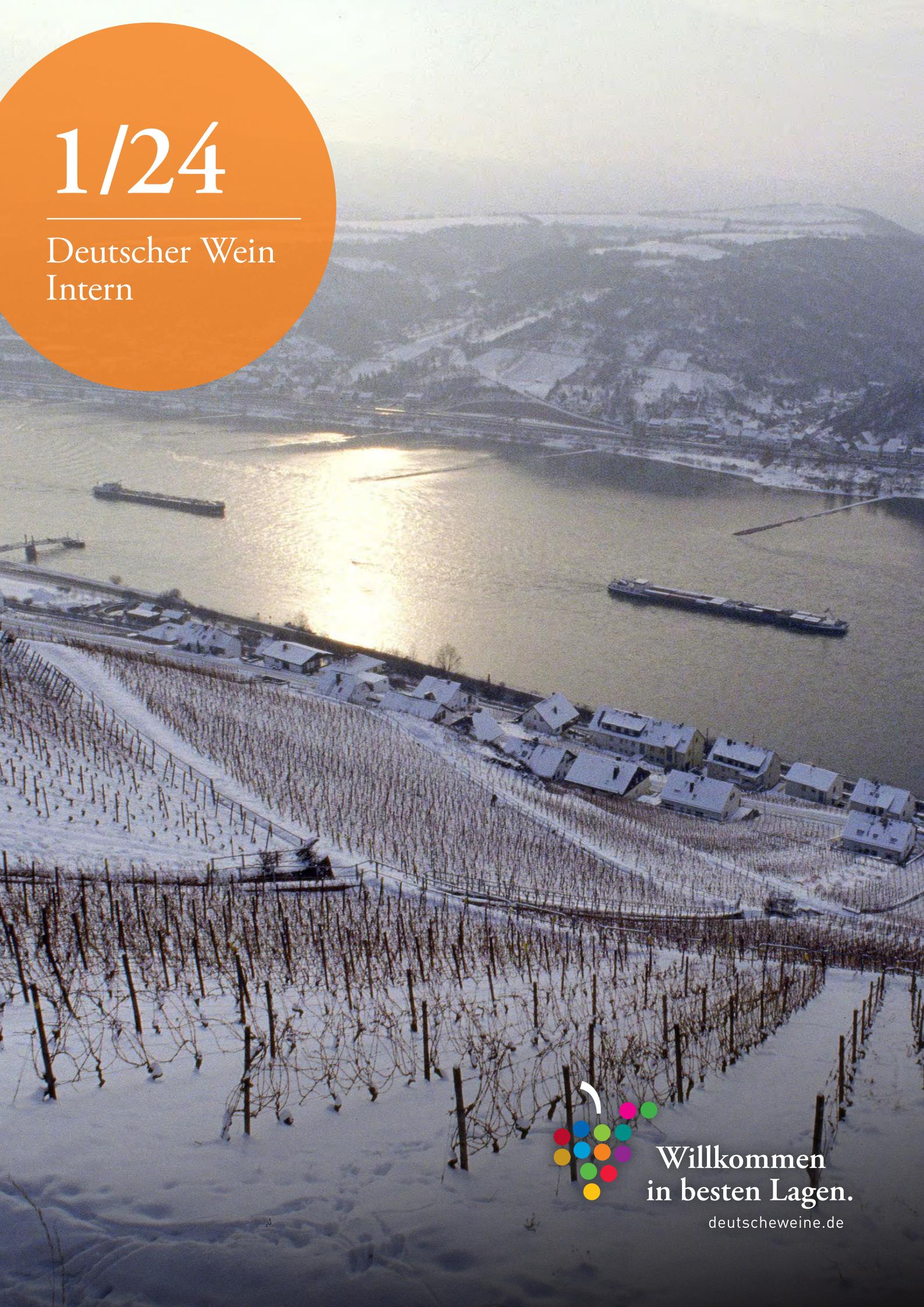


1/24

Deutscher Wein
Intern



Willkommen
in besten Lagen.
deutscheweine.de

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit den besten Wünschen für ein gutes und erfolgreiches neues Jahr möchten wir Ihnen einen Überblick über die wichtigsten DWI-Aktivitäten des vergangenen Jahres geben und die neue Strategie für das Gemeinschaftsmarketing 2024 – 2028 vorstellen, die Ende letzten Jahres nach intensiven Diskussionen von den Gremien verabschiedet wurde. Angesichts grundlegend veränderter wirtschaftlicher Rahmenbedingungen und eines geänderten Konsum- und Einkaufsverhaltens der Verbraucher, wurden in der Strategie neue Aufgabenschwerpunkte für die Arbeit des DWI und des Deutschen Weinfonds (DWF) definiert.

In die Strategieplanung ist auch die Tatsache eingeflossen, dass die Abgaben für den Deutschen Weinfonds seit 1994 mit 0,67 Euro bzw. 1,30 DM pro Ar unverändert sind, bei einer gleichzeitigen Preissteigerung von über 50 Prozent und aufgebrauchten finanziellen Rücklagen. Dies macht eine Konzentration der Maßnahmen unumgänglich, weshalb zukünftig unter anderem auf eine direkte Endverbraucheransprache verzichtet wird und die Zahl der Auslandsmärkte, in denen sich das DWI engagiert, in diesem Jahr auf elf reduziert werden muss.

Kommunikativ stehen international die Herkünfte unserer Weine und die Rebsorten mit ihren besonderen Qualitätsmerkmalen im Fokus. Dies sind insbesondere in den wenig entwickelten Märkten die Leitrebsorten Riesling und Spätburgunder. Dort, wo unsere Riesling-Botschaften bereits angekommen sind, nehmen wir auch Weiß- und Grauburgunder sowie in erfolgreichen Exportmärkten weitere Sorten, wie etwa Silvaner oder Lemberger in die Kommunikation auf. Zudem zeigen wir der internationalen Weinwelt, welche Qualitätssteigerungen die deutschen Qualitätssekte und Rosés in den letzten Jahren erfahren haben und welche Bedeutung PIWIs in der Zukunft haben werden, bei deren Züchtung Deutschland führend ist.

Um den Herausforderungen der Zukunft gerecht zu werden, soll im Inland eine Informationsplattform Deutscher Wein auf- und ausgebaut werden, die im Wesentlichen eine intensivere Marktforschung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Weiterbildung sowie Nachwuchsförderung etwa im Rahmen der Gene-

ration Riesling-Initiative umfasst. Zudem sollen sich die Aktivitäten auf dem heimischen Markt verstärkt auf das Handelsmarketing konzentrieren und dabei vorrangig Imagewerbung für unsere Herkünfte im Lebensmitteleinzelhandel inklusive dem Discount sowie im Weinfachhandel und der Gastronomie betreiben. Des Weiteren ist eine deutliche Verstärkung des Onlinemarketings, insbesondere für jüngere Zielgruppen geplant.

Eine neue mittel- und langfristige Aufgabe des Gemeinschaftsmarketings wird der Auf- und Ausbau des 2021 eingerichteten Ressorts Geoschutz sein, um die Arbeit der Schutzgemeinschaften bzw. Branchenverbände zu unterstützen.

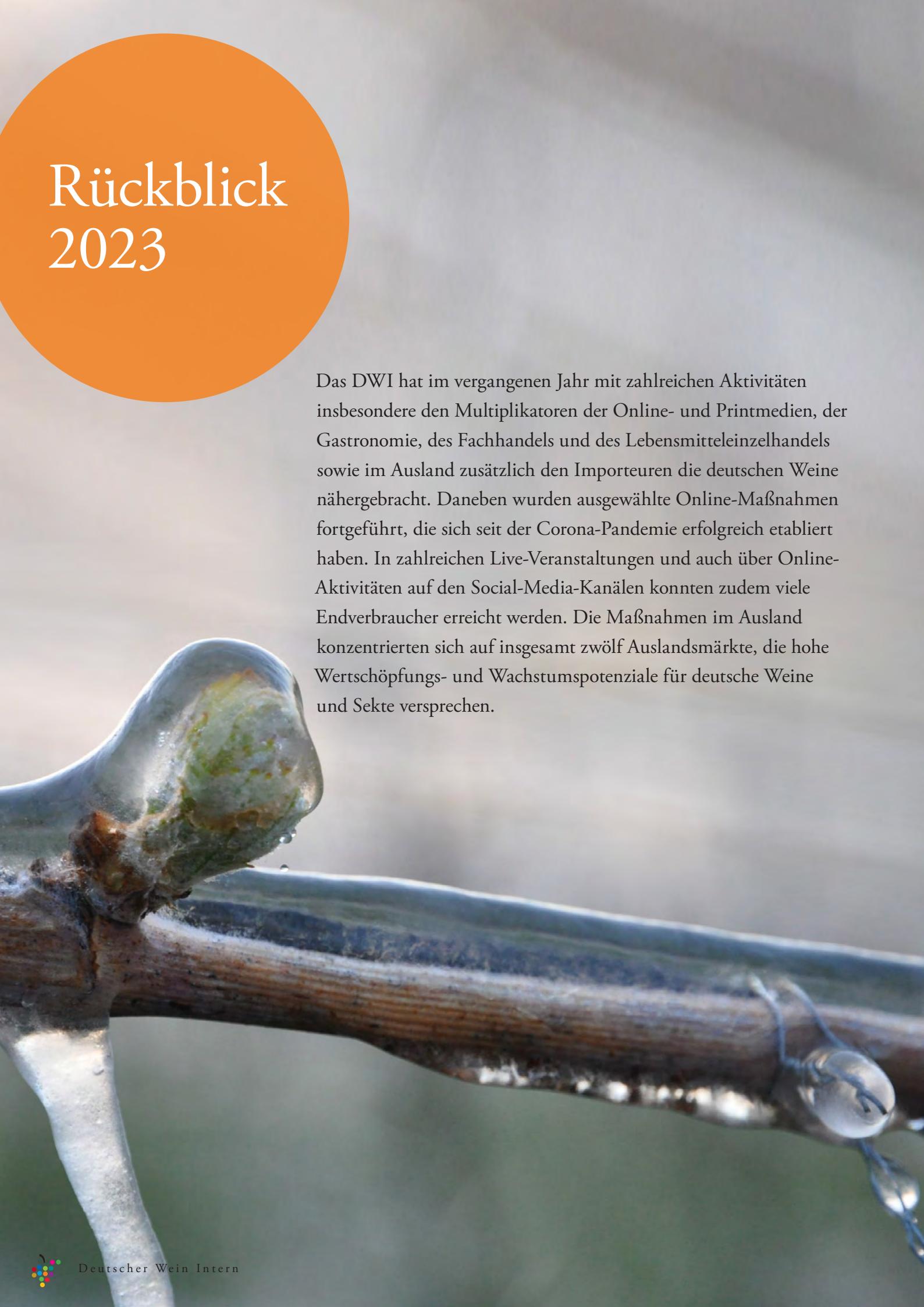
Die neue Strategie berücksichtigt auch aufkommende gesamtgesellschaftliche Trends, wie das Bedürfnis nach mehr Nachhaltigkeit, die künftig in der Kommunikation eine größere Rolle spielen wird. Dafür ist zuvor die Erarbeitung konkreter Nachhaltigkeitskriterien in allen drei Säulen durch die Weinbranche notwendig. Neu ist auch, dass entalkoholisierte und teilweise entalkoholisierte Weine und Sekt künftig in die Kommunikation mit aufgenommen werden, die dem Trend zu einer gesundheitsbewussteren Ernährung folgend, für bestimmte Personenkreise in Zukunft eine echte Alternative sein könnten.

Über die konkret durchgeführten und geplanten Maßnahmen informieren wir Sie auf den folgenden Seiten. Täglich aktuell berichten wir auf unserer neu gestalteten Homepage deutscheweine.de über unsere Arbeit. Dort können Sie auch unseren Newsletter abonnieren, der Sie vierzehntägig mit Neuigkeiten aus dem DWI versorgt und über Ausschreibungen oder Beteiligungsmöglichkeiten informiert. Wir freuen uns, gemeinsam mit Ihnen – auch unter den aktuell schwierigen Rahmenbedingungen – den deutschen Wein weiter voranzubringen.

Ihre
Monika Reule
Geschäftsführerin des Deutschen Weininstituts



Rückblick 2023



Das DWI hat im vergangenen Jahr mit zahlreichen Aktivitäten insbesondere den Multiplikatoren der Online- und Printmedien, der Gastronomie, des Fachhandels und des Lebensmitteleinzelhandels sowie im Ausland zusätzlich den Importeuren die deutschen Weine nähergebracht. Daneben wurden ausgewählte Online-Maßnahmen fortgeführt, die sich seit der Corona-Pandemie erfolgreich etabliert haben. In zahlreichen Live-Veranstaltungen und auch über Online-Aktivitäten auf den Social-Media-Kanälen konnten zudem viele Endverbraucher erreicht werden. Die Maßnahmen im Ausland konzentrierten sich auf insgesamt zwölf Auslandsmärkte, die hohe Wertschöpfungs- und Wachstumspotenziale für deutsche Weine und Sekte versprechen.

10. Internationales Symposium des Institute of Masters of Wine (IMW)

Am 29. Juni fand das Internationale Symposium des Institute of Masters of Wine (IMW) mit 500 Weinexpertinnen und -experten aus mehr als 40 Ländern erstmals in Deutschland statt. Gastgeber waren neben dem IMW das DWI, die Stadt Wiesbaden und das Land Hessen. Das viertägige IMW-Symposium bot eine einzigartige Gelegenheit, das Weinland Deutschland vielen wichtigen Multiplikatoren aus aller Welt zu präsentieren.

IMW-Geschäftsführer Julian Gore-Booth freute sich über das große Interesse der Weinwelt und der Medien am 10. Symposium. Zur Eröffnung des Symposiums konnte er über 100 Masters of Wine und viele weitere bekannte Persönlichkeiten aus der internationalen Weinwelt begrüßen.

Neben intensiven Verkostungen, Vorträgen und Debatten standen für die Experten exklusive weinkulinarische Dinner auf dem Programm. Die abschließende „German Wine Night“ organisierte das DWI gemeinsam mit den regionalen Weinwerbungen im Schloss Biebrich. Zwiesel Glas, die Sektkellereien Raumland und Schloss Vaux, Original Selters Mineralwasser, Radeberger und die Kaffeerösterei Müller unterstützen den genussreichen Abend ebenso wie das Land Rheinland-Pfalz.

Im Vorfeld und nach Abschluss des Symposiums nutzten zahlreiche Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Gelegenheit, auf sechs verschiedenen Reisen die Terroirs der deutschen Weinregionen mit ihren Weinen und heimischen Produzenten kennenzulernen. Sie folgten damit den Einladungen der regionalen Weinwerbungen der Anbaugebiete Ahr, Franken, Mittelrhein, Mosel, Nahe, Pfalz, Rheingau, Rheinhessen und Sachsen.

