verbrauchergebiet



Typische Fragen von Betrieben

erhoben am WeinmesseInfoTag 03.11.2015

- Für welche der vielen Messen entscheide ich mich?
- Wiederverkäufer- oder Endkundenmessen
- Eigener Messestand ja oder nein?
- Wie ist die Preisgestaltung für den Handel?
- Weinfest oder Weinmesse oder beides?
- Aktivitäten am Stand?
- Kundenansprache vor oder nach der Messe?
- Konzept zur Messe
- Kooperationen mit Anderen?

► Nächster **WeinMesseInfoTag** am 02.11.2016

Agenda

Top 1 Marktüberblick

Top 2 Was sagen Weingüter?

Top 3 Beispiele von Events

Top 4 Fallstudie WeinSommer und WeinMessen Rheinland-Pfalz

Top 5 Erfolgsmessung

Top 6 Trends bei Events

Weingut R.&E. Schmitt, Pfalz



- 1988: Übernahme 8 ha Betrieb, Fasswein, ca. 50 Kunden, unterstes Preisniveau
- 1988 bis 2012: 6-8 Weinfeste, 3 Weinpräsentationen, Special-Wine-Events im Weingut ca. 1.500 aktive Privatkunden
- 2012: 19 ha, Wein-Gastronomie mit je 100 Sitzplätzen indoor & outdoor
- seit 2015: Gästehaus ca. 2.000 aktive Kunden ca. 100.000 Fl. / Jahr

Weingut Strohm, Rheinhessen



- 1997 Übernahme elterlicher Betrieb
- 1998 keine Kunden; Beginn Flaschenweinvermarktung mit zwei Weinfesten
- 1999 bis 2006 Erhöhung der Anzahl der Weinfeste auf 11 + 2 Weinmessen
- Seit 2007: Konzentration auf die stärksten Standorte
- Stand 2016: 5 Weinfeste, 1 Weinmesse + kleinere Veranstaltungen bei gastronomischen Partnern
- Aktuell ca. 1.000 aktive Kunden

Weingut Tielen-Feilen, Mosel



- 2012: 5 ha in Minheim/Mosel, Gästebetrieb mit Straußwirtschaft, 100 Kunden in der Kartei
- 2013: Stephan Tielen, Weinbautechniker & BA BWL
- startete 2013 mit 2 Events
- 2016: 9 WeinFeste und 7 WeinMessen
- aktuell 500 aktive Kunden in der Kartei

Agenda

Top 1 Marktüberblick

Top 2 Was sagen Weingüter?

Top 3 Beispiele von Events

Top 4 Fallstudie WeinSommer und WeinMessen Rheinland-Pfalz

Top 5 Erfolgsmessung

Top 6 Trends bei Events

Keller und Kunst im Rheingau 1995



- Installationskünstler legen die Rheingauer Keller lahm!
 - 20 Stationen in der gesamten Region
 - Jeder Keller ist ein anderes Kunstwerk
 - Jedes Weingut hat einen eigenen Kunstwein
- USP Inszenierung von Wein & Kunst
(Durchführung nur 2 x)

4 Jahre BaroloClub



BaroloClub.de - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Zurück   Suchen  Favoriten     

Adresse <http://www.baroloclub.de/> Wechseln zu Links »

Google  Los geht's!  Lesezeichen PageRank  Rechtschreibprüfung  Einstellungen

barolo club *...das Leben ist schön!*

Bitte wählen Sie zwischen:

Baroloclub Community

Baroloclub. Ein Get-together von Menschen, die gerne die Schönen Dinge des Lebens schätzen und sie wie in dem kleinen Städtchen Barolo im Piemont keineswegs alleine genießen wollen. Gemeinsam mit Freunden Spaß haben, das ist unsere Philosophie.

Wer diese Menschen kennen lernen will, begegnet ihnen auf unseren Events oder in unsere Baroloclub Community. Gesellt euch einfach dazu, tauscht euch aus, – ob diskret über Personal Messages oder in aller Öffentlichkeit.

Baroloclub Business Circle

Der Business-Circle, eine Community von Menschen, die sich durch Kompetenz im Job, vielmehr aber auch durch Persönlichkeit und Spaß am Leben auszeichnen. Wir stellen diese Menschen gerne vor und geben Ihnen die Plattform sich mit informativen wie unterhaltsamen Beiträgen aus Business & Lifestyle in die Baroloclub Community einzubringen. Wer diese Personen auf unseren Veranstaltungen antrifft, spricht Sie einfach an. Sie wissen ein gutes Glas vom Feinen genau so zu schätzen, wie ein nettes Gespräch unter Geschäfts- wie auch Privateuten.

Viel Spaß dabei!

Treten Sie ein in die Welt des Baroloclub Business Circle



Sommerbegegnung im Garten

- Genussmesse in Gärtnerei mit
 - Wein
 - Obst
 - Destillate
 - Käse
 - Schinken, Salami
- USP = Location

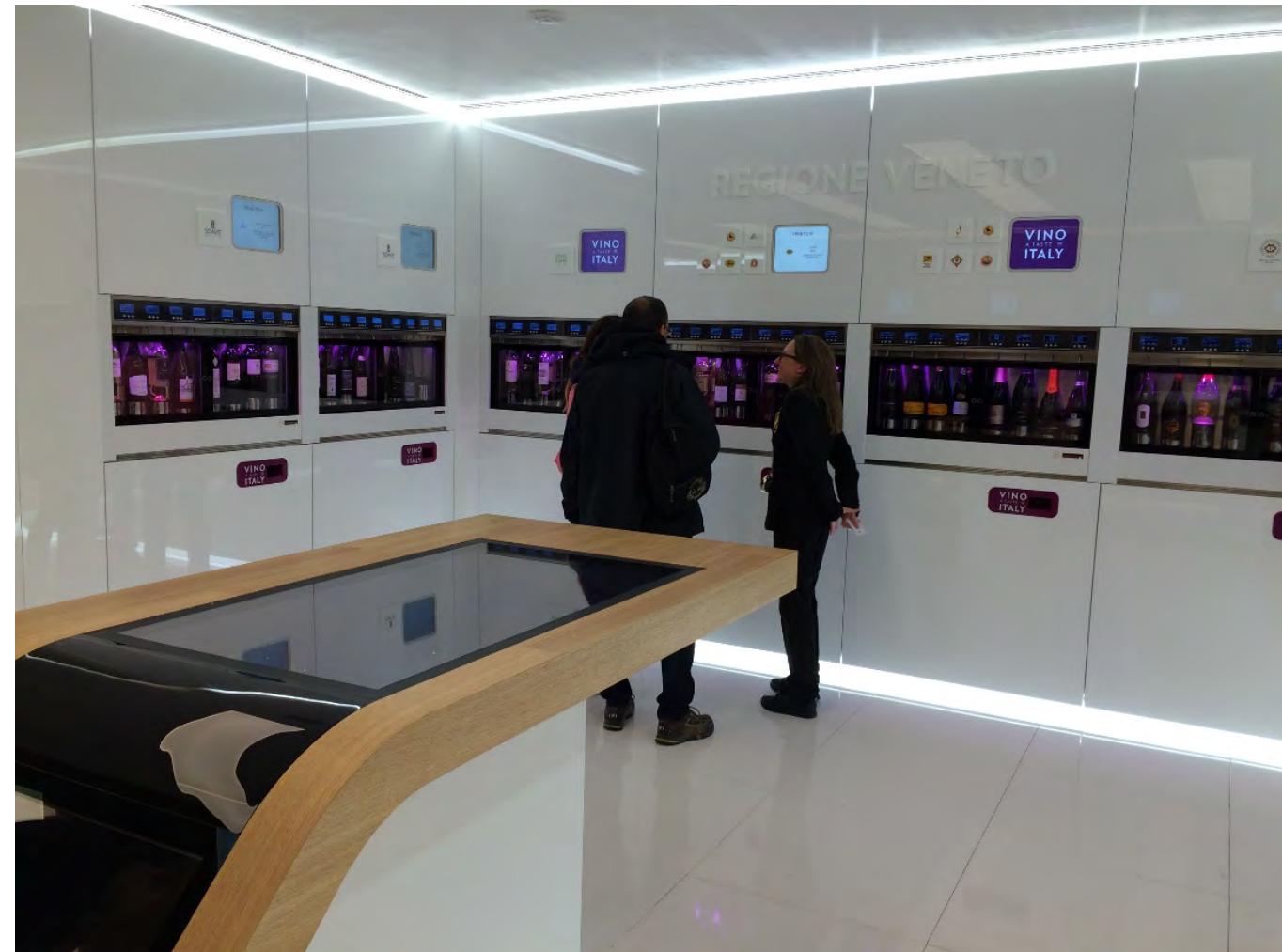
2013: WeinDome



2013-16: Wine4Sense



2015: WeinPavillon auf der Expo - WeinMesse der **Zukunft**?



