

1/18

Deutscher Wein
Intern



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de



Zu Beginn dieses Jahres möchten wir Ihnen erneut einen Überblick über die wichtigsten Maßnahmen und Aktivitäten des Deutschen Weininstituts geben, die wir in enger Abstimmung mit allen Kreisen der Weinwirtschaft entwickelt haben und umsetzen werden. Unser Ziel ist es unverändert, das positive Image von Weinen deutscher Herkunft in den Köpfen der Weinkonsumenten im In- und Ausland zu verfestigen. Es gilt zu verdeutlichen, dass deutsche Weine zu den besten Weinen der Welt gehören und in ihrer regionalen Ausprägung und Vielfalt weltweit einzigartig sind.

Auf nationaler Ebene werden wir 2018 die „Weine aus deutschen Regionen“ in den Mittelpunkt stellen. Dabei kommen neben Landschaftsmotiven, die auf die Herkunft der Weine hinweisen, auch die Weinerzeuger selbst mit ihrer tiefen Verbundenheit zu ihrer Region zu Wort. Denn sie sind es, die mit ihrer Kompetenz, ihrem Einsatz und ihrer Innovationskraft alles dafür geben, beste Weine zu produzieren, und das oftmals schon seit Generationen. Neben Printwerbung sollen 2018 daher auch stärker audiovisuelle Medien wie z.B. Hörfunk und Bewegtbilder sowie alle Social Media Kanäle genutzt werden, um für Weine aus deutschen Regionen zu werben. Bereits sichtbare Ergebnisse unserer Arbeit sind unser 30minütiger Film „Willkommen in besten Lagen“ über das Weinland Deutschland insge-

gesamt sowie kurze Filmportraits der 13 deutschen Anbaugebiete, die eindrucksvolle Einblicke in die deutschen Weinlandschaften und das Jahr im Weinberg geben. Hinzu kommt 2018 ein Film, der Endverbraucher über „Virtual Reality“-Brillen 360 Grad-Rundgänge in Weinberg und Keller ermöglicht, und auf diese Weise möglichst viele Menschen im In- und Ausland für unsere Weinlandschaften und unsere Weine begeistern soll.

Im Ausland werden wir uns weiterhin auf Märkte konzentrieren, die Wachstumspotenziale für den Absatz deutschen Weins versprechen. Im Rahmen von Messen, Handelsaktionen und Gastronomiewochen bieten wir der Wirtschaft zahlreiche Möglichkeiten, ihre Weine im Ausland zu präsentieren. Dabei beraten und unterstützen wir unsere Erzeuger und begleiten alle Maßnahmen kommunikativ. Im Mittelpunkt stehen unverändert die typisch deutschen Rebsorten, die in ihrer Stilistik weltweit einzigartig sind.

Zudem werden wir im In- und Ausland auch weiterhin kommunizieren, dass Deutschland und die deutschen Weinregionen attraktive Reisedestinationen sind. Gemeinsam mit der Deutschen Zentrale für Tourismus werden wir 2018 das kulinarische Deutschland herausstellen, bei dem Weine aus deutschen Regionen eine zentrale Rolle spielen.

Mehr dazu finden Sie auf den folgenden Seiten. Über unsere Arbeit informieren wir zudem täglich aktuell auf unserer Homepage www.deutscheweine.de sowie über unseren 14-tägig erscheinenden Newsletter, den Sie im Bereich „Intern“ auf unserer Homepage abonnieren können. Wir freuen uns auf die gemeinsamen Aufgaben, Ihre konstruktive Kritik und Anregungen und wünschen Ihnen ein erfolgreiches Jahr 2018!

*Ihre
Monika Reule
Geschäftsführerin DWI*

Rückblick 2017

Das DWI hat im vergangenen Jahr sowohl mit neuen als auch mit bewährten Maßnahmen Endverbraucher angesprochen. Darüber hinaus gab es Aktionen, die insbesondere die Position der heimischen Weine im Handel und in der Gastronomie gestärkt haben. Die vermittelten Botschaften orientierten sich an den bestehenden DWI-Kommunikationsschwerpunkten „Wein & Moderne Lebensart“ sowie „Weine mit Herkunft“ in enger Verzahnung mit dem Thema „Wein & Tourismus“, da der Weintourismus für viele Betriebe ein zunehmend wichtiger werdender Wirtschaftsfaktor ist.

