

A blurred background image showing several people sitting at a desk, working on laptops. The focus is on a woman in the foreground who is looking at a laptop screen. A wine glass filled with white wine is in the foreground, partially obscuring the laptop keyboard.

**Wein-**

# **betriebswirtschaft**

**1. Heilbronner**

**Weinmarketingtag 12.05.2006**

Die stetigen Veränderungen und die Globalisierung des Weinmarktes stellen die Unternehmen der Weinwirtschaft vor große Herausforderungen. Um diesen Herausforderungen mit Erfolg zu begegnen, bedarf es klarer Analysen und der richtigen Strategien. Damit beschäftigt sich am 12. Mai 2006 der 1. Weinmarketingtag des Studienganges Weinbetriebswirtschaft.

Mit besten Grüßen aus Heilbronn,

Prof. Dr.  
Ruth Fleuchaus  
und die Studenten der  
Weinbetriebswirtschaft



## DER MARKETINGTAG

Am 12. Mai 2006 lädt der Studiengang Weinbetriebswirtschaft zum 1. Heilbronner Weinmarketingtag an die Hochschule Heilbronn, an dem hochkarätige Referenten aus Praxis und Forschung Vorträge zu verschiedenen Themen des Weinmarketing halten werden. Als Teilnehmer erwarten wir Entscheidungsträger aus Unternehmen der Weinwirtschaft.

## DIE HOCHSCHULE

Die Hochschule Heilbronn ist mit mehr als 5000 Studenten eine der größten Baden-Württembergs. Im steten Austausch mit den wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Akteuren bauen wir unsere Kompetenzen in Technik, Wirtschaftswissenschaften und Informatik aus. So bieten wir hoch attraktive Studiengänge an, die sich mit ihren differenzierten Abschlüssen an den Bedürfnissen des Marktes orientieren.

## DER STUDIENGANG

Im Studiengang der Weinbetriebswirtschaft bilden wir Fachleute und Führungskräfte insbesondere für die Weinwirtschaft aus. Weinbau und Oenologie, insbesondere aber Marketing und Betriebswirtschaftslehre sind die Säulen des Studiums. Die stetige Veränderung der Märkte und die Globalisierung konfrontieren auch die Weinwirtschaft mit großen Herausforderungen.

Unsere Studentinnen und Studenten lernen deshalb durch fundiertes Wissen auch die großen Chancen zu nutzen, die jeder Wandel in sich birgt. Wir gestalten den Studiengang der Weinbetriebswirtschaft als „Praxis-Kompetenz-Studium“. Deshalb sammeln unsere Studentinnen und Studenten Erfahrungen aus der Praxis nicht nur im praktischen Studiensemester. Vielmehr wird das in Vorlesungen und Seminaren erworbene Wissen in vielen Kooperationsprojekten mit Partnern aus der Wirtschaft umgesetzt. So nutzen Unternehmen das Know-How der Hochschule zur Lösung betrieblicher Probleme mittels Seminar- oder Diplomarbeiten.

## DAS PROGRAMM

9.00	<b>Begrüßung und Einführung</b> <i>Rektor Prof. Dr. Gerhard Peter und Prof. Dr. Ruth Fleuchaus</i>
9.30	<b>“Kommunikation von Wein – wie sag ich’s meinen Kunden?”</b> <i>Dr. Ulrich Lachmann</i>
10.45	<b>Kaffeepause</b>
11.15	<b>“Herausforderungen in der Weinmarkenführung: Von Identitätskrisen, unerreichbaren Zielgruppen, Kommunikationsquerschlägern und enttäuschten Kunden”</b> <i>Prof. Dr. Ulrich R. Orth</i>
12.15	<b>“Deutsche Traditionsdenke – Chance oder Ballast für modernes Marketing”</b> <i>Dr. Rowald Hepp</i>
13.00	<b>Mittagspause</b>
14.00	<b>“Internationalisierung: Strategien und Möglichkeiten für Unternehmen der Weinwirtschaft”</b> <i>Prof. Dr. Rainer Schnauffer</i>
14.45	<b>“Blue Fish – das Erfolgsmodell einer deutschen Genossenschaft”</b> <i>Dr. Bernd Kost</i>
15.30	<b>Kaffeepause</b>
16.00	<b>“Ein Österreicher auf der Überholspur”</b> <i>Leo Hillinger</i>
17.00	<b>Get Together</b>

## DIE REFERENTEN



### **DR. ULRICH LACHMANN**

Dr. Ulrich Lachmann leitete viele Jahre die Marktforschung bei Philips Deutschland. Seit 1991 ist er als selbständiger Werbeberater tätig. Dr. Lachmann lehrt als Dozent an Hochschulen und privaten Akademien. Sein Thema ist die Wahrnehmung von Werbung und Konsequenzen für die Gestaltung. Er berät Unternehmen und Agenturen in Fragen der Werbegestaltung und Forschung.



### **PROF. DR. ULRICH R. ORTH**

Prof. Dr. Ulrich R. Orth studierte und promovierte an der Technischen Universität München, Weihenstephan. Seit 2001 ist er Professor an der Oregon State University im Bereich Agribusiness und Food-Marketing. Sein umfangreiches Repertoire reicht von Internationalem Marketing über Verbraucherverhalten und Werbung bis hin zu speziellen Themen des Weinmarketing. Zu diesen Themen berät er Ministerien, Verbände und Unternehmen, wie beispielweise E&J Gallo.



