



## 24. WeinmarketingTag Rheinland-Pfalz Persönlichkeit als Schlüssel zum Erfolg im Weinmarkt



„Erfolgreich Wein  
vermarkten heißt:  
Zuerst verkauft man sich als Person,  
dann das Unternehmen  
und erst als Letztes das Produkt.“



## Aktuelle Aufgaben 11/2017

- **WeinSommer** und **WeinMessen** Rheinland-Pfalz mit 400 teilnehmenden Weingütern
- **Organisationsberatung** einer Winzergenossenschaft
- **Dachmarkenprojekt** Rheingau und Vorstudie **Dachmarke** Pfalz
- Betreuung der **Social Media Präsenz** für führende Weinmarke
- **Personalsuche** Vertrieb für Weingut und Weinhandelsagentur
- **Marketing-Services** für Weingüter und Regionen (Design und Webservices)
- Öffentlichkeitsarbeit für **Wine in Moderation**
- ...

3



**Teil 1**  
Persönlichkeit



**Teil 2**  
Erfolg im Weinmarkt





## Die 5 Geburten nach Dr. habil. Hans Endres

Die **erste** Geburt ist die Zeugung.

Die **zweite** Geburt ist die Abtrennung der Existenz von der Mutter als eigenständiger Organismus.

Die **dritte** Geburt ist mit der Wahrnehmung als eigenständiges Individuum verbunden, indem man erstmals „ich“ sagt!

Die **vierte** Geburt ist die Veränderung, die sich mit der Pubertät vollzieht.

Die **fünfte** Geburt ist die Geburt im Geiste, wenn man „sich“ erkennt; wenn man seine schöpferische Verantwortung übernimmt und etwas unternimmt. Diese Geburt zeigt den Weg von der Person zur Persönlichkeit.

5



## Die sichtbaren und unsichtbaren Teile der Persönlichkeit



Marktforschung  
Persönlichkeitsmodelle

HDI-Modell  
Neurolinguistische Programmierung

Wertanalyse  
Sinus & Sigma Milieus

Maslowsche Bedürfnispyramide  
Neuromarketing-Forschung

6



## Werte – was uns wichtig ist!

Abenteuerlust  
Abgrenzung  
Abwechslung  
Achtsamkeit  
Achtung  
Aktualität  
Akzeptanz  
Anerkennung  
Anspruch  
Anstand  
Aufklärung  
Aufmerksamkeit  
Ausdauer  
Austausch  
Authentizität  
Asthetik  
Balance  
Begeisterung  
Beharrlichkeit  
Berechenbarkeit  
Bequemlichkeit  
Beruf  
Bescheidenheit  
Beständigkeit  
Bewegung  
Bildung  
Chancenorientierung  
Dankbarkeit  
Demut  
Dienstbereitschaft  
Dienen  
Diplomatie  
Distanz halten

Diskretion  
Disziplin  
Durchsetzungsvermögen  
Dynamik  
Effektivität  
Effizienz  
Ehre  
Ehrgiz  
Ehrlichkeit  
Einfachheit  
Emotionalität  
Empathie  
Energie  
Engagement  
Entscheiden  
Entspannung  
Erfolg  
Ergebnisorientierung  
Erkennlichkeit  
Erotik  
Etikette  
Exklusivität  
Experimentierfreude  
Fairness  
Familie  
Faszination  
Fitness  
Fleiß  
Flexibilität  
Fortschritt  
Freiheit  
Freizeit  
Freude

Freundlichkeit  
Freundschaft  
Frieden  
Führung  
Fürsorge  
Geborgenheit  
Geduld  
Gehorsam  
Gelassenheit  
Geld  
Genauigkeit/Präzision  
Genuss  
Gerechtigkeit  
Gestaltungsfreiheit  
Gesundheit  
Gewinnen  
Glaube  
Glaubwürdigkeit  
Gleichheit  
Großmut  
Großzügigkeit  
Harmonie  
Herausforderung  
Hilfe geben/Helfen  
Hingabe  
Höflichkeit  
Humanismus  
Humor  
Idealismus  
Identität  
Information  
Innovation  
Integrität

Intelligenz  
Kampf  
Klarheit  
Kollegialität  
Komfort  
Kommunikation  
Kompetenz  
Kompromissfähigkeit  
Kongruenz  
Konkurrenzfähigkeit  
Konsens  
Konsequenz  
Konstanz  
Kontinuität  
Kontrolle  
Körperbewusstsein  
Kraft  
Kreativität  
Kundenorientierung  
Kunst Kultur  
Leidenschaft  
Leistungsfähigkeit  
Lernen  
Liebe  
Loyalität  
Lust  
Luxus  
Macht  
Manieren  
Marktführerschaft  
Menschlichkeit  
Mitleiden  
Mitgefühl