7 x Home and Garden 2016



Ein Tal feiert!



Bickling &
Bickling

BOUDIER & KOELLER

WEINGUT BREMER

Weingut
Janson Bernhard
ZELLERTAL



SCHWEDHELM
ZELLERTAL

WICK
Marlene & Jochen

Bickling &
Bickling

BOUDIER & KOELLER

WEINGUT BREMER

Weingut
Janson Bernhard
ZELLERTAL



SCHWEDHELM
ZELLERTAL

WICK
Marlene & Jochen

EventKonzepte 25+ bis ?



Agenda

Top 1 Marktüberblick

Top 2 Was sagen Weingüter?

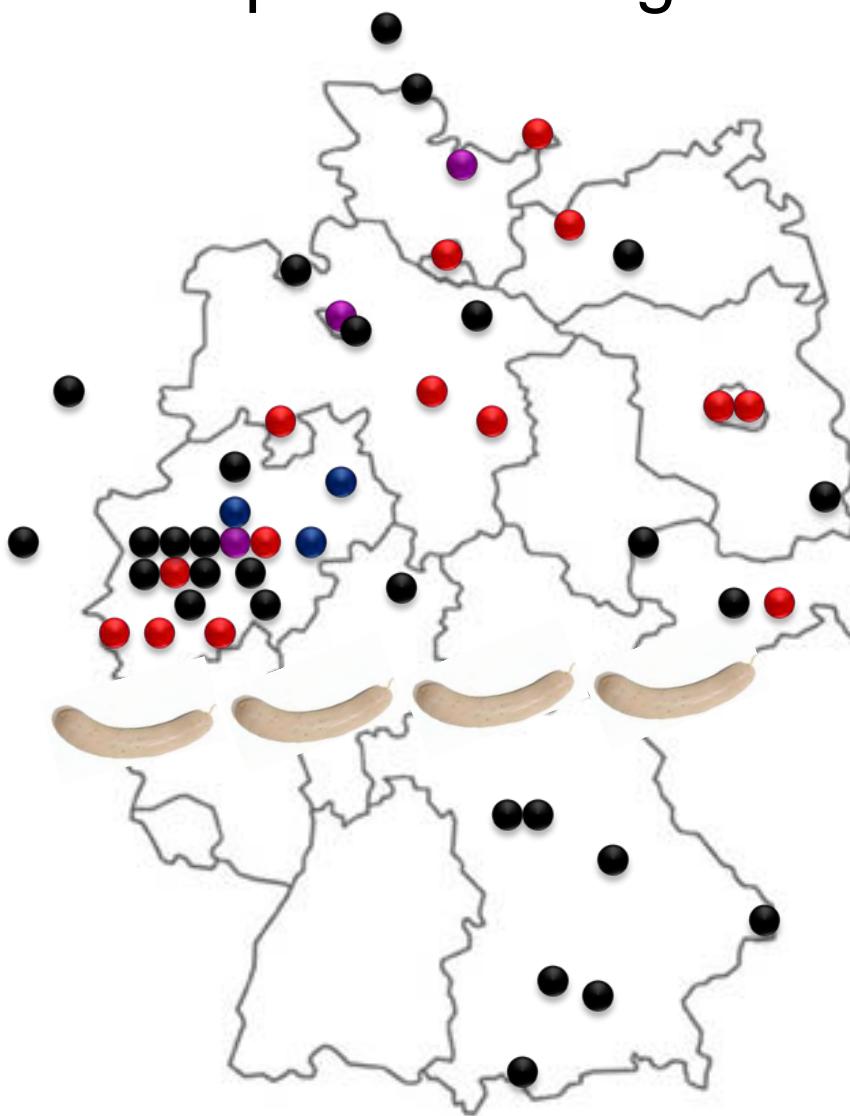
Top 3 Beispiele von Events

Top 4 Fallstudie WeinSommer und WeinMessen Rheinland-Pfalz

Top 5 Erfolgsmessung

Top 6 Trends bei Events

Weißwurst Äquator – es gibt ihn wirklich!



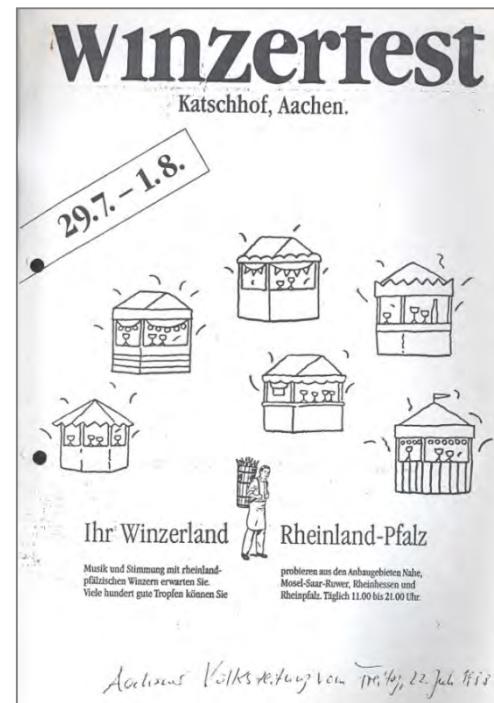
Entwicklung der Weinstände



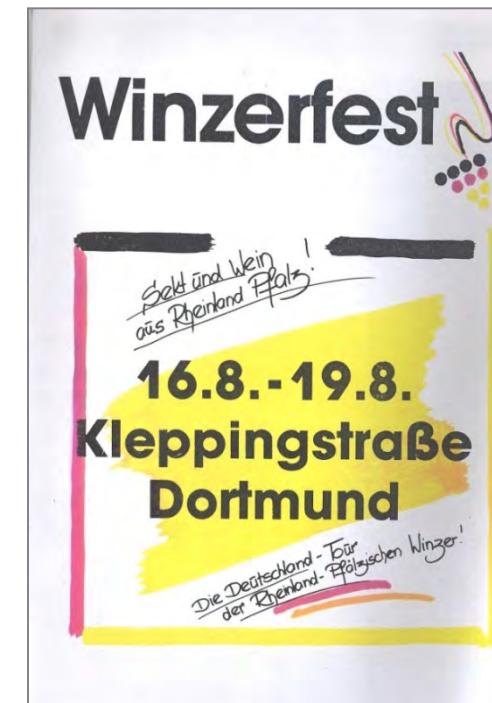
Werblicher Auftritt



ab 1984



ab 1990



ab 1996



Design Wechsel



Liebe Bürgerinnen und Bürger von Fehmarn,

gemeinsam mit den Winzern lade ich Sie zu einem rheinland-pfälzischen Winzerfest ein. Rund 400 Weine bringen unsere Winzer von der Ahr, dem Mittelrhein und Mosel-Saar-Ruwer, von der Nahe, aus Rheinhessen und der Pfalz mit, um Ihnen die Vielfalt unseres Weinangebotes vorzustellen. Natürlich wäre es schön, wenn Ihnen ein Wein so gut schmeckt, daß Sie ihn auch nach dem Winzerfest kaufen möchten. Doch vor allem möchten wir Ihnen Gelegenheit geben, in festlicher Stimmung zu probieren, was Ihnen Spaß macht und sich von Winzern direkt erzählen zu lassen, was Sie schon immer über Wein wissen wollten.

Ich wünsche Ihnen dabei viel Vergnügen.
Ihr

Hans-Arthur Bauckhage

Hans-Arthur Bauckhage
Minister für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau
Rheinland-Pfalz

Rahmenprogramm

Donnerstag, 20. Juli

17.00 Uhr
Offizielle Talk-Eröffnung mit dem Ministerialdirektoren des Wirtschaftsministeriums Rheinland-Pfalz Walter Strutz, dem Bürgermeister der Stadt Burg Klaus Tischkraemer und der Rheinhessischen Weinprinzessin Andrea Hassemer

17.00 - 22.00 Uhr
Musiknacht Unterbaum mit „Heike & Werner“

Freitag, 21. Juli

12.30, 12.45 u. 17.00 Uhr
Die Weinprinzessin interviewt WinzerInnen auf der Bühne

17.00 - 22.00 Uhr
Musik und Entertainment mit „Heike & Werner“

18.00 Uhr Treffpunkt vor der Bühne
Geführte Weinprobe mit der Weinprinzessin Andrea Hassemer

Samstag, 22. Juli

12.30 und 14.00 Uhr
Die Weinprinzessin interviewt WinzerInnen auf der Bühne

18.00 Uhr
Musik und Entertainment mit „KCBB“

Sonntag, 23. Juli

12.00 - 14.00 Uhr
Große Gratweinverkostung „Die Highlights im Sommer 2000“

12.00 - 15.00 Uhr
Jazz-Frühstückchen mit dem „Dixie Devil“

17.00 - 21.00 Uhr
Weinabendabend mit „Dr. Einst und die Reblaus“

1. Fehmaraner Winzerfest
Seit und Wein aus Rheinland-Pfalz

20. - 23.7. Marktplatz Burg

4 Tage auf Fehmarn

täglich von 11.00 - 24.00 Uhr
Donnerstag ab 14.00 Uhr

Eine Initiative des Landes Rheinland-Pfalz



Lieber Bürgerinnen und Bürger von Fehmarn, liebe Urlaubsgäste,

gemeinsam mit den Winzern darf ich Sie zum ersten WeinSommer Rheinland-Pfalz in Burg auf Fehmarn einladen. Die Winzer des Weinlandes Rheinland-Pfalz erzeugen über 70 Prozent der deutschen Weine. Bei WeinSommer haben Sie die einzigartige Gelegenheit, sich über unsere Weine und unser Weinland zu informieren. Über 400 Wein-Sorten und Spezialitäten bringen unsere Winzer Ihnen Weine an, die Ihnen die Vielfalt des Weinangebotes aus Rheinhessen, der Pfalz sowie von Mosel-Saar-Ruwer vorstellen.