Maßnahmen für Endverbraucher

WEINLAND DEUTSCHLAND IM FILMISCHEN PORTRAIT

Ein 30 minütiger Film über das Weinland Deutschland sowie kurze Filmportraits über alle 13 deutschen Anbaugebiete zeigen in eindrucksvollen Bildern, was die deutschen Weinregionen und ihre Weine auszeichnet. In den Videos nehmen renommierte Weinexperten, Wissenschaftler, Winzer und Sommeliers die Zuschauer mit auf eine spannende Entdeckungsreise durch die Weinlandschaften und das Jahr im Weinberg. Die Zuschauer erfahren, was die Qualität eines guten Weines ausmacht, und wie viel Leidenschaft in ihm steckt. Die Filme vermitteln sehr gut, warum Wein nicht nur ein genussvolles Getränk ist, sondern auch ein Lebensgefühl. Sie sind im YouTube-Kanal des DWI zu finden, aber auch auf DVD im DWI-Online-Shop unter shop.deutscheweine.de zum Preis von 9,90 € inkl. Versandkosten erhältlich – zunächst in Deutsch, später auch in verschiedenen anderen Sprachen.



Das Weinland Deutschland präsentiert sich filmisch in eindrucksvollen Bildern.

Deutschland

WEINTOUR MIT BESUCHERREKORD IN HAMBURG

Rund 3.200 Besucher gingen am 11. und 12. November 2017 im Hamburger Kreuzfahrtterminal Altona auf „WeinTour“ durch die 13 deutschen Weinanbaugebiete. 80 Wein- und Touristikaussteller präsentierten mehr als 900 Weine und zahlreiche touristische Ziele in den Regionen. Besucher verkosteten Weine, konnten sie zu Ab-Hof-Preisen direkt kaufen und



informierten sich über weintouristische Highlights in den 13 deutschen Anbaugebieten. Dazu gab es kulinarische Köstlichkeiten und ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm. Das einzigartige Messekonzept des DWI, das Wein und Tourismus miteinander verbindet, wurde bereits zum vierten Mal in Hamburg umgesetzt.

Die WeinTour in Hamburg verzeichnete mit 3.200 Besuchern einen neuen Rekord.

EAT & STYLE

Im Rahmen des Food-Festivals eat&STYLE präsentierte das DWI im Oktober und November 2017 erneut Weine aus den deutschen Anbaugebieten. Die drei Veranstaltungen in Düsseldorf, München und Hamburg lockten insgesamt mehr als 37.000 Besucher. Hier bot das DWI im exklusiven wine&STYLE-Bereich einem überwiegend jungen Publikum unter anderem Verkostungen zur perfekten Harmonie von „Wein & Schokolade“ oder „Käse & Wein“ sowie eine „Genusswanderung durch die deutschen Weinregionen“. Erstklassige regionaltypische Weine aus allen 13 deutschen Weinbaugebieten konnten den ganzen Tag über am DWI-Präsentationsstand probiert werden – kompetente Beratung inbegriffen. Darüber hinaus waren mehrere Weingüter mit ihren Weinen persönlich vor Ort und standen für Fragen rund um deren Besonderheiten zur Verfügung.



Weine aus allen 13 Anbaugebieten gab es auf der eat&STYLE in Düsseldorf, München und Hamburg.



GENERATION RIESLING ERSTMALS AUF FRANKFURTER BUCHMESSE

Weine der Generation Riesling begeisterten im Oktober das Publikum der weltgrößten Buchmesse in Frankfurt. An jedem Messetag präsentierte ein Mitglied der Generation Riesling eine Auswahl seiner eigenen Weine und die seiner Kollegen im Gourmet-Salon. Das Genussviertel der Buchmesse, die 280.000 Besucher zählte, ist der jährliche Treffpunkt der internationalen Kochbuch-Community, wo Themen rund um Kulinarik, Ernährungstrends und Lifestyle auf dem Programm stehen. Hier fand der Stand der Generation Riesling

große Aufmerksamkeit und war entsprechend frequentiert. Die jungen Winzerinnen und Winzer kamen mit ihren Weinen hervorragend beim Publikum an. Unter dem Motto „Generation Riesling – Junge Typen, klasse Weine!“ moderierten die Deutschen Weinprinzessinnen Charlotte Freiberger und Laura Lahm täglich vor jeweils 40 – 50 Besuchern Weinverkostungen mit Weinen der Generation Riesling.

Die Generation Riesling begeisterte das Publikum auf der Frankfurter Buchmesse.



Auf Messen, Festivals und Streetfood-Events treffen die Weine der Generation Riesling auf junges Publikum.

JUNGE WEINE TREFFEN JUNGES PUBLIKUM

Die Generation Riesling war 2017 mit ihren Weinen auf Messen, Festivals und Streetfood-Events präsent. Bereits zum zweiten Mal wurden die Weine der jungen Winzer Ende Juli während des Juicy Beats-Festivals in Dortmund auf dem Festivalgelände und im VIP-Bereich ausgeschenkt. Anfang September boten Winzer der Generation Riesling erstmals auf dem Lollapalooza-Festival in Berlin ihre Weine in Wein-Pavillons an. Darüber hinaus bereicherten die Weine der jungen Winzergeneration erneut die Veranstaltungen von „Picknick mit Vergnügen“ in Hamburg, Berlin und München. Auf der Weinmesse Forum Vini vom 10. – 12. November 2017 in München war die Generation Riesling im Gemeinschaftsstand mit 15 Ausstellern vertreten.

