

MEININGER'S

INTERNATIONAL WINE CONFERENCE

WEIN IM WANDEL

VOM KONSUM- ZUM LUXUSGÜTERMARKETING

photx.de / Ernst Straumann / The Ivory Club

DER WEINMARKT IN ZAHLEN UND DIE ZUKUNFT DES HANDELS.

EMOTIONALE MARKENBILDUNG UND DAS GEHEIMNIS TEURER WEINE.

KONSUMENTENVERHALTEN UND DER WEIN IM PREMIUMVERKAUF.



SAMSTAG, 17. MÄRZ 2018
AM VORTAG DER »PROWEIN«
HOTEL INTERCONTINENTAL DÜSSELDORF
WWW.MEININGERS-CONFERENCE.COM

WEIN IM WANDEL

VOM KONSUM- ZUM LUXUSGÜTERMARKETING

Überblick gewinnen: Wer mitreden, entwickeln und entscheiden will, braucht fundierte Informationen. Aktuelle Daten und Fakten zum deutschen und zu internationalen Weinmärkten eröffnen den Einstieg in eine spannende Wirtschaftskonferenz, die entscheidende Impulse für Ihr zukünftiges Geschäft liefert.

- ▶ **Welche Rolle spielen die verschiedenen Marktsegmente?**
- ▶ **Was unterscheidet Basis- von Luxusweinen? Steht der Handel vor einer Revolution?**
- ▶ **Gibt es einen Handel ohne traditionelle Supermärkte, Kaufhäuser und Einkaufs-Center? Welche Szenarien sind denkbar für den Handel von morgen?**

Daten über Kunden und ihr Verhalten verändern Lieferketten und sind der Schlüssel zu neuen Geschäften. Wer die zu nutzen versteht, hat die Nase vorn. Vieles deutet auf ein Ende traditioneller Lieferketten hin. Wir wagen einen Blick in die Zukunft des Handels und gehen der Revolution der Distribution auf den Grund.

Aber nicht nur der Handel wandelt sich aufgrund fortschreitender Digitalisierung, auch der potenzielle Kunde und Käufer ändert sich schneller und tiefgrifender als je gedacht. Neue Wertvorstellungen und daraus abgeleitet neue Verhaltensweisen bewegen künftige Generationen.

Die Fragen werden in der Gesellschaft vollkommen neu definiert:

- ▶ **Was ist Luxus?**
- ▶ **Was ist erstrebenswerter Konsum und Lebensstil?**
- ▶ **Welchen Platz findet Wein in diesem neuen Wertekanon?**

Spannende Beispiele aus Weinhandel, Gastronomie und Luxusgütermarketing bieten konkrete Handlungsanleitungen und zeigen Lösungen auf. Lassen Sie sich informieren und inspirieren. Erfahren Sie die zukünftigen Trends auf Basis realistischer Szenarien. Nur wer vorausblickt und sich informiert, wird die Gegenwart richtig beurteilen können. Die Teilnahme an Meiningers International Wine Conference sichert Ihnen diesen Vorsprung. Nutzen Sie die Chancen und Angebote, die diese Konferenz bietet. Erleben Sie exzellente Referenten, die etwas zu sagen haben.

Ich freue mich auf Ihre Teilnahme und begrüße Sie herzlich in Düsseldorf!



Dr. Hermann Pilz
Chefredakteur WEINWIRTSCHAFT



www.meiningers-conference.com

SAMSTAG, 17. MÄRZ 2018

DER WEINMARKT IN ZAHLEN UND DIE ZUKUNFT DES HANDELS

09:00 Begrüßung der Kongressteilnehmer

Dr. Hermann Pilz, WEINWIRTSCHAFT
Robert Joseph, MEININGER'S WINE
BUSINESS INTERNATIONAL

09:10 Weinmarkt unter der Lupe: Aktuelle Daten und Fakten zum deutschen und zu internationalen Weinmärkten. Welche Segmente und Kategorien wachsen? Muss es Luxusweine geben? Wer macht das Rennen: Masse oder Klasse?

