

# MASTER INTERNATIONALES WEINMARKETING

WIRTSCHAFT MIT SCHWERPUNKT  
ZENTRAL-OSTEUROPA



**FH Burgenland**

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

BRINGT BESONDERES ZUSAMMEN

Fachhochschul-Masterstudiengang

# Internationales Weinmarketing



*„Mit diesem Studium bedienen wir seit über 15 Jahren den Bedarf an Weinmarketing-ExpertInnen der Weinwirtschaft im gesamten deutschsprachigen Raum. Wir bieten hohe Praxisorientierung, hochkarätige DozentInnen und ein aktives Netzwerk.“*

Studiengangsleiter Marcus Wieschhoff

In diesem Studium sind Sie richtig, wenn Sie eine berufliche Beschäftigung mit einem Traditionsprodukt anstreben, das mehr denn je im Trend liegt. Wir bilden ExpertInnen für die Weinwirtschaft und verwandte Branchen aus und bieten eine branchenspezifische Spezialisierung im Marketingmanagement.





## Facts zum Studiengang



### Studiendauer

4 Semester

### Akademischer Grad

Master of Arts in Business – MA



### Organisationsform

berufsbegleitend (ca. alle vier Wochen)

Freitag, Samstag 8.30 - 21.00 Uhr

Sonntag 8.30-18.00 Uhr)



### Studienort

7000 Eisenstadt, Campus 1

### Studiengebühren

keine



### Unterrichtssprache

Deutsch, Englisch

## Berufsfelder

Nach Studienabschluss arbeiten unsere AbsolventInnen in Führungspositionen in Weingütern und –betrieben, in Handelsunternehmen, bei Marketingagenturen, Messe- und Eventveranstaltern, Vermarktungsorganisationen, in touristischen Einrichtungen und Fachmedien in den Bereichen:

### Marketing und Vertrieb

in Weingütern, Kellereien oder im Weinhandel

### Einkauf und Vertrieb

für Handelsunternehmen vom klassischen Lebensmittel-einzelhandel bis zum spezialisierten Onlinehändler

### Food & Beverage Management

in Hotellerie, Gastronomie und Tourismusmanagement

### Print- und Onlineredaktion

für Fach- und Publikumsmagazine der Wein- und Tourismuswirtschaft

## Das Besondere

- **einziges berufsbegleitendes Studium** mit dem Schwerpunkt Weinmarketing im deutschen Sprachraum
- **hoher Grad an Internationalität** durch Exkursionen in europäische Weinländer, internationale GastdozentInnen und Studierende mit abwechslungsreichem Berufshintergrund
- Studienaufenthalt an der **Partnerhochschule Geisenheim University**, Deutschland
- **große Bandbreite an Themen** – Weinbau, önologisches Grundwissen, Marketingmanagement, digitales Marketing, Sensorik, Durchführung von Messen und Projekten
- Hohe **Praxisnähe** durch internationale DozentInnen aus Hochschulbereich und Weinwirtschaft
- Erwerb von **branchenspezifischen Englischkenntnissen**
- Studium in einem der wichtigsten Weinbaugebiete Österreichs

## Anmeldung und Aufnahme

<b>Zugang</b>	Abschluss eines mindestens dreijährigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung. Detailinfos unter <a href="http://www.fh-burgenland.at/zugang">www.fh-burgenland.at/zugang</a>
<b>Anmeldung</b>	bis 31. Mai unter <a href="http://www.fh-burgenland.at/anmeldung">www.fh-burgenland.at/anmeldung</a> danach Anmeldung für Restplätze möglich
<b>Aufnahmeverfahren</b>	Aufnahmegespräch



# Aufbau und Ablauf des Studiums

Das Studium ist modular aufgebaut. Am Ende stehen die Masterarbeit und eine mündliche Abschlussprüfung.

