



Knut Scherhag (Hrsg.)

Weintourismus und Marketing

Lohmar – Köln 2013, 192 Seiten

ISBN 978-3-8441-0230-7

€ 49,- (D) ♦ € 50,40 (A) ♦ sFr 70,-

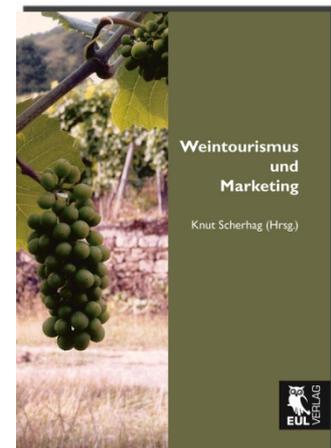
JOSEF EUL VERLAG GmbH
Fachbuchverlag für
Wirtschaft und Recht

Brandsberg 6
D-53797 Lohmar

Tel.: 0 22 05 / 90 10 6-6
Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88

www.eul-verlag.de
info@eul-verlag.de

Destinationen müssen sich profilieren, um aus der großen Zahl von Wettbewerbern herauszuragen. Themen, die für die gesamte Destination genutzt werden können, bzw. für die eine Destination als Ganzes steht, sind ein wichtiger Baustein für den Erfolg. „Wein und Tourismus“ kann für entsprechend ausgewiesene Regionen, aber auch für ganze Länder ein solches Erfolgsthema sein. Beide – Wein- und Tourismuswirtschaft – profitieren voneinander: der Tourismus durch gepflegte Natur- und Kulturräume, die Weinwirtschaft durch eine gesteigerte Nachfrage vor Ort.



Waren es in den vergangenen Zeiten überwiegend die Weinkonsumenten, die zu „ihrem“ Winzer gereist sind, um sich mit den neuen Weinen zu versorgen, sind es heute in erster Linie Touristen, die neugierig auf die Regionen sind, ihren Aufenthalt durch kulinarische Angebote in Verbindung mit guten Weinen genießen möchten und gerne auch auf einem Winzerhof übernachten.

Durch Qualitätsoffensiven, verbesserte Kommunikationswege und die weltweite Verfügbarkeit von Informationen wird der Wettbewerb von touristischen Zielen verstärkt. In den traditionellen Weinbauregionen ist die bedürfnisgerechte Kombination von Wein- und Tourismusangeboten notwendig, wenn Weintourismus eine herausragende Rolle übernehmen soll. Kooperative Angebote gewinnen an Bedeutung und tragen dazu bei, dass Regionen sich prägnanter positionieren und ein wahrnehmbares Profil bekommen. Die Kooperationen können dabei viele Inhalte haben – von der Angebotsgestaltung durch Touristiker und Nicht-Touristiker, über thematische Routen bis hin zur gemeinsamen Nutzung von Kommunikationskanälen.

Für viele Konsumenten gehören Wein und Lifestyle eng zusammen. Allerdings wird es zunehmend schwieriger, gute und schlechte Angebote zu unterscheiden – die Werber verstehen ihr Handwerk. An dieser Stelle setzen die sozialen Netzwerke an, die weitgehend unbeeinflusst von den Anbietern einen Erfahrungsaustausch der Konsumenten ermöglichen.

Dieser Band gibt einen Einblick in die verschiedenen Themen, die Wein- und Tourismuswirtschaft berühren und greift einzelne Aspekte im Kontext Weintourismus und Marketing vertiefend auf.

Inhaltsübersicht

- **Winzer im Haifischbecken – Die Blue-Ocean-Strategie im Weintourismus**
Germann Jossé
- **Erfolgskontrolle von Weinfesten**
Hans Rück
- **Zur Konstruktion eines Raumes am Beispiel des regionalen Identitätskonzeptes Wein in der Gemeinde Eisenheim**
Hans Hopfinger und Ann-Kathrin Krämer
- **Der Weinbrand *Pisco* und die Bedeutung einer „Marke“ für die peruanische Identität**
Ramón León und H. Jürgen Kagelmann
- **The Wine Routes of Spain – A shared wine tourism development model implemented in 25 wine regions**
Alberto Moreno Melgarejo
- **Einsatz von Social Media im Weintourismusmarketing – Konkrete Praxis und ungenutzte Chancen**
Andreas Kagermeier und Tim Harms
- **Edition Wattenmeer – Eine Kooperation zwischen Weinhandel und regionaler Tourismuswirtschaft**
Knut Scherhag
- **Weinverkauf an Touristen – Das Angebot von einheimischen Weinen durch regionale Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe**
Axel Dreyer und Juliane Ratz
- **Weintourismus in Bad Dürkheim**
Tobias Reeh und Torben Schäfer
- **Bedeutung und Potential des Weintourismus in Südtirol**
Günter Schamel
- **Sprache als Marketinginstrument im Weintourismus im deutsch-spanischen Vergleich**
Barbara Heinsch
- **Weintourismus und Edutainment – Die geplante Weinerlebniswelt in Sprendlingen-Gensingen (Rheinhessen)**
Stephanie Schreiber

✂

Bestellungen bitte an:

JOSEF EUL VERLAG GmbH, Brandsberg 6, 53797 Lohmar, Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88

Hiermit bestelle ich _____ Exemplar(e) des Titels „**Weintourismus und Marketing**“ von **Knut Scherhag (Hrsg.)**, ISBN 978-3-8441-0230-7 zum Preis von € 49,- (D). Die Lieferung erfolgt innerhalb Deutschlands versandkostenfrei gegen Rechnung.

Name: _____

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Datum

Unterschrift