### **DR. ROWALD HEPP**

Dr. Rowald Hepp, Geisenheimer und promovierter Oenologe, erarbeitete sich seinen ausgezeichneten Ruf in der Weinbranche als Geschäftsführer der Hessischen Staatsweingüter und des Staatlichen Hofkellers in Würzburg. Seit 1999 ist er als Weingutsdirektor auf Schloss Vollrads im Rheingau tätig und führte das Traditionsweingut, das zu den 100 besten der Welt gezählt wird, zu neuen Höhen. Vom Gault Millau wurde er im Jahr 2001 zum "Gutsverwalter des Jahres" gewählt.



### **PROF. DR. RAINER SCHNAUFFER**

Prof. Dr. Rainer Schnauffer ist Inhaber des Lehrstuhls für Konsum- und Investitionsgütermarketing an der Hochschule Heilbronn. Davor war er Professor für Internationales Management in Hamburg und geschäftsführender Gesellschafter eines Beratungsunternehmens. Prof. Schnauffer berät namhafte Unternehmen insbesondere in Hinblick auf die Internationalisierung ihrer Märkte.



### **DR. BERND KOST**

Dr. Bernd Kost ist studierter Oenologe und promovierte am Geisenheimer Institut für Betriebswirtschaft und Marktforschung in Zusammenarbeit mit der Universität Göttingen. Nach seiner Tätigkeit als Marketing- und Produktmanager bei Mack und Schühle leitet Dr. Kost seit Dezember 2002 die Niederkirchener Weinhändler e.G. als geschäftsführender Vorstand, die er erfolgreich auf dem amerikanischen Markt platzierte.



### **LEO HILLINGER**

Leo Hillinger übernahm 1990 das elterliche Weingut und machte den Betrieb innerhalb weniger Jahre zu einem der Top-Weinbaubetriebe in Österreich. Mit innovativem Marketing verschaffte sich der österreichische ‚Rotweinwinzer des Jahres 2005‘ nicht nur seinen Ruf als „lautester Winzer des Landes“ und „marketingbetonter Ideensprudler“, sondern hat eine unglaubliche Erfolgsgeschichte – national und international – geschrieben.

## PROJEKTE

An dieser Stelle finden Sie einen kleinen Ausschnitt dessen, was wir tun. Im Sommersemester 2005 nahm sich eine Gruppe von zwanzig Studentinnen und Studenten unter Leitung von Prof. Dr. Ruth Fleuchaus der Themen Hochschulmarketing und Öffentlichkeits-

arbeit an. Viele der unten beschriebenen Projekte wurden dort geboren. Im Wintersemester 2005/2006 setzte eine zweite Gruppe diese Arbeit unter anderem mit der Organisation des Weinmarketingtages fort.



### HOCHSCHULWEIN

„perspektive wein“ heißt ein Projekt, das als Ergebnis einer Diplomarbeit in Kooperation mit dem Staatsweingut Weinsberg und der Hochschule Heilbronn entstanden ist. Vom Verkaufserlös jeder Flasche geht je ein Euro als Spende an die Kindertagesstätte der Hochschule. Das Etikett wurde von Barbara Klein aus Stuttgart gestaltet: die erfolgreiche Künstlerin unterstützt mit Ihrer Arbeit die Kindertagesstätte Kraki und das Projekt „perspektive wein“. Fortan wird jedes Frühjahr ein Weißwein und in jedem Winter ein Rotwein als Hochschulwein erscheinen

### PROVINO E.V.

ProVino e.V. ist der Zusammenschluss der aktiven Studentinnen und Studenten des Studienganges Weinbetriebswirtschaft. Sein Ziel ist es, die Bekanntheit des Studienganges zu fördern. Deshalb pflegt ProVino Kontakte zu Unternehmen und Institutionen der Weinwirtschaft im In- und Ausland. Highlight der Aktivitäten von ProVino ist das jährliche Weinforum an der Hochschule, das weit über die Region hinaus einen ausgezeichneten Ruf genießt. Inzwischen werden beim Weinforum 200 Weine aus der ganzen Welt von 1000 Besuchern verkostet.

### ÜBUNGSFIRMA WBWEIN E.G.

Im Dezember 2005 wurde die eingetragene Genossenschaft „WBWein e.G“ gegründet. Über diese Firma werden künftig alle Projekte des Studiengangs abgewickelt. Die Firma wird von den Studentinnen und Studenten verantwortlich geführt – so haben sie schon während des Studiums die Möglichkeit, sich in Unternehmensführung, Projektmanagement und Rechnungswesen zu üben.

### MARKETINGSTRATEGIEN

Ihre Marketingkompetenz beweisen die Studentinnen und Studenten auch in Semesterprojekten mit Betrieben der Weinwirtschaft. So wird im Wintersemester 2005/2006 ein umfangreiches Marketingkonzept für einen selbstvermarktenden Winzer entwickelt. Dieses Konzept beinhaltet eine Unternehmensanalyse, die Strategieentwicklung sowie die Ausgestaltung des Marketing in den Bereichen Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik.

### MARKTFORSCHUNG

Im Rahmen der Marktforschungsvorlesung entwerfen Studenten das Untersuchungsdesign für bestimmte Fragestellungen für Unternehmen und Verbände. Dabei bestimmen sie die Methodik, führen Erhebungen durch und werten die gewonnenen Ergebnisse aus und interpretieren diese. Ebenso führen die Studenten im Rahmen der Grundlagenforschung Befragungen wie auch Produkt- und Konzepttests zu Produktneueinführungen durch.

## Kontakt

Hochschule Heilbronn  
Prof. Dr. Ruth Fleuchaus  
*Max-Planck-Str. 39*  
*74081 Heilbronn*

*ruth.fleuchaus@hs-heilbronn.de*

*07131 / 504 310*

*0177 / 201 35 77*