Impressionen vom 10. IMW-Symposium im Schloss Biebrich



Fotos: © Arne Landwehr



Kommunikation

Onlinekommunikation

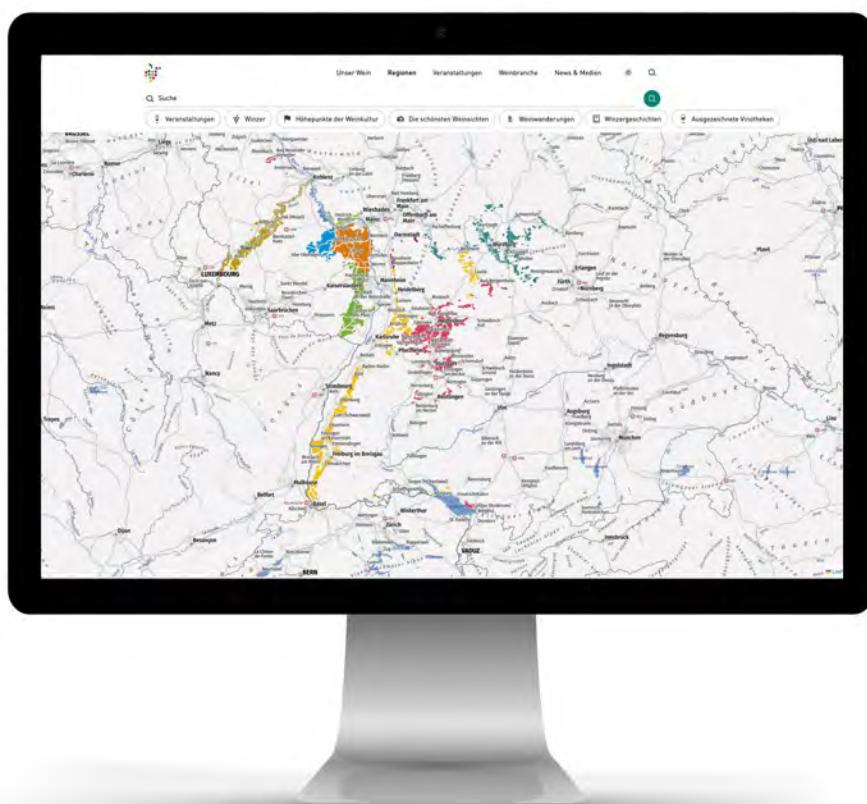
NEUER INTERNETAUFTRETT DES DWI

Das DWI hat Ende Oktober die Webseiten deutscheweine.de und winesofgermany.com sowie die Datenbank technisch und inhaltlich erneuert. Die Verbesserungen machen sich in vielerlei Hinsicht bemerkbar: Die Suchfunktion wurde optimiert und die Ladezeiten der Seiten sind deutlich verkürzt. Der Sprachwechsel ins Englische ist nun per Knopfdruck von jedem Inhalt aus möglich. Ein besonderes Feature ist der Tag/Nachtmodus, mit dem sich der Kontrast per Mausklick umkehren lässt. Sowohl die Webseiten wie auch die Datenbank funktionieren responsiv in der mobilen Ansicht. Ein weiteres Highlight ist die Regionenkarte: Hier kann nach Weinerzeugerinnen und Weinerzeugern, Veranstaltungen, Höhepunkten der Weinkultur, Schönsten Weinsichten und Weinwanderungen in den Regionen gesucht werden. Auch die Lagenkarte wurde hier integriert. Insgesamt stehen die Regionen und damit die Herkunft unserer Weine nun in einer eigenen Registerkarte auf der Startseite noch präsenter im Vordergrund.

Weinerzeugerinnen und Weinerzeuger benötigen ab sofort nur noch eine Registrierung bzw. einen Login für die Datenbank. Dort erhalten sie auch Zugang zum Exportportal der IHK Trier und zu weiteren exportrelevanten Informationen aus wichtigen Auslandsmärkten.

Das frühere Bildarchiv steht dort als „Medienportal“ in der DWI-Datenbank zur Verfügung. Die kostenfreie Nutzung von hunderten von Fotos aus der deutschen Weinwelt ist für Medienvertreter und die Weinwirtschaft weiterhin möglich.

Vertreter aus Handel und Gastronomie sowie Veranstalter können die gewohnten Funktionalitäten der Datenbank weiterhin wie bisher nutzen und nun ihr Dashboard nach ihren Wünschen anpassen.



Die neue detailgenaue interaktive Lagenkarte ist abrufbar unter www.deutscheweine.de/regionen/regionenkarte



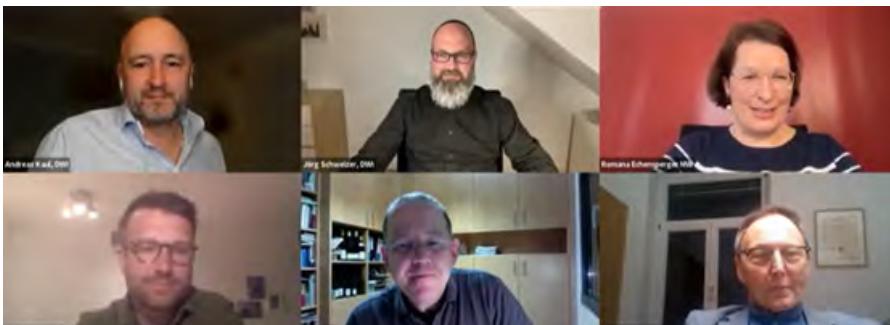
ERFOLGREICHE WEIN-PODCAST-REIHEN

Seit 2019 sprechen DWI-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Rahmen einer Podcast-Reihe mit namhaften Experten aus der Wein-, Tourismus- oder Ernährungsbranche. Die Themen des letzten Jahres reichten von „Winzergenossenschaften im Wandel“ über das „Neue Weinrecht“ bis hin zu „Radreisen durch die deutschen Weinregionen“ oder dem „Angebot heimischer Weine bei der Deutschen Bahn“. Die gut nachgefragten Podcasts sind abrufbar auf www.deutscheweine.de/news&medien/podcasts.

INTERNATIONALE MARKTINFO-WEBINARE

Die mittlerweile etablierte „Marktinfo online“ Webinar-Reihe informierte 2023 über die Auslandsmärkte Japan, Tschechien, Schweiz und Polen. In diesem Rahmen referierten die Leiter der internationalen Wines of Germany-Agenturen sowie erfahrene Weinexporteure und -importeure, Sommeliers und Medienvertreter in einstündigen Onlineveranstaltungen über die aktuelle Marktsituation und gaben wertvolle Tipps für einen gelungenen Markteintritt und die Marktentwicklung. Auf jedes Webinar folgte zudem eine Woche später ein Online-Sprechtag mit der Möglichkeit, sich in 15-minütigen Videocalls direkt mit Vertretern der jeweiligen Wines of Germany-Agenturen auszutauschen und individuelle Fragen zu klären.

Moderator/innen: Andreas Kaul, DWI; Jörg Schweizer, DWI; Romana Echensperger MW; Lukas Herrmann, Kellermeister Weingut Wilhelmsberg, Kitzingen, Franken; Erik Riffel, Weingut Riffel, Bingen, Rheinhessen; Hermann Mengler, Kellerwirtschaft und Kellertechnik, Bezirk Unterfranken (v.r.n.l)



ONLINE-SEMINARE: WEINENTDECKERWISSEN

Nachdem die im März 2021 ins Leben gerufene Online-Seminar-Reihe „WeinEntdeckerWissen“ auf anhaltend großes Interesse stieß, wurde sie auch 2023 fortgeführt. Sie begeistert seit ihrem Start im Schnitt monatlich 547 Weinfreunde, die live dabei sind – das entspricht rund 15.000 Personen insgesamt. Hinzu kommen knapp 40.000 YouTube-Abrufe der Aufzeichnungen. Die Themenbreite der 90-minütigen Webinare reichte im vergangenen Jahr von „Riesling“ und „Silvaner“ im Februar und März bis hin zu „Boden und Terroir“ im Juni oder „Sekt und Schokolade“ im Dezember. Das Besondere an dieser Seminarreihe ist die Möglichkeit, sich im Vorfeld bei Fachhändlern individuell zusammengestellte Weinpakete mit charakteristischen Weinen bestellen zu können, die während der Webinare von ausgewiesenen Fachleuten besprochen werden. Bislang haben die Teilnehmenden zusammengetragen rund 18.000 Flaschen heimischer Weine bei den kooperierenden Weinhändlern gekauft.



WACHSENDES MEDIALES INTERESSE

Etablierte Kommunikationsstrukturen des DWI sorgten in der 10-Jahresrückschau für eine Verdreifachung der medialen Gesamtreichweite.

Auf 15 Portalen, sechs Kampagnenseiten, wie etwa Clink Different und 20 Social-Media-Kanälen im In- und Ausland wird weltweit ein Grundrauschen rund um deutsche Weine erzeugt. Die digitale Präsenz der heimischen Weinwirtschaft ist angesichts der globalen Wettbewerbssituation – nicht zuletzt auch auf dem deutschen Markt – von stetig wachsender Relevanz.

NEWSLETTER FÜR ALLE ZIELGRUPPEN

Das DWI informiert regelmäßig durch verschiedene E-Mail-Newsletter Unternehmen und Organisationen aus der Weinwirtschaft, der Gastronomie und des Handels, die Medien sowie Weininteressierte über aktuelle Themen und Entwicklungen in der Weinbranche. Diese können über die DWI-Homepage www.deutscheweine.de am unteren Ende der Startseite abonniert werden.

GOOGLE TRENDS: INTERESSE AN LEITREBSORTEN STEIGT

Ungeachtet großer Herausforderungen am Markt steigt medial betrachtet das Interesse an Weinen der 13 deutschen Anbaugebiete. Google Trends belegt im Mehrjahresverlauf ein kontinuierlich wachsendes Interesse an Leitrebsorten, die mit heimischen Erzeugern in Verbindung gebracht und durch das DWI kontinuierlich kommuniziert werden. Dazu zählen nicht nur der Riesling und die Burgunderrebsorten, sondern auch Chardonnay und Sauvignon Blanc, die laut aktueller Rebsorten-Statistik weiter zulegen.

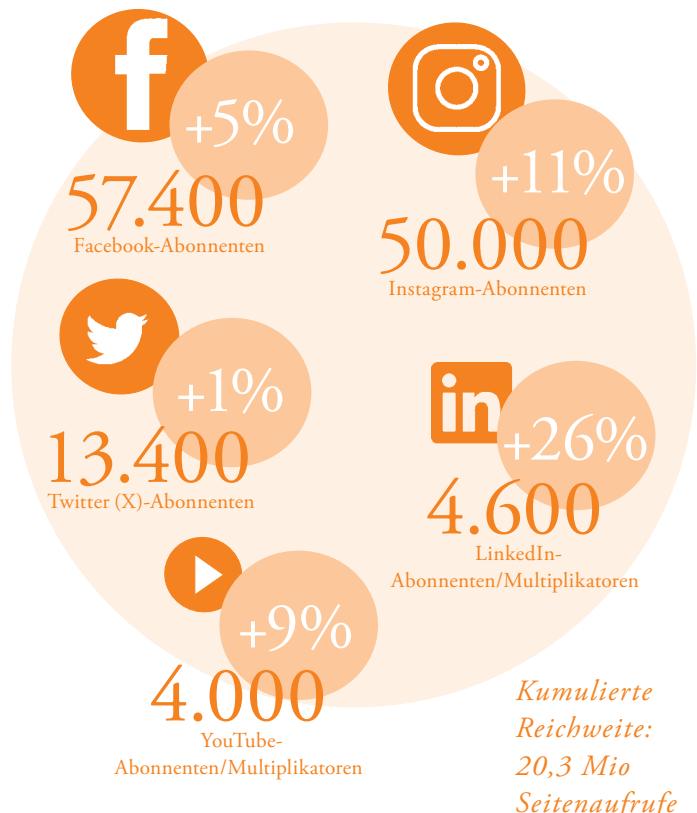
Social Media

SOCIAL-MEDIA-AKTIVITÄTEN: ARBEITSKREIS MIT GEBIETEN

Gemeinsam mit den Gebietsweinwerbungen (GWWs) stellte das DWI im vergangenen Jahr auf den Social-Media-Plattformen Instagram und Facebook jeweils für mehrere Wochen verbrauchernahe Themen aus dem Weinland Deutschland in den Fokus. Durch die koordinierte und kumulierte Social-Media-Kommunikation mit den Gebieten haben die Inhalte mehr Menschen erreicht als jemals zuvor.

DWI-Themenwochen 2023 in Zusammenarbeit mit teilnehmenden GWWs

März:	German Classics / ProWein
Mai:	Wein & Wandern
Juni:	Grillen und Wein
August – Oktober:	Weinlese
November:	Herbstimpressionen
Dezember:	Sekt



LINKEDIN AVANCiert ZU EFFEKTIVER PLATTFORM

Die organische Reichweite des DWI in den sozialen Medien, also die Verbreitung von Informationen rund um deutsche Weine mittels unbezahlter Beiträge, ist weiter gewachsen. Das Business-Netzwerk LinkedIn fiel hier mit über 300.000 Seitenaufrufen 2023 besonders positiv auf.

Pressearbeit



Stark nachgefragt: Pressereisen 2023

DWI VON DER PRESSE STARK GEFRAGT

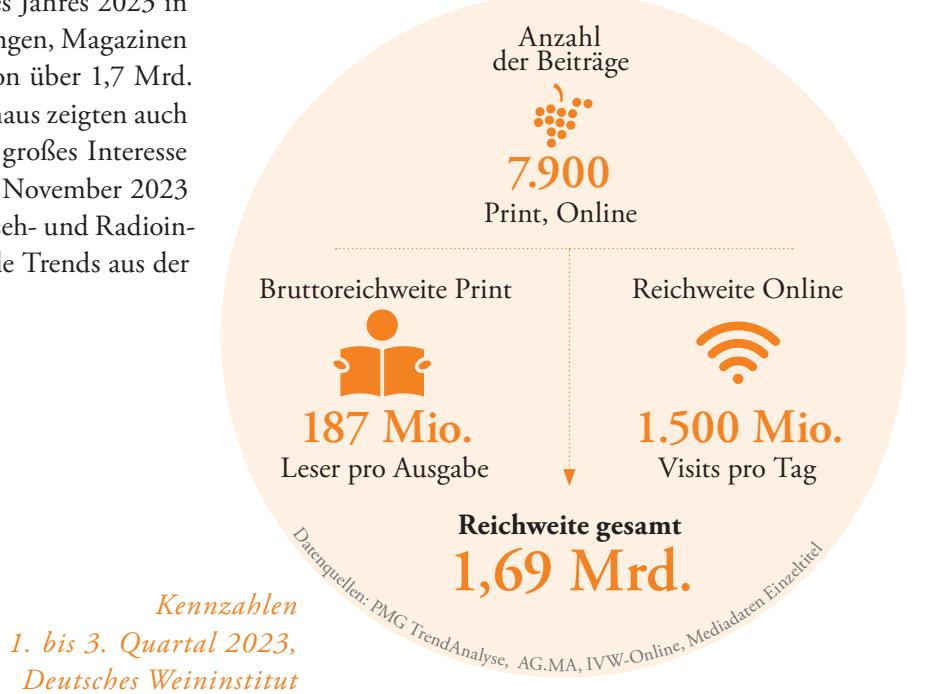
Das DWI hat sich in der deutschen und internationalen Medienlandschaft als erste Anlaufstelle für vielfältige Presseanfragen rund um die heimischen Weine etabliert. Medienschaffende aus Deutschland und der Welt werden in enger Zusammenarbeit mit den 11 vom DWI beauftragten Wines of Germany-Agenturen betreut.

