

BSc MMP, FHGR/BFH

JANICE SCHNYDRIG

Hauptreferentin: Ines Jansky

Co-Referentin: Flavia Bernold



LEITFADEN.

FÜR WINZER:INNEN – EINFACHES
MARKETING MIT WIRKUNG

AUGUST 2025

LEITFADEN.

Für wen ist dieser Leitfaden?

Für Winzer:innen, die mit wenig Aufwand mehr Sichtbarkeit gewinnen möchten – ganz gleich, ob Social-Media-Profis oder Einsteiger:innen.

Kein Marketing-Deutsch, sondern einfache Tipps, die wirklich etwas bringen.

In meiner Arbeit habe ich untersucht, wie Weingüter durch Marketingkooperationen – z. B. mit touristischen Partner:innen oder regionalen Plattformen – ihre Sichtbarkeit bei jüngeren Zielgruppen steigern können.

Dabei zeigte sich: Wer authentisch kommuniziert, Kooperationen nutzt und digital sichtbar wird, hat bessere Chancen, wahrgenommen und wiedererkannt zu werden.

Dieser Leitfaden fasst zentrale Erkenntnisse praxisnah zusammen – speziell für kleinere Weingüter oder Einzelpersonen, die (noch) keine eigene Marketingabteilung haben.

ERKENNTNISSE AUS DER BACHELORARBEIT
VON JANICE SCHNYDRIG

LEITFADEN.

1. Einstieg: Warum überhaupt Marketing?

Wein allein verkauft sich nicht. Sichtbarkeit, Vertrauen und Verbindung zur Kundschaft entstehen durch Kommunikation.

Gerade jüngere Generationen lassen sich eher von Storytelling, Emotion und Bildern begeistern – weniger von Fachjargon oder langen Texten.

Warum das wichtig ist:

Die Konkurrenz im Weinmarkt ist gross. Wer nichts von sich zeigt, wird oft übersehen – auch wenn der Wein gut ist.

Das Ziel: Mehr Besucher:innen am Hof, mehr Online-Bestellungen, mehr Wiedererkennung.

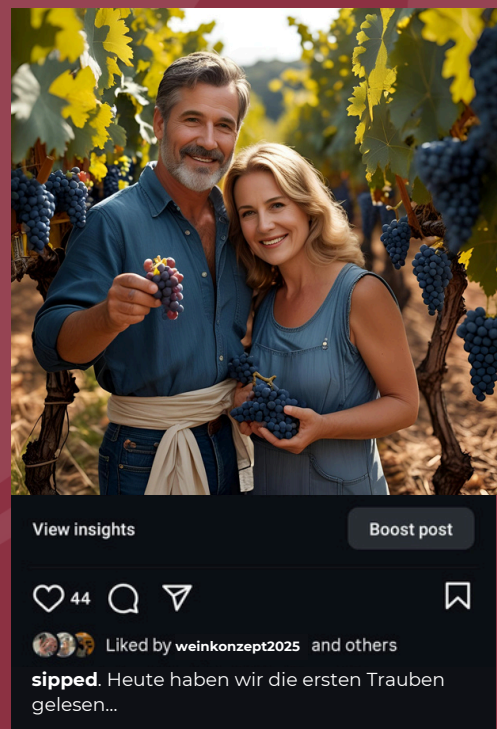
ERKENNTNISSE AUS DER BACHELORARBEIT
VON JANICE SCHNYDRIG

LEITFADEN.

2. Die 7 wichtigsten Hebel für gutes Wein-Marketing

A: Zeig, was dich besonders macht

- Poste regelmässig (z. B. 1x pro Woche).
- Wähle 3–5 Themen für deinen Kanal, z. B.:
 - Der Weinberg im Jahreslauf
 - Blicke hinter die Kulissen
 - Wein & Essen
 - Menschen & Familie
- Wiedererkennbare Bildsprache: Nutze immer ähnliche Farben, Perspektiven oder Schriftarten.
- Erzähle Geschichten statt nur Fakten: „Heute haben wir die ersten Trauben gelesen – das Gefühl, wenn...“



Warum das wichtig ist:

**Ein roter Faden schafft Vertrauen.
Wer dich öfter sieht, erkennt dich
schneller wieder – auch offline.**

ERKENNTNISSE AUS DER BACHELORARBEIT
VON JANICE SCHNYDRIG

LEITFADEN.

B: Mach's gemeinsam

- Such dir Partner:innen, z. B.:
 - Lokale Restaurants, Tourismusangebote, Outdoor-Anbieter.
 - Fotograf:innen, Foodblogger:innen, Künstler:innen.
- Zeig die Kooperation sichtbar:
 - Gemeinsame Posts mit Markierung und Erwähnung der Partner
 - Behind-the-Scenes um die Interessent:innen abzuholen. So wird ein Gefühl der Zugehörigkeit vermittelt.
 - Gutscheine oder Kombi-Angebote



Warum das wichtig ist:

Kooperation = doppelte Reichweite bei halbem Aufwand. Jede:r bringt die eigene Community mit.

