

I heard it through the grapevine...

Der Startschuss für die erste Marketing-Plattform für Mundpropaganda in der Weinbranche ist gefallen: Auf www.grapevine.at werden Konsumenten zu "Weinbotschaftern" für noch unentdeckte Winzerjuwelen.

Die junge Wiener Weinmarketing-Agentur *grapevine* führt Mundpropaganda-Kampagnen für vielversprechende, aber bisher kaum bekannte Weingüter durch. Nach einer erfolgsversprechenden Pilotstudie im Zuge einer wissenschaftlichen Arbeit ist nun vor wenigen Tagen die erste Verkostungs-Kampagne auf www.grapevine.at angelaufen.

Fünzig sorgfältig ausgewählte Verkoster erhielten Weinpakete mit umfassendem Infomaterial eines Qualitätsweingut-Kleinodes aus dem Weinviertel zugesandt. Die Pakete enthielten je drei unterschiedliche Weine zur entspannten Verkostung und Weiterempfehlung im Kreise von Freunden und Bekannten. Die Rückmeldungen sind zahlreich und durchwegs begeistert, wie der Verkostungs-Blog unter www.grapevine.at zeigt.

Das gesamte Konzept läuft nach dem Win-Win-Prinzip ab

Winzern wird eine breite Plattform an interessierten Weinliebhabern zugänglich gemacht, die bisher noch nicht in den Genuss derer Weine gekommen sind. Die ausgewählten Konsumenten wiederum erhalten ein kostenloses Verkostungspaket nach Hause geliefert, welches ihnen ausreichend Gesprächsstoff beschert, um mit ihren Bekannten über das Weingut zu sprechen.

„In und außerhalb der Weinbranche ist das Thema ‚Kunden-gewinnen-Kunden‘ hoch aktuell. Bisherige Versuche scheiterten oft an Vorbehalten der Kunden, wenn Unternehmen allzu offensichtlich versuchten, diese für ihre Zwecke einzusetzen. Die *grapevine* ist dagegen ein hoch innovatives und für alle beteiligten faires Konzept, von dessen Erfolg ich überzeugt bin“, sagt der renommierte Marketingexperte und Herausgeber des *International Journal of Wine Business Research*, Prof. Dr. Ulrich Orth von der Universität Kiel.

"Gerade bei Wein vertrauen Konsumenten lieber auf die Empfehlung durch Bekannte, als auf das Diktat der klassischen Werbung. Außerdem macht es Weinfreunden sehr viel Spaß, neue Geheimtipps zu entdecken, und sich nicht nur auf die bekannten Namen in der Branche zu beschränken", meint die Juristin Ulrike Reisner, welche die Plattform *grapevine* mit Leidenschaft betreibt.

Am internationalen Weinmarkt ist die Plattform die erste ihrer Art

Das Pilotprojekt wurde aus einer größeren Anzahl von Bewerbungen ausgewählt und wird im Rahmen der special session „Wines in Social Media“ beim „Academy of Marketing Science World Marketing Congress“ im Juli 2011 in der Champagner-Hauptstadt Reims, sowie im Rahmen der „6th Academy of Wine Business Research International Conference“ im Juni 2011 in Bordeaux vorgestellt.

„Viele Teilnehmer führen eigens einberufene Verkostungsrunden mit ihren Freunden durch. Manche verkosten im kleinen Kreis, erzählen aber gern und reichlich über das neu entdeckte Weingut ihren Bekannten“, schildert Ulrike Reisner Erfahrungen aus der bisherigen Praxis.

Pressemeldung - Wien, Jänner 2011

"Wir haben interessierte Personen nicht nur aus Österreich, sondern dem gesamten deutschsprachigen Raum im Verkoster-Pool. Besonders deutsche Genießer zeigen ihr Interesse an Grünem Veltliner & Co, welche in Österreich in hoher Qualität zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis zu bekommen sind", erklärt Ulrike Reisner.

"I heard it through the grapevine..." bedeutet übrigens konkret übersetzt "Ich habe es durch die Weinrebe erfahren", sowie bildlich gesprochen, "Es hat mir ein Vogel gezwitschert".

Die Registrierung unter www.grapevine.at steht jedem offen, der gerne ein gutes Glas Wein genießt. Expertenkenntnisse sind nicht erforderlich.

Kontakt: Mag. Ulrike Reisner
info@grapevine.at
www.grapevine.at