Natürlich wäre es schön, wenn Ihnen ein Wein so gut schmeckt, daß Sie ihn auch nach dem Winzerfest kaufen möchten. Doch vor allem möchten wir Ihnen die Gelegenheit bieten, in festlicher Stimmung zu probieren, was Ihnen Spaß macht und sich von den Winzern erzählen zu lassen, was Sie schon immer über Wein wissen wollten.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen.
Ihr

Hans-Arthur Bauckhage

Hans-Arthur Bauckhage
Stellvertretender Ministerpräsident und
Minister für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

Programm

Donnerstag, 26. Juli

17.00 Uhr
Offizielle Talk-Eröffnung mit Ministerialdirektorin Rita Tischkraemer, Walter Strutz, Ministerialdirektor, Ministerpräsident für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz, und der Rheinhessischen Weinprinzessin Yvonne Kauff

17.30 - 21.30 Uhr
WeinSommer Opening mit Party-Power-Garantie mit "The Voyagers, feat. Gene Mighty Flea Commer"

Freitag, 27. Juli

Die Weinprinzessin interviewt WinzerInnen auf der Bühne

18.00 - 22.00 Uhr
Doo Wop, Rock 'n' Roll und Riesling präsentiert von der Gruppe "Jive-O-Matic"

20.00 - 22.00 Uhr
Open-Air Smokers Night

Samstag, 28. Juli

Die Weinprinzessin interviewt WinzerInnen auf der Bühne

18.00 - 22.00 Uhr
Mundart und Musik aus Rheinland-Pfalz mit der Band "Die Riesling Spatzen"

Sonntag, 29. Juli

12.00 - 14.00 Uhr
Große Gratweinverkostung „Wein-Highlights im Sommer 2001“

12.00 - 15.00 Uhr
Dixieland-Frühstückchen mit "The little old Winetrinkers"

17.00 - 21.00 Uhr
Musikalischer WeinSommerausklang mit dem Duo "Peggy & Marus"

WeinSommer Rheinland-Pfalz

26. - 29. 7. zu Gast auf Fehmarn „Marktplatz in Burg“

täglich von 11.00 - 24.00 Uhr
Donnerstag ab 16.00 Uhr



Eine Initiative des Landes Rheinland-Pfalz

STAATLICHE FACHHÄNGEN
Das Wasser zum Wein

www.weinsommer.de

Ahr
Mittelrhein
Mosel
Nahe
Pfalz
Rheinhessen

WeinSommer

[Rheinland-Pfalz]

Deutschlands Weinland Nr. 1

Themenverkostung

**Freitag
15-17 Uhr**

Leicht & Frisch – Terrassenweine für den Sommer

**Samstag
15 - 17 Uhr**

Riesling – der König der Weißweine

Teilnahmebeitrag 5,- EUR
(wird beim Kauf von 6 Flaschen einer
der ausgestellten Weine zurückerstattet)

www.weinsommer.de

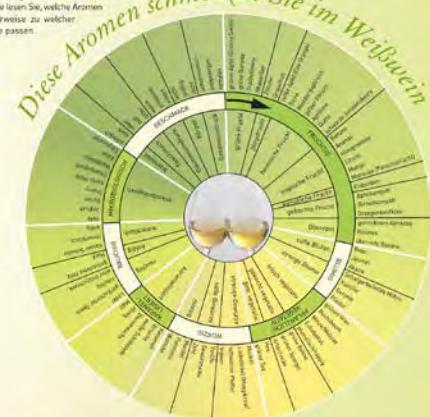
[Rheinland-Pfalz]
Deutschlands Weinland Nr. 1

WeinFeste | WeinPakete | WeinReisen
mitfeiern | bestellen | buchen



Aromen in roten Weinen
finden Sie unter

Jetzt vormerken
WeinSommer in Dresden, 9.-12.7.2015
www.weinsommer.de/dresden

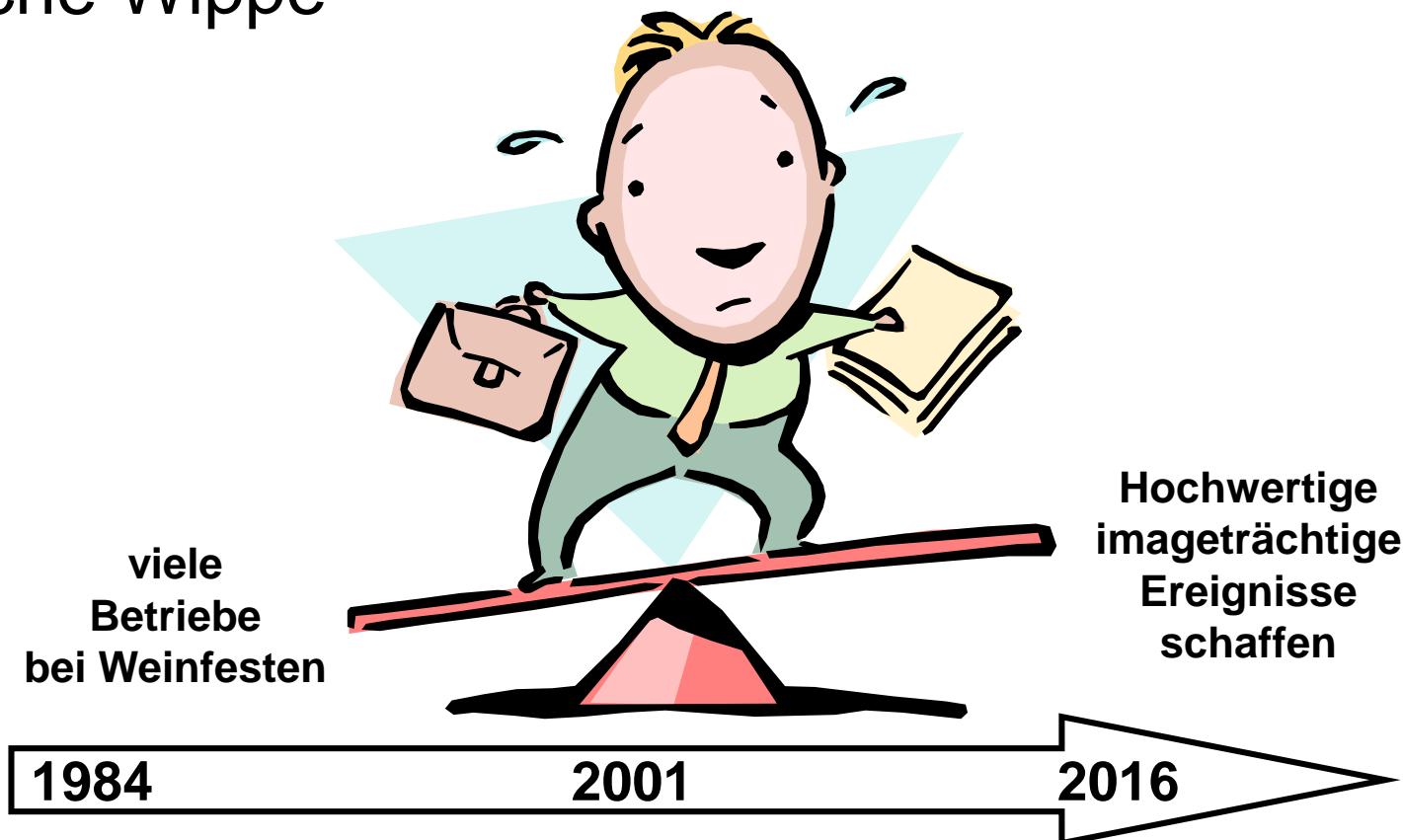


Aromen in roten Weinen
finden Sie unter

35



Strategische Wippe



Ziel: Qualitätsveranstaltungen
„Weingenuss und Lebensqualität vermitteln“

Qualitätsprüfung seit 2001 vor Ort



... zuletzt 2008

- **161** Betriebe wurden verkostet
- **kein** Betrieb war **qualitätsauffällig**
(2005:9; 2006:2; 2007:6)

→ Das war ein gutes Ergebnis!

