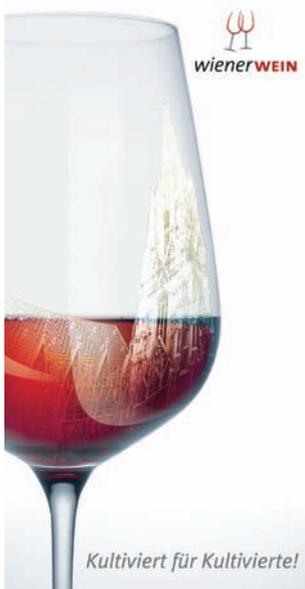




## 7. Agrarmarketing



Wiener Wein  
Corporate Design neu

## Vom Weinmarketing zum Agrarmarketing

Die Kommunikationsschwerpunkte der Landwirtschaftskammer Wien konzentrierten sich, mit Ausnahme von interessenspolitischen Themen, bis 2009 fast ausschließlich auf den Wiener Wein. Im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Zukunftsfeld Bauernhof“ kristallisierte sich in Diskussionen und Arbeitsprozessen mit den Mitgliedern der LK Wien die Direktvermarktung als ein weiteres wichtiges Kommunikationsthema heraus. Aufgrund dessen wurde 2010 aus dem Referat Weinmarketing das Referat Agrarmarketing und drei Themenschwerpunkte definiert.

- Wiener Wein
- Direktvermarktung
- LK Wien - Kommunikation

Trotz der vielen verschiedenen Themenbereiche ist im Agrarmarketing der LK Wien eine durchgängige Linie erkennbar. Denn alle Maßnahmen müssen sich an der Erreichung der folgenden mittelfristig definierten Kommunikationsziele orientieren:

- Leistungen und Produkte der Wiener LandwirtInnen, GärtnerInnen und WinzerInnen darzustellen
  - Imageverbesserung
  - Erhöhung der Wertschöpfung durch Wertschätzung
  - Sensibilisierung auf Herkunftsbezeichnung
  - Stärkung des Selbstwertgefühls
- Stärkung des Stellenwerts der LK Wien als Interessensvertretung gegenüber den Interessenspartnern

Mit den gesetzten Maßnahmen will die LK Wien vor allem zwei Kernzielgruppen ansprechen. Einerseits die Interessenspartner der LK Wien

- Kammermitglieder und deren Familienangehörige
- Gewählte Mandatäre und Multiplikatoren
- Gesetzliche und privatwirtschaftliche Auftraggeber
- Medien

und andererseits die breite Wiener Bevölkerung d.h. die Wiener KonsumentInnen.

## 7.1 Schwerpunkt Wiener Wein

### 7.1.1 Aus Weinregion Wien wurde Wiener Wein - Kultiviert für Kultivierte

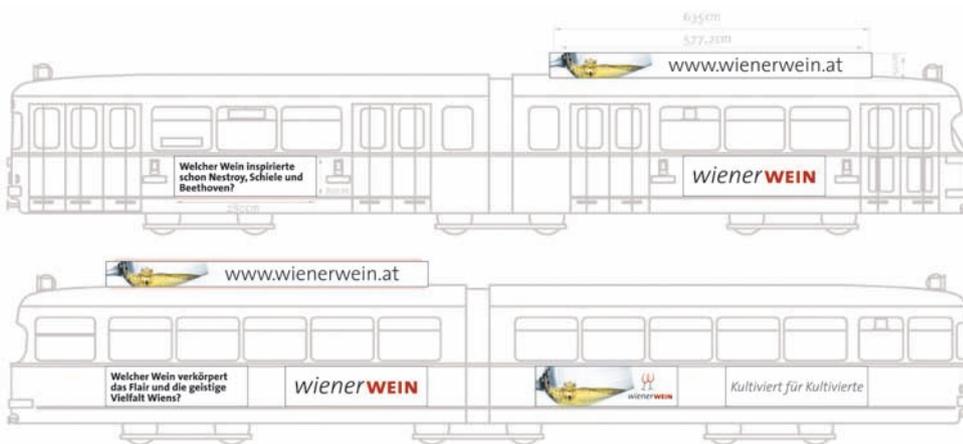
Der Wiener Wein hat das ganze Jahr über etwas zu bieten. Von den Veranstaltungen die jeder Betrieb individuell durchführt, Veranstaltungen die in den Weinbauorten stattfinden bis hin zu den Themenschwerpunkten wie Wiener Weinfrühling, Wiener Weinpreis, Wein Wandern Wien oder Junger Wiener die sich durch die gesamte Weinregion Wien ziehen. Um einen einheitlichen Werbeauftritt für all diese Maßnahmen zu schaffen, wurde 2009 mit der Entwicklung eines eigenständigen und neuen Erscheinungsbild für den Wiener Wein gestartet und 2010 zuerst den WinzerInnen und anschließend den Medien und der Öffentlichkeit präsentiert.