INTERNATIONALE GARTENAUSSTELLUNG 2017

Vom 13. April bis zum 15. Oktober präsentierte das DWI das Weinland Deutschland auf der Internationalen Gartenausstellung IGA 2017 in Berlin. Unterhalb eines eigens angelegten 400 Quadratmeter großen Schauweinbergs, der mit 13 regionaltypischen Rebsorten bepflanzt wurde, stellte ein Weinexperte an 13 Wochenenden samstags und sonntags jeweils ein deutsches Anbaugebiet vor. Zahlreiche Besucher nutzten die Gelegenheit, um sich über die 13 Anbaugebiete und ihre Weine zu informieren.

Auf der IGA in Berlin informierte ein Experte im Auftrag des DWI über die 13 deutschen Anbaugebiete.





Wanderexperte Manuel Andrack war 2017 erstmals gemeinsam mit der Deutschen Weinkönigin Lena Endesfelder am WeinWanderWochenende unterwegs.

WEINWANDERWOCHENENDE 2017

Das bundesweite WeinWanderWochenende lockte am 29. und 30. April 2017 zum nunmehr neunten Mal wieder zahlreiche Besucher in die Weinberge. Insgesamt boten Weinerzeuger und Weingästeführer rund 270 abwechslungsreiche Wein-, Natur- und Kulturerlebnisse. Sie reichten von kulinarischen Weinerlebnistouren durch die Weinberge über Wildkräuterwanderungen bis hin zur literarischen Weinbergswanderung.

MANUEL ANDRACK WANDERT FÜR DAS DWI

2017 hat das DWI eine Kooperation mit dem Wanderexperten Manuel Andrack vereinbart. Zum Auftakt der Zusammenarbeit begleitete der aus Funk und Fernsehen bekannte Wanderbuchautor die Deutsche Weinkönigin Lena Endesfelder am WeinWanderWochenende Ende April auf eine Tour an ihrem Heimatort Mehring an der Mosel. 2017 begann Manuel Andrack außerdem, die 13 deutschen Weinbaugebiete zu erwandern und darüber in seinem beliebten Blog sowie in weiteren Kommunikationskanälen zu berichten. Auch auf der WeinTour in Hamburg begeisterte Andrack die Besucher mit so genannten RegioWalks, in deren Rahmen er die deutschen Weinregionen vorstellte.

HÖHEPUNKTE DER WEINKULTUR

Vom 14. September bis zum 11. November 2017 hat das DWI erstmals in Deutschland 35 ausgewählte Bilder seiner Fotoausstellung über die deutschen „Höhepunkte der Weinkultur“ im Mainzer Rathaus gezeigt. Es handelt sich dabei um Sehenswürdigkeiten in den 13 Weinanbaugebieten, die sowohl die Jahrhunderte alte Weinkultur in Deutschland als auch die Innovationskraft und Moderne des deutschen Weinbaus eindrucksvoll dokumentieren. In Szene gesetzt wurden die Höhepunkte der Weinkultur von dem Frankfurter Fotografen Tim Wulff, der dafür eine eigene Bildersprache entwickelt hat, die den Betrachter mit zum Teil überraschenden Perspektivwechseln konfrontiert. Viele Bürger und auch Gäste der Stadt besuchten die Ausstellung und lobten auch das extra dafür entwickelte Begleitheft mit weiteren Informationen zu allen 52 Höhepunkten der Weinkultur.

Die Fotoausstellung zu den Höhepunkten der Weinkultur war 2017 im Mainzer Rathaus zu sehen.





Die „Haarlem Culinair“ ist nur eines von zahlreichen Festivals in den Niederlanden, auf denen das DWI für Präsenz der Weine aus den deutschen Anbaugebieten sorgt.

Niederlande

Auf der „Haarlem Culinair“, einem der größten Feinschmecker-Festivals in den Niederlanden, engagierte sich das DWI 2017 erfolgreich zum dritten Mal. Zahlreiche Restaurants aus Haarlem und Umgebung präsentierten dort rund 50.000 Besuchern mindestens einen deutschen Wein zu ihren exquisiten Gerichten. Ergänzt wurde dies durch eine Ausschanktheke, an der die BesucherInnen deutsche Weine verkosten konnten, die im niederländischen Fach- und Lebensmitteleinzelhandel erhältlich sind.

Einen DWI-Präsentationsstand gab es zudem erneut auf dem größten und ältesten Shopping-Event für trendige Lifestyle-Produkte in den Niederlanden, der „Huishoudbeurs“ in Amsterdam mit jährlich rund 220.000 Besuchern.