Das DWI begleitet zudem alljährlich alle wichtigen Marketingmaßnahmen und Events kommunikativ mit entsprechenden Pressemeldungen, anlassbezogenen Pressegesprächen und Veranstaltungen für Medienvertreter. Außerdem nehmen Pressereisen und Seminare für deutsche und internationale Journalisten aus allen Medienbereichen einen wichtigen Platz in der Pressearbeit ein. So können sie sich vor Ort ein persönliches Bild von den aktuellen Entwicklungen in den deutschen Weinregionen machen, was jedes Mal einen bleibenden Eindruck hinterlässt. 2023 standen national die Themen „We AHR open – Das Ahrtal neu entdecken“ und „Wein und Kulinarik“ sowie ein Presseseminar zu Weintrends im Fokus. Zwei internationale Pressereisen hatten „Sustainability in Viticulture“ und „Sparkling Wines and Rosés“ zum Thema. Die Pressereise ins Ahrtal im Vorfeld des zweiten Jahrestages der Flutkatastrophe mit 20 Medienvertretern hat ein außergewöhnlich großes Medienecho hervorgerufen.

MEDIEN- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT 2023

HOHE MEDIENPRÄSENZ DES DWI

Zahlreiche Interviews, Online-Meldungen, Pressereisen sowie Pressekonferenzen sorgen alljährlich dafür, dass die Botschaften des DWI bei Endverbrauchern und Fachleuten rund um den Globus ankommen. Allein im Inland wurde das Deutsche Weininstitut in den ersten drei Quartalen des Jahres 2023 in rund 7.900 Veröffentlichungen in Tageszeitungen, Magazinen und Online-Medien mit einer Reichweite von über 1,7 Mrd. Leserinnen und Lesern genannt. Darüber hinaus zeigten auch die TV- und Hörfunk-Redaktionen wieder großes Interesse am Deutschen Weininstitut. Von Januar bis November 2023 informierten DWI-Mitarbeitende in 20 Fernseh- und Radiointerviews ein Millionenpublikum über aktuelle Trends aus der deutschen Weinwirtschaft.



Marktforschung

REGELMÄSSIGE WEINMARKTBERICHTE

Eine laufende Beobachtung der Entwicklung der Wein-einkäufe und des Einkaufsverhaltens in Deutschland erfolgt durch das Marktforschungsinstitut NielsenIQ. Die erhobenen Daten werden vom DWI ausgewertet und quartalsweise im Mafo-Newsletter als Sonderausgabe des Erzeuger-Newsletters publiziert.

Die Zusammenarbeit mit dem internationalen Marktforschungsunternehmen Wine Intelligence/IWSR wurde 2023 ebenfalls fortgeführt. Ausführliche Zusammenfassungen der erhobenen Marktanalysen aus den wichtigsten Exportmärkten für deutsche Weine stehen der Weinwirtschaft auf Anfrage kostenlos zur Verfügung.



BROSCHÜRE ZUR IMAGE- UND ZIELGRUPPEN-ANALYSE

Die Ergebnisse der im vergangenen Jahr vorgestellten umfassenden Imagestudie und Zielgruppenanalyse hat das DWI in einer Broschüre aufbereitet. Sie gibt einen Überblick über die Wertschätzung, das Kaufverhalten und die spezifischen Einstellungen verschiedener Verbrauchergruppen zu deutschen Weinen. Zudem berücksichtigten die Untersuchungen auch erstmals Aspekte zum Konsumverhalten und zur Nutzung neuer Informationskanäle. Die Broschüre ist als PDF abrufbar unter www.deutscheweine.de/news&medien/statistiken&berichte.

Werbung



PLAKATKAMPAGNE ZU GESCHÜTZTEN HERKÜNTEN

Die Herkünfte der deutschen Qualitätsweine aus den Regionen mit geschützten Ursprungsbezeichnungen standen 2023 im Fokus einer Plakatkampagne in den deutschen Ballungszentren außerhalb der 13 deutschen Weinanbaugebiete. Sie wurde durch EU-Mittel unterstützt und durch zahlreiche Anzeigen und Advertorials in verschiedenen Publikumszeitschriften sowie durch Informationsreihen bei Hörfunksendern begleitet.

INFLUENCER-KAMPAGNEN

Um neuen Zielgruppen die heimischen Weine näherzubringen, wurde im vergangenen Jahr erstmals eine Werbekampagne mit sogenannten Microinfluencern durchgeführt. Darunter versteht man Multiplikatoren in den Sozialen Medien, denen weniger Menschen folgen als bekannten Influencern. Das DWI hat viele von ihnen davon begeistern können, die Kombination von heimischen Weinen und regionalen Speisen aus dem DWI-Kochbuch sowie das Thema „Weinprobe daheim“ zu bewerben, so dass am Ende in der Summe große Reichweiten erzielt werden konnten.

Deutsche Weinmajestäten

WELTWEIT UNTERWEGS UND ONLINE AKTIV

Neben zahlreichen Vor-Ort-Terminen im In- und Ausland waren die drei Deutschen Weinmajestäten Katrin Lang, Luise Böhme und Juliane Schäfer in ihrem Amtsjahr durchgängig auf den Social-Media-Kanälen des DWI präsent. Dabei unterstützte das Trio die kommunikative Arbeit des DWI sowohl mit bildstarkem Fotomaterial als auch durch eine intensive Berichterstattung von ihren Einsätzen.



Die Deutsche Weinkönigin Katrin Lang (mittig) und die beiden Deutschen Weinprinzessinnen Juliane Schäfer (re.) sowie Luise Böhme (li.) stellen das Sektprojekt „Augenhöhe“ auf einer Pressekonferenz vor

SEKTPROJEKT „AUGENHÖHE“

Drei deutsche Weinhoheiten auf „Augenhöhe“ im Team untereinander und mit der gesamten Weinbranche: Für dieses Statement steht ein gleichnamiger Sekt, den die Deutsche Weinkönigin Katrin Lang und die beiden Deutschen Weinprinzessinnen Juliane Schäfer und Luise Böhme mit Weinen aus allen 13 deutschen Anbaugebieten kreierten. Für die Weine standen die Gebietsweinköniginnen Pate, die gemeinsam mit ihnen zur Wahl angetreten waren. So konnten Produzenten aus allen Anbaugebieten für das Projekt gewonnen werden, die es mit je 200 Litern erstklassigen Riesling- und Burgunderweinen unterstützten. Der komplette Verkaufserlös wurde an 13 gemeinnützige und soziale Projekte gespendet, die von den Gebieten ausgewählt wurden.



Ausgewählte Maßnahmen im In- und Ausland

Maßnahmen für Endverbraucherinnen und Endverbraucher

WEINTOUR MÜNCHEN



Weintour München 2023



Die Deutsche Weinkönigin Katrin Lang (Mitte) und die Deutschen Weinprinzessinnen Juliane Schäfer (li.) und Luise Böhme (re.) begleiten 20 WineWalks

Fotos: © Forster & Martin Fotografie

WEINENTDECKER-WOCHEN

Auch bei der 12. Auflage der WeinEntdecker-Wochen haben wieder zahlreiche Menschen aus ganz Deutschland die Aktion genutzt, um die Vielfalt der heimischen Weine für sich zu entdecken. Mit Unterstützung des DWI präsentierten rund 120 Restaurants und Fachhandlungen vom 1. bis 17. September 2023 Weine aus den deutschen Anbaugebieten unter dem Motto „WeinEntdecker werden!“. An den „Tagen des offenen Weins“ begaben sich vor allem viele junge Weininteressierte auf eine vinophile Entdecker-Tour durch die Metropolen Berlin, Bochum, Dortmund, Frankfurt, Hamburg, München, Münster, Nürnberg, Köln und Leipzig. In allen teilnehmenden Weinhandlungen gab es für jeweils sieben Euro drei deutsche Weine zur Verkostung, inklusive interessanter Informationen und spannender Anekdoten von dem jeweiligen Fachhändler.

FOCUS-WEINTEST

Für die 13. Auflage des FOCUS-Weintests 2023 ermittelte eine Jury nach zwei Auswahlrunden in Wasems Kloster Engelthal in Ingelheim und einem Finale in Berlin aus 612 Anstellungen die Sieger in den Kategorien Riesling, Spätburgunder, Grauburgunder, PIWI-Weißweine, sowie Rosé-Sekte und Sekte aus Bukettrebsorten. Die Top 10 Weine jeder Kategorie wurden im Dezember 2023 in einem mehrseitigen Bericht im FOCUS-Magazin sowie erstmals auch in FOCUS-Money veröffentlicht.

Royale Weinwanderung mit Katrin Lang

ROYALE WEINWANDERUNG IN BADEN

Rund 170 Aktionen rund um das Thema Wein-Wandern boten die 13 deutschen Anbaugebiete am bundesweiten WeinWanderWochenende vom 29. April bis 1. Mai. Höhepunkt der Gemeinschaftsaktion war die „Royale Weinwanderung“ mit der Deutschen Weinkönigin Katrin Lang. Sie begleitete zwei Wanderungen im Anbaugebiet Baden mit jeweils über 35 Teilnehmenden.



DFB Weinbar mit Sommelier Jens Pietzonka

DFB SETZT AUF WEINE DEUTSCHER HERKUNFT

Seit nunmehr 17 Jahren unterstützt das DWI den DFB logistisch bei der Ausschreibung für die Auswahl seines Weinsortiments. Das 2023 eingeführte Sortiment wurde nach einer bundesweiten Ausschreibung in mehreren verdeckten Verkostungsrunden aus über 300 eingesendeten Weinen ermittelt. Zehn Weißweine, sechs Rotweine sowie vier Sekt wurde ausgewählt, die in den VIP-Bereichen bei den Heimspielen der Frauen- und Männer-Nationalmannschaften sowie der männlichen U21 und bei den beiden DFB-Pokalfinalspielen in Köln und Berlin zum Einsatz kamen. Ein erweitertes Sortiment der Weine wurde zudem bei ausgewählten Spielen der Männer- und Frauennationalmannschaften unter der fachkundigen Leitung von Sommelier Jens Pietzonka im Auftrag des DWI an einer eigenen Wein- und Sektbar präsentiert.

WEIN-CHAMPION 2023

Bereits zum siebten Mal richtete das DWI gemeinsam mit dem Magazin DER FEINSCHMECKER den Wettbewerb „Wein-Champion“ aus. Rund 500 Leserinnen und Leser waren dem Aufruf von DWI und DER FEINSCHMECKER gefolgt und hatten im ersten Schritt einen Fragebogen rund um die heimischen Weine ausgefüllt. Die 13 besten Kandidatinnen und Kandidaten qualifizierten sich in einem mehrstufigen Auswahlprozess für das Finale, welches erstmals in einem Weinbaubetrieb stattfand. Belohnt wurden die Sieger mit attraktiven Preisen sowie einer ausführlichen Berichterstattung im Feinschmecker-Magazin und in weiteren Print- und Online-Medien.

Wein-Champions 2023



© Verena Müller - Der Feinschmecker



EVA BROCKMANN ZUR 75. DEUTSCHEN WEINKÖNIGIN GEWÄHLT

Am 29. September wurde Eva Brockmann aus Franken in der vom SWR-Fernsehen live und im Online-Streaming übertragenen Wahlgala in Neustadt an der Weinstraße zur 75. Deutschen Weinkönigin gewählt. Die beiden Deutschen Weinprinzessinnen Lea Baßler aus der Pfalz und Jessica Himmelsbach aus Baden vervollständigen das Team der Weinmajestäten. Gemeinsam vertreten sie die deutschen Weine bei zahlreichen Veranstaltungen im In- und Ausland. Das TV-Publikum hat in einer finalen Online-Abstimmung mitentschieden, wer die Krone der Deutschen Weinkönigin tragen darf, nachdem zuvor die Fachjury das Weinmajestäten-Trio bestimmt hatte.



*Krönung der Weinmajestäten
Eva Brockmann – Franken
(Mitte), Lea Baßler – Pfalz*

*(li.) und Jessica Himmelsbach – Baden (re.) durch
die verabschiedeten 74. Deutschen Weinmajestäten
Juliane Schäfer, Katrin Lang, Luise Böhme (v.l.n.r.)*



*75. Deutsche
Weinkönigin
Eva Brockmann*

SCHULUNG ANGEHENDER DIPLOMATEN

Das DWI organisierte im vergangenen Jahr wieder eine Weinschulung für den diplomatischen Nachwuchs, der in einigen Jahren in den Botschaften und Konsulaten in aller Welt die deutschen Interessen vertreten wird. Dabei stellte das DWI 40 angehenden Diplomaten im Rahmen einer Verkostung die 13 Anbaugebiete mit ihren typischen Rebsorten vor. Zitat eines Teilnehmers: „Man sagte uns heute, dass wir in unserer Karriere sicherlich nicht alle Botschafter der Bundesrepublik werden, aber seit heute sind wir zumindest Botschafter für deutsche Weine.“



*Weinschulung für den diplomatischen Nachwuchs im
Seepavillon am Tegeler See in Berlin*

WEINE FÜR DIE DEUTSCHEN BOTSCHAFTEN IN ALLER WELT



Das Auswärtige Amt (AA) hat in Zusammenarbeit mit dem DWI in einer verdeckten Verkostung in Berlin 19 Weine und Sekte als neues Empfehlungssortiment für die 226 deutschen Auslandsvertretungen ausgewählt. Dr. Tobias Lindner, Staatsminister im Auswärtigen Amt, nahm neben weiteren 13 hochrangigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus verschiedenen Abteilungen des AA an der Auswahlprobe teil. Nach einer offenen DWI-Ausschreibung wurden 305 Weine zur Vorauswahl angestellt, von denen es 61 ins Finale nach Berlin schafften. 16 Weine und 3 Sekte verschiedener Rebsorten, Geschmacksrichtungen und Qualitätsstufen aus neun Anbaugebieten stehen aktuell als Kaufempfehlung in Form einer Bestelliste für alle deutschen Auslandsvertretungen zur Verfügung. Die Veröffentlichung der ausgewählten Weine stieß auf ein ausgesprochen großes Medienecho.

Maßnahmen für Fachleute aus Gastronomie und Handel



DIGITAL-KAMPAGNEN & PARTNERSCHAFTEN IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL

Das DWI hat seine Aktivitäten im inländischen Handel 2023 mit einer Vielzahl an Aktionen rund um Weine aus deutschen Anbaugebieten weiter verstärkt. Neben der Zusammenarbeit mit den bisherigen Partnern wie z.B. Wasgau, tegut, Selgros C&C, WEZ, Scheck-in, Dohle HIT oder Globus, konnten im vergangenen Jahr Kooperationen mit dem selbstständigen Einzelhandel weiter ausgebaut werden. Erstmals hat das DWI mit dem Discounter NORMA eine 32-seitige Imagebroschüre kreiert, die im November und Dezember in

allen 1.350 Filialen zur kostenfreien Mitnahme bereit lag. Viele Promotions wurden mit thematisch passenden Beilegern und Beiträgen in den jeweiligen Kundenmagazinen sowie durch Broschüren, Auslagen, Internet-Radio und Social-Media-Aktivitäten flankiert. Zudem wurden verschiedene digitale Projekte mit zum Teil neuen Partnern wie z.B. flaschenpost.de realisiert und Push-Kampagnen ausgeweitet. Zusätzlich gab es Verkostungen sowie Zweit-, Verbund- und Regalplatzierungen am Point of Sale.