Muße  
Mobilität  
Mode  
Moral  
Musik  
Mut  
Nachhaltigkeit  
Nachsicht  
Nachstenliebe  
Natur  
Neugierde  
Offenheit  
Optimismus  
Ordnung  
Originalität  
Partnerschaft  
Perfektion  
Persönliche Entwicklung  
Perspektive  
Pflichtbewusstsein  
Phantasie  
Phantastie  
Prestige  
Privatsphäre  
Profit  
Dankbarkeit  
Rationalität  
Realitätssinn  
Religion  
Respekt  
Risikobereitschaft  
Rücksichtnahme  
Ruhe  
Ruhm  
Sachverstand  
Saubereit  
Schnelligkeit

Schönheit  
Selbstachtung  
Selbstbestimmung  
Selbstständigkeit  
Selbstdisziplin  
Selbstmotivation  
Selbstverantwortung  
Seriosität  
Solidarität  
Sorgfalt  
Sparsamkeit  
Spaß  
Spiritualität  
Stärke  
Stabilität  
Stille  
Strebbarkeit  
Struktur  
System  
Tatkraft  
Teamgeist  
Tiefe  
Toleranz  
Tradition  
Transparenz  
Treue  
Umgänglichkeit  
Unabhängigkeit  
Unbekümmertheit  
Unterhaltung  
Unterstützung

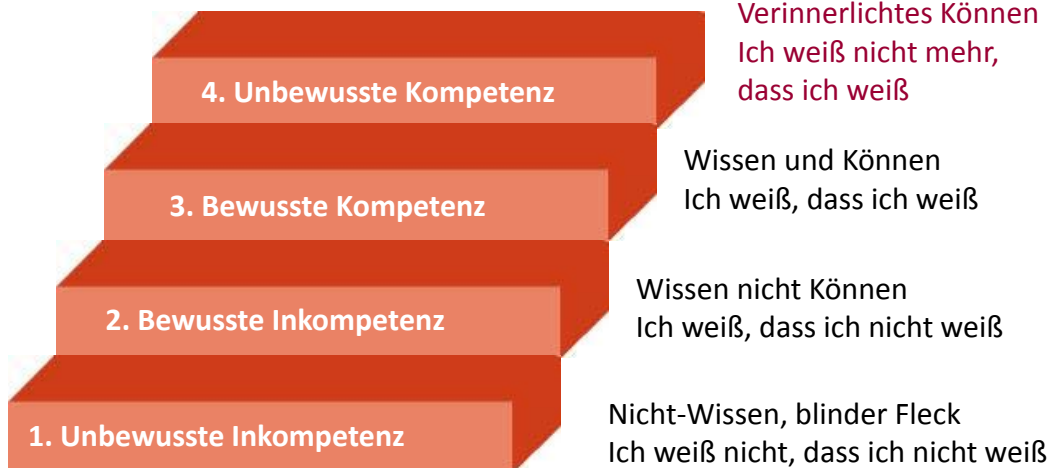
Veränderung  
Verantwortung  
Verbesserung  
Vergnügen  
Verhältnismäßigkeit  
Verständnis  
Vertrauen  
Vertraulichkeit  
Vitalität  
Wachstum  
Wahrheit  
Wertschätzung  
Wettbewerb  
Wissen  
Wirksamkeit  
Wohlstand  
Zielstrebigkeit  
Zugehörigkeit  
Zurückhaltung  
Zusammenarbeit  
Zusammenhalt  
Zuverlässigkeit  
Zweckmäßigkeit

Quelle:  
EQDynamics, München





## Persönlichkeit und Lernen



# Persönlichkeit Per sonus



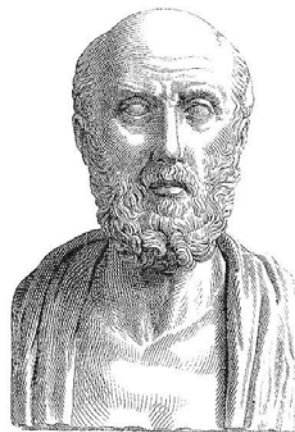
Die Qualität der Kommunikation  
bestimmt die Qualität der Zukunft!