Prof. Dr. Simone Loose, Institut für Betriebswirtschaft und Marktforschung, Hochschule Geisenheim University

09:50 The distribution revolution - wine selling beyond supermarkets, discounters and specialist wine shops.

Robert Joseph, MEININGER'S WINE
BUSINESS INTERNATIONAL

10:30 Conference Break, Networking

EMOTIONALE MARKENBILDUNG UND DAS GEHEIMNIS TEURER WEINE

11:00 Emotionen schaffen Marken - wie Werte unser Kaufverhalten beeinflussen. Kann emotionale Positionierung auch zu Ihrem Erfolg im Weingeschäft beitragen?

- Wie entstehen Kaufentscheidungsprozesse?
- Welche Maßstäbe legt der Kunde an?

Prof. Dr. Marcel Crisand, Institut für Weiterbildung und Personalentwicklung,
SRH Hochschule Heidelberg
Matthias Vollherbst, VollherbstDruck

11:45 Das Geheimnis teurer Weine: Was macht Wein wertvoll? Haben Klassifikationssysteme einen Einfluss auf die Preisbildung?

- Welche Faktoren spielen bei der Preisbildung eine Rolle?
- Der Mensch ist nicht nur was er isst, sondern was er trinkt.

Prof. Dr. Jens Beckert,
Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung

12:30 Conference Break, Business Lunch

KONSUMENTENVERHALTEN UND DER WEIN IM PREMIUMVERKAUF

13:30 Vom Ende der Gewohnheit: Generation Z und Millennials und ihre Haltung zum Luxus

- Die Erwartungen von Millennials und der Generation Z revolutionieren Business Modelle im Handel.
- Wie verändern sie die Struktur von Marken und Produkten?

Petra-Anna Herhoffer,
Inlux, LBD Luxury Business Day

14:00 Inside Alpina: Weinhandel auf einer höheren Ebene. Strategie und Konzept, wie aus Wein ein Kultur- und Luxusgut wird.

Markus Geigle, Alpina Burkard Bovensiepen

- Wein im Dialog: Markus Geigle im Gespräch mit Dr. Hermann Pilz und Sascha Speicher

14:30 Symphonie der Superlative. Was Premiumverkäufer von der Sternegastronomie lernen können.

- Welche Parallelen gibt es zwischen Sterneküche und Premiumverkauf?
- Beispiel: Der Spitzengastronom Harald Wohlfarth sucht nach den passenden Antworten. Verkaufen gehört zu seinem erfolgreichen Business.

Uwe Günter-von Pritzbuer,
Buchautor, Trainer, Verkaufsberater

15:00 Podiums- und Auditoriumsrunde: Gesellschaft und Wein im Wandel

- Was sind die Attribute von Premium- und Luxusweinen?
- Welche Geheimnisse sind dahinter verborgen?
- Wein zwischen Status- und Luxusgut oder sich selbst mit Luxus belohnen?

Es diskutieren:
Christian Ress, Weingut Balthasar Ress
Nedjelko Mrcela, WeinArt

Markus Geigle, Alpina Burkard Bovensiepen
Uwe Günter-von Pritzbuer

Moderation: Clemens Gerke, Dr. Hermann Pilz

15:30 Ende der Conference

18:30 Meininger Award »Excellence in wine & spirit«

ES REFERIEREN UND MODERIEREN:



Prof. Dr. Jens Beckert Direktor Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung

In seinen Forschungsarbeiten beschäftigt sich Prof. Dr. Beckert aus der Perspektive der Wirtschaftssoziologie mit der Frage der Entstehung von Wert auf Märkten, darunter dem Weinmarkt. 2016 erhielt er den Zelizer Preis der American Sociological Association für das beste wirtschaftssoziologische Buch: »Imagined Futures. Fictional Expectations and Capitalist Dynamics«.