Weinregion Wien Logo alt



Wiener Wein Logo neu

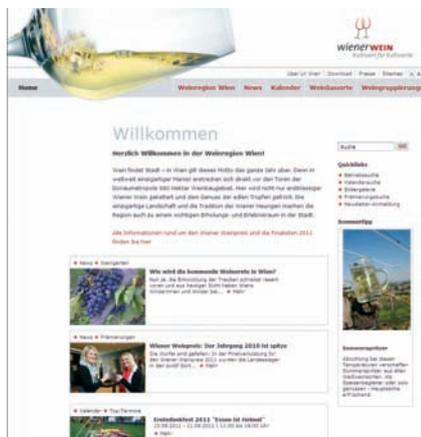
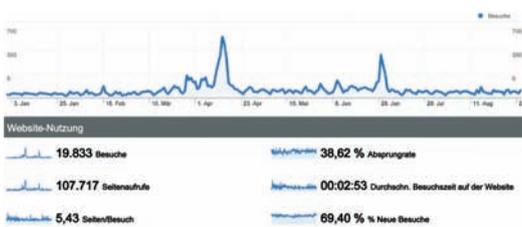


Straßenbahn im Wiener Wein Corporate Design

### 7.1.2 Wiener Wein online

Mit der Präsentation des neuen Erscheinungsbildes wurde auch der Webauftritt überarbeitet. Die Website [www.wienerwein.at](http://www.wienerwein.at) präsentiert sich nun als umfassendes und übersichtliches Serviceportal für KonsumentInnen. Neue Funktionen wie die Betriebssuche, Prämierungssuche, Veranstaltungssuche, der Pressebereich mit Downloadmöglichkeit und eine eigene Bilddatenbank ließen die Zugriffe im letzten Jahr massiv ansteigen.

Auf der Wiener Wein Facebook-Seite werden die rund 770 Fans bzw. „Gefällt mir“ s“ kontinuierlich mit Informationen über den Wiener Wein versorgt werden. Gewinnspiele, Veranstaltungstipps und interaktive Kommunikation lockern die Kommunikation mit den Fans auf.



Website Analyse [www.wienerwein.at](http://www.wienerwein.at)

Wiener Wein Website [www.wienerwein.at](http://www.wienerwein.at)

### 7.1.3 Wiener Weinfrühling | Wiener Winzertour

Bis 2010 wurde der Wiener Weinfrühling bereits fünf Mal durchgeführt. Nach wie vor ist er als fixer und vor allem vielfältiger Veranstaltungs- und Aktivitätenreigen mit rund 40 Veranstaltungen als Themenschwerpunkt des Wiener Weins positioniert. Der Wiener Weinfrühling wurde ebenso in das neue Erscheinungsbild integriert.



Impressionen Wiener Winzertour



Ein Highlight des Wiener Weinfrühlings bildet die seit 2009 stattfindende Wiener Winzertour. Der Fokus liegt bei dieser Maßnahme ganz gezielt auf der Pflege der Stammkundenbeziehungen und der Forcierung des Ab-Hof Verkaufs durch ein aktives und attraktives Angebot der WinzerInnen. Fixangebote der Wiener Winzertour sind das Winzertour Package (kommentierte Weinverkostung), der Winzertour Bonus (Ab Hof Verkaufsangebot) und der Gratis Shuttleservice der Wiener Linien.



#### 7.1.4 Wiener Weinpreis

Einen weiteren Themenschwerpunkt im Spannungsbogen des Wiener Weins bildet der Wiener Weinpreis, dem die Landesweinbewertung zuvor geht. Der Wiener Weinpreis findet Ende Juni/ Anfang Juli statt und wird in Kooperation mit der Stadt Wien im Arkadenhof des Wiener Rathauses durchgeführt. Mehr als 20.000 Besucher kommen jährlich in das Wiener Rathaus um sich von der hohen Qualität der mit Gold prämierten Wiener Weine überzeugen zu können. Höhepunkt für die Winzerinnen und Winzer ist die alljährliche Prämierung der Landessieger, die Bürgermeister Dr. Michael Häupl persönlich im Rahmen eines Galaabends verleiht.



Landessieger 2009



Wiener Weinpreis Publikum Event



Landessieger 2010

#### 7.1.5 Wein Wandern Wien | Junger Wiener

Der Wiener Wein Wandertag wird in Kooperation mit der Stadt Wien veranstaltet und bietet rund 10.000 Besuchern am letzten Septemberwochenende die Möglichkeit neben der herrlichen Kulisse der Wiener Weinberge auch köstliche Schmankerl in und aus diesen zu genießen. Die Winzer des 19. und 21. Bezirks kümmern sich nämlich um das lukullische Wohl der Wanderer mit hervorragenden Wiener Weinen und köstlichen Heurigenschmankerln.



Gemeinsame LK Wien Wanderung beim Wiener Weinwandertag

Den Jungwein aus Wien auch unter „Junger Wiener“ bekannt, gibt es traditionell Ende Oktober/Anfang November zu verkosten.