FACHHANDELSPREIS 2023

Die Preisträger des diesjährigen Fachhandelspreises wurden am 15. Oktober erstmals im Bremer Ratskeller geehrt. Das DWI vergibt den Fachhandelspreis alljährlich in Kooperation mit der Fachzeitschrift WEIN+MARKT. Bei der Bewertung der teilnehmenden Fachhändler legte die Jury besonderes Augenmerk auf eine übersichtliche Präsentation von Weinen aus möglichst vielen deutschen Anbaugebieten sowie auf eine entsprechende Sortimentstiefe und -breite. Punkten konnten die Wettbewerbsteilnehmer zudem mit einem einladenden Ambiente, kompetenter Beratung, Probiermöglichkeiten, kundengerechten Services sowie mit Veranstaltungen und Aktionen, bei denen die Weine aus deutschen Regionen im Vordergrund standen.



Fotos: © Frank Gayde

Mona Maisack und Anna-Lisa Wenzler, Wein-Moment



Marlies Bohnengel, Sonja und Johannes Weigand, Genussvinothek Gruppe Edelfrei





BESTE WEINGASTRONOMIEN 2024 AUSGEZEICHNET

Das DWI hat in Kooperation mit Original SELTERS und DER FEINSCHMECKER „Ausgezeichnete Weingastronomien“ in sieben Kategorien gekürt, die sich in besonderer Weise für die Weine aus deutschen Regionen engagieren. Der Jury gehörten mit SELTERS-Geschäftsführer Otto J. Völker, der stellvertretenden Chefredakteurin des Magazins DER FEINSCHMECKER Gabriele Heins sowie Paula Bosch, Christina Fischer und Gunnar Tietz ausgewiesene Gastronomiefachleute an. Die Qualitätsmaßstäbe für die Beurteilung der Restaurants wurden sehr hoch angesetzt. Neben dem Umfang und der Qualität des Weinangebots waren zudem Faktoren wie Preisgestaltung, Ausbildung der Mitarbeiter, die Möglichkeiten des Offenweinausschanks oder Weinveranstaltungen ausschlaggebend für das Juryurteil. Die Preisverleihungen fanden vor Ort im Beisein eines Jurymitglieds statt. Videoportraits aller Preisträger sind im [DWI-YouTube-Kanal](#) abrufbar.

SEMINARE FÜR DIE GASTRONOMIE, HOTELLERIE, WEINWIRTSCHAFT UND DEN HANDEL

2023 wurden die DWI-Seminare für Fach- und Führungskräfte aus Handel, Gastronomie sowie der Weinwirtschaft aktualisiert und den sich wandelnden Bedürfnissen der Branche angepasst. So wurde das „Basisseminar Deutscher Wein“ aufgeteilt in ein „Basisseminar Gastronomie“ und ein „Basisseminar Handel“, in denen detaillierter auf die unterschiedlichen Zielsetzungen der beiden Zielgruppen eingegangen werden kann. Der „Anerkannte Berater für Deutschen Wein“ wurde als wichtigstes Bildungsangebot des DWI inhaltlich aktualisiert sowie um einige Themenblöcke erweitert. Die Sensorik-Seminare I, II und III sind zu einem umfangreichen Sensorik-Seminar zusammengefasst worden. Als neue Seminartypen ergänzten ab diesem Jahr „Weindiskurs Deutschland I – Terroir und Tradition“, sowie „Weindiskurs Deutschland II – Herausforderungen der Zukunft“ das Angebot des DWI.

Die erfolgreich eingeführten Seminare, in denen die Teilnehmenden erfahren, wie man durch Verkaufstraining, optimale Produktplatzierungen oder die Nutzung von Social-Media-Kanälen und durch Video-Marketing den Weinabsatz steigern kann, wurden fortgesetzt. Darüber hinaus sind die DWI-Fachleute gern gesehene Vortragende bei Branchen- und Ausbildungspartnern. So konnten unter anderem an gastronomischen Berufsschulen, in DLRs, Hotelketten, Handelshäusern und Tourismusverbänden mehr als 2.500 Personen über deutsche Weine geschult werden. Die DWI-Seminare erreichten in Online- und Präsenzschulungen insgesamt über 4.500 Fachkräfte. Sie werden zudem an den Hochschulen Neustadt/Weinstraße, Geisenheim etc. zu verschiedenen Themen des Weinmarketings durchgeführt. Des Weiteren betreuen DWI-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Co-Referenten mehrere Master-, Bachelor- und Diplomarbeiten zu Marketing- oder Weinthemen.



DWI-Seminare
in Bodenheim

SCHULUNGSKOOPERATION MIT DER DEUTSCHEN BAHN

Das DWI bot 2023 erstmalig Basis-Schulungen für Mitarbeitende der DB-Bordgastronomie zum Wein-Angebot der DB-Bordrestaurants und zum Weinland Deutschland an, die von über 100 Mitarbeitenden mehrerer DB-Niederlassungen dankbar angenommen wurden. Die Schulungen gab es als Tagesseminare mit Abschlusstest für 10-20 Teilnehmende in verschiedenen Weingütern.



ZWEITER JAHRGANG „GERMAN WINE PROFESSIONALS“ VERABSCHIEDET

Zweiter Jahrgang „German Wine Professionals“ verabschiedet



Das DWI graduierte zum zweiten Mal Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs „German Wine Professional“. Von den 19 Teilnehmenden aus den Bereichen

Gastronomie, Handel und Weinwirtschaft, die nicht nur aus Deutschland, sondern auch aus Brasilien, Italien, Österreich, Schweden und den USA kamen, erwarben 16 das Abschlusszertifikat. Am Ende der 16-monatigen, berufsbegleitenden Ausbildung, die das DWI in enger Kooperation mit allen 13 Gebietsweinwerbungen durchführte, stand eine anspruchsvolle, zweitägige schriftliche Prüfung sowie eine mündliche Abschlussprüfung vor zwei Fachjurys.

SEMINARWOCHE FÜR MASTERS OF WINE

SOMMELIER CLASS

2023 lud das DWI wieder internationale Sommeliers als wichtige Multiplikatoren für die deutschen Weine im Ausland zur Sommelier Class ein. Nach einem Auftaktseminar besuchten sie die deutschen Anbaugebiete und vertieften ihre Kenntnisse über deutsche Weine. Die Teilnehmenden konnten auf ihrer mehrtägigen Reise zwischen den Themenschwerpunkten „Riesling“ und „Biowein“ wählen. Die Deutschen Weinprinzessinnen Luise Böhme und Juliane Schäfer begleiteten die Sommeliers und standen ihnen fachkundig zur Seite.



Sommelier Class 2023



Maßnahmen in den Auslandsmärkten

CLINK DIFFERENT – EU-MARKETINGKAMPAGNE MIT POSITIVER BILANZ



Nach drei Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit mit dem Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB) ging die EU-Kampagne „Experience European Wine – Clink Different“ 2023 in die zweite Runde. In neuem Design und mit einem angepassten, umfangreichen Maßnahmenpaket wird die Aufmerksamkeit der Endverbraucher in Miami, Kalifornien und Texas auf die Weine aus Bordeaux und Deutschland gelenkt. Eine gemeinsame Website (clinkdifferent.com), professionelle und farbenfrohe Präsenzen auf drei Festivals, Promotionen in über 60 Restaurants und mehr als 450 Verkostungen im Einzelhandel begeisterten bisher das US-amerikanische Publikum. Die Maßnahmen wurden mit Content von neun Influencern/Content Creators sowie eigenen digitalen Social-Media- und OOH-Kampagnen medial begleitet. Die Promotion europäischer Weine aus Deutschland und Bordeaux in den USA wird von den zuständigen EU-Behörden mit einem Zuschuss in Höhe von 80 Prozent aller anfallenden Kosten unterstützt.

clinkdifferent.com



MUNDUS VINI NORDIC

Zum zweiten Mal fand 2023 mit MUNDUS VINI NORDIC der große Weinwettbewerb für deutsche Weine in Skandinavien statt. Er richtet sich an Weinproduzenten, die ihre Produkte nach Dänemark, Norwegen, Schweden und Finnland exportieren und dort etablieren möchten. Im Rahmen des Wettbewerbs verkosteten

*Jury des Mundus
Vini Nordic 2023*



© CE-Wesenberg

etwa 30 skandinavische Juroren im Juni die eingereichten Weine aus allen deutschen Anbaugebieten. Das DWI führte diese imagesteigernde Leistungsschau in Zusammenarbeit mit dem Meininger Verlag im Restaurant Sjømagasinet in Oslo durch. Die Jury zeichnete insgesamt 65 Weine mit Goldmedaillen und 46 mit Silbermedaillen aus und kürte Sieger verschiedener Kategorien. Die Gewinnerweine wurden in den Zielmärkten Sommeliers und der Presse in diversen Seminaren vorgestellt.



Deutscher Wein Intern

CHINA



Interwine Shenzhen im Juni 2023 mit 16 Ausstellern



Luise Böhme beim Summer of Riesling

Der „Summer of Riesling“ im Juli und August 2023 bot diverse Restaurantaktionen, Online & Offline Retailer Promotions sowie „Summer of Riesling“-Consumer Parties. Sie fanden in diesem Jahr bei 27 Online- und 55 Offlinehändlern in 100 Verkaufsstätten sowie in 156 Restaurants in 36 Städten statt. Wines of Germany China unterstützte die Aktionspartner durch eine massive Kommunikationsarbeit und mit attraktiven Promotionsmaterialien. Außerdem besuchte die Deutsche Weinprinzessin Luise Böhme 15 Veranstaltungen in vier Städten, um die Handelspartner deutscher Weine vor Ort zu begleiten.

Zu den weiteren wichtigen Aktivitäten auf dem chinesischen Markt zählt der jährliche „Top 50“-Weinwettbewerb, der mit einer Fachjury die besten deutschen Weine ermittelt, die es auf dem chinesischen Markt gibt. Mit 24 Events in 13 Städten und 992 teilnehmenden Verbraucher/innen wurde im vergangenen Jahr auch der Riesling-Geburtstag am 13. März sehr erfolgreich gefeiert. Eine große Resonanz löste der Versand von 100 Weinpräsenten an Key Opinion Leader aus. Die daraufhin produzierten zahlreichen Beiträge in den sozialen Netzwerken hatten einen Gegenwert von über 1,1 Mio. RMB (ca. 140 TEuro).

Über ein Pressedinner am 30. März in der Residenz des deutschen Generalkonsuls Pit Heltmann in Shanghai berichteten die eingeladenen 30 Medienvertreter/innen ebenso ausführlich wie über die zahlreichen Veröffentlichungen von Wines of Germany China.



Plakat „Summer of Riesling“





FINN LAND

Im Rahmen der Social-Media-Kampagne des DWI „The Other Grapes of Germany“ startete der staatliche Alkoholhandel Alko im vergangenen Jahr die sehr erfolgreiche Aktion zum Thema „Zuhause kochen mit Weinen von Alko“. Dafür wurden zwei Wochen lang Gerichte zum Nachkochen mit den passenden Weinen vorgestellt. Parallel dazu wurden im Oktober in 19 Restaurants Speisen mit Spätburgunder angeboten. Gleichzeitig wurden verschiedene Seminare zu diesem Thema in mehreren Städten durchgeführt. Die Aktion fand sehr viel Anklang in den sozialen Medien und in teilnehmenden Restaurants.

„The Other Grapes of Germany“ waren ebenfalls Thema bei einem VIP-Dinner in Helsinki, um über deutsche Rebsorten zu informieren, die noch nicht so bekannt sind wie Riesling. An der Veranstaltung nahmen renommierte Sommeliers, Alko-Vertreter und Journalisten teil. Als Gastredner konnte Magister Vini Lars Daniels gewonnen werden.

GROSS BRITAN NIEN

Im britischen Handel fanden in den Sommermonaten mehrere LEH-Promotionen statt. Unter anderem arbeitete das DWI mit den Supermarktketten Waitrose und Sainsbury's sowie der Weinfachhandelskette Majestic zusammen. Ein Schwerpunkt lag dabei auf der Onlinewerbung und auf Instore-Verkostungen, begleitet von Anzeigen im Waitrose Magazin und Newslettern, die über die Vorzüge deutscher Weine informierten.

Im gesamten Monat Juli wurde die etablierte Handels- und Gastronomiepromotion „31 Days of German Riesling“ durchgeführt. 130 Weinhändler, Restaurants und Bars bewarben mit vielen kreativen Aktionen die Weine aus den deutschen Anbaugebieten. In den sozialen Medien wurde die Aktion u.a. von neun Influencern begleitet, die ihre

HONG KONG

Anlässlich der Riesling Weeks in Hongkong wurde vom 1. – 23. Juni ein Pop-up-Store unter dem Namen „Vinothek Berlin“ im beliebten Central Market eröffnet. Dort konnte man 100 verschiedene deutsche Weine von elf teilnehmenden Importeuren kaufen. Außerdem nahmen 35 Restaurants und Händler an der Kampagne teil. Die Weinkönigin Katrin Lang besuchte zehn Veranstaltungen der Partner und gab zahlreiche Interviews.

DÄNE MARK

Im März und November 2023 fanden in Aarhus und Kopenhagen erneut sogenannte Match-making-Tastings statt. Diese ermöglichen es Produzenten, ihre Weine Importeuren vorzustellen, ohne persönlich anwesend zu sein. Im Vorfeld wird in Abstimmung mit den Importeuren festgelegt, welche Weintypen für den Markt von Interesse sind. 2023 waren besonders Rotweine und Bioweine gefragt. Im Herbst hat das DWI acht dänische Top-Sommeliers in die Weinbauregionen Nahe, Rheingau, Rheinhessen und Pfalz eingeladen, die von der Gastfreundschaft und den hervorragenden Weinen sehr begeistert waren.



Riesling-BirthdayParty, UK

Follower dazu ermunterten, deutschen Riesling zu probieren und gleichzeitig Händler empfahlen, bei denen die Interessenten die Weine kaufen können. Aktuelle Trends aus dem Weinland Deutschland und die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten deutscher Weine in der Gastronomie waren Thema der „Somm Sessions“ für Sommeliers in London und Manchester sowie einer weiteren Online-Masterclass für Sommeliers im Rest des Landes.

*„Somm Sessions“ – Masterclasses
für Sommeliers in London und
Manchester*



*Tischpräsentation
Riesling & Co, Tokio*



*Die deutsche Weinprinzessin
Luise Böhme in Tokio*

JAPAN

Das DWI-Programm in Japan wurde 2023 unter dem erfolgreichen Slogan „Meet Germany“ fortgesetzt. Die Aktionen starteten mit 13 Promotionstagen anlässlich des Riesling-Geburtstages in 10 Restaurants. In Shibuya Crossing wurde ein Banner und ein 15 Sekunden-Video zum Riesling-Birthday zwei Mal pro Stunde auf einem riesigen Plasma-Bildschirm gezeigt, um den 2,4 Mio. Menschen, die sich täglich an dieser Straßenkreuzung befinden, den deutschen Riesling näher zu bringen. Zusätzlich wurde im Shibuya-Bahnhof vom 13. – 19. März an zwei Bildschirmen alle sechs Minuten das Riesling-Birthday-Video gezeigt, an dem sich im Kampagnenzeitraum 4,4 Mio Menschen bewegten. Die Verbraucher konnten außerdem einen digitalen

Riesling-Birthday-Rahmen für eigene Posts nutzen, von denen die kreativsten mit Wein belohnt wurden.