Fortgeführt wurden 2017 auch die Weinpräsentationen für Frauen in den Niederlanden. Die wichtigsten Frauenmagazine „Libelle“ und „Margriet“ organisieren einmal jährlich Messen mit Trendprodukten für ihre Leserinnen, die jeweils mehr als 70.000 Besucherinnen anziehen. Das DWI nutzt diese Plattformen seit sechs Jahren, um der interessanten und kaufkräftigen Zielgruppe deutsche Weine zu präsentieren, die aktuell in den niederländischen Supermärkten angeboten werden.

Eine weitere Weinpräsentation gab es in Kooperation mit dem niederländischen Büro der Deutschen Zentrale für Tourismus auf der beliebten Reise- und Tourismusmesse „Vakantiebeurs“ in Utrecht.

„Lowlands“ und „Down the Rabbit Hole“ sind die beliebtesten und größten Musikfestivals in den Niederlanden, mit 48.000 bzw. 20.000 Besuchern aller Altersklassen. Auf Initiative des DWI gab es auf beiden Festivals im vergangenen Jahr eine Weinbar, an der ausschließlich Weine aus den deutschen Anbaugebieten ausgeschenkt wurden. Außerdem kamen die Gäste in den VIP-Bereichen in den Genuss der Weine.



UK

Von April bis November letzten Jahres organisierte das DWI Verkostungen für Endverbraucher auf den beliebten Summer Festivals in ganz England. Zu diesen Open-Air-Genussveranstaltungen an verschiedenen Orten kamen jeweils 10.000 bis 50.000 Besucher. Ihnen hat geschultes Personal eine Auswahl an deutschen Weinen präsentiert, die auch im britischen Handel erhältlich sind. Diese Aktion hat dazu beigetragen, die Wahrnehmung und Akzeptanz für deutsche Weine in England weiter zu verbessern.

Auf Open-Air-Genussveranstaltungen in England kamen die Besucher in den Genuss deutscher Weine.

Finnland

Unter dem Motto „Wein, Speisen & Gutes Leben“ informierten sich im Oktober 2017 rund 80.000 Endverbraucher und Fachleute auf der größten Konsumentenmesse Finnlands „Viini, Ruoka & Hyvä Elämä“ rund um das Thema Wein und Genuss. Das finnische DWI-Büro präsentierte den Besuchern moderne Weine aus den deutschen Anbaugebieten, die im skandinavischen Markt erhältlich sind. Unterstützt wurde das Büro von zwei finnischen Importeuren mit Weinen von Winzern der Generation Riesling.

USA

Mit der Beteiligung auf trendigen Endverbraucher messen hat das Deutsche Weininstitut in den USA 2017 wieder für starke Präsenz der Weine aus den deutschen Anbaugebieten gesorgt. So etwa auf der „Cochon 555“, die in New York, Los Angeles, Miami, Boston, San Francisco, Austin, Snowmass und Napa stattfand und mit insgesamt rund 4.000 Besuchern zu den bedeutendsten Genussmessen der Vereinigten Staaten gehört. Hier dreht sich alles um die Zubereitung und den Genuss von hochwertigem, regionalem Schweinefleisch, das sich in den USA besonderer Beliebtheit erfreut, und zu dem deutsche Weine ideale Begleiter sind.

Das Lucky Rice Festival in New York und Los Angeles war 2017 erneut beliebter Treffpunkt für Freunde der asiatischen Küche. Das DWI-Büro in den USA stellte den rund 2.000 genussaffinen Endverbrauchern dort Riesling- und Burgunder-Weine vor, die bestens mit den angebotenen Gerichten harmonierten.



Eine der bedeutendsten Genussmessen in den USA ist die „Cochon 555“.

Schweiz

Vom 5. bis 9. Juli präsentierte das DWI mit großem Erfolg die Generation Riesling auf dem Street Food Festival in Zürich. Die vorwiegend jungen Besucher waren begeistert von den deutschen Weinen: „Ich habe nicht gewusst, dass es in Deutschland so tolle Weine gibt“ oder „der trockenere Riesling ist wirklich genau das Richtige als Apéro an so einem heißen Tag“ lauteten die Reaktionen.

Weine der Generation Riesling gab es auf dem Street Food Festival in Zürich.



Kanada

Erstmals hat das DWI die Fotoausstellung „Höhepunkte der Weinkultur“ in einer internationalen Metropole gezeigt. Vom 5. Oktober bis 2. November 2017 wurden in Montréal unter dem Titel „Cartes postales: La culture du vin allemand“ neben den Fotos, über deren Hintergründe Schautafeln informierten, auch eine Auswahl deutscher Weine präsentiert, die in den Weinfachgeschäften des Alkohol-Monopols in Quebec erhältlich sind.

Die Ausstellung „Höhepunkte der Weinkultur“ war im Herbst in Montréal zu sehen.