Im Ausschank befanden sich **2.968 Produkte**, davon wurden **948 getestet**. Im Vorjahr waren es 880 Produkte, 2006 556. Die getesteten Weine wurden wie folgt bewertet:

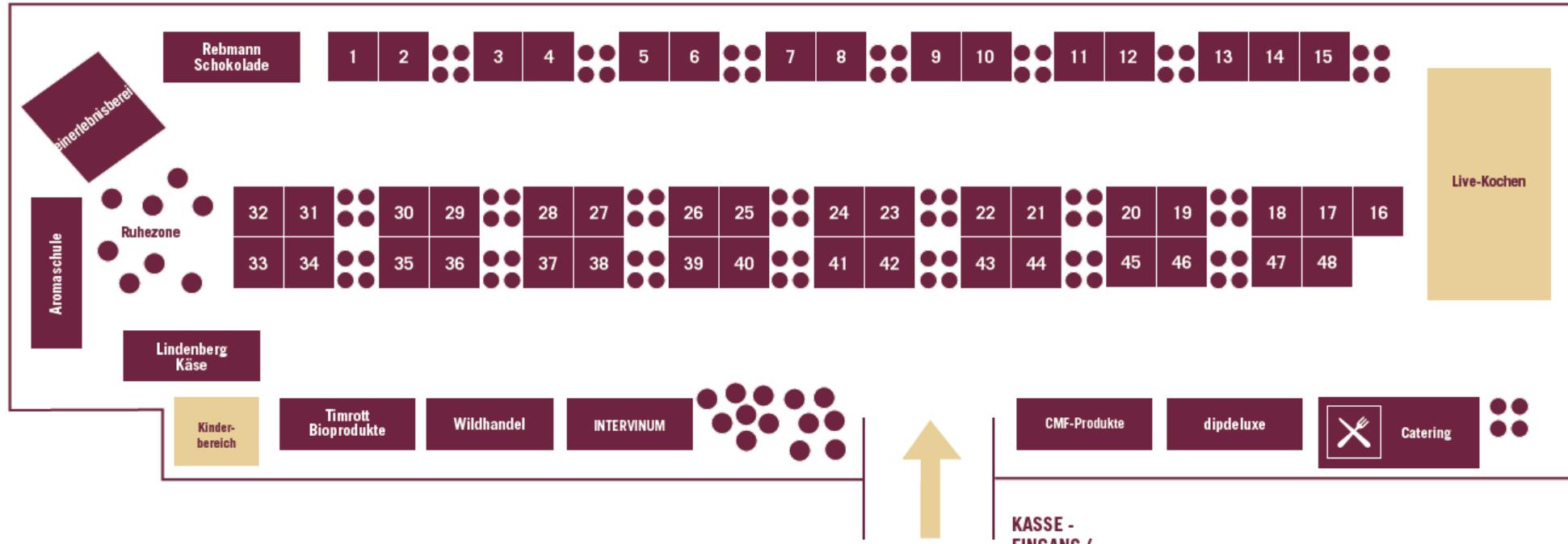
positiv ☺: **921 Weine = 97,1%** (2007: 93,9%; 2006: 98,0%;
2005: 92,0%)

negativ ☹: **27 Weine = 2,9%** (2007: 5,7%; 2006: 1,1%;
2005: 8,0%)

WeinSommer - Impressionen



JAHRHUNDERTHALLE BOCHUM



WeinMesse Impressionen



Weinträger



eTicketing

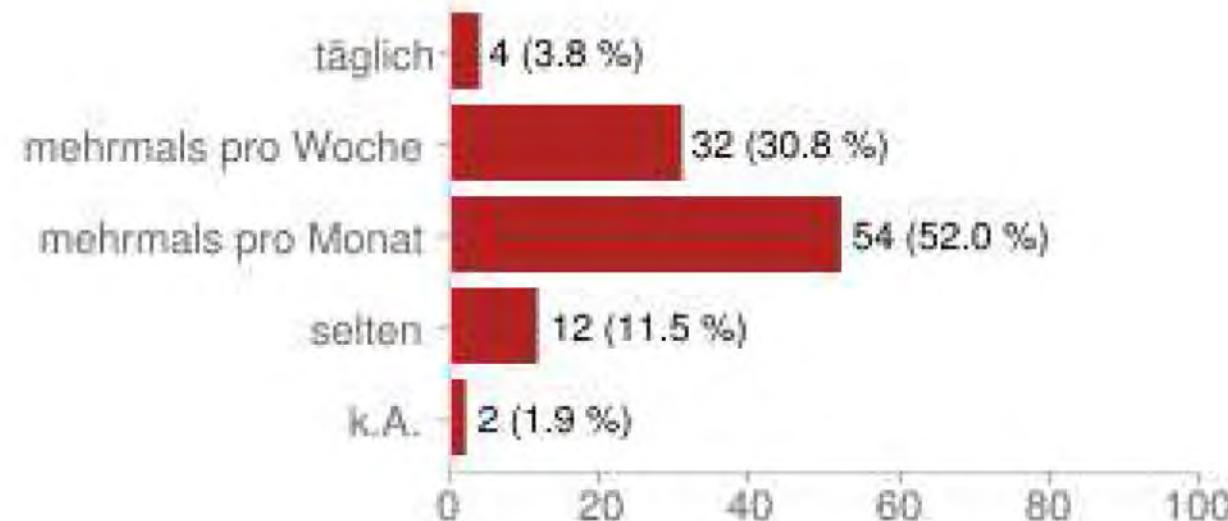


Befragungen



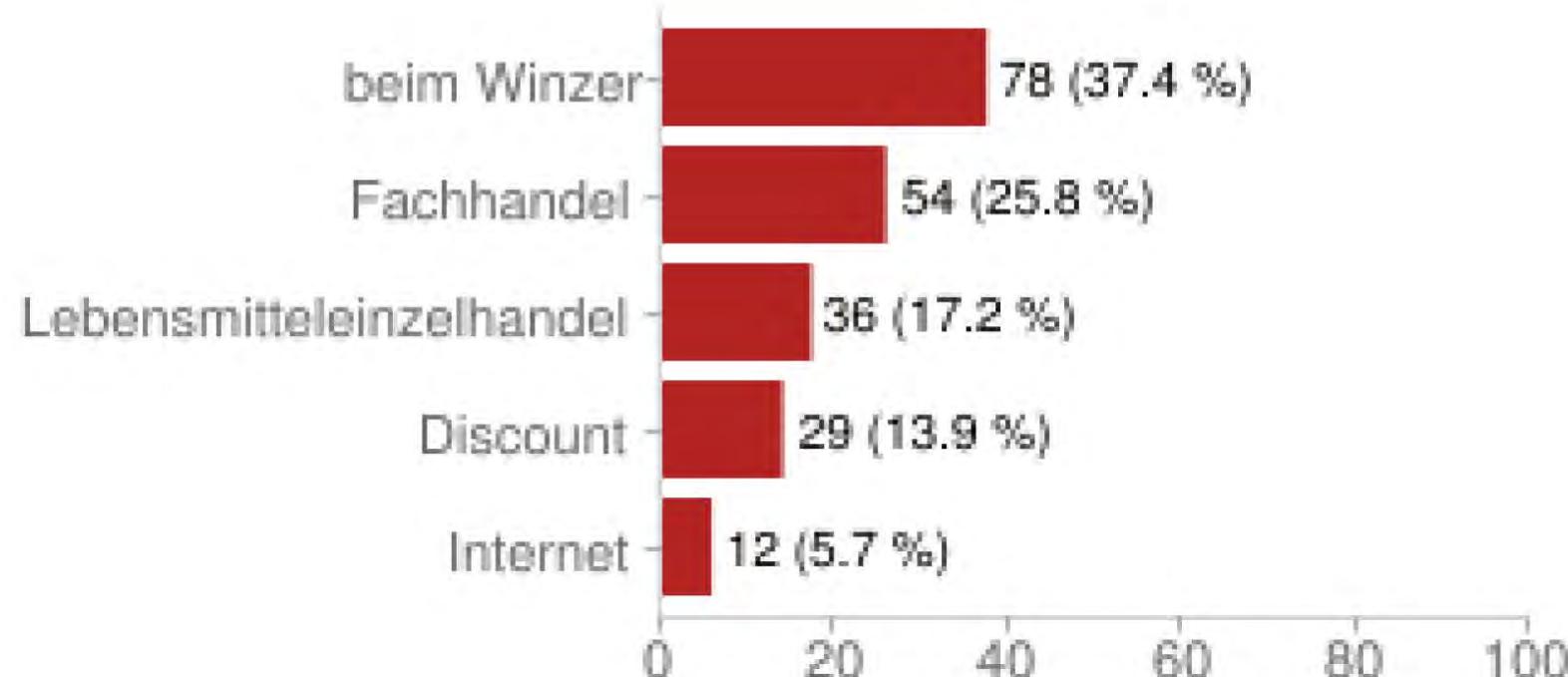
- Teilnehmer
- Besucher
- Umfeld
- MysteryChecks

Wie häufig trinken Sie Wein?