Am 15. Mai fand im Trunk Hotel Tokyo die Tischpräsentation Riesling & Co statt, an der 22 Importeure und 2 Produzenten ihr Sortiment 317 Fachgästen aus Handel, Gastronomie und Presse vorstellten. Am parallel angebotenen Seminar zum Thema Spätburgunder nahmen 83 Weinfachleute teil.

Für die „German Wine Weeks“ konnten im Juli und August vergangenen Jahres landesweit 64 Restaurants gewonnen werden, für die individualisierte Menükarten kreiert wurden. Die Gruppe Monterey La Soeur Ginza organisierte sogar ein Fachseminar für 20 Personen. Die deutsche Weinprinzessin Luise Böhme war in der Zeit vom 9. – 12. Juli in Tokio und unterstützte die Gastronomiepartner durch ihre Besuche, Social-Media-Posts, Kurzseminare und Presselunches.

Eine spezielle Social-Media-Kampagne mit drei Key Opinion Leadern informierte japanische Konsumenten in der Zeit vom 20. – 28. Juli über die deutschen Anbaugebiete, deren Tourismusangebote, typische Speisen, Kultur, Weine und deren Charakter. Sie erzielte eine Reichweite von 1,2 Millionen Usern mit 440.258 Impressionen und 58.332 Likes.

Weinreisen führten sechs japanische Einkäufer und Journalisten sowie vier German Wine Educators in die deutschen Weinregionen, worüber unter anderem sehr ausführlich im Online-Nikkei-Magazin berichtet wurde.



NIEDER LANDE

Wine Professional Amsterdam,
Januar 2023



Das Austauschprogramm „Generation Riesling Buddy“ bietet niederländischen Sommeliers den direkten Kontakt zu Deutschlands aufstrebenden jungen Winzerinnen und Winzern. Dabei haben die niederländischen Sommeliers die Möglichkeit, in den Betrieben aktiv mitzuarbeiten und helfen ihnen im Gegenzug, im niederländischen Weinmarkt Fuß zu fassen. Die Kontaktbörse beruht auf einer Initiative des DWI und der niederländischen Gilde der Sommeliers (NGS). Niederländische Endverbraucher wurden auf drei beliebten Musikfestivals sowie auf dem großen Food-Festival Haarlem Culinair mit deutschen Weinen angesprochen. Hotelfachschüler aus dem Nachbarland haben in acht Seminaren eine Einführung in das Weinland Deutschland bekommen.

Die größte aller Riesling, Pinot & Co-Präsentationen findet alljährlich in den Niederlanden statt. Sie feierte im Juni 2023 mit großem Erfolg 20-jähriges Jubiläum.

33 deutsche Winzerinnen und Winzer sowie neun Importeure präsentierten über 300 Fachleuten im Spoorwegmuseum in Utrecht ihre Weine. Zwei parallel angebotene Masterclasses fanden mit 150 Fachbesuchern ebenfalls großen Zuspruch.

Elf deutsche Weinerzeuger stellten zudem auf der niederländischen Fachmesse Wine Professional 2023 dem interessierten Fachpublikum eine breite Auswahl an Weinen aus den deutschen Anbaugebieten vor.



*Masterclass im Rahmen der Tischpräsentation
Riesling, Pinot & Co in Utrecht mit René
Koelmann und Ursula Heinzelmann*

NOR WEGEN

Das DWI richtete 2023 eine Vielzahl von Veranstaltungen für norwegische Sommeliers, Importeure, Medienvertreter und Endverbraucher aus. Neben der klassischen Tischpräsentation für Fachleute mit 15 Betrieben Anfang des Jahres, gab es im Sommer eine weitere Vorstellung von „Deutschem Sekt“ mit weiterführenden Master Classes, die insbesondere von den Medienvertreter/innen sehr gut angenommen und gelobt wurden.

Unter dem Titel „Crab a Riesling“ konnten 130 Sommeliers Rieslingweine von zehn teilnehmenden Importeuren zusammen mit den typischen norwegischen Krabben verkosten. Das Event fand zum 13. Mal statt. „SchWein“ ist eine weitere, regelmäßig stattfindende Aktion: Hier werden in teilnehmenden Restaurants Gerichte aus Schweinefleisch mit ausgewählten deutschen Weinen serviert. Diese Menüs werden von Endverbrauchern sehr geschätzt und sorgten in den letzten Jahren für die Steigerung des Spätburgunderkonsums im norwegischen Markt.

Crab a Riesling - Norwegen



POLEN

Zu den zahlreichen Verkostungen für Fachbesucher und Endverbraucher in Polen zählten im vergangenen Jahr eine große Sektverkostung sowie Schulungen im Rahmen der German Wine Academy in Pozen, Warschau, Krakau, Breslau, Stettin und Lodz. Sehr erfolgreich verlief die Riesling, Pinot & Co-Präsentation mit 29 Ausstellern und Weinen von 45 Produzenten in Warschau, zu der die Deutsch-Polnische Industrie- und Handelskammer (AHK) am Abend noch 250 Geschäftskunden einlud. An den diesjährigen Riesling Weeks im Juni nahmen 250 Fachgeschäfte und 200 Restaurants in ganz Polen teil.

Wines of Germany Polen kooperiert alljährlich mit dem polnischen Sommelierverband beim Finale der nationalen Sommeliermeisterschaften und 2023 auch bei den internationalen Meisterschaften für junge Sommeliers. Gemeinsam mit der DZT und der AHK wurden zudem deutsche Weine auf zahlreichen Wirtschafts- und PR-Veranstaltungen präsentiert. Exklusiver Partner waren deutsche Weine auf den Ho-Re-Ca-Konferenzen „Made for Restaurants“ mit je 400 Fachbesuchern in Warschau und Sopot.



Anna Gmurczyk, Wines of Germany Polen mit Sommelier Marcin Krzystolik

SCHWEDEN

Masterclass zur Biodynamik mit MW Romana Echensperger



Den Trend zum verstärkten Konsum nachhaltig und biodynamisch erzeugter Weine in Schweden griff das DWI im Rahmen einer Masterclass für 30 Journalisten und Influencer von den wichtigsten Genuss- und Weinmedien auf, die von MW Romana Echensperger geleitet wurde.

Um deutschen Weinerzeugern die Möglichkeit zu geben, auf dem schwedischen Markt Fuß zu fassen, organisierte das DWI 2023 zwei Matchmaking-Veranstaltungen in Stockholm. In diesem Rahmen verkosteten im Frühjahr 29 Importeure Weine, die noch nicht im Markt vertreten sind und knüpften darüber erste Kontakte zu den Anbietern. Im Oktober standen Weinproduzenten, die nach ökologisch-nachhaltigen Prinzipien produzieren, im Fokus einer Matchmaking-Veranstaltung mit 39 Vertretern von 24 Weinimporteuren und 21 Winzerinnen und Winzern.



SCHWEIZ

Das DWI präsentierte letztes Jahr erstmals beim viertägigen „Wyfäsch Zürich“ acht ausgewählte deutsche Weine, die in der Schweiz erhältlich sind. Rund 200 Besucher nutzten und schätzten die Möglichkeit, die deutsche Weinvielfalt unkompliziert kennenzulernen.

In Zusammenarbeit mit der Wein-Online-Plattform mondovino von Coop, dem größten Weinhändler der Schweiz, hat das DWI im vergangenen Jahr eine große Promotion-Aktion zu deutschen Weinen umgesetzt. Von 179 Weinen, die nach einer DWI-Ausschreibung in verschiedenen Riesling-Kategorien angestellt wurden, präsentierte der Online-Shop seinen 100.000 Mailing-Abonnenten zwölf Weine als „Wein-Highlight“.

TSCHECHIEN

Die Riesling, Pinot & Co-Präsentation mit 25 Ausstellern in den eindrucksvollen Räumlichkeiten der Deutschen Botschaft in Prag war für das tschechische Weinfachpublikum ein Highlight des vergangenen Jahres.

Für tschechische Sommeliers, Gastronomen und Händler richtete das DWI ein Seminar zum Thema White Trinity aus, um auch auf diesem wachsenden Markt Alternativen zum bereits bekannten Riesling aufzuzeigen. Weitere Schwerpunkte der Arbeit von Wines of Germany waren letztes Jahr der Ausbau der Social-Media-Aktivitäten und der Aufbau der Webseite www.winesofgermany.cz.

Zum Abschluss des Jahres informierten sich 15 Sommeliers auf einer Reise in die deutschen Anbaugebiete vor Ort über die Qualitäten und Einsatzmöglichkeiten von Weinen aus den deutschen Weinregionen.



Riesling, Pinot & Co-Präsentation in der Deutschen Botschaft in Prag

USA

Internationale Riesling Expo „FLXcursion“

Nach dem Start der „Prost Every Moment“-Kampagne im Jahr 2021 lief die Kampagne 2023 unter dem Titel „Prost to Summer“ weiter. Diese digitale Multi-Channel-Kampagne zielt insbesondere darauf ab, die Aufmerksamkeit der Kaufentscheider aus Handel und Gastronomie auf die Vielfalt der deutschen Weinstile, -sorten und -regionen zu lenken.

Teil der Kampagne war die neu kreierte Landing Page „Prost To Summer With German Wines“ auf der großen B2B-Einkaufsplattform für Händler und Gastronomen „Provi“, die in 46 Staaten aktiv ist und zudem die Publikation SevenFifty herausgibt. Die Aktion wurde zudem durch Videos, digitale Anzeigen und einem Call-to-Action E-Mailing begleitet, das die Aufstockung der Weinbestände unterstützte.

Das erfolgreiche Weinbotschafterprogramm mit vier ausgewählten Weinprofis aus Handel und Gastronomie richtete sich mit individuellen Programmen an die gleiche Zielgruppe. Verbraucher, Weinhandel und Einzelhändler in den Sekundärmarkten Miami, Washington D.C., Chicago und den Finger Lakes wurden über diverse Veranstaltungen sowie die Teilnahme an der renommierten internationalen Riesling Expo „FLXcursion“ von der Vielfalt und Qualität deutscher Weine überzeugt.

INTERNATIONALE FACH- UND ENDVERBRAUCHERMESSEN

Die erfolgreiche Kooperation zwischen dem DWI und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) auf den Auslandsmärkten wurde 2023 mit der kommunikativen Fortführung der Kampagne German.Local.Culture weiter gefestigt. In diesem Rahmen wurden alle 13 deutschen Weinbaugebiete online als besonders attraktive und genussreiche Urlaubsdestinationen in den Fokus gerückt. Sowohl während der DZT Knowledge Days, mit vielen Multiplikator/innen aus der Touristik- und Reiseindustrie, als auch während der ILTM-Reisemesse in Cannes wurden Weine deutscher Erzeuger/innen präsentiert.

Auch in Japan wurden auf einem exklusiven Event für Medienvertreter/innen im Rahmen der German.Local.Culture Kampagne 50 Weine aus nahezu allen deutschen Anbaugebieten vorgestellt. Im polnischen Posen lockte zudem eine Kooperationsveranstaltung mit der DZT im Juni 2.500 Gäste an, die sich über deutsche Weine informierten und diese an einem Degustationsstand verkosteten.

Das Deutsche Weininstitut ist seit 2008 Mitglied der Deutschen Zentrale für Tourismus und stellt dadurch sicher, dass das Thema „deutsche Weine“ bei den weltweiten Marketingaktivitäten der DZT im Ausland berücksichtigt wird.

Vinexpo Paris



PRÄSENTATIONEN MIT WEINERZEUGER/INNEN

Die Beliebtheit der internationalen Tischpräsentationen mit Erzeugerbetrieben und Importeuren ist ungebrochen. 2023 fanden sie in 9 Metropolen rund um den Globus statt. Die Multiplikator/innen aus Handel, Gastronomie und Medien schätzen es sehr, die Erzeuger und Erzeugerinnen persönlich kennenzulernen und ein breites Angebot an regionaltypischen Rebsortenweinen sowie Winzersekten verkosten zu können.



NATIONALE UND INTERNATIONALE AKTIONS-WOCHEN IN GASTRONOMIE UND HANDEL

In Schweden starteten dieses Jahr Ende Mai die weltweiten Aktionswochen rund um Riesling & Co in insgesamt zehn wichtigen Auslandsmärkten. Für den Weinhandel und die Gastronomie sind die marktspezifisch zugeschnittenen Events eine beliebte Maßnahme, um Weinfreunde auf deutsche Weine und deren regionale Herkunft aufmerksam zu machen.

Ziel der konzentrierten Aktionen ist es, das Image und den Absatz nicht nur von Riesling, sondern auch anderer Rebsorten wie den Burgundern oder Silvaner zu stärken. In manchen Märkten, wie etwa in Großbritannien, finden die Aktionswochen einen ganzen Monat lang oder als „Summer of Riesling“ in China zwei Monate lang statt.



Generation Riesling

GENERATION RIESLING BEI DER PROWEIN IN DÜSSELDORF

Die Generation Riesling präsentierte sich 2023 bereits zum achten Mal mit einem eigenem Stand auf der ProWein. Zehn Mitglieder aus acht deutschen Anbaugebieten stellten ihre Weine dem internationalen Weinfachpublikum vor. „Love the wine you're with“ hieß es einmal täglich, wenn die jungen Winzerinnen und Winzer im Dialog mit einer deutschen Weinhöheit zur Verkostung an den DWI-Stand einluden. Am Messemontag stieß das Abendbrot der Generation Riesling mit einem entspannten Ausklang des Tages auf großes Interesse bei den Fachbesucher/innen.



Zehn GR-Mitglieder aus acht deutschen Anbaugebieten stellten ihre Weine auf der ProWein 2023 vor



Gut besucht: Generation Riesling-Stand auf der ProWein 2023

PRÄSENTATION IN DUBLIN

In Zusammenarbeit mit der Deutschen Botschaft in Dublin reisten in diesem Jahr erstmalig zehn Generation Riesling-Mitglieder nach Irland, wo sie der Residenz des Botschafters ihre Weine einem hochkarätigen und sehr interessierten Fachpublikum präsentierten. Zu Beginn der Veranstaltung gab es ein Talk & Taste-Seminar, gefolgt von einem Walk-Around Tasting für die geladenen internationalen Gäste in der großzügigen Parkanlage der Residenz.

Generation Riesling im Ehemaligen Hauptzollamt in Hamburg

LIVE IN HAMBURG

2023 waren 24 Mitglieder der Generation Riesling zu Gast im Ehemaligen Hauptzollamt und freuten sich über das große Interesse der Hamburger Weinfachwelt an der „next generation“ des deutschen Weinbaus und ihren über 150 vorge-



stellten Weinen verschiedener Rebsorten und Geschmacksrichtungen. Fast die Hälfte der Winzerinnen und Winzer war zum ersten Mal in Hamburg dabei. Im lockeren Talk & Taste zum Thema „Die Leichtigkeit des Weins – Wenn weniger mehr ist!“ interviewte Dozentin Melanie Schoeltzke ausgewählte Generation Riesling-Mitglieder zu diesem angesagten Thema.

