

UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION

CASE STUDIE

KUNDE: BASKISCHE WEINE

Situation

- Rioja als Weinanbaugebiet in Spanien ist in Deutschland sehr bekannt und gehört zu einem der bedeutendsten in Europa. Das Weinbaugebiet besteht aus den Teilgebieten Rioja Alta, Rioja Baja und Rioja Alavesa.
- Die Kenntnis über die Region Rioja Alavesa und ihre besonders hochwertigen Weine ist in Deutschland sehr gering.

Aufgabe

- Aufbau von Bekanntheit für die Kategorie Rioja Alavesa und Txakoli und die entsprechenden Weingüter
- Aufbau eines positiven und qualitativ hochwertigen Images
- Initiierung von Kontakten zwischen Händlern, Gastronomen und Winzern
- Erhöhung des Konsums von Weinen aus Rioja Alavesa

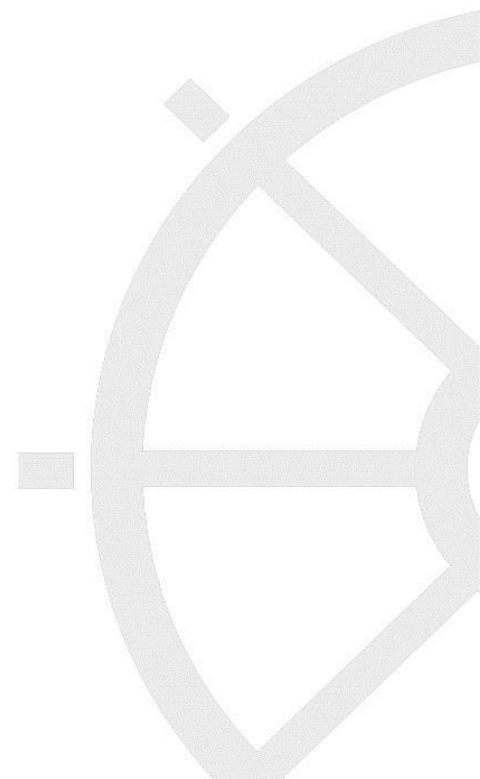
Zielgruppen

- Gastronomen
- Händler: LEH, Weinfachgeschäft, Delikatessengeschäfte, Großhandel, Importeure
- Sommeliers
- Wein- und Food-Journalisten

Umsetzung/Maßnahmen

Roadshow

- Konzeption, Planung und Umsetzung einer Roadshow in Köln und Berlin
 - Ganztägige Verkostungen
 - Tischpräsentation mit 31 Winzern aus Rioja Alavesa & Txakoli
 - Open Tastings
 - Workshops mit Hendrik Thoma
 - „Flying Pinxtos“
 - Jeweils ca. 150 Teilnehmer
- Entwicklung Printmaterialien Roadshow: Einladung, Pressemappe, CD-ROM, Tischset, Verkostungskatalog, Displays, Website www.weine-aus-dem-baskenland.de



UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION

- PR Flankierung Roadshow:
 - Versand Einladungskarten
 - Advertorialschaltung in Weinfachzeitschriften, Bannerschaltung auf den Websites der Weinfachzeitschriften sowie Terminankündigung (online & print)
- Aussand an die Publikums- und Fachpresse, sowie freie Redakteure Food & Beverage, Weinportale und Weinblogs



Location: in Köln, Hotel im Wasserturm und Berlin, Hotel de Rome



Mastersommelier: Henrik Thoma