China

„Riesling & Ladies – Born to be chic“ lautete der vielversprechende Titel einer Reihe von Veranstaltungen, die Wines of Germany China jungen Frauen in Shanghai offerierte, um ihnen das Genießen und Entdecken hervorragender und vielfältiger Rieslinge aus den deutschen Weinregionen zu ermöglichen. Zum Auftakt der Veranstaltungsreihe kamen am 17. Juni über 200 Gäste in die Kartel Wine Bar in Shanghai, wo fünf Importeure mehr als 20 verschiedene deutsche Weine auf unterhaltsame Weise präsentierten. Die Kampagne des DWI zielt in den kommenden Jahren verstärkt auf junge Geschäftsfrauen ab.

Erfolgreicher Auftakt von „Riesling & Ladies“ in Shanghai



Aktionen für Gastronomie & Handel

MASSNAHMEN IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL INTENSIVIERT

Das DWI hat seine Aktivitäten im Lebensmitteleinzelhandel 2017 weiter verstärkt. Zu den bisherigen Partnern Edeka Minden-Hannover, Rewe Südwest und Globus konnte das DWI 2017 Tegut national, Selgros national, Galeria Kaufhof und Hit Dohle hinzugewinnen und den Aktionsraum damit auf über 1.000 Märkte erweitern. Zahlreiche Handelspromotionen für die Vermarktung der Weine aus den 13 Anbaugebieten wurden mit thematisch passenden Beilegern und Beiträgen in den jeweiligen Kundenmagazinen flankiert, außerdem fanden Verkostungen und Mitarbeiterschulungen statt.

Thematisch passende Beileger und Beiträge in Kundenmagazinen flankieren die Maßnahmen für deutsche Weine im LEH.



IMPORTEURE TREFFEN EXPORTEURE

Im Mai 2017 hat das DWI 15 Importeure aus den USA, Kanada, England, Norwegen, Dänemark, Schweden, Finnland, Polen, China und Japan nach Deutschland eingeladen, die ihr Portfolio an deutschen Weinen erweitern wollten. Im Vorfeld des Besuchs hatten Erzeuger die Möglichkeit, den Importeuren zwei Weine für eine Vorprobe einzureichen. Auf Basis der Verkostungsergebnisse wurden mehr als 50 Betriebe ausgewählt, sich und weitere Weine vorzustellen. Bei einer anschließenden Exkursion in die Anbaugebiete vertieften die internationalen Weinfachleute ihr Weinwissen über die besonderen Produktionsbedingungen und Terroirs.

ERFOLGREICHE WEINENTDECKER-WOCHEN 2017

Mittlerweile zum sechsten Mal sorgten im September 2017 die WeinEntdecker-Wochen für große Neugier und Begeisterung bei Weinfans im ganzen Land: Bundesweit haben rund 200 ausgewählte Gastronomen und Fachhändler 17 Tage lang mit Unterstützung des DWI Weine aus den deutschen Anbaugebieten mit allerlei kreativen Aktionen unter dem Motto „Wein-Entdecker werden!“ präsentiert. Neben zahlreichen neuen Partnern waren viele Weinhändler zum wiederholten Male dabei und zeigten sich angesichts des positiven Kundenfeedbacks sehr zufrieden.

Die WeinEntdecker-Wochen lockten Weinfans in ganz Deutschland mit Aktionen im Fachhandel und in der Gastronomie.



 VINEXPO BORDEAUX

Erstmals riefen die Veranstalter einer der größten Weinmessen der Welt, der Vinexpo in Bordeaux, einen offiziellen Rebsortentag aus – und widmeten ihn dem Riesling. Das DWI unterstützte diese Initiative gerne, schließlich wachsen über die Hälfte aller Rieslingreben der Welt in den 13 deutschen Anbaugebieten, und Deutschland exportiert Rieslingweine in

über 140 Länder. So veranstaltete das DWI am Ufer des Sees neben der gigantischen Messehalle ein Generation Riesling Picknick. Außerdem moderierte Master of Wine Romana Echensperger am Gemeinschaftsstand des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) zahlreiche Rieslingproben, sowie eine restlos ausgebuchte Masterclass für 110 Fachbesucher.

Die Vinexpo selbst lud sechs international renommierte

Sommeliers, darunter die Masters of Wine Markus del Monego und Debra Meiburg, als Sprecher einer internationalen Riesling Masterclass ein – auch hier vor einem vollen Haus. Und schließlich endete der Riesling Day mit einer großen Party – The Blend – im Herzen von Bordeaux, wo das DWI ebenfalls Weine der Generation Riesling vorstellte. An den übrigen drei Messetagen lag der Fokus an der DWI-Verkostungstheke auch auf anderen deutschen Rebsorten. Hier gab es Verkostungen zu Themen wie „Good-Better-Silvaner“, „License to Sparkle“, „Organic“, „You call it Pinot Noir – We call it Spätburgunder“.



Die Vinexpo widmete 2017 einen ganzen Tag dem Riesling.



Das DWI bot den Besuchern der Messe ein Generation Riesling Picknick am See.

