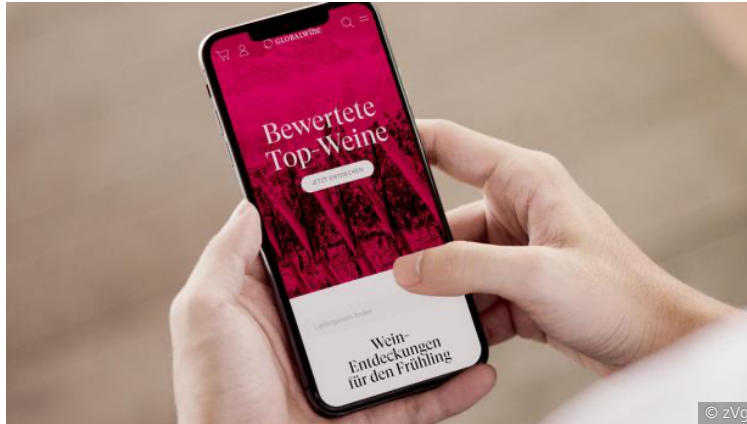


GLOBALWINE AG

Branders erzählt Wein-Geschichten

von Uwe Foerster
Donnerstag, 24. März 2022



Globalwine hat Customer Journey und Shopping Experience auf den neuesten Stand bringen lassen

Die Zürcher Kreativberatung Branders hat den Internetauftritt des ortsansässigen Weinhändlers Globalwine einem Relaunch unterzogen. Jetzt spielen dort Storytelling-Elemente eine bedeutende Rolle fürs Markenerlebnis.

Der Marken-Refresh von Globalwine verfolgte nach Angaben von Branders das Ziel, die Positionierung der Brand in einem dynamischen und zunehmend durch den Online-Handel dominierten Wettbewerbsumfeld zu stärken. Dabei komme der kürzlich lancierten [Website](#) besondere Bedeutung zu, da sie ausser ihrer Funktion als wichtiger Vertriebskanal auch spannende Geschichten rund um Premium-Weine und ihre Macher vermitteln und erlebbar machen soll. Dank Storytelling würden Kunden immer wieder aufs Neue begeistert und dadurch spezifische Kaufanreize geschaffen.

Anhand unterschiedlicher Markttrends hat Branders das Potenzial verschiedener Käufer-Typen sowie ihre Motivation und ihr Informationsverhalten beim Weinkauf analysiert und in Customer Journeys abgebildet. So sind beispielsweise Informationen zu Nachhaltigkeit im Weinbau oder Empfehlungen für biologische und vegane Weine entstanden, da sie bei den Zielgruppen auf wachsendes Interesse stossen und zu relevanten Kaufkriterien geworden sind. Das Online-Käuferlebnis hat die Agentur mit diversen Storytelling-Elementen angereichert – von Geschichten über Winzer, Weingüter und Regionen bis hin zu Wein-Know-how und Empfehlungen durch den Önologen Alain Bramaz.

In unterschiedlichen Formaten vermittelt, spielt Video laut Branders eine zunehmend wichtige Rolle: So würden Themen wie Weinbau-Consulting, Degustationen und Food Pairings sowie Geschichten über Winzer und Weingüter erlebbar gemacht, die sich sowohl auf der neuen Webseite als auch auf einem eigenen [Globalwine-Youtube-Kanal](#) finden.