GENERATION RIESLING WEINBUDE ON STAGE MÜNCHEN

Am 10. Juli fand die Premiere der „Generation Riesling Weinbude on stage“ in den Naked Studios in München statt. Zu Beginn der Veranstaltung hieß es „Vorhang auf und Bühne frei“ für drei spannende Weintalks zu den Themen „Perlt wie am Schnürchen“, „Riesling kann Karate“ und „Tanz der Tannine“ – locker moderiert von der Münchner Sommelière und Generation Riesling-Botschafterin Conny Ganß. Die Veranstaltung bot den Münchnerinnen und Münchnern die perfekte Gelegenheit, um neue Weinentdeckungen aus ganz Deutschland zu machen. Die Gäste waren begeistert, die Shooting-Stars der deutschen Weinszene kennenzulernen. Musik und Fingerfood sorgten für eine entspannte Atmosphäre.

*Generation Riesling,
Weinbude on stage, München*



GENERATION RIESLING BEI DER ROLLING PIN.CONVENTION

GR auf der Rolling Pin.Convention 2023

© Thomas Neukum



7.500 Spitzenköche, Barkeeper, Sommeliers und Experten sowie die weltweit neuesten Gastronomie-Trends – all das bot die Rolling Pin.Convention Germany 2023, die vom

25. – 26. September in der Arena Berlin stattfand. In diesem Jahr in der Wine Area mit einem eigenen Stand zum ersten Mal dabei war die Generation Riesling, mit sechs Mitgliedern aus sechs verschiedenen Weinanbaugebieten. Die Besucherinnen und Besucher zeigten sich begeistert von den Persönlichkeiten und Weinen der Shooting-Stars aus der deutschen Weinszene. Auf der Wine.Stage stellte Sommelier Gerhard Retter in einem spannenden Talk & Taste mit dem Titel „GReat, GReater, GR: Die GR-Show mit Gerhard Retter und Generation Riesling“ die Signature Wines der sechs anwesenden Winzerinnen und Winzer vor.

GENERATION RIESLING BEIM HOLY SHIT SHOPPING BERLIN

Am ersten Adventswochenende war die Generation Riesling erstmalig beim Holy Shit Shopping in Berlin dabei, einem Designmarkt für alle, die einzigartige Weihnachtsgeschenke und innovative Ideen suchen und dabei gleichzeitig nachhaltige Ansätze sowie soziales Engagement unterstützen möchten. Die angebotenen Weinverkostungen am Stand wurden von den Gästen sehr gut angenommen.

DESIGNPROJEKT MIT DER HOCHSCHULE RHEINMAIN

Erstmalig kooperiert die Generation Riesling in diesem Jahr mit dem Studiengang Kommunikationsdesign der Hochschule RheinMain im Rahmen des Projekts „Corporate Design: Wein & Design“. Im Wintersemester 2023/24 erhalten kleine Gruppen von insgesamt 16 Designstudierenden der Hochschule die Aufgabe, für Weinbaubetriebe der Generation Riesling Design-Aufgaben zu übernehmen, z. B. den Entwurf von Logos, Etiketten, Broschüren oder Flyern. Die Abschlusspräsentation der Entwürfe wird am 29. Januar 2024 stattfinden.





TASTINGS AUF MUSIK- UND KUNSTFESTIVAL

Vom 17. – 20. August war die Generation Riesling zum ersten Mal beim MS Dockville Festival in Hamburg mit einem eigenen Weinstand vertreten. Das MS Dockville Festival ist ein dreitägiges Festival für Musik und Kunst. Der Auftritt und diverse Tastings der Generation Riesling waren ein voller Erfolg, wie die positive Resonanz der Festivalgäste auf die Auswahl der Weine zeigte.

*Generation Riesling
beim MS Dockville
Festival Hamburg*

TEIL DES DWI-SCHULUNGSPROGRAMMS

Erstmals war die Generation Riesling 2023 Teil des DWI-Schulungsprogramms im Rahmen der Seminarreihe „Weindiskurs“, die sich an Fachleute aus der Weinbranche, dem Handel und der Gastronomie richtet. An vier Seminarterminen zum Thema „Herausforderungen der Zukunft“ berichteten jeweils zwei Generation Riesling-Mitglieder über ihre Philosophie der Weinerzeugung und die Herausforderungen ihres Arbeitsalltags.

FORUM GENERATION RIESLING IN RHEINHESSEN

Am 9. November trafen sich die jungen Winzer/innen zum 13. Forum Generation Riesling im Weingut Sabrina Becker in Spiesheim. Die alljährliche Mitglieder-Jahresversammlung findet jedes Jahr in einem anderen Anbaugebiet statt. Sie bot neben einem Rückblick auf die Aktivitäten des vergangenen Jahres und einem Ausblick auf das kommende Jahr anregende Vorträge zu wichtigen Themen wie zum Einstieg in den Weinexport oder in die Gastronomie. Zudem gab es eine Präsentation der Initiative „Zukunftsweine“ und von Best-Practice-Beispielen wie dem „Weinsalon Rheinhessen“. Den Abschluss des Forums bildete eine spannende Exkursion durch Rheinhessen.

*Forum Generation Riesling
im Weingut Sabrina Becker in
Spiesheim in Rheinhessen*



Bericht aus dem Ressort Geoschutz



Seit Februar 2022 gibt es das neu geschaffene Ressort Geoschutz beim Deutschen Weinfonds (DWF). Seine Hauptaufgabe liegt in der Beratung, Unterstützung und Koordination von Schutzgemeinschaften und Weinerzeugern im Bereich Herkunftsschutz, was im vergangenen Jahr in zahlreichen Beratungsterminen vor Ort und im digitalen Raum stattgefunden hat. Im Rahmen ihrer Arbeit koordiniert die Geoschutzstelle die inhaltliche und formelle Überarbeitung von Produktspezifikationen, übernimmt die rechtliche Formulierung von Änderungsanträgen und ist behilflich bei der Einreichung aller erforderlichen Unterlagen bei der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE). Darüber hinaus steht sie für die Klärung rechtlicher Fragen im Bereich Geoschutz zur Verfügung und übernimmt auch die Kommunikation mit der BLE, dem Bundeslandwirtschaftsministerium oder anderen Behörden.

Aus der Arbeit der Deutschen Weinakademie (DWA)



DEUTSCHE
WEIN
AKADEMIE

WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT

Die Beratung durch unabhängige ehrenamtlich tätige Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ist die existentielle Grundlage für die DWA-Arbeit. Nur so werden evidenzbasierte Bewertungen objektiv wahrgenommen. Diese Beratung gewährleistet der Wissenschaftliche Beirat der DWA, der sich in dieser Berufungsperiode letztmals Ende September in Baden-Baden zu seiner jährlichen Sitzung traf. Der Beirat ist gerade in Zeiten der Forderungen nach gesundheitlichen Warnhinweisen und Werbeverboten immens wichtig für die Branche.

DIE WEINBRANCHE BRAUCHT WISSENSCHAFT

Das Deutsche Weinmagazin berichtete 2023 in regelmäßigen Abständen über die Beiratsmitglieder und deren Schwerpunktthemen. Den Start machte der Vorsitzende des Wissenschaftlichen Beirats, Prof. Dr. Kristian Rett, mit dem Thema „Weinkonsum kann Diabetes-Risiko senken“.



Prof. Dr. Kristian Rett,
Vorsitzender des Wissenschaftlichen Beirats



SYMPORIUM AUF DEM 129. INTERNISTENKONGRESS

Für alle, die sich mit dem Thema Wein und Gesundheit befassen, ist es essenziell, biologische Wirkungen zu verstehen und richtig einzuordnen. Dabei steht der Weinkonsum heute in einem Spannungsfeld zwischen Medizin, Prävention und Politik. In der Berichterstattung tritt allerdings die evidenzbasierte Wissenschaft immer mehr in den Hintergrund und unter Prävention verstehen die meisten Akteure den kompletten Verzicht auf alle alkoholischen Getränke. Das DWA-Symposium auf dem 129. Internistenkongress scheute mit guten Argumenten nicht vor einer anderen Sichtweise. So zeigte der Internist und Diabetologe Prof. Dr. Kristian Rett am Beispiel der sogenannten „Global Burden of Disease Study“ (GBDS), einer nicht-experimentellen, beschreibenden Korrelationsstudie Fehlinterpretationen auf, die selbst in seriösen Printmedien zu einer uneindeutigen Berichterstattung führten.

Der zweite Teil des Symposiums ging der Frage nach, ob moderater Weinkonsum Teil einer nachhaltigen Suchtprävention und proaktiver Drogenpolitik sein kann. Der renommierte Sucht- und Präventionsforscher Prof. Dr. Michael Klein von der Katholischen Hochschule NRW in Köln und dem Deutschen Institut für Sucht- und Präventionsforschung (DISuP) machte deutlich, dass der Konsum jeglicher alkoholischen Getränke gelernt sein will, damit er zum Genuss und nicht zum Problem wird. Dabei unterstützte er die Linie der DWA, die erstens die Jugend in der Weinbranche zum verantwortungsvollen Konsum schult und zweitens den Wein immer in den Kontext von (mediterraner) Ernährung und gesunden Lebensstilfaktoren setzt.

Prof. Dr. Markus Flesch,

Prof. Dr. Michael Klein,

Prof. Dr. Kristian Rett,

Dr. Claudia Hammer (v.l.n.r.)



DWA IM WINE INFORMATION COUNCIL

International ist die DWA federführend im wissenschaftlichen Rat des Wine Information Councils (WIC) engagiert, wo wissenschaftliche Informationen zum Thema Wein & Gesundheit weltweit gesammelt und ausgewertet werden. Vom WIC werden regelmäßig Informationsveranstaltungen durchgeführt. 2023 stand der Kongress für Lebensstil, Ernährung Wein & Gesundheit im Oktober in Toledo/Spanien mit 180 Teilnehmern und 30 internationalen Wissenschaftlern im Fokus. Die Referenten bestätigten bekannte wissenschaftliche Erkenntnisse mit neuen Studiendaten. Die Thesen, jeglicher Konsum alkoholischer Getränke sei gesundheitsschädlich, wurden nicht durch solide wissenschaftliche Evidenz gestützt.

DWA AUF DEM OIV-KONGRESS IN CADIZ

Der Vortrag der DWA-Mitarbeiterin Ursula Fradera zur digitalen Schulung für Weinfachleute auf dem OIV-Kongress in Cadiz/ Spanien fand viel Beachtung. Zentrales Thema war das Wine in Moderation-Bildungstool „Digitales Online-Training für Weinprofis: Vom verantwortungsvollen Service zu einer nachhaltigen Weinkultur“. Diese digitale Schulung wird zunächst in einem Pilotprojekt in Deutschland und zwei weiteren Ländern getestet.

Ursula Fradera auf dem
OIV-Kongress in Cadiz



PRÄSENZ AUF DEN AGRARTAGEN UND AUF DER PROWEIN

Sowohl auf den Agrartagen in Mainz als auch auf der ProWein in Düsseldorf war die DWA im vergangenen Jahr mit einem Wine in Moderation (WiM)-Stand vertreten, um weitere Produzenten für das Thema zu sensibilisieren. Dort konnten Besucherinnen und Besucher auch alkoholfreie Weine probieren, Atemalkoholtests durchführen und sich über einen persönlichen Austausch zur WiM-Initiative und aktuellen alkoholpolitischen Themen informieren.



SEMINAR ZU VERANTWORTUNGSVOLLER WEINWERBUNG

Im August 2023 organisierte die DWA zum wiederholten Male ein Onlineseminar mit der Geschäftsführerin des Zentralverbands der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) und des deutschen Werberates Katja Heintschel von Heinegg zu rechtlichen Fragen rund um das Thema Weinwerbung, das auf große Resonanz stieß. Darin thematisierte sie die Verhaltensregeln des Deutschen Werberates, die im Zuge der WiM-Initiative als Europäische Regeln für die Weinwerbung adaptiert wurden. Diese binden die gesetzlichen und selbstregulativen Bestimmungen ein, die es bei der Werbung mit und für Wein zu beachten gilt.

WINE IN MODERATION

Die von der DWA in Deutschland koordinierte Initiative Wine in Moderation (WiM) ist in der aktuellen alkoholpolitischen Diskussion ein hohes Gut der Weinwirtschaft und die aktive Antwort der Branche, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Sie soll dazu beitragen, dass politische Restriktionen wie Werbeverbote und Warnhinweise überflüssig werden. Mittlerweile haben nicht nur die knapp 1300 Mitglieder verstanden, dass WiM keine Maßregelung zum Verzicht ist, sondern eine Investition in die Zukunft. Die gesamte Branche, d.h. jeder einzelne Erzeuger ist aufgerufen, die Initiative zu unterstützen und WiM-Mitglied zu werden. Je mehr Mitglieder WiM vorweisen kann, umso größer wird auch die Anerkennung durch die Politik sein. Anmelden kann man sich online unter deutscheweinakademie.de.

*DWA-Team auf der ProWein:
Eva Hennes, Michael Berger,
Lisa Widodo, Konstantin Kunisch,
Dr. Claudia Hammer (v.l.n.r.)*

*Gero Schüler, Felix Kahl,
Hannah Roos, Julia Lambrich
(v.l.n.r.)*



© MittelrheinWein e.V.

ERSTES WINE IN MODERATION-MITGLIEDERTREFFEN

Mehr als 40 Teilnehmende aus unterschiedlichen Bereichen der Weinwirtschaft nutzten Mitte Februar erstmals die Gelegenheit zum weiteren Informationsgewinn und zum interdisziplinären Austausch. Eine Übersicht ausgewählter Best Practice-Beispiele von WiM-Mitgliedern und ein Verweis auf die neue Broschüre „Leitfaden zur Umsetzung des Programmes“ sollte den Anwesenden Anregungen geben, wie man die Initiative im eigenen Betrieb sichtbar werden lassen kann. Neben der Wine in Moderation-Botschafterin Cecilia Jost, Betriebsleiterin vom Hahnenhof Jost aus Bacharach, stellte auch die Gebietsweinwerbung Mittelrhein ein sehr anschauliches Best Practice-Beispiel vor.



Ausblick 2024

Die aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen durch die Inflation und allgemeine Preissteigerungen spiegeln sich unter anderem in rückläufigen Käuferzahlen, Kaufzurückhaltung und preisbewussteren Weinkäufen wider, was für den gesamtdeutschen Weinmarkt Absatz- und Umsatzverluste zur Folge hat. Die neue Strategie für das Gemeinschaftsmarketing für deutschen Wein 2024 bis 2028, die in enger Abstimmung mit den Gremien des DWF und DWI erarbeitet wurde, versucht diesen herausfordernden Gegebenheiten gerecht zu werden. Dementsprechend sollen hierzulande vor allem die Kooperationen mit dem Lebensmitteleinzelhandel (LEH) inklusive des Discounts als wichtigster Einkaufsquelle für Wein weiter intensiviert werden. Geplant ist, mit möglichst vielen unterschiedlichen Handelpartnern auch auf regionaler Ebene zu kooperieren, damit auch möglichst viele Weinerzeugerinnen und Weinerzeuger, die ihre Weine im LEH vermarkten, von der Arbeit des Gemeinschaftsmarketings profitieren können. Im Ausland wird die Zusammenarbeit mit dem Handel insbesondere in den Ländern verstärkt, in denen große Handelpartner den Weinabsatz dominieren.