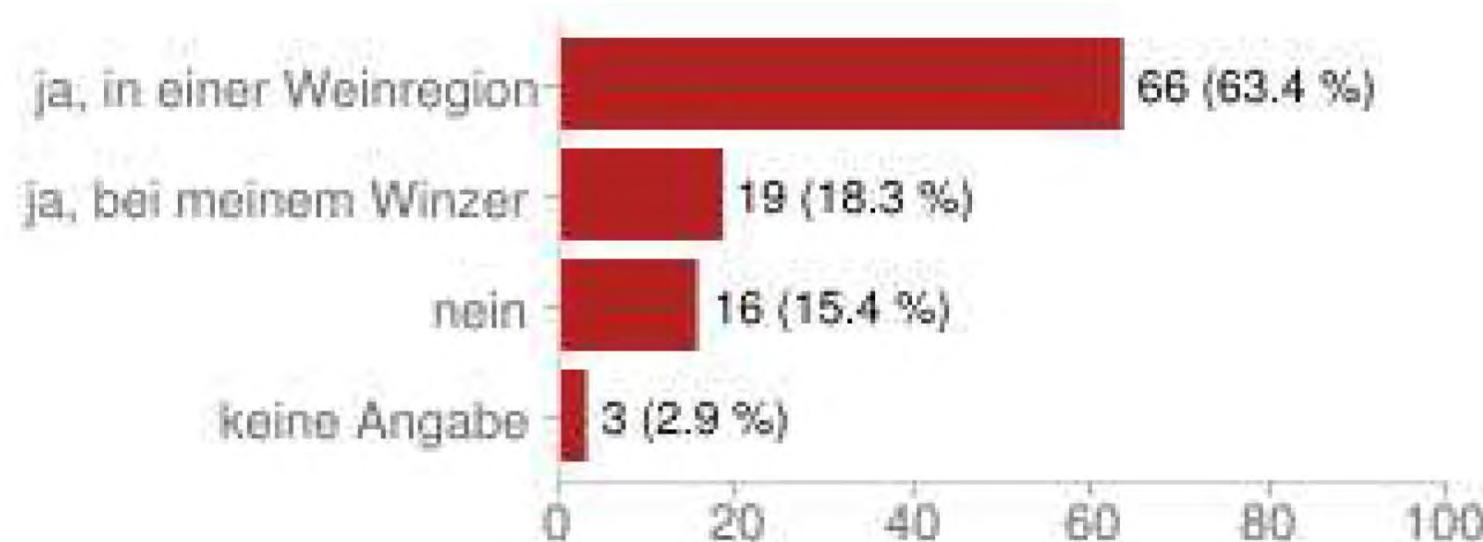


Mehrheit der Befragten sind weinaffin, jedoch keine Heavy User.

Wo kaufen Sie Ihren **Wein**?



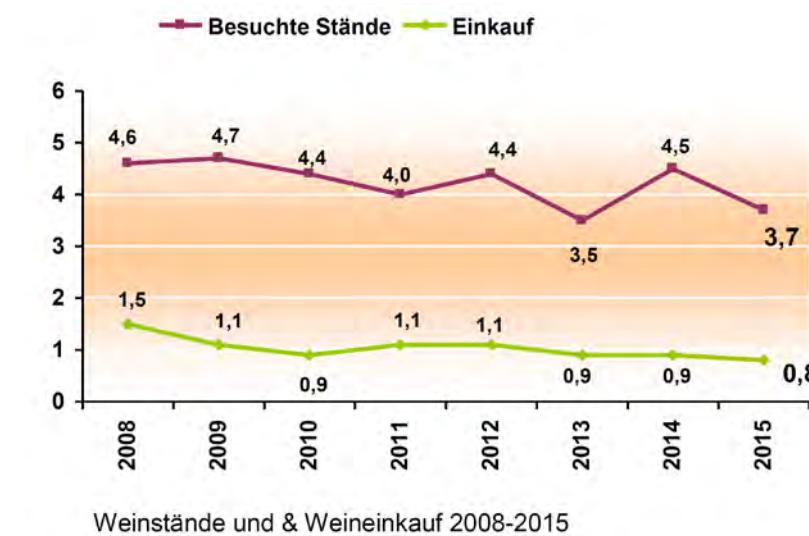
Waren Sie schon einmal in einer deutschen Weinregion?