 INNOVATIVES MESSEKONZEPT IN ENGLAND

Unter dem Titel „G-String“ hat das DWI 2017 sein Messekonzept im Berlin Design für die britischen Fachbesucher aus Handel, Gastronomie und Medien weiter optimiert. Untermalt mit Musik und Kunst präsentierten 17 Erzeuger und sechs britische Importeure dem hochkarätigen Fachpublikum im exklusiven Londoner Hospital Club über 200 Weine. Darunter befanden sich auch die „Top 50“-Weine, die eine englische Jury zu Beginn des Jahres als besonders marktauglich eingestuft hat. Begleitet wurde die Präsentation für die 290 anwesenden Weinexperten von einem Seminar „German Wines – Coolest Wines on Earth“, moderiert von Richard Siddle.

Außerdem nahm das DWI an den Messen „Imbibe Live“ und „London Wine Fair“ teil. Auch die Veranstaltung „Get it on“ wurde Anfang November erfolgreich neu aufgelegt.

Jährlich befindet eine Jury in England über die „Top 50“-Weine aus Deutschland.



 PILZE UND SPÄTBURGUNDER IN SCHWEDEN & DÄNEMARK

Dem interessierten Fachpublikum in Schweden und Dänemark präsentierte das DWI im Oktober 2017 das Thema „Pilze und Spätburgunder“. Unter dem Titel „In the Woods“ erläuterte Pilzexperte Niki Sjölund zunächst bei einer Wanderung durch die schwedischen Wälder nahe Stockholm, worauf zu achten ist, wenn man Pilze sammelt. Im Anschluss verkosteten die Fachleute Spätburgunder und kleine Pilzgerichte im Sterne-Restaurant „Esperanto“. Ergänzend dazu hielt Master of Wine (MW) Romana Echensperger ein Seminar zum Thema Spätburgunder. Die Aktion wurde in Malmö und Göteborg wiederholt. Außerdem fand in Kopenhagen ein Dinner zum Thema „Mush ,n‘ Spät“ (Mushrooms and Spätburgunder) mit Romana Echensperger (MW) statt.



„Pilze und Spätburgunder“ waren Thema in Schweden und Dänemark.

Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

 DWI-KOMMUNIKATION STARK GEFRAGT

Das DWI ist bei deutschen und internationalen Journalisten sowie anderen Meinungsführern eine zentrale Anlaufstelle für vielfältige Fragestellungen rund um den Wein aus den deutschen Weinregionen. Zahlreiche Pressekonferenzen, Pressemeldungen, Pressereisen sowie individuelle Interviews sorgen dafür, dass die Botschaften des DWI bei Endverbrauchern und Fachleuten rund um den Globus ankommen. Allein im Inland haben rund 10.000 Veröffentlichungen in Tageszeitungen, Magazinen und Online-Medien im vergangenen Jahr etwa 600 Millionen Leser erreicht. Darüber hinaus zeigten auch die TV- und Hörfunk-Redaktionen wieder großes Interesse an den DWI-Themen und -Gesprächspartnern.

 DWI-WEBSEITEN MIT NEUERUNGEN UND WACHSENDER REICHWEITE

Die DWI-Webseiten mit ihren zentralen Homepages deutscheweine.de, deutscheweinkoenigin.de und germanwines.de sind mit mehr als zwei Millionen Aufrufen pro Jahr und einem starken Ranking nach wie vor die bedeutendsten Plattformen für Informationen rund um den deutschen Wein. Den technischen Möglichkeiten entsprechend entwickelt das DWI sein Internetangebot ständig weiter. 2017 hat das DWI die Website der jungen Winzergeneration generation-riesling.de sowie die Magazin-Seite oechsle.tv modernisiert. Weiter ausgebaut und bebildert wurde auch die Seite weine-mit-herkunft.de. Weiterhin unterstützt das



DWI die 13 Auslandsbüros bei der Pflege ihrer Internetportale in der jeweiligen Landessprache. Neu aufgesetzt wurden 2017 die Webseiten der DWI-Informationsbüros in Schweden und Dänemark.

Darüber hinaus bedient das DWI die zentralen Social Media-Kanäle Facebook, Twitter, Instagram sowie YouTube und ist in verschiedenen Drittportalen aktiv. Die Gesamtreichweite liegt hier bei über zwei Millionen Aufrufen. Wie der DWI-YouTube-Kanal hält oechsle.tv stets ein aktuelles Angebot an Videos bereit, die im vergangenen Jahr über 3.000 Stunden angeschaut wurden.

FOCUS-WEINTEST

Mit Unterstützung des DWI hat das Nachrichtenmagazin „Focus“ Ende November 2017 die Ergebnisse des mittlerweile siebten Focus-Weintests veröffentlicht. Diesmal ermittelte die hochkarätig besetzte 40-köpfige Jury in zwei Verkostungsrunden die besten Lemberger, Rieslinge, Grau- und Spätburgunder aus Weinen von rund 700 Erzeugern. Die Top 10-Weine in jeder Kategorie wurden im Heft präsentiert.

