

REFERENTEN



Sabine Scheufler ist Senior Manager Global CRM. Nach Stationen bei Danone und Bacardi kam die CRM-Expertin vor 11 Jahren zu Kraft Foods nach Bremen. Ihre Hauptaufgabe ist es, das Consumer Relationship Management bei Kraft zur Perfektion zu bringen. Weg von der Massenkommunikation hin zu einer 1:1 Beziehung stellt für Unternehmen der Konsumgüterindustrie heute eine besondere Herausforderung dar. Denn die Loyalität der wertvollsten Konsumenten ist für den langfristigen Geschäftserfolg ausschlaggebend.



Dr. Hans Spielmann studierte Betriebswirtschaftslehre in Mannheim und promovierte an der TU München-Weihenstephan über das Thema Marketing-Strategien. Seit 1982 leitet er als Geschäftsführender Gesellschafter die Weldebräu in Schwetzingen/Plankstadt. Die „Welt“ zählt ihn zu den kreativsten Brauern Deutschlands. Innovatives Produktdesign und innovatives Marketing zeichnen seine

Arbeit aus und mit der „Kultmarke“ Welde beweist er, dass man auch in rückläufigen Märkten mit der richtigen Strategie wachsen kann.

Wir bedanken uns für die freundliche Unterstützung



Ein Unternehmen der LBBW-Gruppe



VERANSTALTUNGSHINWEISE

- Tagungsort:** Aula der Hochschule Heilbronn
Max-Planck-Str. 39
74081 Heilbronn
- Teilnahmegebühr:** 150 €
Enthalten sind Mittagsbuffet und Getränke
- Fachausstellung:** Im Foyer der Hochschule Heilbronn findet eine begleitende Fachaustellung zu Themen des Weinmarketing statt.
- Anmeldung:** Online über unsere Webseite.
www.weinmarketingtag-heilbronn.de
- Anmeldeschluss: 10.04.2008
Sie erhalten automatisch eine Eingangsbestätigung und anschließend ihre Rechnung per E-Mail.
- Anfahrt:** Von der A6 am Kreuz Weinsberg auf die A81 Richtung Stuttgart wechseln, danach die Abfahrt Untergruppenbach Richtung Heilbronn. An der ersten Ampel nach dem Ortsseingang links, danach ist die Hochschule ausgeschildert.
- Kontakt:** perspektive wein eG
Max-Planck-Str. 39
74081 Heilbronn
Telefon: 07131/504-495
perspektive@weinbetriebswirtschaft.de
- Das Tagungsbüro ist ab 8.00 Uhr geöffnet

Weitere Informationen auf
www.weinmarketingtag-heilbronn.de



Hochschule Heilbronn
Technik • Wirtschaft • Informatik
Heilbronn University



3. Heilbronner Weinmarketingtag

25. April 2008

Hochschule Heilbronn

„Den Kunden im Visier“



Warum ist das eine Unternehmen erfolgreich und das andere nicht? Warum geht das eine Produkt weg wie warme Semmeln und das andere bleibt als Ladenhüter im Regal liegen?

Was ist das Geheimnis des Erfolgs?

Erfolgreiche Marktbearbeitung zielt immer auf den Kunden. Denn der entscheidet, was geht und was nicht. Den

Kunden verstehen, darum geht es beim 3. Heilbronner Weinmarketingtag des Studienganges Weinbetriebswirtschaft an der Hochschule Heilbronn. Fünf profilierte Experten zeigen Ihnen, wie Sie Ihre Kunden verstehen und mit diesem Verständnis erfolgreiche Marktstrategien entwickeln und umsetzen.

Davon können auch Sie und Ihr Unternehmen profitieren, denn zu wissen was der Kunde möchte, ist der Schlüssel zum Erfolg, gerade in der Weinwirtschaft.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme am 3. Heilbronner Weinmarketingtag.

Prof. Dr. Ruth Fleuchaus

und die Studenten der Weinbetriebswirtschaft

- 8.00 Öffnung des Tagungsbüros und Anmeldung**
Empfang der Teilnehmer
- 9.00 Begrüßung und Einführung**
Prof. Dr. Ruth Fleuchaus
- 9.15 Weinproduzent oder Weinkonsument: Wer entscheidet, was auf den Tisch kommt.**
Dr. Martin Kern
- 10.15 Auch beim Wein gilt: Was hängen bleibt, ist die Marke. Aber ...?**
Marian Kopp, Dipl. Kfm.
- 11.15 Kaffeepause**
- 12.00 Brain Sights: Warum Kunden kaufen.**
Dr. Hans-Georg Häusel
- 13.00 Mittagspause**
- 14.00 CRM: Die wertvollsten Kunden finden und binden.**
Sabine Scheufler
- 15.30 Von Welde Bräu zur Kultmarke: Erfolgreich in der Nische.**
Dr. Hans Spielmann
- 16.30 „After Work Talk“ mit Wein und Welde im Foyer**



Dr. Martin Kern studierte Weinbau und Oenologie und promovierte an der Fakultät für Agrarwissenschaften in Giessen. Er leitet seit mehreren Jahren als CEO die SAM Sensory and Marketing International AG in der Schweiz, führender europäischer Anbieter sensorischer Konsumentenforschung mit zahlreichen internationalen Expertisen im Bereich Wein und Spirituosen. Die Messung von Produktakzeptanz und die Modellierung von idealen sensorischen Produktprofilen, welche auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt werden, stehen im Mittelpunkt seiner Arbeit.



Marian Kopp, Präsident von Racke International und CEO der Golden Kaan Ltd. ist der Experte im internationalen Weingeschäft und erfahrener Weinmarkenspezialist. Golden Kaan wurde als Weinmarke im Jahr 2002 entwickelt und 2003 international mit großem Erfolg eingeführt. In mehreren Ländern Europas ist Golden Kaan mittlerweile Marktführer. Marian Kopp berichtet aus seiner

großen Erfahrung im Weinmarkengeschäft über „die Marke“ als Erfolgsfaktor.



Dr. Hans-Georg Häusel, Dipl. Psychologe, ist Vorstand der Gruppe Nymphenburg und Autor mehrerer Wirtschafts-Bestseller wie „Think Limbic! - Die Macht des Unbewussten verstehen und nutzen für Motivation, Management und Marketing“, „Brain Script – Warum Kunden kaufen“ und „Neuromarketing“. In der Marketing-Hirnforschung und ihrer Übertragung auf Fragen des Konsumverhaltens

zählt er durch seinen faszinierenden und innovativen Ansatz weltweit zu den führenden Experten.