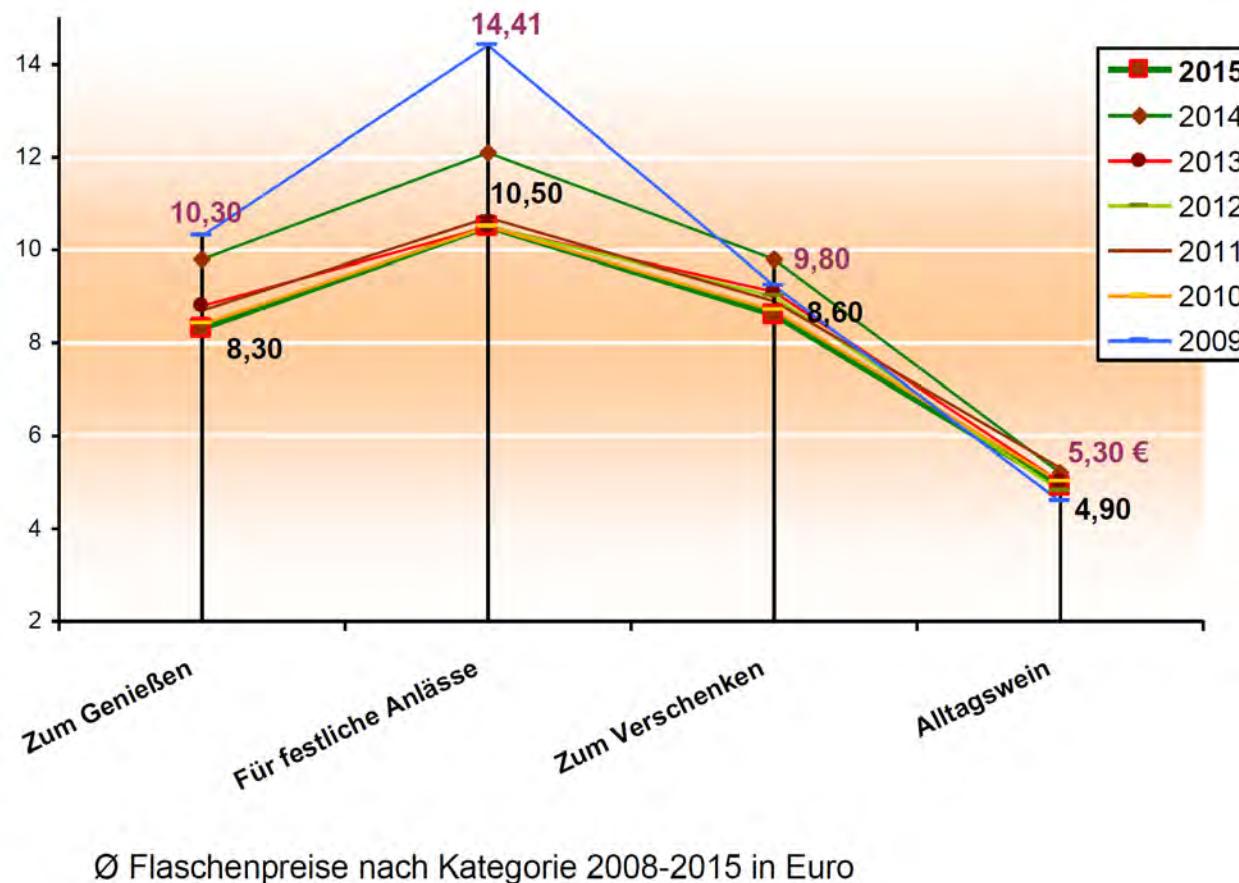


Einkaufshöhe



Einkaufsquote





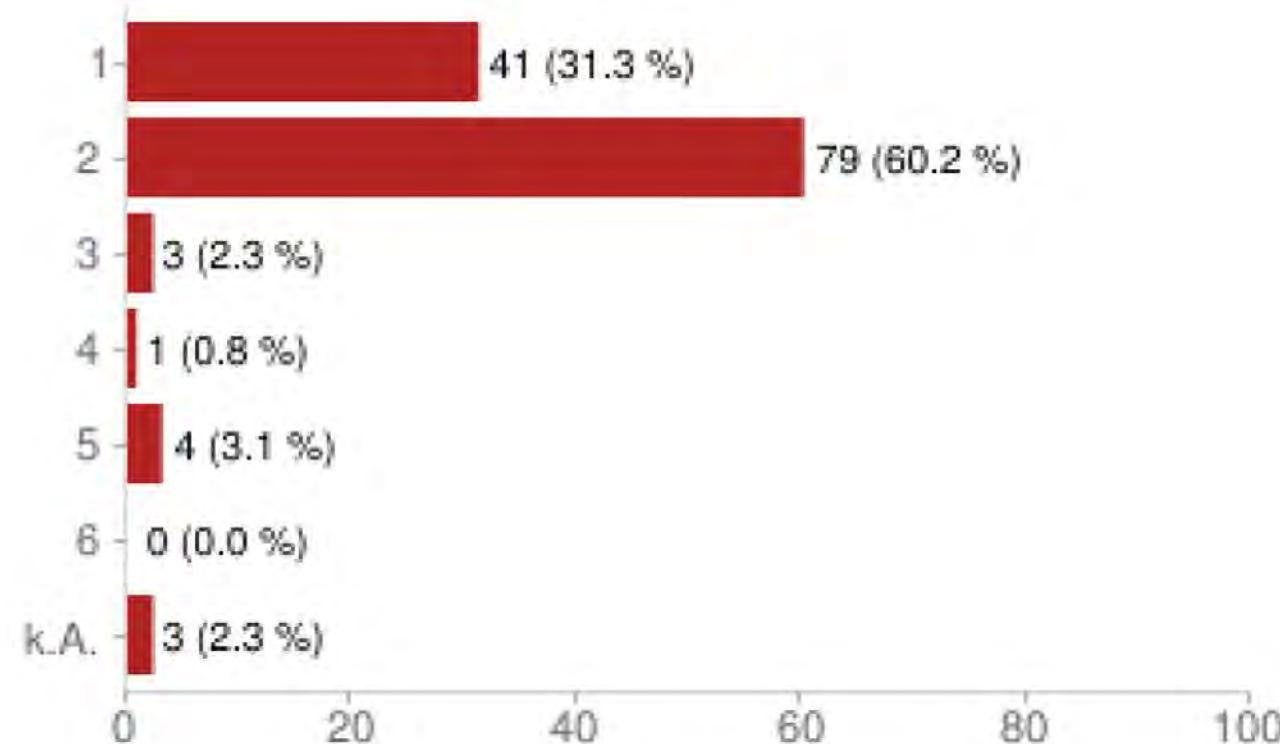
Kennzahlen **WeinSommer** Besucher 2015

- besuchen mehrere Weinfeste > **50%**
- kommen auf Einladung der Winzer **17%**
- bleiben länger als 4 Stunden **66%**
- kommen an mehreren Tagen > **50%**
- besuchen im Durchschnitt **3,7** Weinstände, gekauft wurde an einem.
- Besucher kaufen im Schnitt für **EUR 76,50**

Wie haben Sie von der **WeinMesse** erfahren?



Wie ist Ihr Gesamteindruck von der **WeinMesse**?



Kennzahlen WeinMessen 2015

- An wie vielen Ständen haben Sie Weine probiert: **8**
- Haben Sie auf der Messe eingekauft: **95% ja**
- An wie vielen Ständen haben Sie eingekauft: **3**
- Welchen Betrag haben Sie auf der Messe ausgegeben: **EUR 166,80**
- Sind Sie Sie Stammkunde bei einem Winzer: **25%**
- Sind Sie Sie Stammkunde bei mehreren Winzern: **57%**
- Wie zufrieden sind Sie mit der Betreuung: **66% sehr zufrieden**
- Durchschnittsalter: **49 Jahre**

Mystery - Checks durch Besucher

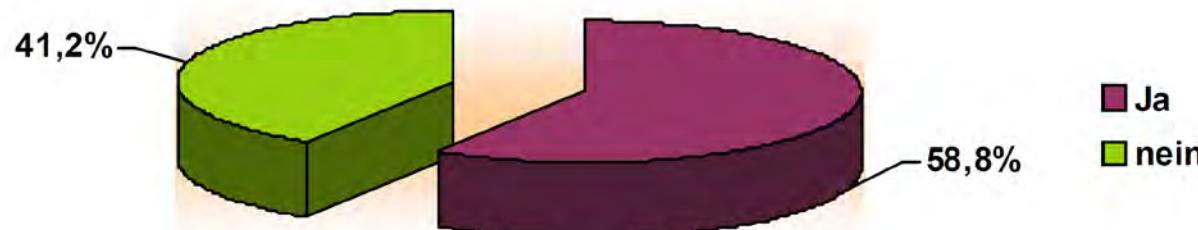


- In wechselnden Standorten werden von einem Testkäufer bei 4 Winzern für je EUR 100,- Wein eingekauft.
- Der Testkäufer beurteilt die Betriebe nach einem festgelegten Fragebogen.

20. Wurden Ihnen Informationen zum Weingut/Wein-Angebot angeboten?

Abs. und rel. Häufigkeit

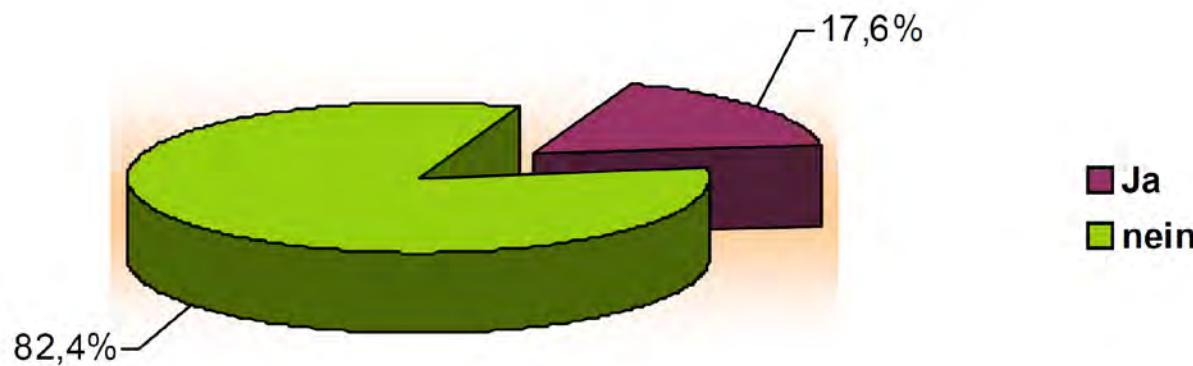
Zusatzinformationen	ja	nein	k.A.	Summe
Bochum	3	1	0	4
Bremen	5	4	0	9
Kiel	2	2	0	4
Summe	10	7	0	17
% insgesamt	58,8	41,2	0,0	100,0



21. Hat man Sie nach Ihren Kontaktdaten gefragt?

Abs. und rel. Häufigkeit

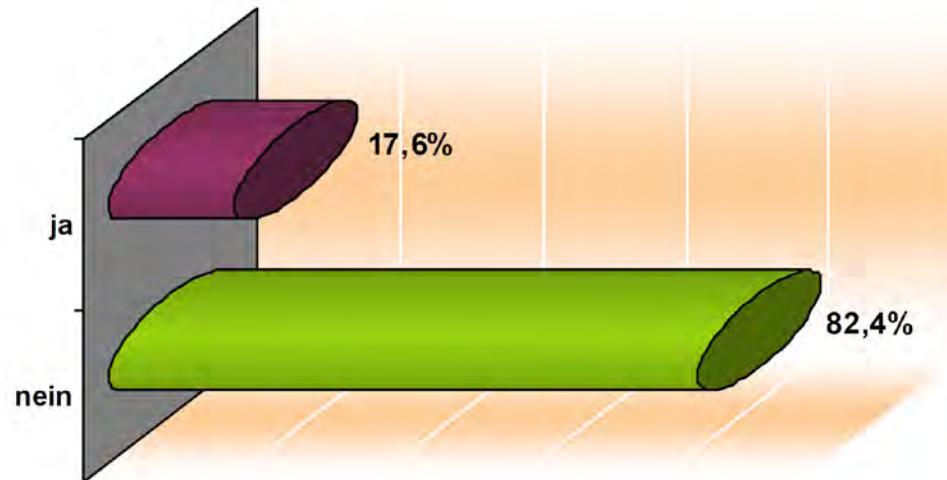
Kontaktdaten	ja	nein	k.A.	Summe
Bochum	0	4	0	4
Bremen	3	6	0	9
Kiel	0	4	0	4
Summe	3	14	0	17
% insgesamt	17,6	82,4	0,0	100,0



