

Herzlich Willkommen zum Netzwerktreffen Rheinhessen AUSGEZEICHNET



KATHRIN SAALE

Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz
Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum RHEINHESSEN-NAHE-HUNSrück

1

10:00 Uhr	Begrüßung und Einführung
10:10 – 10:40 Uhr	Best Practice „In Online-Weinproben Lust auf Rheinhessen machen“ <i>Alexander Baumann, Weingut Domhof in Guntersblum</i>
10:40 – 10:50 Uhr	Austausch im Chat / Erfahrungen der Teilnehmer
10:50 – 11:20 Uhr	Weinfest – geht das auch online? Best Practice Kellerwegfest Guntersblum <i>Christian Siegmund & Maik Ahl, Verkehrsverein Guntersblum</i>
11:20 – 11:40 Uhr	Austausch im Chat
11:40 – 12:00 Uhr	Einblicke ins Marketing: Kampagne mit RPR1 für die Rheinhessen AUSGEZEICHNET Vinotheken und Weinfeste <i>Christoph Daniel Vetter, RPR1</i>
12:00 – 12:10 Uhr	Clubhouse Reihe "Vinotheken ausgezeichnet - Weinerlebnis der Zukunft" <i>Juliane Schäfer, Weingut & Vinothek Klosterhof, Flonheim</i>
12:10 – 12:15 Uhr	Kurzfilm Rheinhessen erleben
12:15 Uhr	Abschluss

2



AUSGEZEICHNET

VINO THEKEN
seit 2012
28 Vinotheken ausgezeichnet



WEINFESTE
seit 2013
19 Weinfeste ausgezeichnet



3

Motive für eine Weinreise Was können wir unseren Gästen (auch online) bieten?

- Verkostung des Weines
- Erweiterung von Weinkenntnissen
- Erlebnisse vor Ort
- Ländliche Umgebung
- Zusammenspiel Wein & Kulinarik
- Festivals & Events im Weintourismus
- Kulturelle Aspekte
- Weinarchitektur & Kunst
- Gesundheitliche Aspekte des Weines



Online Wine Tastings around the World

Untersuchung der Hochschule Geisenheim, Januar 2021
Blick auf die Aussagen aus Deutschland

- Zunahme der Angebote von Online-Weinproben weltweit – allen voran auch Deutschland (52 % der Befragten)
- Hauptgründe für Online-Weinproben: Ersatz für ausgefallene Weinevents, Neukundengewinnung, Kundenbindung
- 48 % waren voll zufrieden, 47 % teilweise, 5 % gar nicht mit dem Erfolg ihrer Onlineweinprobe
- Die Mehrzahl der Betriebe hat 1-20 Online-Weinproben durchgeführt, wenige Betriebe sogar bis zu 50
- 82 % der Online-Weinproben richteten sich an Privatkunden, 5 an B2B und 14 % an beide Zielgruppen

Online Wine Tastings around the World

Untersuchung der Hochschule Geisenheim, Januar 2021
Blick auf die Aussagen aus Deutschland

- Im Schnitt ca. 30 Teilnehmer pro Veranstaltung, 24 % der Online Weinprobe sogar mit über 40 Personen
- Dauer: zwischen 60-120 Minuten
- Überwiegend über Zoom & Youtube
- Bewerbung überwiegend über Social Media Plattformen, eigene Website, Direktmail an Kunden, Newsletter
- 74 % würden wieder Online-WP anbieten, 23 % vielleicht und nur 3 % nicht mehr
- 71 % bestätigen, dass die Weinproben profitabel sind, für 24 % hatten sie keinen monetären Effekt

Best Practice „In Online-Weinproben Lust auf Rheinhessen machen“

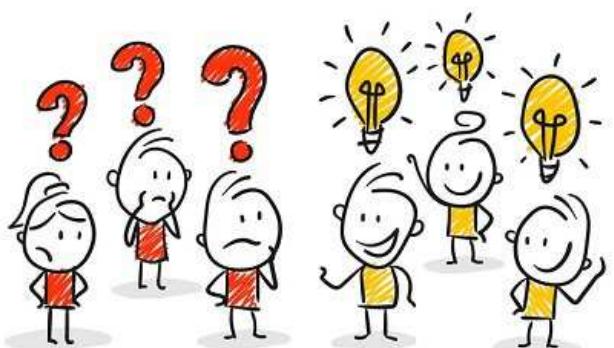
Alexander Baumann, Weingut Domhof in Guntersblum



7

AUSTAUSCH IM CHAT

Wie sind Ihre Erfahrungen?
Welche Tipps haben Sie?
Gibt es Fragen?



8

Weinfest – geht das auch online?

Best Practice Kellerwegfest Guntersblum

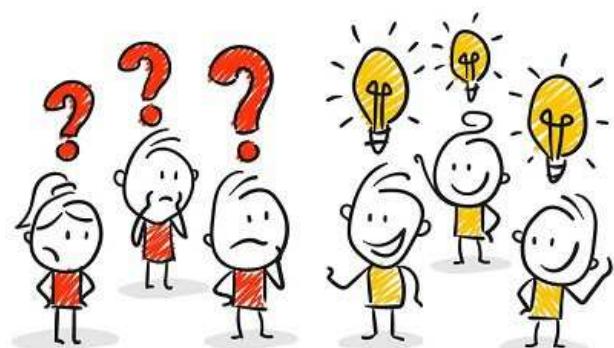
Christian Siegmund & Maik Ahl, Verkehrsverein Guntersblum



KELLERWEG-FEST
GUNTERSBLUM

AUSTAUSCH IM CHAT

Wie sind Ihre Erfahrungen?
Welche Tipps haben Sie?
Gibt es Fragen?



Einblicke ins Marketing: Kampagne mit RPR1 für die Rheinhessen AUSGEZEICHNET Vinotheken und Weinfeste

Christoph Daniel Vetter, RPR1

RPR1.



11

Clubhouse Reihe

"Vinotheken AUSGEZEICHNET Weinerlebnis der Zukunft"

Juliane Schäfer, Weingut & Vinothek Klosterhof, Flonheim



12

Kurzfilm Rheinhessen erleben



Rheinhessen erleben | Kurzversion

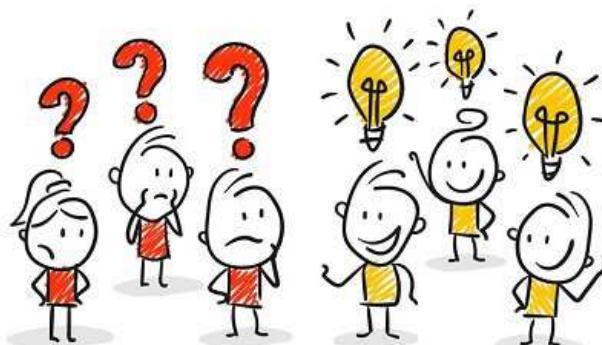
649 Aufrufe • 05.10.2020

1 like 8 dislike TEILEN SPEICHERN ...

<https://www.youtube.com/watch?v=9yCgoSHNYTQ>

13

Haben Sie noch Fragen & Anregungen?



14