## 1. STUDIENJAHR 60 ECTS

Titel der Lehrveranstaltung	WS	SS
<b>WEINBAU, KELLERWIRTSCHAFT, ÖNOLOGIE</b> produktionstechnische Rahmenbedingungen der internationalen Weinwirtschaft, Bodenbeschaffenheit (Terroir), Reben, Klima, Kulturmaßnahmen, Erträge, Qualität, Grundzüge der Weinbereitung, Sektherstellung, Abfüllung/Verpackung, Exkursion (4 ECTS werden an der Partnerhochschule Geisenheim University unterrichtet)	6	
<b>OPERATIVES MARKETING</b> <b>Digitales Marketing</b> – Konzeption der Anwendung von digitalem Marketing, Online Advertising, Websites, Suchmaschinenoptimierung, e-Mail Marketing, Social Media-, Mobile- und virales Marketing, Rechtliche Rahmenbedingungen, e-Commerce, Privacy und Compliance <b>Handelsmarketing</b> – Marketingmix, Distributionsentscheidungen, Kommunikationsinstrumente, Produktlebenszyklus, Category Management, Sortimentsgestaltung, Einkaufsprozesse, preispolitische Entscheidungen, Rabatt und Konditionensysteme <b>Messe &amp; Eventmarketing</b> – Entwicklung von Event und Messekonzeption, Eventkommunikation und -nachbereitung, Orts- und Messeauswahl, Teilnehmer-, Besucher- und Standpersonalmanagement, Trends und Entwicklungen des internationalen Weintourismus	6	12
<b>STRATEGISCHES MARKETING</b> Analysemethoden komplexer Marktzusammenhänge, Marktsegmentierung und Kundenverhalten, Wettbewerbskräfte, -strategien und -vorteile, Brand- und Stakeholdermanagement, Corporate Branding und Entrepreneurship, Innovationsmanagement, Positionierung und Markenführung; Theorien, Modelle, Methoden und Instrumente zur Analyse von Konsumentenverhalten, Methoden der Sensorischen Analyse, diskriminierende und deskriptive Prüfungen, quantitative und qualitative Prüfungen, Multiple-Response-Analysen		12
<b>INTERNATIONALE KOMMUNIKATION</b> <b>Business English</b> – Basic wine terminology as well as core vocabulary associated with marketing and international management. Functional language for socializing, participating in meetings and presenting, personalized study goals will provide further language skills input and practice. <b>Sensorik</b> – Auswirkungen von Weingartenmanagement sowie produktionstechnischer Rahmenbedingungen in der internationalen Weinwirtschaft und deren sensorische Folgen.	6	4
<b>INTERNATIONALE WEINWIRTSCHAFT</b> Verteilung von Anbauflächen und Produktionsmengen, internationaler Weinhandel, internationale Organisationen und Interessensverbände, typische Produkte, Kundenverhalten, Besonderheiten in der Produktionsweise, Strukturen der Weinproduktion und der Vermarktung, Entwicklung von Produktions- und Absatzmärkten		6
<b>F&amp;E METHODIK</b> Quantitative und qualitative Sozialforschung und Statistik, Schritte der statistischen Empirie, Überprüfung der Repräsentativität, Operationalisierung von Variablen, Anforderungen der statistischen Analyse, Fragebogendesign, Interviewtechniken, Fokusgruppe, Eye Tracking		6
<b>INTERNATIONALE EXKURSION</b> Besuch von Betrieben, Händlern oder Vetriebsorganisationen mit breitem Einblick in die Weinwirtschaft der besuchten Weinbauregion. Networking und Ausbau sozialer Kompetenzen in professionellem internationalen Umfeld.		2

## 2. STUDIENJAHR 60 ECTS

Titel der Lehrveranstaltung	WS	SS
<b>INTERNATIONALE WEINWIRTSCHAFT</b> Rahmenbedingungen der internationalen Weinwirtschaft, nationales und internationales Weinrecht Weinwirtschaft Mittel-Osteuropas und außereuropäischer Regionen, typische Produkte, Besonderheiten in der Produktionsweise, Strukturen der Weinproduktion und der Vermarktung, Entwicklung zentraler Produktions- und Absatzmärkte	6	
<b>PRAXISPROJEKT</b> Planung, Durchführung und Reflexion von praktischer, projektorientierter Tätigkeit in Zusammenhang mit den Schwerpunkten des Studiengangs	6	
<b>BEGLEITSEMINAR MASTERARBEIT</b> Konzeption der Masterarbeit, präzise Formulierung eines Vorhabens, Umsetzung von Forschungsfrage in Forschungsdesign (Forschungsfrage, Methodik, Ablauf der Empirie, und Analysedesign), Kenntnis im Umgang mit den Standards wissenschaftlicher Praxis, Vorbereitung auf die Abschlussprüfung	3	3
<b>MASTERARBEIT</b> Abschlussarbeit, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, ein Problem aus den Schwerpunkten des Studiengangs selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten	9	15
<b>INTERNATIONALE KOMMUNIKATION</b> <b>Business English</b> – International wine terminology as well as core vocabulary associated with strategic branding, risk management, e-business, free trade, investment & current professional issues. Functional language for negotiating & presenting. Skills development will be achieved by reading, listening to & discussing professional texts and writing press statements, financial reports, business correspondence, CVs and abstracts.	4	4
<b>INTERNATIONALE EXKURSIONEN</b> Besuch von Betrieben, Händlern oder Vetriebsorganisationen mit breitem Einblick in die Weinwirtschaft der besuchten Weinbauregion. Networking und Ausbau sozialer Kompetenzen in professionellem internationalen Umfeld.	2	2
<b>AKTUELLE THEMEN DER WEINWIRTSCHAFT UND VERWANDTER BRANCHEN</b> Aktuelle Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf die internationale Weinwirtschaft bzw. verwandter Branchen z.B. Genuss- und Lebensmittelproduktion, Tourismus und der Gastronomie, Nachhaltigkeit, Slow Food, Natural / Orange Wine, Craft Beer, Spirituosen. Die genauen Themen werden jährlich auf Vorschlag der Studierenden im Studiengangskollegium diskutiert und von der Studiengangsleitung festgelegt.		6