Darüber hinaus soll ab diesem Jahr im In- und Ausland stärker herausgestellt werden, dass der Weinbau in Deutschland die Biodiversität fördert und zum Erhalt der Kulturlandschaften beiträgt, um bei den Verbraucher und Verbraucherinnen die Wertschätzung für die heimischen Weine zu stärken und die Bereitschaft zu fördern, höhere Preise für sie zu zahlen. Gleichzeitig steht die Herausstellung der Alleinstellungsmerkmale unserer Weine ebenso im Fokus der Aktivitäten wie deren Herkunft und Zugehörigkeit zu unserer Kultur und Genusswelt.



Kommunikation

SOCIAL-MEDIA-AKTIVITÄTEN

Gemeinsam mit den Gebietsweinwerbungen (GWWs) setzt das DWI den Austausch in der Social-Media-Arbeit fort, um durch die inhaltliche Zusammenarbeit die mediale Schlagkraft zu erhöhen. Die bereits vereinbarten Themen, die quartalsweise gemeinsam kommuniziert werden sollen, reichen von PIWIs über Radreisen bis hin zur Nachhaltigkeit im Weinbau.

Die Social-Media-Kanäle des DWI (20+) werden sukzessive weiter ausgebaut. Wechselwirkungen zu Premium-Inhalten der DWI/GWW Internet-Auftritte sind möglich und werden von der Presse erfahrungsgemäß gerne redaktionell aufgegriffen.

TIKTOK WIRD NEUER KOMMUNIKATIONSKANAL

Das DWI nutzt in diesem Jahr erstmals die Social-Media-Plattform TikTok für ihre Kommunikation, nachdem die Altersstruktur der Nutzenden zuletzt stetig gestiegen ist. Mittlerweile sind 60 Prozent von ihnen älter als 19 Jahre.



DWI-PODCASTS & ONLINESEMINARE

Darüber hinaus werden DWI-Podcasts zu Fachthemen, wie z.B. Ausbildungsgänge in der Weinwirtschaft oder Wein-tourismus, weitergeführt. Auch die Reihe der Online-Seminare mit dem Fachhandel wird fortgesetzt.

ONLINE- AKTIVITÄTEN

Das DWI wird in diesem Jahr weitere Webseiten der Wines of Germany-Agenturen in das neue Content-Management-System integrieren und an die Datenbank anbinden. Des Weiteren sind neue Ausbaustufen der DWI-Datenbank und Webseiten geplant, wie etwa eine automatisierte Übersetzungsfunktion oder die Optimierung der Regionenkar- te. Mittelfristig ist zudem die technische Erneuerung des Internet-Auftritts der Generation Riesling sowie der Deutschen Weinkönigin vorgesehen.

PRESSEREISEN

Für das Jahr 2024 sind zwei Pressereisen und ein Presseseminar für deutsche Journalist/innen sowie zwei multinationale Informationsreisen mit Journalist/innen aus verschiedenen Zielmärkten geplant. Dabei werden die internationalen Medienvertreter/innen in Abstimmung mit den elf Wines of Germany-Agenturen zu den Themenreisen durch die deutschen Weinregionen eingeladen.

Pressereise 2023
„We AHR open“ mit
20 Journalist/innen



WERBUNG

Das DWI plant für dieses Jahr seine Hörfunkkampagne mit vier verschiedenen Radiospots zum Thema Herkunft/g. U. fortzusetzen sowie weitere umfangreichere Hörfunkbeiträge und Specials umzusetzen. Weitere Werbemaßnahmen sind zudem im Bereich Social Media sowie auf Online-Portalen wie sueddeutsche.de, faz.net oder zeit.de in Form von Content-Integrationen vorgesehen,

Die beliebte, vom DWI finanzierte, Podcast-Serie des Magazins der Süddeutschen Zeitung „Auf ein Glas Wein mit...“ wird 2024 fortgesetzt. Darin spricht Theresa Olkus mit bekannten Persönlichkeiten, wie zuletzt mit Christian Rach, Charlotte Link oder Max Giermann über deutsche Weine.



Neue Werbemittel: Beutel, Tasche, Wein-Thermometer und Kellnerschürze

WERBEMITTEL

Das DWI unterstützt Weinerzeugerinnen und Weinerzeuger auch in diesem Jahr wieder mit einem umfangreichen Sortiment an kostengünstigen Werbe- und Informationsmaterialien bei der Vermarktung ihrer Weine. Ein neuer Onlineshop wird im Laufe des Jahres für mehr Übersichtlichkeit und ein entspannteres Einkaufen sorgen.

MARKTFORSCHUNG

Das DWI wird in diesem Jahr weiterhin Daten zu den Einkäufen privater Haushalte von Nielsen beziehen und vierteljährlich über seinen Mafo-Newsletter veröffentlichen. Die Zusammenarbeit mit dem internationalen Marktforschungsunternehmen Wine Intelligence/IWSR wird ebenfalls fortgeführt. Im Rahmen einer Kooperation mit der Hochschule Geisenheim University ist für dieses Jahr erstmals eine Beteiligung an der Geisenheimer Absatzanalyse geplant. Sie wertet die Absatzdaten von Weingütern, Kellereien und Genossenschaften aus und ermöglicht so Rückschlüsse über aktuelle Entwicklungen in der deutschen Weinwirtschaft. Zudem ist geplant, auch Zahlen zum Weinmarkt in den Auslandmärkten auszuwerten, aufzubereiten und der Branche zur Verfügung zu stellen.

Maßnahmen für Endverbraucher



WEINWANDERWOCHEHENENDE

Der Termin für das alljährliche WeinWanderWochenende in den Anbaugebieten ist auch in diesem Jahr wieder am letzten April-Wochenende. Die „Royale Weinwanderung“ mit der Deutschen Weinkönigin Eva Brockmann findet 2024 im Anbaugebiet Franken statt. Parallel dazu gibt es weitere „Königliche Weinwanderungen“ mit den Gebietsweinköniginnen in den Anbaugebieten unter Federführung der regionalen Weinwerbungen. Diese werden an ausgesuchten Wanderstrecken in den Anbaugebieten möglichst viele Aktionen zum Thema „Genusswandern“ organisieren.

WAHL DER DEUTSCHEN WEINKÖNIGIN 2024

Die Wahl der 76. Deutschen Weinkönigin beginnt in diesem Jahr am 21. September mit der Vorentscheidung in Neustadt an der Weinstraße. Das Finale mit der Krönung der neuen Weinmajestäten folgt am Freitag, den 27. September im Neustadter Saalbau. Das Vorbereitungsseminar für die Bewerberinnen wird vom 6. – 8. August 2024 ebenfalls in Neustadt angeboten. Wie gewohnt werden die beiden Wahl-Veranstaltungen vom SWR im Fernsehen und als Live-Stream übertragen. Die Deutschen Weinhoheiten nehmen pro Jahr gut 200 Termine im In- und Ausland wahr, die vom DWI koordiniert und organisiert werden.

*Die zwölf Kandidatinnen
2023 während des
Vorbereitungsseminars*



Nationale & internationale Fachmessen



Das DWI organisiert auch 2024 wieder die Teilnahme an zahlreichen Messen und Präsentationen im In- und Ausland. Einige internationale Messeauftritte werden durch flankierende Maßnahmen des BMEL unterstützt, wie etwa die Weinmessen ProWine Singapore, Vinexpo Paris oder ProWine Tokyo.

PROWEIN DÜSSELDORF

Auf der weltgrößten Weinfachmesse ProWein in Düsseldorf wird das DWI vom 10. bis 12. März 2024 mit seinem Stand in Halle 1 (C120) vertreten sein. Der DWI-Messeauftakt steht dabei unter dem Motto „Grapes for the Future – PIWIs – innovative Rebsorten“. Mit diesem Thema will das DWI der internationalen Fachwelt zeigen, dass die deutsche Weinwirtschaft führend im PIWI-Sektor ist und sich auf die Herausforderungen durch den Klimawandel sowie auf einen nachhaltigeren Weinbau einstellt. Im zentralen Kommunikationsbereich gibt es für das Fachpublikum täglich Programmpunkte wie die Vorstellung von PIWI-Weinen sowie Präsentationen der Generation Riesling. Darüber hinaus wird der DWI-Stand wieder eine gefragte Anlaufstelle für Medienvertreter/innen und Fachleute aus aller Welt sein.

DWI-Messestand auf der Prowein 2023





VORAUSSICHTLICHE DWI-BETEILIGUNGEN AN FACHMESSEN 2024

Messe	Zeitraum
Wine Professional Amsterdam	08. – 11. Januar 2024
Vinexpo Paris	12. – 14. Februar 2024
Eurogastro Warschau	12. – 14. März 2024
Chengdu Wine Fair	20. – 22. März 2024
ProWine Tokyo	10. – 12. April 2024
ProWine Singapore	23. – 26. April 2024
Warsaw Wine Experience	September 2024
HKIWSF Hong Kong	07. – 09. November 2024
Prowine China, Shanghai	12. – 14. November 2024

PRÄSENTATIONEN MIT WEINERZEUGERN UND WEINERZEUGERINNEN

Die Beliebtheit der internationalen Weinfachwelt an den vom DWI organisierten Tischpräsentationen mit Erzeugerbetrieben und Importeuren ist auch nach vielen Jahren ungebrochen. Sie sind ein wichtiges Instrument, um die Marktstellung deutscher Weine in den Auslandsmärkten auszubauen. Neben den deutschen Klassikern Riesling, Silvaner oder den Burgundersorten umfasst das Angebot seit einigen Jahren auch Winzersekte und Roséweine. 2024 werden die Präsentationen in acht Metropolen rund um den Globus stattfinden.



INTERNATIONALE TISCHPRÄSENTATIONEN 2024

Stadt	Zeitraum
Oslo	29. Februar 2024
Xi'an	08. April 2024
Beijing	10. April 2024
Warschau	11. oder 18. April 2024
London, Big G, Trade Tasting	30. April 2024
Prag	28. Mai 2024
Shenzhen	31. Mai 2024
Shanghai	03. Juni 2024
Utrecht - Riesling, Pinot & Co	24. Juni 2024



NATIONALE UND INTERNATIONALE AKTIONSWOCHEN IN GASTRONOMIE UND HANDEL

In Finnland startet in diesem Jahr die weltweite Abfolge der alljährlich vom DWI organisierten Aktionswochen rund um die Weine aus deutschen Regionen. Für den Weinhandel und die Gastronomie in den Exportmärkten sind diese Events eine beliebte Maßnahme, um Weinfreunde auf unsere Weine und deren regionale Herkunft aufmerksam zu machen. Die Werbeaktionen unterstreichen die Qualität und Vielseitigkeit der Rebsorte Riesling vor allem in Kombination mit Speisen. Sie haben aber auch andere Rebsorten wie Spätburgunder, Grauburgunder, Weißburgunder und Silvaner im Fokus. Die diesjährigen Promotionswochen werden in neun verschiedenen Ländern durchgeführt. Dabei sind die Veranstaltungen jeweils auf die unterschiedlichen Anforderungen der Märkte zugeschnitten.

Diese konzertierten Aktionen im Verbund mit Importeuren, Händlern, Gastronomen und Produzenten, tragen dazu bei, das Image und den Absatz deutscher Rebsortenweine zu fördern. In manchen Ländern, wie etwa in Großbritannien, erstrecken sich die Riesling Weeks unter dem Titel „31 Days of Riesling“ über vier Wochen und in China als „Summer of Riesling“ sogar über zwei Monate.



Summer of Riesling - Restaurant Promotion 2023

NATIONALE UND INTERNATIONALE AKTIONSWOCHEN IN GASTRONOMIE UND HANDEL

Land	Zeitraum	Titel
Finnland	Mai 2024	Riesling Weeks
Hongkong	01. – 30. Juni 2024	Riesling Weeks
Polen	01. – 30. Juni 2024	Riesling Weeks
Schweiz	13. – 22. Juni 2024	Taste.Love.Riesling
Schweden	Juni 2024	Riesling Weeks
Japan	01. Juli – 30. August 2024	German Wine Weeks
China	01. Juli – 30. August 2024	Summer of Riesling
Großbritannien	01. – 31. Juli 2024	31 Days of German Riesling
Finnland	Oktober 2024	Pinot Noir Week

Aktivitäten der Generation Riesling

PRÄSENTATIONEN MIT WEINERZEUGERN UND WEINERZEUGERINNEN

Generation Riesling auf der PoWein 2023



Der Initiative „Generation Riesling“ haben sich mittlerweile über 540 junge Verantwortungsträgerinnen und Verantwortungsträger der deutschen Weinwirtschaft aus allen 13 Anbaugebieten angeschlossen. Für sie wird das DWI auch in diesem Jahr wieder eine Reihe von Veranstaltungen durchführen, die sich an das Fachpublikum aus dem Handel, der Gastronomie und von den Medien richten.

Im März wird die Generation Riesling auf der ProWein mit einem eigenen Stand in Halle 1 vertreten sein, an dem sich zehn GR-Mitglieder aus sieben deutschen Anbaugebieten präsentieren können. Im April wird es eine Tischpräsentation mit insgesamt 25 GR-Mitgliedern in Berlin und im Mai für 18 GR-Mitglieder in München geben. Auch auf der Rolling Pin.Convention, die vom 30.09. – 01.10.2024 in Düsseldorf stattfindet, wird die Generation Riesling wieder mit eigenem Stand vertreten sein.

Das Forum Generation Riesling, das Jahrestreffen der Gruppierung, findet in diesem Jahr am 7. November an der Mosel statt.

Engagement für Gastronomie und Handel

AUSGEZEICHNETE WEINGASTRONOMIE



Das DWI wird in diesem Jahr wieder Restaurants in verschiedenen Kategorien auszeichnen, die sich durch ein besonders umfangreiches Sortiment von Qualitätsweinen aus unterschiedlichen Anbaugebieten hervortun. Ziel des Wettbewerbs „Ausgezeichnete Weingastronomie“ ist es, insbesondere außerhalb der Anbaugebiete, noch mehr Restaurants zu animieren, ihr Deutschweinsortiment auszubauen und den Menschen zu zeigen, welche Restaurants ein herausragendes Angebot an heimischen Weinen anbieten. DWI-Kooperationspartner sind SELTERS Mineralwasser und das Magazin DER FEINSCHMECKER.



FACHHANDELSPREIS DES DEUTSCHEN WEININSTITUTS

2024 soll der DWI-Fachhandelspreis in Kooperation mit der Fachzeitschrift Wein+Markt erneut an Weinfachhandelsgeschäfte verliehen werden, die sich in intensiv mit deutschen Weinen beschäftigen und durch ihr Agieren im Markt den Absatz von Qualitätsweinen aus unterschiedlichen deutschen Anbaugebieten besonders fördern.



SOMMELIER-CUP 2024

Vom 21. – 22. Januar 2024 veranstaltet das DWI den Sommelier-Cup für Weinfachleute und Nachwuchskräfte aus Gastronomie und Handel. Im Mittelpunkt des zweitägigen Wettbewerbs stehen Fragen zu Weinanbau und -erzeugung in Deutschland.