Prof. Dr. Marcel Crisand Leiter Institut für Weiterbildung und Personalentwicklung (IWP), SRH Hochschule Heidelberg

Nach dem Studium und der Promotion im Bereich Marketing an der Universität Mannheim arbeitete er in Industrie- und Beratungsunternehmen. Prof. Dr. Crisand ist Gründer und Geschäftsführer des international agierenden Trainings- und Beratungsunternehmens Accensa (www.accensa.de). Seit 2009 lehrt er an der SRH Hochschule Heidelberg, seit 2016 leitet er das Institut für Weiterbildung und Personalentwicklung (IWP). Von 2009 bis 2012 war er zudem Geschäftsführer des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) der Universität Mannheim.



Markus Geigle Geschäftsleitung Wein, Alpina Burkard Bovensiepen

Markus Geigle kam zu Alpina über seine Diplomarbeit »Wein als Kapitalanlage«, die er 1994 bei Professor Bert Rürup an der TH Darmstadt schreiben konnte. Als Wirtschaftsingenieur mit den Schwerpunkten Fahrzeugtechnik und Investmentanalyse konnte er bei Alpina gleich zwei Hobbies zum Beruf machen und fing 1995 zunächst in der Fahrzeugentwicklung an. Seit 1997 leitet er hauptamtlich den Bereich Alpina Wein, kümmert sich dabei vor allem um die Beziehungen zu langjährigen Lieferanten, um Einkaufs- und Verkaufsentscheidungen, Veranstaltungen und Medien.



Uwe Günter-von Pritzbuer Buchautor, Verkaufsexperte, Trainer

Uwe Günter-von Pritzbuer hat sich seit mehr als 25 Jahren auf die Bereiche Verkauf und Führung spezialisiert. Sein Fokus richtet sich auf das emotionale Verkaufen, das allen Beteiligten schmeckt. Die wichtigsten Zutaten dabei sind Persönlichkeit und Training, gewürzt mit der richtigen Dosis an Freude, Engagement und Sinn. So wird das Verkaufen à la carte zu einem Meistergericht: Empathisch. Praxisnah. Ganzheitlich. Er hat entdeckt, dass die Tätigkeiten in der Sternegastronomie mit denen eines Premiumverkaufs vergleichbar sind. Sein Know-how und die

besten Verkaufsrezepte hat der etablierte Verkaufsexperte und Trainer jetzt in seinem neuen Buch »Nur vom Feinsten!« zusammengetragen.



Petra-Anna Herhoffer Geschäftsführerin Inlux

Petra-Anna Herhoffer ist Initiatorin und Veranstalterin der etablierten Fachtagung LBD Luxury Business Day sowie Herausgeberin und Chefredakteurin des LBR Luxury Business Reports. Luxus ist für sie individuelles Wunschkonzept und Business-Strategie zugleich. 2009 gründete sie Inlux als Beratungsunternehmen und Netzwerk-Plattform. Seitdem gibt Inlux entscheidende Impulse für die Luxusgüterbranche. In Zusammenarbeit mit Keylens Management Consultants berät sie Unternehmen beispielsweise bei Up-Grading-Strategien. Um ihr Fachgebiet akademisch zu legitimieren, implementierte sie bereits 2009 als Erste in Deutschland ein Luxusmanagement-Programm im Master International Business einer internationalen Hochschule.



Robert Joseph Editor-in-Large MEININGER'S WINE BUSINESS INTERNATIONAL

Robert Joseph wurde als Autor von über 25 Weinbüchern mit Preisen ausgezeichnet. Er hält Vorlesungen über Weinmarketing an verschiedenen Universitäten und Fakultäten wie der Burgundy Business School in Dijon und der University of Sonoma in Kalifornien. Mit seinen Denkanstößen und breitem Wissen ist er ein vielbeachteter Referent in der internationalen Weinbranche. Eine französische Weinmarke, die er 2005 auf den Markt brachte, verkauft heute mehr als 2 Millionen Flaschen in 40 Ländern. Er ist redaktioneller Berater von MEININGER'S WINE BUSINESS INTERNATIONAL und Vorstandsmitglied von Mundus Vini. Sein neuestes Buch über die Zukunft der Weinwirtschaft wird 2018 erscheinen.