22. Wie war der Verbleib? Wurde Ihnen mitgeteilt, wie es im Kontakt weitergeht?

Abs. und rel. Häufigkeit

Kontaktplanung	ja	nein	k.A.	Summe
Bochum	0	4	0	4
Bremen	2	7	0	9
Kiel	1	3	0	4
Summe	3	14	0	17
% insgesamt	17,6	82,4	0,0	100,0



Homo vinophilus – der weintrinkende Mensch

TABELLE 4.2.1
Konsumhäufigkeit von
Wein nach Personen
und Konsummenge
(absolut und in %)

Konsum- intensität	Häufig- keit (Anzahl)	Häufig- keit (in %)	Repräsen- tativ für Personen (Anzahl)	Pro Kopf Konsum in l pro Jahr	Konsum der Segmente in l pro Jahr	Anteil der Konsum- menge (in %)
Mehrmals pro Woche	130	6,3%	3.957.638	122	482.831.877	36%
Einmal pro Woche	171	8,3%	5.217.585	65	339.143.007	26%
Zwei- bis dreimal pro Monat	280	13,5%	8.529.669	36	307.068.092	23%
Einmal pro Monat	190	9,2%	5.780.742	16	92.491.878	7%
Seltener als einmal pro Monat	478	23,1%	14.555.468	7,0	101.888.276	8%
Nie	819	39,6%	24.958.897	0	0	0%
Gesamt	2068	100%	63.000.000		1.323.423.130	100%

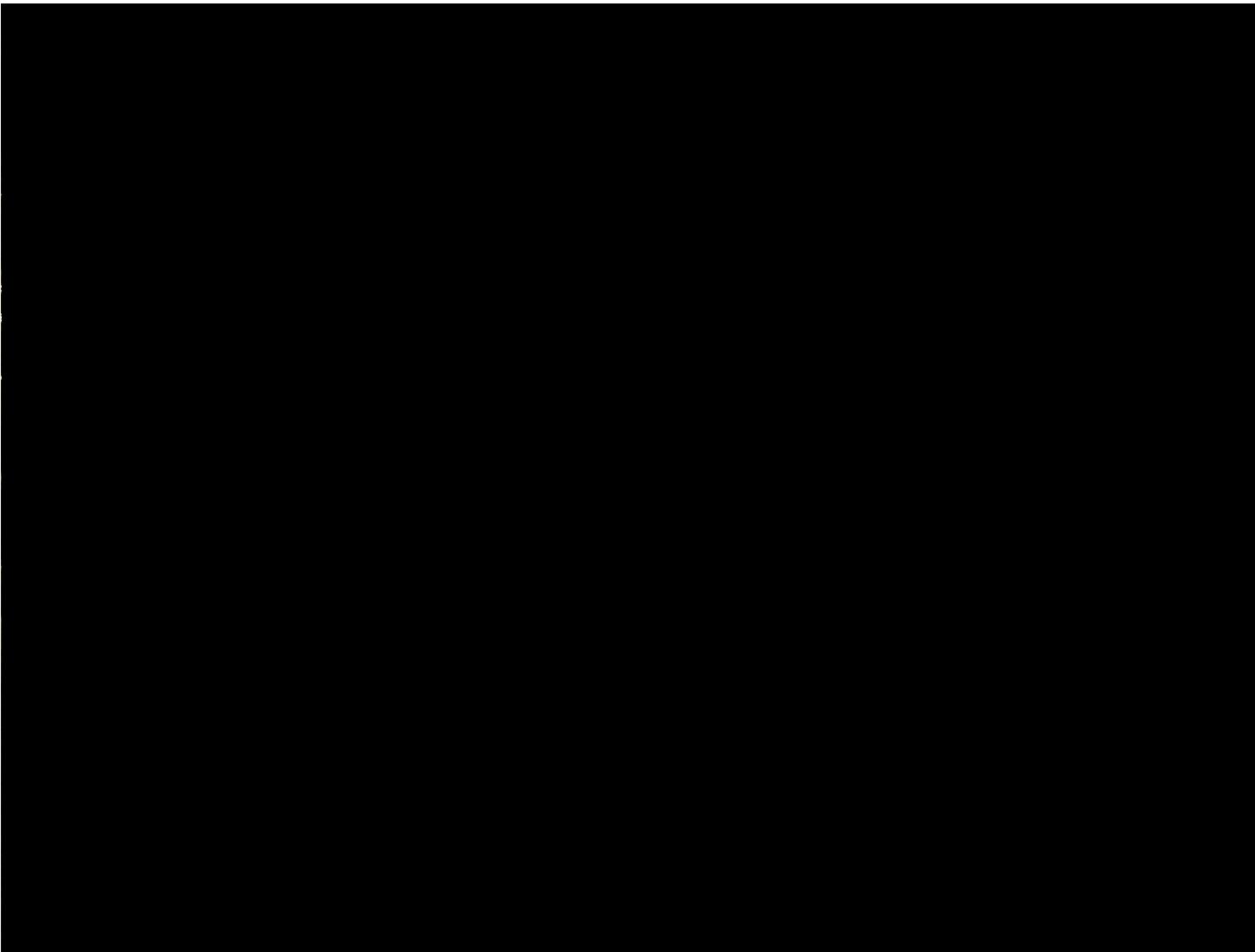
Quelle: Szolnoki/Hoffmann, Neue Weinkundensegmentierung, 2014

Menschen- vs. Produktorientierte Präsentation

25.61



EventMythos - Was man nicht planen kann!



EventMythos - Was man planen kann!



EventMythos - Was man planen kann!



Wie man für gute Stimmung sorgen kann!



Community aufbauen

- Touristische Führung
- Firmenführungen
- Gemeinsames Abendessen
- Kaffee und Kuchen
- Der Kasten „Flens“
- ...

Fragen, über die wir derzeit nachdenken!



- Wie können wir Besucherströme besser steuern?
- Wie erreichen wir eine bessere Darstellung der Betriebe online und bei der Messe?
- ◀ Wie können wir den Erlebniswert für Besucher steigern?
- Wie versetzen wir den Besucher in Kaufstimmung?
- Wann kippt die strategische Wippe offline zu online?
- Wie vermitteln wir Wine in Moderation den Konsumenten?
- ...

Agenda

Top 1 Marktüberblick

Top 2 Was sagen Weingüter?

Top 3 Beispiele von Events

Top 4 Fallstudie WeinSommer und WeinMessen Rheinland-Pfalz

Top 5 Erfolgsmessung

Top 6 Trends bei Events



Wie messe ich den Erfolg?

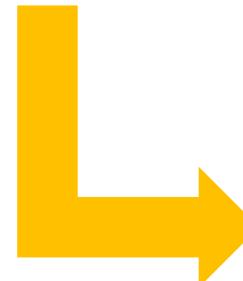
- Medien
 - ➔ Reichweite der Leser/Views/Klicks/Shares
 - ➔ Bild/Redaktion in mm
- Besucher
 - ➔ Anzahl der Besucher
 - ➔ Qualität der Besucher
 - ➔ Anzahl Gespräche zu Käufe
 - ➔ Umsatz pro Besucher
 - ➔ Anzahl der generierten Adressen
- Betriebswirtschaft
 - ➔ Umsatz – Kosten
 - ➔ Zeiteinsatz
 - ➔ Werbekosten pro Besucher
 - ➔ Kosten pro Besucher

Bei Events können Sie **Geld** verbrennen!



