

Inhalt

Prolog	8
Vorwort	10
1. Unternehmen und Produkt	12
1.1 Corporate Identity / Corporate Design	13
1.2 Unternehmensleitbild	15
1.3 Unternehmensziele	18
1.4 Produktsortiment	20
1.5 Marken	22
1.5.1 Experteninterview: Christoph Ziegler	23
1.5.2 Experteninterview: Günther Jauch	27
1.5.3 Experteninterview: Andreas Barth	28
1.6 Expertentipp von Utz Graafmann, Wein-Plus	29
2. Weinmarketing im Internet	29
2.1 Internet und Suchmaschinen	31
2.2 Ihre Website	33
2.3 Websites erstellen (lassen)	35
2.3.1 Blogsysteme	36
2.3.2 WordPress	36
2.3.3 Experteninterview: Karl-Heinz Wenzlaff	37
2.4 Suchmaschinenoptimierung (SEO)	40
2.4.1 Die GOOGLE-Websuche	41
2.4.2 Experteninterview: Heiner Etzler	46
2.5 Weinmarketing mit Hilfe von GOOGLE	52
2.5.1 GOOGLE ADWORDS-Werbeprogramm	53
2.5.2 Experteninterview Alexander Beck	57
2.5.3 Der GOOGLE PLACES-Online-Branchenbucheintrag	61
2.5.4 Der GOOGLE ALERTS-E-Mail-Update-Service	64
2.5.5 Der GOOGLE ANALYTICS-Webanalyseservice	64
2.6 Expertentipp von Utz Graafmann, Wein-Plus	66
3 Mobile Marketing	66
3.1 QR-Code-Marketing	67
3.2 Expertentipp von Utz Graafmann, Wein-Plus	69
4 Weinmarketing und soziale Medien	69
4.1 Experteninterview: Dirk Würtz	72
4.2 Facebook	74
Inhalt	5

4.2.1 Facebook-Unternehmensseite einrichten	77
4.2.2 So gewinnen Sie Fans	80
4.2.3 Veranstaltungen auf Facebook erstellen	84
4.2.4 Experteninterview: Thomas Hutter	85
4.3 Das Businessnetzwerk XING	88
4.3.1 Die XING-Mitgliedschaft	89
4.3.2 Ihr XING-Profil – Foto	91
4.3.3 Experteninterview: Armin Dörr	92
4.3.4 Ihr XING-Profil – Information	93
4.3.5 Kontakten mit XING	95
4.3.6 Netzwerken mit XING	96
4.3.7 XING-Gruppen	97
4.3.8 XING-Links	98
4.3.9 XING-Events	100
5.3.10 Experteninterview: Joachim Rumohr	100
4.4 Twitter – Weinmarketing mit 140 Zeichen	102
4.4.1 Funktionsweise von Twitter	102
4.4.2 Ihr Twitter-Konto	104
4.4.3 Twitter verwenden	107
4.4.4 Experteninterview: Prof. Dr. Clemens Skibicki	108
4.5 Youtube	111
4.5.1 YouTube als Suchmaschine	111
4.5.2 Experteninterview: Richard Buettner	114
4.6 GOOGLE+	116
4.6.1 GOOGLE+ verwenden	117
4.6.2 GOOGLE+-Unternehmensseiten	122
4.6.3 Experteninterview mit Natascha Ljubic	125
4.7 Expertentipp von Utz Graafmann, Wein-Plus	129
5. Wein-Plus – Das europäische Weinnetzwerk	129
5.1 Wein-Plus im Überblick: Wissen, Marktplatz, Service	130
5.2 Online-Werbung auf Wein-Plus	133
5.2.1 Bannerwerbung	134
5.2.2 E-Mail-Werbung	135
5.2.3 PR-Artikel im Magazin	135
5.2.4 Bannertausch	136
5.2.5 Eintrag im Webkatalog	136
5.2.6 Eintrag im Shopping-Bereich	137
5.2.7 Gemeinschaftsanzeige in Weinzeitschriften	137
5.2.8 Produkte im Verkostungspaket	138
5.2.9 Medienpartnerschaft bei Veranstaltungen	138

5.3 Internet- und Marketingservices	139
5.3.1 Individuelle Internetpräsenz	139
5.3.2 Internetpräsenz mit Shop	139
5.3.3 Erstellung von Werbebannern	140
5.4 Marketing- und Kostenvorteile für Mitglieder	140
5.4.1 Die Mitgliedschaft	142
5.4.2 Einsendung von Weinen zur Verkostung	142
5.4.3 Multimediales Porträt im Weinführer	143
5.4.4 Das Siegel „Klassifizierter Erzeuger“	143
5.4.5 Bezugsquellenangabe im Weinführer	145
5.4.6 Vergünstigungen für Werbung und Webservices	145
6. Weinmessen	145
6.1 Messeplanung	146
6.2 Messevorbereitung	148
6.3 Messeumsetzung	149
6.4 Messenachbereitung	153
6.5 Messecontrolling	154
6.6 Kosten- und Nutzen-Check	155
6.7 Experteninterview: Michael Degen	158
6.8 Expertentipp von Utz Graafmann, Wein-Plus	161
7 CRM – Kundenbeziehungs- und Adressmanagement	161
7.1 Experteninterview: Alexander Schell	167
7.2 Experteninterview: Dr. Karsten Sontow	172
7.3 Expertentipp von Utz Graafmann, Wein-Plus	176
8 Weinmarketing und Recht	176
8.1 Experteninterview: Hans-Peter Kröger	176
8.2 Expertentipp von Utz Graafmann, Wein-Plus	183
9 Public Relations	184
9.1 Pressearbeit	184
9.2 Experteninterview: Antje Seeling	186
9.3 Expertentipp von Utz Graafmann, Wein-Plus	189
10 Schlussgedanken	189
Danksagung	192
Der Autor	193