Prof. Dr. Simone Loose Leiterin Institut für Betriebswirtschaft und Marktforschung, Hochschule Geisenheim University

Nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften in Deutschland und Schweden promovierte Prof. Dr. Loose über das Thema »Herkunftslandeffekt für Sektgrundweine«. Im Zuge verschiedener Forschungsaufenthalte in Australien, Frankreich, Dänemark, Italien und den USA vertiefte sie ihre Erfahrungen und Kenntnisse im Bereich des Lebensmittelmarketings und habilitierte über Fragen des Agrar- und Ernährungsmarketings. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Marktanalysen und innovative Methoden der Marktforschung. Mit fundierten Analysen zur Zukunft des Weinmarktes machte sie sich in kurzer Zeit einen Namen.



**Dr. Hermann Pilz,
Chefredakteur WEINWIRTSCHAFT**

Dr. Pilz studierte Allgemeine Agrarwissenschaften mit Schwerpunkt Weinbau und Betriebswirtschaft und promovierte in den 1980er Jahren an der Universität Stuttgart-Hohenheim über die Chancen

von Sekt aus Deutschland und deutschen Weinen. Erste berufliche Stationen machte er im Weinfach- und Lebensmittelhandel als Einkäufer für Weine und Spirituosen und gehörte mit dem Aufbau einer Sektkellerei als Tochtergesellschaft einer Winzergenossenschaft zu den Pionieren der deutschen Sektbranche, bevor er als Journalist in die schreibende Zunft wechselte. Mit einer Vielzahl von Artikeln, Aufsätzen, Kommentaren und Vorträgen begleitet er die deutsche und internationale Weinbranche und liefert zusammen mit seinem Redaktionsteam der WEINWIRTSCHAFT ein unverzichtbares Medium für jeden professionell tätigen Weinerzeuger und Weinhändler.



**Matthias Vollherbst
Geschäftsführer VollherbstDruck**

Er führt als verantwortlicher Geschäftsführer das Familienunternehmen Vollherbst Etiketten in seiner Heimat Endingen am Kaiserstuhl. Gemeinsam mit seinem Bruder Stefan repräsentiert er die vierte Unternehmergegeneration in dem Traditionsbetrieb, der sich auf die Kreation und Produktion von Premium-Etiketten für die Wein- und Spirituosenindustrie spezialisiert hat. Seine Schwerpunkte liegen hierbei neben der betriebswirtschaftlichen Steuerung in der Betreuung von internationalen Großkunden sowie im Aufbau neuer Geschäftsmodelle und Marketingkonzepte. Bereits in seinem BWL-Studium an der Universität Mannheim spezialisierte er sich auf Marketing und marktorientierte Unternehmensführung.

*Excellence
in wine & spirit*
MEININGER AWARD

Nach einem Tag voller kompakter Informationen über den Weinmarkt, die wichtigsten Aspekte modernen Marketings und spannender Diskussionsrunden lautet das Motto am Abend: Scheinwerfer an!

Welche Persönlichkeiten der nationalen und internationalen Weinwelt werden 2018 den begehrten Meininger Award entgegennehmen dürfen?



Der Meininger Award bildet den Abschluss und Höhepunkt des Tages. Alle Teilnehmer von Meininger's International Wine Conference sind eingeladen, als Gäste an diesem Spitzentreffen der internationalen Weinbranche teilzunehmen.

Genießen Sie den Abend mit 600 internationalen Gästen bei einem guten Glas Wein und kulinarischen Köstlichkeiten. Nutzen Sie die Möglichkeit zum Networking und Meinungsaustausch am Vorabend der ProWein.

ES DISKUTIEREN:



Clemens Gerke
WEINWIRTSCHAFT



Nedjelko Mrcela
WeinArt



Christian Ress
Weingut Balthasar Ress



Sascha Speicher
WEINWIRTSCHAFT



**EXTRA
FÜR ALLE
TEILNEHMER**
Einladung zum
Meininger Award,
ebenfalls am
17. März 2018.