Rund 700 Erzeuger hatten 2017 Weine für den Focus-Weintest angemeldet.



KATHARINA STAAB ZUR DEUTSCHEN WEINKÖNIGIN GEWÄHLT

Am 29. September 2017 wurde im Neustädter Saalbau Katharina Staab von der Nahe von der rund 70-köpfigen Jury aus Politik, Medien und Weinwirtschaft zur 69. Deutschen Weinkönigin gewählt. Als Deutsche Weinprinzessinnen stehen ihr Charlotte Freiberger von der Hessischen Bergstraße und Laura Lahm aus Rheinhessen zur Seite. Sie vertreten nun für ein Jahr den deutschen Wein bei über 200 vom DWI koordinierten Auftritten im In- und Ausland. In den Medien und den sozialen Netzwerken finden die Weinhoheiten zunehmend Beachtung. Allein im dritten Quartal 2017 erschienen rund 2.200 Artikel mit einer Reichweite von insgesamt knapp 150 Millionen Lesern. Die Seite der Deutschen Weinkönigin auf Facebook verzeichnet seit letztem Jahr über 13.000 Fans.

Katharina Staab wurde im September 2017 zur Deutschen Weinkönigin gekürt.

INFORMATIONSREISEN BEGEISTERN FACHLEUTE

Das DWI hat im vergangenen Jahr auf 29 Informationsreisen mehr als 300 Multiplikatoren aus Presse, Gastronomie und Handel zu rund 220 Weingütern, Winzergenossenschaften und Kellereien in den deutschen Weinbaugebieten geführt. Davon wurden 28 Reisen in Kooperation mit Betrieben der Weinwirtschaft ausgerichtet. Die aus 18 verschiedenen Ländern stammenden Teilnehmer konnten sich im Rahmen der Info-reisen persönlich über neue Weintrends und Entwicklungen im Weinland Deutschland sowie die regionalspezifischen Besonderheiten in den deutschen Weinbaugebieten informieren.



Zahlreiche Informationsreisen begeisterten 2017 internationale Fachleute.



DWI-Geschäftsführerin Monika Reule (2.v.r.) zeichnete Terry Theise, David Schildknecht und Rudi Wiest (v.l.n.r.) als Riesling Fellows aus.

Jahr 2013 zeichnet das DWI mit dem Riesling Fellowship herausragende Experten und Fürsprecher des deutschen Rieslings aus. Bereits geehrt wurden Importeure, Weinexperten, Journalisten, Autoren und Kritiker – darunter Jancis Robinson, Hugh Johnson und Jeannie Cho Lee – die alle dazu beigetragen haben, das Ansehen des deutschen Rieslings weltweit zu steigern.

ERSTE RIESLING FELLOWS IN DEN USA GEEHRT

Am 18. April 2017 wurden die bekannten Importeure Rudi Wiest und Terry Theise sowie der renommierte Journalist und erfahrene Händler David Schildknecht für ihre Leidenschaft, ihr Engagement und ihre Förderung deutscher Weine in den Vereinigten Staaten als Riesling Fellows geehrt. Die US-Premiere der Riesling Fellowship Auszeichnungen fand im Rahmen einer exklusiven Feier mit führenden Branchenvertretern, Importeuren und den Medien im Beekman Hotel in New York City statt. Die Preisträger gehören zu einer exklusiven Gemeinschaft von nur 22 Riesling Fellows weltweit. Seit Gründung der Initiative im

GENERATION RIESLING VERANSTALTET #WEINBIKING IN BERLIN

Ende Juni begleiteten sechs Winzer der Generation Riesling 30 Sommeliers, Gastronomen, Weinhändler, Journalisten und Blogger auf einer Fahrradtour von Potsdam nach Berlin. Unterwegs warteten drei abwechslungsreiche Wein-Stopps zu verschiedenen Themen mit Weinen der teilnehmenden jungen Winzer, und es mussten verschiedene Team-Aufgaben gelöst werden. Am Abend erreichten alle das Tempelhofer Feld, wo der Abend mit einem Barbecue, weiteren Weinen und einem regen Austausch zwischen Winzern und Teilnehmern ausklang.



Sommeliers, Gastronomen, Händler, Journalisten und Blogger trafen sich mit der Generation Riesling in Berlin zum „Weinbiking“.

Werbung und Marktforschung

NEUE WERBEMITTEL

Neu in das DWI-Werbemittelsortiment aufgenommen wurden im letzten Jahr u.a. Broschüren zu den Themen „Käse & Wein“, „Desserts & Wein“ und „Vegetarisch & Wein“ mit zahlreichen Rezepten und den dazu passenden Weinempfehlungen sowie Accessoires wie Windlichter und Gläsertablets im beliebten Rebsortendesign oder hochwertige Filztaschen.

