



# 2. Heilbronner Weinmarketingtag

11. Mai 2007  
Hochschule Heilbronn

## VERANSTALTUNGSHINWEISE

- Tagungsort:** Aula der Hochschule Heilbronn  
Max-Planck-Str. 39  
74081 Heilbronn
- Teilnahmegebühr:** 100,- €  
(Enthalten sind Mittagsbuffet und Getränke)
- Fachausstellung:** Im Foyer der Hochschule findet eine begleitende Fachausstellung zu Themen des Weinmarketing statt.
- Anmeldung:** Erfolgt durch das beiliegende Formular oder online über unsere Website. "www.weinmarketingtag-heilbronn.de" Anmeldeschluß: 30.04.2007 Sie erhalten von uns eine Anmeldebestätigung per E-Mail, die auch als Rechnung verwendet werden kann.  
perspektive wein e.G.  
Verwendungszweck: "Weinmarketingtag 2007" bitte unter Angabe Ihres Namens.  
Volksbank Flein-Talheim e.G.  
BLZ: 620 626 43  
Kto: 452 050 00
- Anfahrt:** Von der A6 am Kreuz Weinsberg auf die A81 Richtung Stuttgart wechseln, danach die Abfahrt Untergruppenbach Richtung Heilbronn. An der ersten Ampel nach Ortseingang links, danach ist die Hochschule ausgeschildert
- Kontakt:** perspektive wein e.G.  
Max-Planck-Straße 39  
74081 Heilbronn  
Telefon: 07131 504310  
perspektive@weinbetriebswirtschaft.de
- Das Tagungsbüro ist ab 8.00 Uhr geöffnet.

Weitere Informationen auf  
[www.weinmarketingtag-heilbronn.de](http://www.weinmarketingtag-heilbronn.de)

## REFERENTEN



**Felix Christen,** Oenologe Wädenswil und MBA Uni St. Gallen, hat mehr als 20 Jahre internationale Erfahrung im Einkauf und Verkauf bei führenden Weinhändlern in Deutschland und der Schweiz und war zuletzt als Einkaufsleiter der Hawesko GmbH tätig. Seit 2007 berät er führende Händler und Produzenten im Genussbereich zu Themen des Weinmarketing. Zu seinen Kunden gehören bekannte Namen in der Schweiz, Deutschland und in Übersee. Felix Christen spricht über die Rolle der Importeure und des Fachhandels, sowie über die Zukunft des Online- und Versandhandels.



**Dr. Marcus Mattis,** war ehrenamtlich an der Neuentwicklung des Modells „Weinmanufaktur Untertürkheim“ beteiligt. Er ist dort Vorsitzender des Beirates. Nach Geschäftsführungs- und Vorstandstätigkeiten betreibt er eine Consultingfirma, die sich mit den Aufgabefeldern Vertrieb, Marketing, Produktentwicklung und Produktmanagement, Portfoliomanagement, Mergers & Acquisition, sowie Umstrukturierung und Reorganisation befasst. Sein Arbeits-Schwerpunkt liegt nicht in der Weinbranche, sondern bei Energie, Wasser, Abwasser, Entsorgung und Infrastruktur. Damit bringt er andere Sichtweisen und Strategien mit ein.

Wir bedanken uns für die freundliche Unterstützung



Ein Unternehmen der LBBW-Gruppe



Bitte  
ausreichend  
frankieren

Absender:

E-Mail:

An:

perspektive wein e.G.

Max-Planck-Straße 39

74081 Heilbronn

## 2. HEILBRONNER WEINMARKETINGTAG

„Wo mit Wein gehandelt wird“



„Handeln mit Wein“- klingt einfach, ist aber hoch komplex. Denn neben den Vorstellungen der Produzenten und den Erwartungen der Kunden spielen die Anforderungen der Händler eine zentrale Rolle. Am „Point of Sale“ (POS) treffen unterschiedliche Interessen aufeinander, die alle befriedigt sein wollen. Wer diesen Prozess versteht, kann sich und seine Produkte besser positionieren. Wer dies beherrscht ist am Markt erfolgreich.