Zuletzt wurden alle Jungweine im Museumsquartier an einer „Jungen Wiener Bar“ präsentiert. Als Hauptkooperationspartner ist in den vergangenen Jahren die Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG mit an Bord.



Junger Wiener Präsentation 2009 auf der Summerstage



Präsentation des Jungen Wieners im Museumsquartier mit Weinkönigin Katharina I, LK Präsident Franz Windisch und Obmann des Landesweinbauverbandes Herbert Schilling



## 7.2 Schwerpunkt Direktvermarktung

### 7.2.1 [www.lk-konsument.at](http://www.lk-konsument.at)

Anfang des Jahres 2010 präsentierten die Landwirtschaftskammern Niederösterreich und Wien ein gemeinsames Portal für Genuss, Erlebnis und Wissen. Die Website bildet das Sprachrohr zu den KonsumentInnen und enthält wichtige Tools wie die Betriebssuche, Veranstaltungstermine, Saisonkalender, Gartenkalender, Rezepte u.v.m.



### 7.2.2 Wiener Genusspfad | Wiener Bäuerinnen- und Bauernfest | Wiener Erntedankfest

Eines haben diese drei Aktionen gemein und zwar die Präsentation der Vielfalt der Wiener Stadtlandwirtschaft und ihrer Betriebe. Beim Wiener Genusspfad Ende Juni hatten KonsumentInnen 2010 erstmals zwei Tage lang die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen der Wiener Landwirtschaft zu werfen und Bauernhöfe, Gärtnereien und Obstkulturen kennenzulernen. Die zehn teilnehmenden Betriebe hatten individuelle attraktive Angebote und verschafften ihren Besuchern einen Erlebniseinkauf der anderen Art.



Direktvermarkter bieten den Besuchern attraktive Angebote im Rahmen des Wiener Genusspfades

Sowohl das von der Stadt Wien veranstaltete Wiener Bäuerinnen- und Bauernfest als auch das Erntedankfest kann als Leistungsschau der Wiener Landwirtschaft bezeichnet werden. Beim Bäuerinnen- und Bauernfest auf der Freyung repräsentieren ausgewählte Wiener Betriebe die Stadtlandwirtschaft und versorgen die BesucherInnen mit herrlichen Köstlichkeiten und Schmankerln. An Informationsständen der Stadt Wien und der LK Wien erfahren die BesucherInnen wissenwertes rund um die Wiener Landwirtschaft.

Beim Erntedankfest am Wiener Heldenplatz präsentieren sich die Aussteller am Marktplatz sehr modern. Der bewusste urbane Auftritt soll den BesucherInnen vermitteln, dass die Landwirtschaft mit modernen Geräten und Techniken arbeitet und auch als hochprofessioneller Wirtschaftssektor anzusehen ist.



Leistungsschau der Wiener BäuerInnen, GärtnerInnen und WinzerInnen beim Erntedankfest sowie beim Bäuerinnen- und Bauernfest

## 7.3 Schwerpunkt LK Wien - Kommunikation

### 7.3.1 Medienarbeit

Die LK Wien betrachtet die Medien als Interessenspartner und ist somit bedacht, Informationen zielgerichtet und aktuell an die Journalisten zu richten. Rund 30 Medieninformationen werden pro Jahr zu Themenbereichen wie Interessenspolitik, Genuss, Kulinarik und Wiener Wein versandt. Durch Medienbeobachtung ist festzustellen, dass nicht nur die Anzahl der Berichte (Clippings) gestiegen ist, sondern auch mehr in qualitativ höheren Medien berichtet wurde.



#### **LK Wien Medien - Website [www.lk-wien.at](http://www.lk-wien.at) | LK Wien Newsline | LK Zeitung - Die Information**

Die LK Wien Website liefert allen Kammermitgliedern und Interessierten aktuelle Informationen und Möglichkeiten für Anfragen und Auskünfte zur Veranstaltungsanmeldung. Zugriffen wurde 2010 auf die Website [www.lk-wien.at](http://www.lk-wien.at) über 130.000 Mal.



Der Newsletter der LK Wien, LK Wien Newsline, informiert über aktuelle Themen und wird monatlich versendet. Um wichtige interessenspolitische Meldungen schnell zu transportieren wird je nach Thema eine Sonder-Newsline versendet. Insgesamt wurden 2010 rund 360 Kammermitglieder über die LK Wien Newsline informiert.

Die LK Wien Zeitung - Die Information erscheint in 12 Ausgaben und wird an alle Kammerzugehörigen versendet. 20.000 Exemplare werden pro Jahr gedruckt und versendet. Neben interessenspolitischen Artikel und Fachthemen wird dieses Medium durch Veranstaltungsankündigungen und Erfolgsmeldungen aufgelockert. Neu seit 2010 ist das Editorial des Kammerdirektors auf der Titelseite, das monatlich aktuelle Themen behandelt.

Informationsmedien  
der LK Wien