ERKENNTNISSE AUS DER BACHELORARBEIT
VON JANICE SCHNYDRIG

LEITFADEN.

C: Sprich die Sprache deiner Zielgruppe

- Wen willst du erreichen? Junge Leute? Genussmenschen? Touristen?
- Schreib locker, aber nicht beliebig.
 - Lieber: „Perfekt für deinen Sommerabend!“
 - Statt: „Unser neuester Cuvée mit 14 Vol.-% und 12-monatiger Barrique-Reifung.“
- Vermeide zu viele Fachbegriffe – oder erkläre sie mit einem Augenzwinkern.

Warum das wichtig ist:

Wer sich verstanden fühlt, bleibt dran – auch ohne Weindiplom.

LEITFADEN.

D: Baue echte Beziehungen auf

- Reagiere auf Kommentare.
- Stelle Fragen in der Story oder im Post.
- Starte eine Umfrage: „Welcher ist euer Lieblingswein?“
- Zeig dich – Menschen kaufen bei Menschen.

Warum das wichtig ist:

Eine gute Beziehung = langfristige Kundschaft.

Keine Einwegkommunikation, sondern Austausch.

LEITFADEN.

E: Nutze digitale Werkzeuge clever

- Verlinke deine Website in deinem Instagram-Profil (am besten direkt zur Shop- oder Besuchseite).
- Überlege: Willst du einmalig 100 CHF für eine gesponserte Anzeige investieren? Das kann sinnvoll sein.
- Influencer:innen mit lokaler Reichweite (z. B. aus dem Wallis) können viel bewirken – auch ohne Geld, sondern z. B. gegen eine Weinprobe.



Warum das wichtig ist:

Sichtbarkeit ist planbar – du musst sie nur clever nutzen.

ERKENNTNISSE AUS DER BACHELORARBEIT
VON JANICE SCHNYDRIG

LEITFADEN.

F: Führe deine Gäste durch Events

- Nicht nur Flyer posten!
 - Zeige die Stimmung vom Event des letzten Jahres mit Bildern, Slidern oder Videos.
 - Nimm die Leute mit im Vorfeld: Zeige den Aufbau, welche Vorbereitungen getroffen werden, stelle das Team vor.
 - Danach: Dankeschön-Post, Fotos, kurze Rückblicke.
- Storytelling rund um ein Event schafft Nähe und Erinnerung.
- Videoformate heben Emotionen und Verbundenheit hervor.



Warum das wichtig ist:

**Wer ein Event digital mitverfolgt,
will beim nächsten Mal live dabei
sein.**

ERKENNTNISSE AUS DER BACHELORARBEIT
VON JANICE SCHNYDRIG

LEITFADEN.

G: Zeig Haltung & Themen mit Herz

- Sprich über:
 - Nachhaltigkeit (z. B. Bio-Weine, kurze Wege, Regionalität)
 - Familienwerte, Generationenunternehmen (Wer hilft mit?)
 - Lifestyle & Genuss (Wie genießt man deinen Wein?)
- Auch kleine Aussagen machen einen Unterschied:
 - „Unser Rosé für laue Sommerabende ohne Kater.“
 - „Weniger Sulfite – mehr Natur.“
 - „Handgelesen. Sonnenverwöhnt. Ohne Drama.“
 - „Was wir weglassen: Chemie. Was bleibt: Geschmack.“



Warum das wichtig ist:

**Haltung schafft Identifikation –
gerade bei jungen Zielgruppen.**

ERKENNTNISSE AUS DER BACHELORARBEIT
VON JANICE SCHNYDRIG

LEITFADEN.

3. Deine Checkliste für Instagram

Bereich	Erledigt
Profilbild mit Logo oder Gesicht	☐
Kurzbeschreibung mit Persönlichkeit	☐
Link zur Website oder Shop	☐
Themencluster definiert	☐
Posting-Plan für 1x/Woche erstellt	☐
Kooperationen sichtbar gemacht	☐
Kommentar-Antworten regelmässig	☐
1 Story pro Woche (z. B. „Heute im Weinberg“)	☐

LEITFADEN.

4. Inspirationen für deinen Stil

Locker, frech, jung

@dreifreundeweine

Junges Publikum, Events,
Lifestyle

Authentisch & ästhetisch

@lescretes_vini

Naturliebhaber:innen,
Genussmenschen

Plakativ & sichtbar

@maisongilliard

Breite Zielgruppen, Events,
Weinverkauf

ERKENNTNISSE AUS DER BACHELORARBEIT
VON JANICE SCHNYDRIG

LEITFADEN.

5. Hilfe nötig?

- Du musst das nicht alles allein machen.
- Nutze bestehende Plattformen wie:
 - Valais/Wallis Promotion
 - Schweizer Weintourismus
 - Lokale Netzwerke
- Oder arbeite mit Studierenden, Content Creators oder lokalen Fotograf:innen zusammen.



Schon ein kleiner Impuls kann deine Sichtbarkeit vervielfachen.