Hippokrates (460-370 v. Chr.) beschrieb die Verhaltenstendenzen

**Choleriker**

**Sanguiniker**

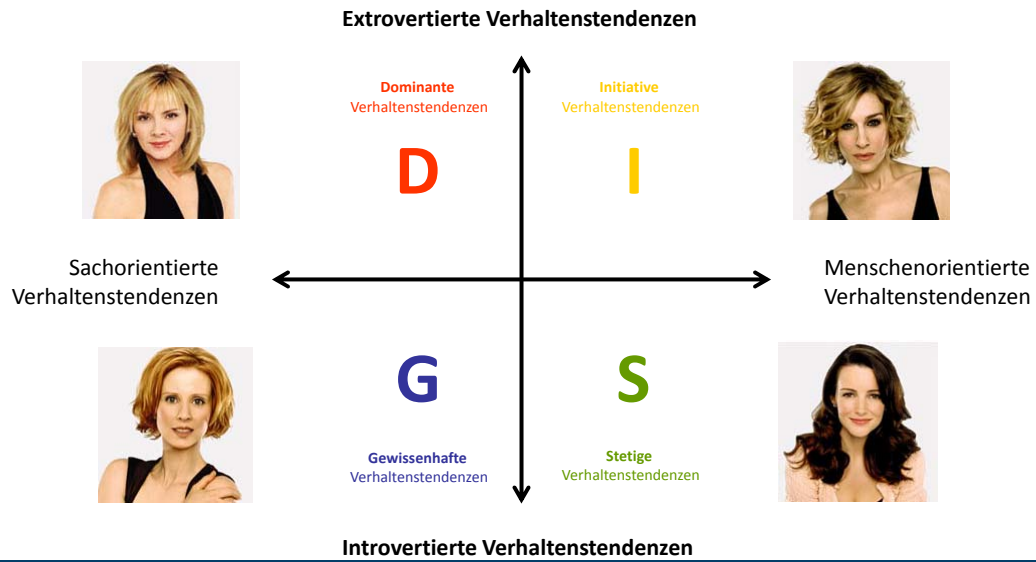


**Melancholiker**

**Phlegmatiker**



## Persönlichkeitsmodell DISG

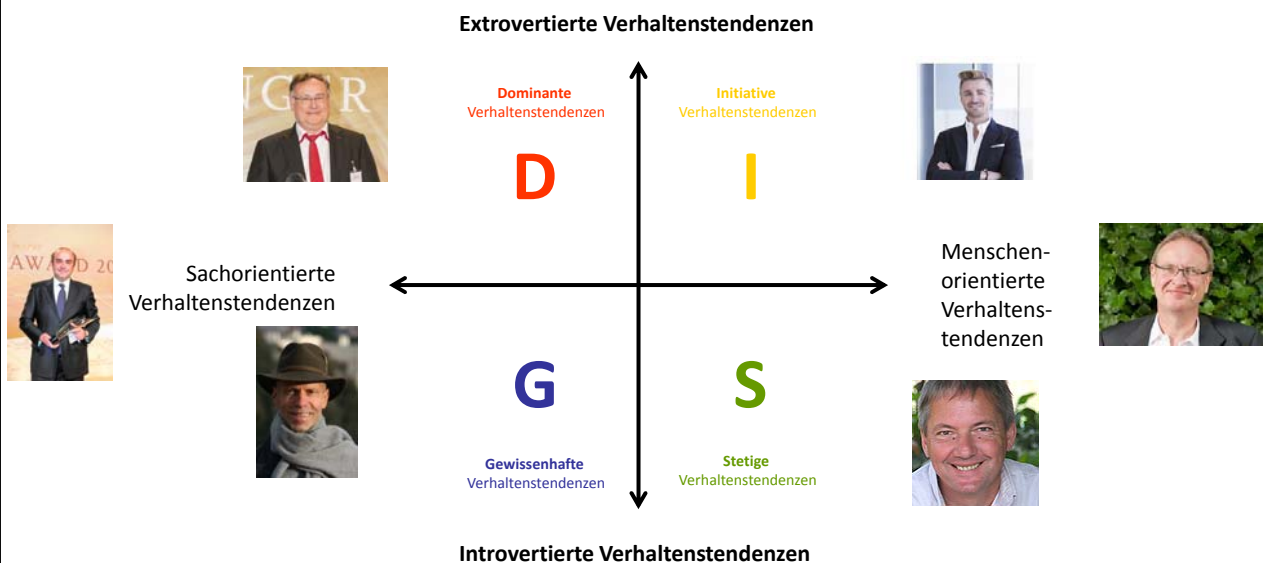


Quelle und Copyrights Persolog GmbH, Remchingen

13



## Persönlichkeitsmodell DISG



Quelle und Copyrights Persolog GmbH, Remchingen

14







Zeigen Sie Persönlichkeit!