Um die Zusammenhänge an verschiedenen Orten des Weinhandels geht es beim 2. Heilbronner Weinmarketingtag, zu dem Sie der Studiengang Weinbetriebswirtschaft der Hochschule Heilbronn herzlich einlädt. Experten berichten und diskutieren mit Ihnen über Konzepte und Erfahrungen aus der Praxis. Davon können auch Sie und Ihr Unternehmen profitieren, denn die richtige Positionierung am POS ist der Schlüssel zum Erfolg, gerade in der Weinwirtschaft.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme am 2. Heilbronner Weinmarketingtag.

Prof. Dr. Ruth Fleuchaus

und die Studenten der Weinbetriebswirtschaft

## PROGRAMM

- 8.00** **Öffnung des Tagungsbüros und Anmeldung**  
Empfang der Teilnehmer
- 9.00** **Begrüßung und Einführung**  
Rektor Prof. Dr. Gerhard Peter und Prof. Dr. Ruth Fleuchaus
- 9.30** **„Beim Handel landen – aber wie?“**  
**Anforderungen des Handels an die Weinwirtschaft**  
Ludwig Wengenmayr
- 10.30** **Kaffeepause**
- 11.15** **„Auf den Handel abgestimmt!“**  
**Distributions- und Produktpolitik aus Erzeugersicht**  
Werner Kirchhoff
- 12.15** **„Welche Rolle spielt der Konsument?“**  
**Ausrichtung des Markenportfolios und des POS-Auftritts am Kaufverhalten**  
Fridolin Frost & Felix Regehr
- 13.15** **Mittagspause**
- 14.30** **„Der Weg vom Produzenten zum Kunden“**  
**Die Zukunft von Importeuren, Fach-, Online- und Versandhandel**  
Felix Christen
- 15.30** **„Strategische Positionierung“**  
**Ein Erfolgskonzept auch für kleine und mittelständische Unternehmen der Weinwirtschaft**  
Dr. Marcus Mattis
- 16.30** **Podiumsdiskussion mit allen Referenten**
- 17.15** **„After Work Talk“ im Foyer**

## REFERENTEN



**Ludwig Wengenmayer,** war 15 Jahre für eines der größten deutschen Handelsunternehmen mit Sitz in Köln als Zentraleinkäufer für Wein und Sekt tätig. Als selbständiger Weinberater unterstützt er nun Unternehmen der Weinwirtschaft auf den Gebieten Sortimentsoptimierung, Einkauf, Verkauf und Qualitätssicherung. Beim Heilbronner Weinmarketingtag berichtet er aus seinen reichhaltigen Schatz an Erfahrungen und behandelt das Thema Wein im LEH und Discount.



**Werner Kirchhoff,** seit acht Jahren Vorstandsvorsitzender der Moselland eG, behandelt das Thema Handel aus Sicht eines großen Produzentenbetriebes, stellt Strategien für eine erfolgreiche Distributionspolitik vor und gibt Hinweise, wie die Zusammenarbeit mit Handelsunternehmen gestaltet werden kann. Er setzt sich in seiner Genossenschaft mit rund 1 850 Hektar erfasster Rebfläche für Qualitätsprojekte ein und wird auch Einblicke geben, wie Produktportfolios optimiert werden können.



**Fridolin Frost,** ist nach verschiedenen Stationen und Markenverantwortungen bei Kraft Foods für das Marketing der Marke Philadelphia Deutschland zuständig. Philadelphia ist Marktführer im Frischkäsemarkt und eine globale Marke von Kraft Foods. Basierend auf einer Untersuchung des Konsumentenentscheidungsprozesses beim Frischkäsekauf richtete er die Portfoliostruktur und das Verpackungsdesign von Philadelphia neu aus und strukturierte den POS-Auftritt neu. Aufgrund der engen und erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb referiert er gemeinsam mit Felix Regehr, Key Account Manager Food, und wird Parallelen und Lerneffekte für die Weinwirtschaft aufzeigen.

### Anmeldung zum 2. Heilbronner Weinmarketingtag

Die teilnehmende(n) Person(en) ist/sind:

Name	Unternehmen

Wir möchten Sie bitten, den Betrag von 100€ pro Person auf folgendes Konto zu überweisen:  
perspektive wein e.G. · Verwendungszweck „Marketingtag 2007“ bitte unter Angabe Ihres Namens

Volksbank Flein-Talheim e.G. · BLZ: 620 626 43 · Kto: 452 050 00