## Fachhochschule Burgenland

FH BURGENLAND.  
BRINGT BESONDERES ZUSAMMEN.

Die FH Burgenland bietet an zwei Studienzentren in Eisenstadt und Pinkafeld Bachelor- und Masterstudiengänge in fünf Departments an:

- **Wirtschaft (mit Schwerpunkt Zentral-Osteuropa)**
- **Informationstechnologie und Informationsmanagement**
- **Soziales**
- **Energie-Umweltmanagement**
- **Gesundheit**

## Der Campus Eisenstadt

Das Studienzentrum in Eisenstadt mit ungefähr 10.000 Quadratmetern Nutzfläche bietet Platz für Hörsäle und Seminarräume in verschiedenen Größen und eine exzellent bestückte Bibliothek. Immer wieder bieten Begegnungszonen die Möglichkeit für kurze Auszeiten oder die Gelegenheit für den Austausch mit StudienkollegInnen. Studierendenheim und Mensa sind Teil des Campus. Parkmöglichkeiten finden Sie vor dem Haus. Fitnessstudio, Geschäfte und Gastronomie sind zu Fuß erreichbar. Forschung im Medienlab oder in den Marktforschungslaboren werten den Unterricht am Campus weiter auf.

Thematisch setzen wir auf Zukunftsthemen. In der Lehre sind uns persönliche Betreuung und hohe Praxisorientierung wichtig – das alles ohne Studiengebühren.

### **Besonderes wachsen lassen**

Eine einzigartige Community an Lehrenden, die zum Großteil aus der Praxis kommen, begleitet und fördert die Führungskräfte der Zukunft auf ihrem Erfolgsweg. Das Studierlebnis ist geprägt von Interkulturalität und Regionalität, Innovation und Forschung.

### **Lebenslanges Netzwerk**

Mehr als 6.500 AbsolventInnen haben an der FH Burgenland graduiert. Sie haben bei ihrer Sponsion nicht nur ein Diplom erhalten, das sie zum Tragen eines akademischen Titels berechtigt, sondern auch gute Perspektiven für ihr zukünftiges Berufsleben.



## In 3 Schritten zum Studium

1

### Informieren

Online auf [www.fh-burgenland.at](http://www.fh-burgenland.at) und unserem Youtube-Kanal [youtube.com/fhsburgenland](https://youtube.com/fhsburgenland)  
Persönlich bei der **InfoLounge** jeden 1. Samstag im Monat von 10 bis 12 Uhr an beiden Studienzentren  
und auf unserem **Infotag** im März.  
Wir beantworten gerne alle Fragen auf unserer **InfoLine +43 5 7705-3500**  
und per E-Mail [beratung@fh-burgenland.at](mailto:beratung@fh-burgenland.at).

2

### Bewerben

Onlineanmeldung bis **31. Mai** unter [www.fh-burgenland.at/anmeldung](http://www.fh-burgenland.at/anmeldung)  
Alle weiteren Infos zum Bewerbungsprozess kommen direkt **per Mail**.

3

### Studieren

Nach erfolgreichem Bewerbungsprozess und Einzahlung einer Kautions freuen wir uns, Sie ab Anfang  
September als Student bzw. Studentin an unseren Studienzentren begrüßen zu können.

Follow us on:



Fachhochschule Burgenland GmbH

Studienzentrum Eisenstadt | Campus 1 | 7000 Eisenstadt

Studienzentrum Pinkafeld | Steinamangerstraße 21 | 7423 Pinkafeld

Tel.: +43 5 7705

E-Mail: [office@fh-burgenland.at](mailto:office@fh-burgenland.at) | [www.fh-burgenland.at](http://www.fh-burgenland.at)

