

WINZER VULKANLAND STEIERMARK



www.winzer-vulkanland.at

DAS GRUNDSATZPAPIER

EINE ÜBERSICHT

OKTOBER 2012

Qualitative Zusammenfassung der erhaltenen Informationen	Was ist sinnvoll mitnehmbar?!
<p>Die Vision / Anhaltspunkte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Im Mittelpunkt stehen die Qualitätssteigerung, die Nachhaltigkeit im Umgang mit der Natur, der Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen den mitmachenden Winzern. - Der Ausbau eines eigenständigen regionalen Profils soll im ganzen Weinbaugebiet entstehen. - „Starke“ Veranstaltungen rund um Wein, Kulinarik, Kunst und Design in der Region sollen durchgeführt werden. - Zweck des Vereins ist die betriebliche Weiterentwicklung sowie Aus- und Weiterbildung der Unternehmen und deren Mitarbeiter. - Der Verein setzt alle möglichen und notwendigen Maßnahmen zur Absatzförderung von Weinen aus dem Vulkanland in der Südoststeiermark – Winzer Vulkanland Steiermark! - Die Gruppe „Winzer Vulkanland Steiermark“ stärkt die Großlage Vulkanland durch die Verwendung des Logos bzw. der Bezeichnung im Etikett. 	<p>Qualität steigt durch gelebte Nachhaltigkeit</p> <p>Steirisches Vulkanland wird zum Wein-Hotspot</p>
<p>Dazu passende Aktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Weiterbildung und Experten-Gespräche mit national und international anerkannten Referenten und Referentinnen werden angeboten (diese Veranstaltungen sind ausschließlich den Mitgliedern zugänglich) - moderner Wissens- und Erfahrungsaustausch - gemeinsame Marketing- und Positionierungsarbeit (inkl. Profil) - laufende Mitgliederinfo per Mail 	<p>WIR-Weiterentwicklung</p>
<p>Verhaltensgrundsätze I</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vielfalt und Individualität - Qualität - Land und Leute - Kulinarik - ehrlich und bodenständig/verwurzelt - Nachhaltig im Respekt und im Schutz der Natur <ul style="list-style-type: none"> - mögliche langfristige Ziele <ul style="list-style-type: none"> - 100% energieunabhängig (Photovoltaik, Wasser als Ressource / Brauchwasser zum Spritzen) - Entsorgung („vorklären“) - Heizung (erneuerbare Energie) - Strom - Bio - Maßnahmen <ul style="list-style-type: none"> - Seminare und bewusstseinsbildende Maßnahmen - Folder / Übersichtsblätter - Infoveranstaltungen für mitmachende Winzer 	<p>Vielfalt/Individualität</p> <p>Menschen/Familie</p> <p>Kulinarik</p> <p>Ehrlichkeit</p> <p>Authentizität</p> <p>Ressourcenschonung</p>

Verhaltensgrundsätze II

- **Die Winzerinnen und Winzer...**
 - nehmen an **Weiterbildungen** teil, um ihren eigenen Betrieb und ihre **Qualität** zu stärken.
 - produzieren **großartige** Weine, geprägt von **Terroir- und Regionstypizität**, unterstützen sich gegenseitig mit ihrem Wissen und tauschen sich aus, gestalten und prägen die Entwicklung der Region.
 - stellen ihr Wirken unter die **Nachhaltigkeit** und **Ökologie** (Region im Mittelpunkt).
 - stärken/schärfen ihre Individualität und ihren Betriebstyp (**ICH + WIR**).

„Das Streben nach unbedingter Qualität, das Bewahren unserer Böden und die Nachhaltigkeit im Weinbau prägen das Schaffen charakterstarker, individueller Vulkanland-Winzer(Familien)!“

Position & Profil für verschiedene Zielgruppen

- **Endverbraucher/Kunden/Gäste**
 - Menschen, die gerne **essen** und **trinken** – Genussmenschen
 - Menschen, die sich für Wein interessieren – **Weinprofis** der Zukunft
 - **25- bis 50-jährige**, die Genuss mit Wein, Kunst und gutem Essen verbinden aber nicht ausschließlich auf dem Niveau von Hochkultur (Salzburger Festspiele) und Hauben-Küche – bodenständig orientierte Culinary-Touristen
 - **Familien** (mit Kindern)
- **Fachleute & Meinungsführer**
 - Opinion Leader im Bereich Kulinarik und Wein
 - Fachjournalisten begeistern, die auf bewusst auf Regionen schauen,
 - Fachleute aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft

Regionalität

ICH + WIR

Junge Genussprofis

Schnittstellen und Multiplikatoren

(Ausgewählte) Ziele / Projekte

- **Werbung / Kommunikation**
 - Erarbeitung einer gemeinsamen **Werbelinie** / eines gemeinsamen **Marktauftrittes** (inkl. Werbemittel)
 - Umsetzung von Marketingaktivitäten für die **Weinregion Vulkanland** um diese als Weinregion bekannt zu machen z.B. **Weinfrühling Vulkanland**

- **Individualität / WIR**
 - **Betriebsfolder** für Winzer Vulkanland Steiermark am Beispiel Meisterkulturbuch: jeder Betrieb soll eine Seite bekommen und sich vorstellen können (ein Sichtbarmachen der Winzer und deren Betriebe mit ihrer Vielfalt)

- **Image und Bekanntheit**
 - das **Image** der südoststeirischen Winzer und deren Weine zu steigern
 - dem Weinbaugebiet einen eigenständigen Charakter verleihen und es bekannter machen
 - klare **Differenzierung** zu anderen Weinbaugebieten (eventuell DAC)
 - **Homepage** gemeinsam beleben

- **Strategische Arbeitsorganisation / Abläufe / Zuständigkeiten**
 - gemeinsame „**Stimme**“ nach außen, geschlossenes Auftreten
 - gemeinsame **Botschaften** sind: Vision, Leitbild und Ziele für den (südoststeirischen) Weinbau im Vulkanland in Kooperation und Anlehnung an die steirische Vulkanlandstrategie
 - gemeinsame **Auftritte/Veranstaltungen** innerhalb *VieVinum* und anderer Weinmessen oder Weinveranstaltungen, die schon existieren (bestehende Plattform nutzen!)
 - Leben der **Vision** und **Grundsätze**
 - enge **kooperative Zusammenarbeit** der Winzer Vulkanland Steiermark mit dem Tourismus und der Gastronomie
 - **1-2 Ansprechpartner** für **alle** Weinaktivitäten
 - **Marketing- und Positionierungsarbeit** – gesetzlichen Maßnahmen werden in die Öffentlichkeit transportiert und informiert
 - **Pressearbeit** (inkl. PR-Arbeit)

- **Angebote/Aktivitäten & Nachhaltigkeiten für Vereinsmitglieder**
 - Weiterbildungen, Schulungen
 - **Exkursionen**
 - transparente **Organisation** (Schnittstelle zum Vorstand)
 - **Kooperationen** suchen und leben

Information

Motivation

Begeisterung

Besessenheit

Aktivitäten

Vorbild & Beispiel
sein

Miteinander

Personen, die
strahlenAktivitäten /
Kooperationen mit
Mehrwert