- Events rechnen sich erst nach 3-5 Jahren!
Umsatz vor Ort > Vollkosten
- Vollkosten betragen ca. EUR 3.000- 5.000
- Bei Events gewonnene Kunden rechnen sich
erst nach dem 2-4 Einkauf
(Regel: Kontaktkosten \times 5 = Break-even-Punkt)
- Doch: Was ist ein Kontakt wert?
 - Interessent
 - Erstkäufer
 - Stammkunde

Einnahmen		Hamburg	Hannover	Bielefeld
Thekenumsatz				
1. Tag	500,00 €	1.000,00 €	1.500,00 €	
2. Tag	750,00 €	1.000,00 €	1.500,00 €	
3. Tag	750,00 €	1.000,00 €	1.500,00 €	
4. Tag	500,00 €	1.000,00 €	1.500,00 €	
Zwischensumme Thekenumsatz	2.500,00 €	4.000,00 €	6.000,00 €	
Bestellungen				
1. Tag	250,00 €	500,00 €	100,00 €	
2. Tag	250,00 €	500,00 €	100,00 €	
3. Tag	250,00 €	500,00 €	100,00 €	
4. Tag	500,00 €	500,00 €	100,00 €	
Zwischensumme Bestellumsatz	1.250,00 €	2.000,00 €	400,00 €	
Gesamtumsatz	3.750,00 €	6.000,00 €	9.750,00 €	



Kosten

	Hamburg	Hannover	Bielefeld
Teilnahmebetrag	1.000,00 €	1.700,00 €	1.200,00 €
Anfahrtkosten	500,00 €	400,00 €	400,00 €
Hotel	500,00 €	500,00 €	500,00 €
Zusatzpersonal	260,00 €	260,00 €	260,00 €
Stand	400,00 €	400,00 €	400,00 €
Ausstattung, Gläser, Bewi	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Sonstige Kosten	100,00 €	100,00 €	100,00 €
Wareneinsatz	450,00 €	720,00 €	1.080,00 €
Teilnahmekosten	3.510,00 €	4.380,00 €	4.240,00 €

Erfolgsrechnung

Kontakte zu	Kontaktwerte in €	Personen	Hamburg
Interessenten	10,00 €	60	600,00 €
Erstkäufer	25,00 €	8	200,00 €
Stammkunden	25,00 €	20	500,00 €
		-	€
Werbemittelstreuung	1,00 €	100	100,00 €
Kontaktwert			1.400,00 €
Thekenumsatz			2.500,00 €
Bestellumsatz			1.250,00 €
Veranstaltungskosten			3.510,00 €
Veranstaltungserfolg			1.640,00 €



Kommunikationsstrategie beim Event

Was will der **Betrieb** auf den Besucher übertragen?

- Name
- Besonderheit (USP)
- Merk-würdiges (!)
- Vorteil für Kunden
- Nächster Kontakt
- ...

Was will der Betrieb vom **Besucher** erfahren?

- Name
- Herkunft
- WeinVita
- Kaufmotive
- Kontaktvorliebe
- ...

Agenda

Top 1 Marktüberblick

Top 2 Was sagen Weingüter?

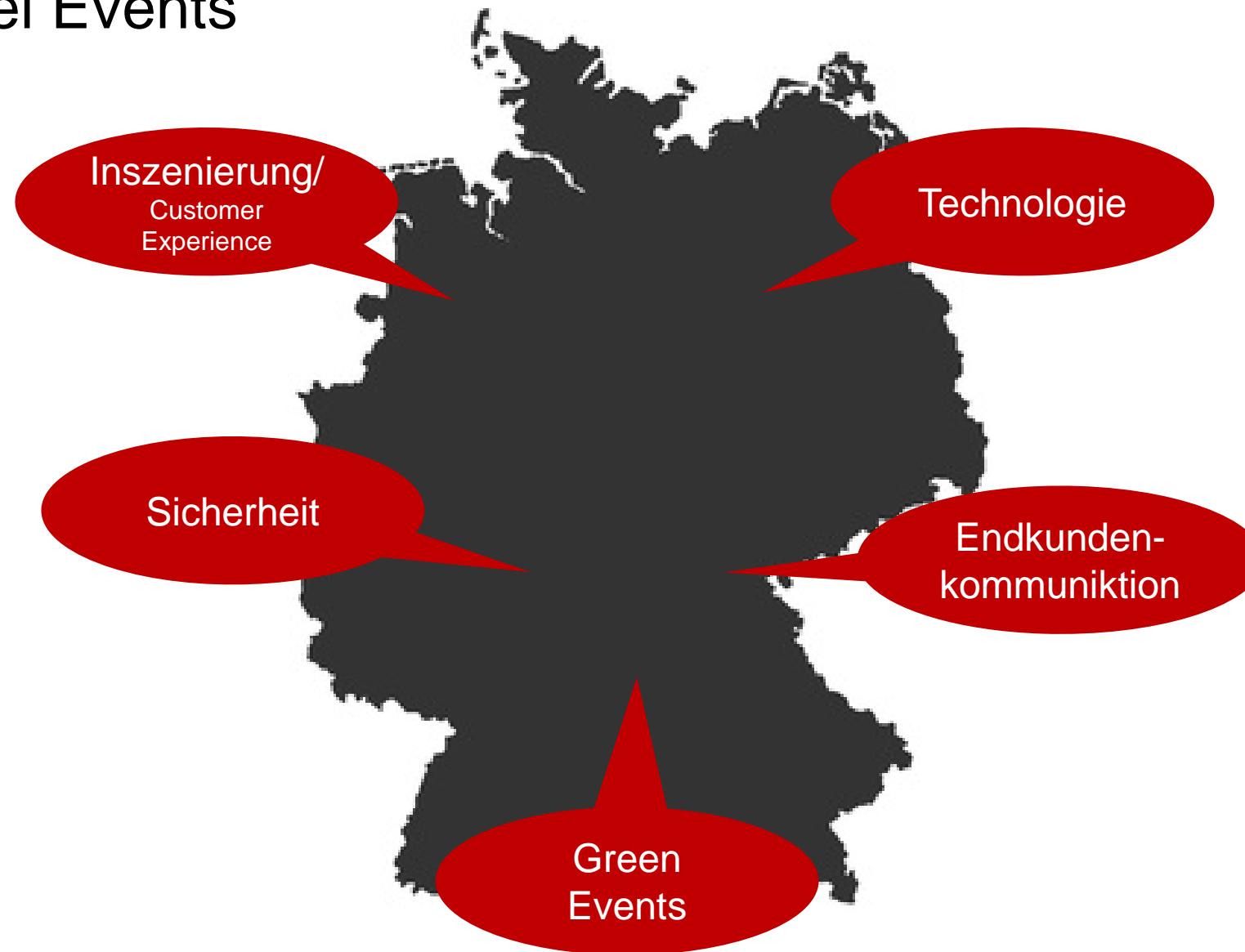
Top 3 Beispiele von Events

Top 4 Fallstudie WeinSommer und WeinMessen Rheinland-Pfalz

Top 5 Erfolgsmessung

Top 6 Trends bei Events

Trends bei Events



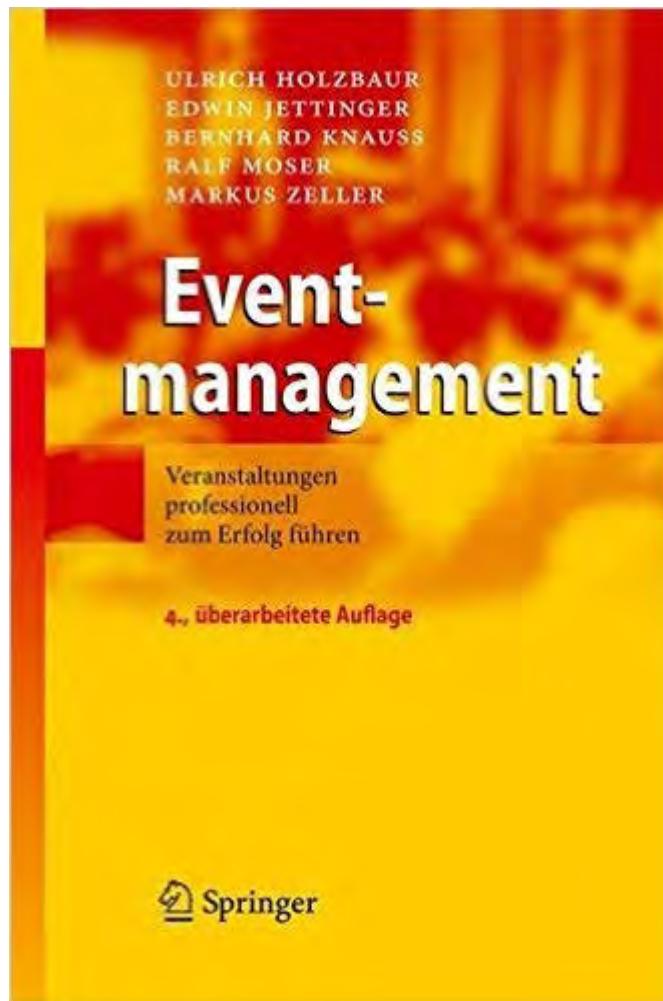
WeinEvents – Kunden auf dem Silbertablett?



Ja, aber ...

- Eventkunden sind teuer und setzen einen ROI über einen langen **Kundenlebenszyklus** voraus!

... für weitere Informationen



... oder kontaktieren Sie mich:
06132 509500
berger@dasteam.de

Vielen Dank
für Ihre **Aufmerksamkeit!**

Bildquellen

- www.zellertal-open.de
- Bildarchiv das Team Agentur für Marketing GmbH
- Fotolia
- Webseiten der Veranstaltungen WineVibes, Wine4Sense,
- ...