DWI Sommelier-Cup 2022



Außerdem gilt es, in Blindverkostungen Rebsorten oder Anbaugebiete zu erkennen. Weitere Schwerpunkte des Wettbewerbs bilden Weinberatung von Kunden und Gästen, Weinservice, Lagerhaltung und Kalkulationsfragen. Eine Fachjury, bestehend aus Vertretern der Sommelier-Union Deutschland, der Hotelfachschule Heidelberg, des International Wine Institutes sowie Weinjournalisten, bestimmt am Ende des zweiten Veranstaltungstages den Gewinner oder die Gewinnerin des DWI-Sommelier-Cups 2024. Die Finalisten erhalten attraktive Geldpreise: So steht dem Sieger ein Gewinn von 1.500 Euro zu. Der zweite Platz erhält 1.000 Euro und der Drittplatzierte 750 Euro.

VERMARKTKONZEPTE FÜR DEN LEH UND GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL

Die 2015 gestarteten Gespräche mit einzelnen Key Accounts des Lebensmitteleinzelhandels und Getränkefachgroßhandels werden 2024 mit bestehenden und neuen Handelspartnern fortgeführt bzw. weiter ausgebaut. Insbesondere die Zusammenarbeit mit selbstständigen Einzelhandelsunternehmen von Rewe und Edeka soll 2024 weiter forciert werden. Die erfolgreichen Aktivitäten, die zu konkreten Mehrumsätzen bei den teilnehmenden Handelsunternehmen und Betrieben führen, sollen zukünftig noch intensiver mit begleitenden Maßnahmen, wie Plakat-Werbung, In-Store-Radio, Kundenmagazin-Anzeigen und Social-Media-Aktionen verzahnt werden. Darüber hinaus ist geplant, auch die Kooperationsprojekte mit den Online-Kanälen des LEH, Online-Wein-Portalen sowie digitalen Projekten wie z.B. Push-Kampagnen auf den Mobiltelefonen der Verbraucher weiter auszubauen.

Nationale und internationale Fortbildungsveranstaltungen



Juliane Schäfer (Deutsche Weinprinzessin 2022/23) moderierte das DWI Forum Markt & Wein 2023

DWI-FOREN

Das stark gefragte DWI Forum Markt & Wein mit Vorträgen und Workshops zum Weinmarkt Deutschland wird am 25. April 2024 wieder in Kooperation mit dem Weincampus Neustadt durchgeführt. Angesichts der derzeit schwierigen Marktlage steht das Forum in diesem Jahr unter dem Motto „Kunden kennen, Kunden gewinnen, Kunden binden“. Das DWI Forum Export findet in diesem Jahr am 13. Juni in Oppenheim und das DWI-Forum der Generation Riesling am 7. November 2024 an der Mosel statt.

EXPORTBERATUNG

Der Bedarf der Weinwirtschaft an Exportberatung ist in den letzten Jahren deutlich angewachsen. Das DWI steht gemeinsam mit den Auslandsagenturen exportinteressierten Betrieben auch 2024 für Einzelberatungsgespräche zur Verfügung. Darüber hinaus wird das gemeinsam mit der IHK Trier geführte Exportportal im internen Bereich der DWI-Datenbank weiter aktualisiert. Hier finden sich alle exportrelevanten Daten, von Darstellungen der jeweiligen Marktsituation über wichtige Adressen bis hin zu aktuellen Fragen der Exportabwicklung. Zudem eröffnet der Sprechtag im Rahmen des DWI-Forums Export am 13. Juni 2024 in Oppenheim die Möglichkeit, in direkten Gesprächen mit den Leitern der Auslandsagenturen individuelle Exportangelegenheiten zu besprechen.

Außerdem plant das DWI seine einstündige Webinar-Reihe zur aktuellen Exportsituation in wichtigen Auslandsmärkten fortzuführen. Im Jahr 2024 sollen die Märkte China, Finnland und Schweden näher beleuchtet werden. In den Tagen danach haben die teilnehmenden Betriebe ebenfalls die Möglichkeit, direkte Videocalls mit den Auslandsagenturen zu führen. Darüber hinaus ist ein Webinar zum Thema „Einstieg in den Export“ geplant. Die Termine der Webinare werden im 14-tägigen DWI-Newsletter für Erzeuger bekannt gegeben.

*Forum Export 2023,
Carl-Zuckmayer-Halle
Nackenheim*





SEMINARE UND SCHULUNGEN NEU KONZIPIERT

Nach dem erfolgreichen Start der Seminar-Reihe „Weindiskurs Deutschland“ wird das Konzept auch 2024 weitergeführt. Die Teilnehmenden haben im ersten Teil die Möglichkeit, ausführlich über den Begriff Terroir zu diskutieren und zu erfahren was Weine aus Deutschland mit seinem Klima, den Böden und der Geschichte weltweit einzigartig macht. Im zweiten Teil geht es dann um die Herausforderungen der Zukunft durch den Klimawandel, EU-Vorgaben in der Alkoholpolitik und neue Rebsorten wie Piwis oder Klimaexoten auf den heimischen Markt. Dazu gibt es auch 2024 wieder Erfahrungsberichte von jungen Winzerinnen und Winzern der Generation Riesling.

Erstmals bietet das DWI in seinem Schulungsprogramm ein Spezialseminar zum Thema „Wein-Events“ an. Das Seminar ist ein Onlinekurs für Selbstlerner und führt so zeitlich vollkommen flexibel mit Videos, Aufgaben und Checklisten durch die komplette Planung eines Weinevents. Die Marketingseminare werden des Weiteren durch einen neuen Seminartyp zum Thema „Proaktive Weinvermarktung durch direkten Kundenkontakt am Telefon“ ergänzt und der Onlinebereich wird durch Seminare zu den Themen „Werbeanzeigen für Facebook und Instagram“, „SEO-Tipps anhand eines Praxis-Beispiels – Weingut mit Gästezimmer“ und „Betriebsübergabe in der Weinbranche – Herausforderungen intern & extern“ erweitert.

Im Jahr 2024 soll auch die Ausbildung zum „German Wine Professional“ in die nächste Runde gehen. Nach den erfolgreichen ersten beiden Jahrgängen wird der hochwertige Lehrgang Ende 2024 mit den ersten Besuchen in den deutschen Anbaugebieten starten. Im Rahmen der Weiterbildung besuchen dann 20 ausgewählte Teilnehmerinnen und Teilnehmer alle 13 Anbaugebiete und lernen neben vielen Weinproduzenten und wichtigen Punkten der deutschen Weinkultur die relevanten Strukturen des deutschen Weinmarktes durch Fachvorträge und Praxisbeispiele kennen.

Seminare am DWI-Standort Bodenheim



Kooperationen

CARAVANING INDUSTRIE VERBAND E.V.

Der Wohnmobil-Tourismus gewinnt insbesondere in den heimischen Urlaubs- und Weinregionen mehr und mehr an Bedeutung. Bereits Ende des vergangenen Jahres

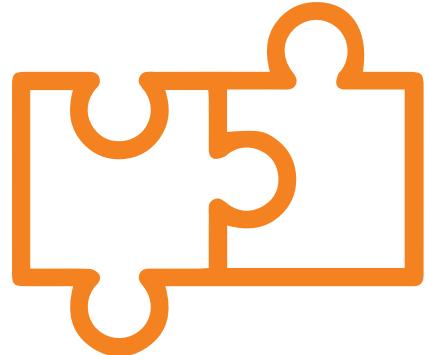
hatten das DWI und der Caravaning Industrie Verband (CIVD) sehr erfolgreich ein kostenloses Webinar für Betriebe mit Interesse an Wohnmobilstellplätzen angeboten. Für 2024 sind weitere gemeinsame Projekte geplant.



Caravaning-Tour

SELTERS MINERALWASSER

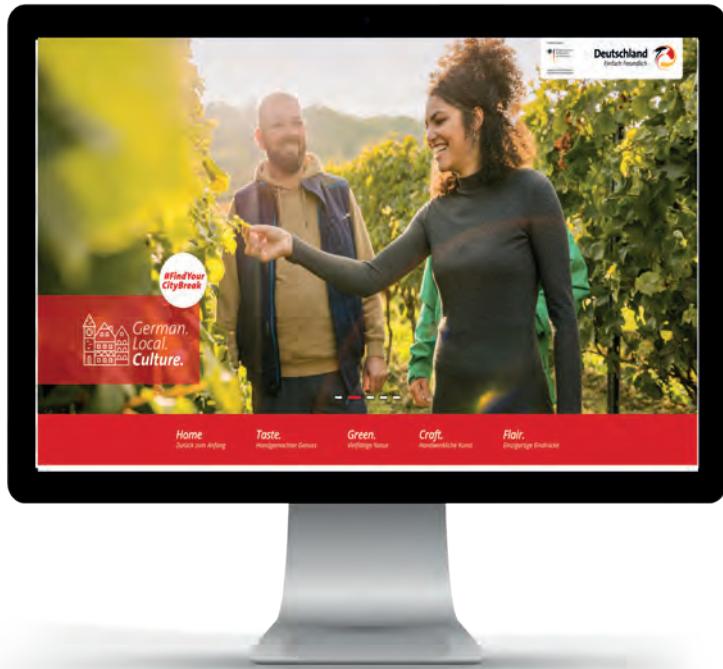
Im Rahmen der Kooperation des DWI mit dem Mineralwasserhersteller SELTERS wird seit 2014 der Wettbewerb „Ausgezeichnete Weingastronomie“ erfolgreich ausgerichtet. Das DWI bindet als Kooperationspartner das Premiumwasser in seine Veranstaltungen wie beispielsweise Schulungen, Messeauftritte, Weinpräsentationen, Gastronomie-Events oder auch Pressekonferenzen ein.



WINE SAVES LIFE E.V.

Seit 2016 sind die jeweils amtierenden Deutschen Weinmajestäten Schirmherrinnen des gemeinnützigen Vereins Wine Saves Life e.V., der Kinder- und Jugendhilfeprojekte im In- und Ausland unterstützt. Wine Saves Life ist weltweit die einzige Organisation, deren Mitglieder bzw. Spenden überwiegend aus der Weinwirtschaft und von Wein-Interessierten stammen. Das DWI unterstützt den Verein bereits seit vielen Jahren, etwa durch unterschiedliche Spendenaktionen.





INTERNATIONALE KOOPERATION MIT DER DEUTSCHEN ZENTRALE FÜR TOURISMUS



Die effektive Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) wird in diesem Jahr wieder intensiviert. So integriert die DZT das Thema „Wein“ – wo inhaltlich möglich – in seine neue Städtekampagne „Kunst & Kultur“. Die „Schönsten Weinsichten“ werden in die Online-Kommunikation der über 30 DZT-Zielmärkte aufgenommen. Wo es möglich und sinnvoll ist, soll zudem die Deutsche Weinkönigin auf DZT-Präsentationen im Ausland eingesetzt werden. Weiterhin plant die DZT in Abstimmung mit dem DWI, deutsche Weine am Stand der Internationalen Tourismus-Börse (ITB), dem Parlamentarischen Abend sowie im Rahmen einer digitalen Bildungsreise und der „Knowledge Days“ thematisch einzubinden. Nicht zuletzt sollen soziale, handwerkliche, kulturlandschaftliche und sprachliche Aspekte der heimischen Weinkultur als anerkanntes immaterielles Kulturerbe thematisch in der Arbeit der DZT ihren Niederschlag finden.

HILLEBRAND

2024 wird die 2019 vereinbarte strategische Partnerschaft zwischen dem DWI und der Hillebrand Deutschland GmbH fortgeführt. In diesem Rahmen unterstützt der internationale Dienstleister für Getränkelogistik das DWI als offizieller Kooperationspartner und profitiert im Gegenzug davon, seine Kompetenzen in der internationalen Weinlogistik noch stärker in der Weinbranche bekannt zu machen.



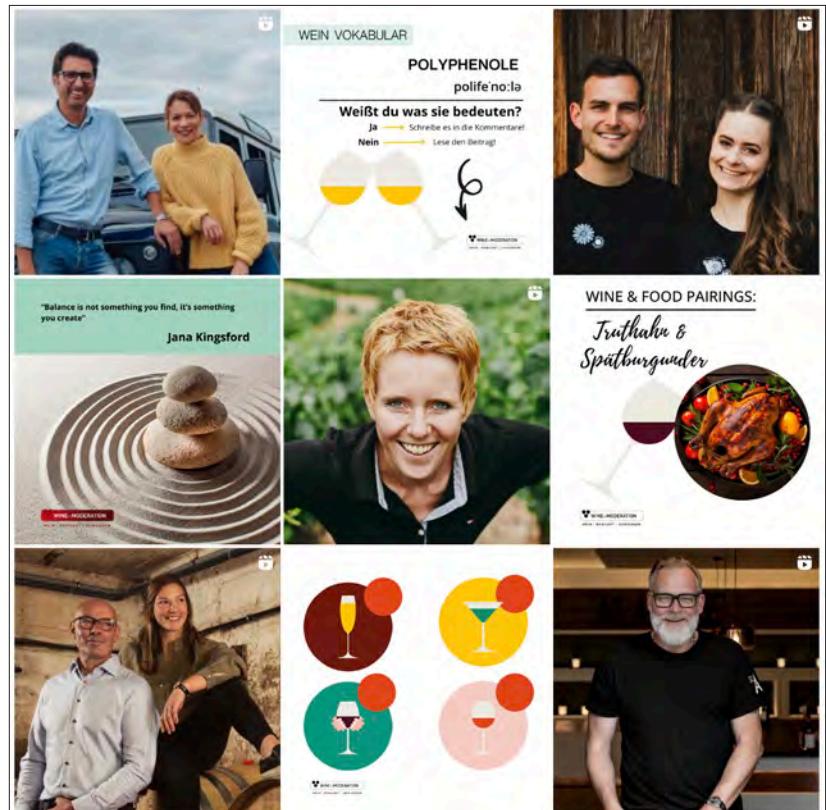
Deutsche Weinakademie 2024

WINE IN MODERATION

Die DWA wird sich in diesem Jahr weiter verstkt fr die Umsetzung der Initiative Wine in Moderation (WiM) im weinwirtschaftlichen Alltag einsetzen, um die gesamte Weinbranche noch mehr fr den Themenkomplex rund um den moderaten Weinkonsum zu sensibilisieren. Zudem soll weiter intensiv um neue Mitglieder fr die Initiative geworben werden. In diesem Rahmen werden auch die etablierten WiM-Vortre an den Berufsschulen und anderen vinophilen Bildungseinrichtungen fortgefhrt. Mit den WiM-Mitgliedern ist eine zweite Mitgliederversammlung geplant.



DWA erweitert Social-Media-Aktionen mit Beitren von WiM-Mitgliedern



AGRARTAGE IN MAINZ

2024 wird die DWA wieder mit einem Informationsstand auf den Agrartagen in Mainz prent sein. Ein kommunikativer Schwerpunkt soll in diesem Jahr gesundes Trinkverhalten, wie etwa der Genuss von Wein zum Essen, sein.

WISSENSCHAFTLICHE AKTIVITEN

Die DWA engagiert sich in diesem Jahr weiterhin im Wine Information Council und wird erneut auf dem Kongress der OIV 2024 in Dijon vertreten sein. Die Neuberufung des Wissenschaftlichen Beirats fr den Zeitraum 2024 bis 2026 erfolgte im November letzten Jahres. Im Jahr 2024 sollen gegebenenfalls weitere Beiratsmitglieder berufen werden.





 WINEinMODERATION

WEIN | BEWUSST | GENIESSEN

HERAUSGEBER:

Deutsches Weininstitut GmbH

Platz des Weines 2

55294 Bodenheim

info@deutscheweine.de

www.deutscheweine.de