

DWI-SERVICE-LEISTUNGEN in Kürze

- **Kooperationen mit nationalen Partnern**

Dank seiner zentralen Stellung kann das DWI Kooperationen etwa mit dem DFB, der Deutschen Bahn oder dem Auswärtigen Amt eingehen. Durch **offene Ausschreibungen** besteht auch für kleinere Betriebe die Möglichkeit, dass ihre Weine in Fußballstadien, Speisewägen oder Botschaften rund um den Globus ausgeschenkt werden.

- **Schulung von Handel und Gastronomie**

Das DWI bildet **jedes Jahr in über 200 Seminaren rund 4.000 Fachleute** aus Gastronomie und Handel über die Vorzüge und Besonderheiten der Qualitätsweine aus deutschen Anbaugebieten weiter. Sie können so am Weinregal, im Restaurant oder Hotel ihre Kunden kompetent zu deutschen Weinen beraten.

- **Förderprogramm für Fachhandel und Gastronomie**

„Wein-Impulse“ richtet sich an Fachhändler und Gastronomen. Gefördert werden Veranstaltungen mit Deutschen Weinen.

- **Kampagnen im Lebensmittelhandel**

Das DWI führt mit dem inländischen Lebensmittelhandel eine **Vielzahl an Aktionen und Kampagnen** durch, um Weine aus deutschen Anbaugebieten zu **promoten**. Sie reichen vom filialisierten Einzelhandel über Drogeriemärkte bis zu den Discountern.

- **Erfolgreiche Medienarbeit**

Das DWI ist **zentraler Ansprechpartner für die Medien aus aller Welt**, wenn es um den deutschen Wein geht. Es informiert regelmäßig über Newsportale, im Radio und TV ein **Millionenpublikum** über neueste Trends und Entwicklungen in der deutschen Weinszene. Dabei sorgt das DWI auch bei kritischen Themen für eine **ausgewogene Berichterstattung**.

- **Webseiten in 10 Sprachen**

Über seine **deutsche und englische Webseite** sowie die Onlineauftritte von Wines of Germany in **11 Auslandsmärkten** können sich Weinfreundinnen und -freunde in aller Welt umfassend in ihrer Landessprache über die deutschen Weinregionen mit ihren touristischen Highlights und typischen Weinen informieren.

- **Starke Präsenz in den sozialen Medien**

Auf seinen Social Media-Kanälen hat das DWI **über 130.000 Follower** und generiert **über 20 Mio. Seitenaufrufe** mit Themen über deutsche Weine. Zudem koordiniert das DWI **gemeinsame Kampagnen mit den Anbaugebieten** in den sozialen Medien.





• Förderung der jungen Winzergeneration

Die Generation Riesling-Initiative des DWI bietet der jungen Winzergeneration seit 2006 eine **nationale und internationale Bühne auf unterschiedlichsten Präsentationen und Events**. Mit über 540 Mitgliedern ist sie die größte Organisation von jungen Winzerinnen und Winzern der Welt.

• Wissenschaftliche Aufklärung über Wein & Gesundheit

Die Deutsche Weinakademie (DWA) bearbeitet die wissenschaftlichen Aspekte der Themen Wein & Gesundheit sowie Wein & Gesellschaft, was der Weinwirtschaft nachhaltig nutzt. Das **solide wissenschaftliche Fundament** ist für diese Aufgabe ebenso unerlässlich wie eine verantwortungsvolle Kommunikation der Erkenntnisse. Dazu gehört auch die **sachliche Einschätzung** zu den aktuellen Aussagen, dass jeder Tropfen Wein der Gesundheit schade. Die Stellungnahmen des unabhängigen DWA-Beirats sowie Faktenchecks können von den Weinerzeugern genutzt werden, um **verunsicherte Kunden aufzuklären**. Die Arbeit der DWA hat auch dazu beigetragen, dass es noch **keine gesetzlichen Werbeverbote** für Wein gibt.

• Exportberatung und -förderung

Jeder exportierte Liter Wein entlastet den heimischen Markt. Über das DWI können Weinerzeuger persönlich ihre Weine den Fachleuten auf Messen in den wichtigsten Auslandsmärkten **präsentieren und Importeure finden**. Zudem berät das DWI exportinteressierte Betriebe individuell und die DWI-Auslandsagenturen in **elf wichtigen Exportmärkten** für deutsche Weine **unterstützen** die exportierenden Erzeuger und deren Importeure auch **vor Ort**. Dass Riesling aktuell in China der beliebteste Weißwein ist, ist ebenfalls ein Erfolg der DWI-Arbeit.

• Informationsreisen für Multiplikatoren

Das DWI führt **alljährlich weit über hundert Multiplikatoren** aus dem Handel, der Gastronomie und den Medien in die deutschen Weinbaugebiete. Die **persönlichen Erfahrungen aus erster Hand** wirken sich ungemein positiv auf das – zum Teil noch veraltete – Image des deutschen Weins aus. Zudem führen diese Reisen häufig dazu, dass neue deutsche Weine in die Sortimente von Gastronomie und Handel aufgenommen werden.





- **Deutsche Weinmajestäten wichtig für die Branche**

Das DWI organisiert alljährlich medienwirksam die Wahl der Deutschen Weinmajestät und **koordiniert über 200 Einsätze der Deutschen Weinhoheiten im In- und Ausland**. Viele Tausend Presseberichte, eine eigene Webseite und fast 40.000 Follower in den sozialen Medien schaffen eine starke und für jüngere Konsumenten zeitgemäße und ansprechende Kommunikation für den deutschen Wein.

- **Einwerbung von EU-Geldern**

Wer Fördermittel von der EU für die Weinabsatzförderung in Drittstaaten nutzen will, muss die gleiche Summe aus eigener Tasche aufbringen können. Weil das dem DWI möglich ist, konnten in den letzten Jahren **über zehn Millionen Euro EU-Fördermittel eingeworben** werden, die ansonsten für die Weinwirtschaft verloren gewesen wären.

- **Marktforschung**

Das Deutsche Weininstitut (DWI) stellt der Branche **regelmäßig kostenlos umfangreiche Marktinformationen** zur Verfügung. Sie zeigen auf, wo man mit seinem Betrieb steht und wo es **Wachstumspotenziale** gibt.

- **Plattform für Angebote von Weinerzeugern**

Das DWI bietet Betrieben die **kostenlose Möglichkeit**, ihre Veranstaltungen und betriebseigene Angebote über seine reichweitenstarke Webseite www.deutscheweine.de mit über zwei Millionen Aufrufen im Jahr einem breiten Publikum bekannt zu machen. Dafür muss man sich nur in der **Datenbank** registrieren und die gewünschten Informationen eintragen. Die Inhalte der Datenbank sind damit über mobile Endgeräte beim Besuch der Anbauregionen direkt vor Ort verfügbar.

- **Informationsmaterial & kostenlose Fotos**

Das DWI stellt den Weinerzeugern **neutrale Werbe- und Informationsmaterialien** zur Verfügung, die aufgrund der hohen Auflage sehr kostengünstig erhältlich sind. Für die Gestaltung von Imagebroschüren oder Preislisten gibt es für die Betriebe zudem kostenlos professionelle Fotos im umfangreichen **Online-Medienportal**.

- **Die Weinwirtschaft bestimmt mit**

Alle Entscheidungen über die DWI-Maßnahmen werden von Gremien genehmigt, in denen **alle Gruppierungen der Weinwirtschaft** vertreten sind.

- **Weitere Informationen und regelmäßige Newsletter**

www.deutscheweine.de