# 25:61



17



## Persönlichkeiten in der Weinguts-Werbung

KÖPFE

 Siebel Ring Sommelier, Dornier Göteborg Hof, Lüft.	 Helmut Zarnett Produzent, Kustler & Komponist	 Dr. Wolfgang Lichten Essensberater „Die Zeit“	 Natalie Lump Marketing & Moderation
 Ralf Bos Hörfunkredakteur & Gastgeber Schumann, Cloudford	 Günmar Tetz Sommelier im Restaurant „Im Floor“ Berlin	 Rudolf Krost Redakteur/Forum Europa, Weinmagazin	 Benjamin Langer Restaurant Coordinator Brasserie Cassino The Ritz - Carlton Hotel Berlin
 Carsten Sebastian Herr Wein-Sachverständiger Journalist Wormsglad des Gauß Milieu	 Patrick Jaks WDR Fernsehredakteur (Vorkalender)	 Janna & Jörg Chefsommelier SCHROEDER B&C Berlin	 Christopher Willbrand Sommelier im Restaurant „Luis“ Cöln/Lehr

27

- Fachleute schreiben Weinexpertisen für das Weingut

→ Die Bedeutung von bezahltem „Content“ geht in dem Maße zurück, wie die Bedeutung von verdientem Content steigt!

18



Persönlichkeit des Winzers als  
Element der Vermarktung

19



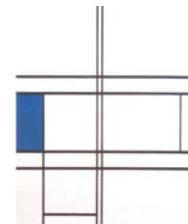
Persönlichkeit des Winzers als  
Element der Vermarktung



20



## Den eigenen Persönlichkeits-Stil finden! Beispiel Piet Mondrian



21



## Teil 2 Erfolg im Weinmarkt



## Zielsysteme von Weingütern

Maximilian Iselborn, Dissertation 2016 S. 117

### **Wichtigste Ziele**

1. Kundenzufriedenheit
2. Sichere Liquiditätslage des Unternehmens
3. Sicherung des Unternehmensbestandes
4. Arbeitsfreude im Tagesgeschäft
5. Einkommen für Lebenshaltung

Rentabilität ist ein  
Hygienefaktor!

### **Geringere Bedeutung**

6. Selbstverwirklichung
7. Unabhängigkeit von Dritten
8. Umsatzwachstum
9. Steuerlicher Gewinn
10. Ansehen des Unternehmens bei Mitbewerbern

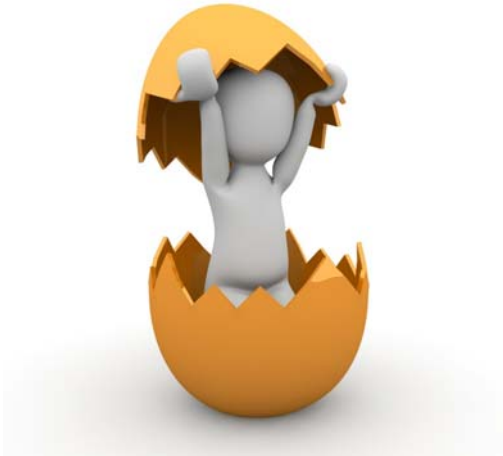


Quelle: LinkedIn

23



„Erfolg ist Art und Grad einer  
Zielerreichung und die persönliche  
Zufriedenheit damit.“



Jeder Erfolg entwickelt sich von innen nach außen.

Denken



Handeln



Erfolg





## Erfolgskiller im Vertrieb bei Wiederverkäufern

Durchschnittswerte ... im Vertrieb

- 2% aller **Abschlüsse** erfolgen beim 1. Kontakt.
- 3% erfolgen nach dem 2. Kontakt.
- 5% erfolgen nach dem 3. Kontakt.
- zwischen 5-10% aller Abschlüsse erfolgen nach dem 4. Kontakt.
- 80% aller Abschlüsse erfolgen zwischen dem 5. und 12. Kontakt.
- ...
- 48% aller Verkäufer stellen ihre **Aktivitäten** bereits nach dem ersten Kontakt ein und weitere 25% machen zwei Kontakte und stellen danach ihre Aktivitäten ein.

**Blieben Sie am Ball!**

27



## Kaufland Neueröffnung 2016



**Wein ist die FMCG-Königdisziplin**

28



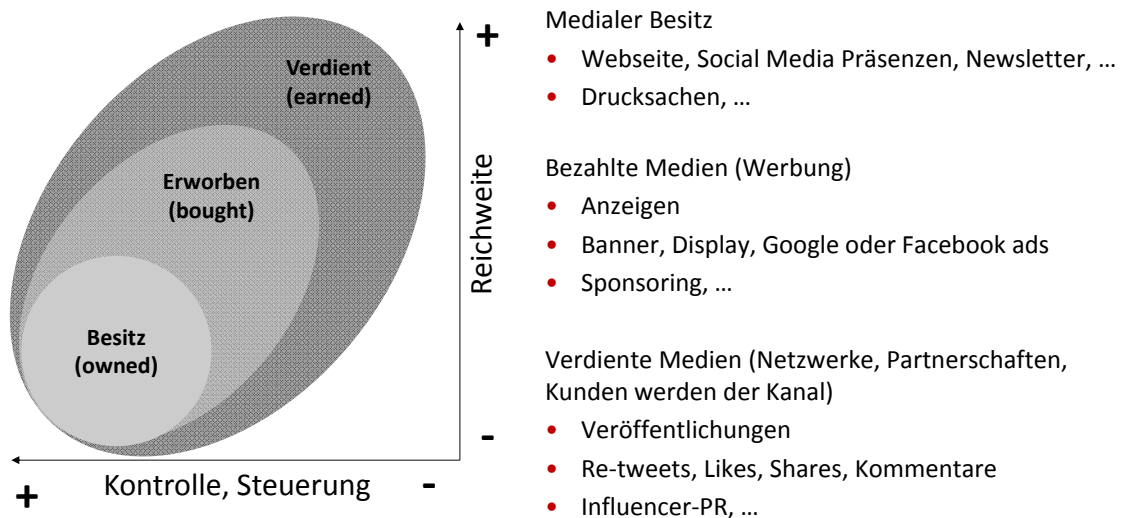
## Sechs Tipps für Erfolg im Vertrieb an **Endkunden**

1. **Planen** Sie Ihren Vertrieb!
2. Suchen Sie direkten Kontakt zum Kunden und **gewöhnen** Sie ihn an sich.
3. **Belohnen** Sie Kundenverhalten und **ritualisieren** Sie Kontakte.
4. Bieten Sie klare **Werte** in Ihrer Kommunikation.
5. **Binden** Sie Ihre Kunden in Ihre Kommunikation ein.

29



## Persönlichkeit und medialer Erfolg



30



## Verdienter Content!



Lieber Weinfreund!

Wer ist der (vielleicht) gemiatete Winzer Deutschlands? Richtig. Sein Name ist: Do-weiß-schon-wer\*.

Mein Weintester Thorsten Mücke hat alle Weine des naturverliebten Weinsachlers getrunken, an den einst keiner mehr dachte. Außer seine Frau, sodass ich an. Denn er ist immer noch verliebt.

Weinkritiker, Verbundfazits, Händler - keiner wollte mehr mit ihm und seinen bodenynamischen Meisterwerken zu tun haben. Dennoch hoch er durch. Heute liegen ihm alle zu Füßen.

Viel Spaß beim Lesen dieser wirklich schönen Geschichte.

\*= bei Harry Potter geklaut

Dein Captain



Zitat: ... „Peter Jakob Kühn hätte beinahe alles verloren, weil er an eine Mission glaubte. Gegen den Widerstand der Weinkritik und der Verbände.“ ...

31



Hier stehen eindeutig die Menschen im Mittelpunkt!

32





## Fünf Stufen zum Erfolg und zwei Empfehlungen!

1. Intrinsische **Motivation** – Was will ich? Wo will ich hin?
2. Welche **Stärken** kann ich einbringen und entwickeln?
3. Was ist mein **Engpass**? Was brauche ich? Wen brauche ich?
4. Wie ist mein **Plan**? Was ist der nächste Schritt?
5. In die **Umsetzung** gehen! Beharrlich sein!

### Empfehlungen:

- ▶ Investieren Sie in Ihre Kommunikation und
- ▶ Investieren Sie in Ihren Vertrieb!



**Viel Erfolg  
bei der Weiterentwicklung Ihrer Persönlichkeit!**



**Kontakt für Fragen oder eine Zusammenarbeit:**

Michael Berger  
[berger@dasteam.de](mailto:berger@dasteam.de) oder 06132 5095021