Das DWI bietet darüber hinaus zahlreiche deutsch- und fremdsprachige Informationsmaterialien und Werbemittel an, die bequem und kostengünstig im Online-Shop unter www.deutscheweine.de bestellt werden können.



*Neu im Sortiment:
„Vegetarisch & Wein“, „Käse & Wein“.*

MARKTFORSCHUNG ERWEITERT

Das DWI hat 2017 die Vereinbarungen mit GfK (Entwicklung der Weineinkäufe und des Einkaufsverhalten in Deutschland), Inspektour (Tourismusuntersuchung) und Wine Intelligence Ltd. (internationale Marktberichte) fortgeführt. Unternehmen der Weinwirtschaft stehen Zusammenfassungen der Wine Intelligence Reports kostenlos zur Verfügung. Darüber hinaus wurde ein Tourismusprojekt mit der Hochschule Geisenheim initiiert, das 2017 und 2018 die Bedeutung des Weintourismus in den 13 Weinanbaugebieten erforscht. Wine Intelligence wurde zudem mit der Durchführung einer Weinkonsumentenanalyse in Deutschland beauftragt, die neue Erkenntnisse hinsichtlich der Zielgruppen, die deutsche Weine trinken, erwarten lässt.



Aus der Arbeit der Deutschen Weinakademie (DWA) 2017



*Bild oben:
Mitglieder des Wissenschaftlichen Beirats auf dem WineHealth-Kongress in Logrono*

*Bild Mitte rechts:
Referenten des DWA-Symposiums auf dem Kongress für Innere Medizin, Mannheim (vlnr):
Prof. Dr. Kristian Rett,
Prof. Dr. Iris Shai, Dr. Claudia Stein-Hammer,
Prof. Dr. Nicolai Worm*

*Bild unten:
Interessierte Internisten des DWA-Symposiums auf dem Kongress für Innere Medizin, Mannheim*

WISSENSCHAFTLICHE VERANSTALTUNGEN

Die DWA und ihr wissenschaftlicher Beirat waren auch 2017 aktiv in verschiedene Kongresse eingebunden. Im Februar standen auf dem WineHealth-Kongress in Logrono (Rioja/ Spanien) aktuelle Forschungen zum Themenkomplex „Wein und Gesundheit“ zur Diskussion. Im Oktober nahm die DWA an einem Kongress zu mediterranen Ernährung und Wein im griechischen Chalkidiki teil. Unter Leitung eines Wissenschaftsgremiums der Harvard-Universität in Boston war das zentrale Thema die traditionelle Mittelmeerkost, zu der obligatorisch auch das Glas Wein zur Mahlzeit gehört, und deren Übertragung auf heutige Lebensweisen.

Dies stärkt klar die Kommunikationslinie der DWA, dass Wein, eingebunden in einen gesunden Lebensstil, der Gesundheit förderlich ist.

Mit einem eigenen Symposium auf dem 123. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Innere Medizin in Mannheim im Mai 2017 konnte die DWA mit dem Thema „Diabetes: Umgang mit dem Lebensstilfaktor Wein“ über 100 Internisten erreichen. Eingebunden waren auch hier Mitglieder des wissenschaftlichen Beirats. Das wissenschaftliche Highlight bildete die Vorstellung der eigenen Studie der Ernährungs- und Epidemiologie-Professorin Dr. Iris Shai von der Ben-Gurion Universität des Negev in Israel. Sie zeigte überzeugend, dass moderater Weingenuss im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung die Risikofaktoren für Folgekrankheiten von Diabetikern reduziert.



WINE IN MODERATION

National

Die Schulungsinitiative der DWA – ein wichtiger Teil in der nationalen Umsetzung von Wine in Moderation (WiM) – wurde auch 2018 weitergeführt. Neben den obligatorischen Seminaren zum verantwortungsvollen Weinkonsum in der Ausbildung zum Winzer, Weintechnologen und Sommelier wurden 2017 die Aktivitäten auf mehrere Hochschulen mit weinbezogenen Studiengängen (in englischer und deutscher Sprache) erweitert.

Zudem wurden die Informationsveranstaltungen in der Erwachsenenbildung, wie die Lehrgänge zum Wein- und Kultur-Botschafter und für Weinexperten aus Gastronomie und Handel ausgebaut.

Ein Kommunikationskonzept, in das auch die Hochschule Geisenheim sowie die fünf WiM-Botschafter eingebunden waren, erarbeitete zielgruppengerechte Schritte, wie Wine in Moderation verstärkt in die Branche getragen werden kann.

**International**

Am 29. November informierten sich Mitglieder des Europäischen Parlaments über den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Forschung zu Wein und seiner (potenziellen) Rolle in einem ausgewogenen Lebensstil. Zudem stand der Stellenwert von Präventions- und Informationskampagnen wie Wine in Moderation im Kampf gegen Missbrauch alkoholischer Getränke zur Diskussion. Die Koordination dieses wichtigen politisch-wissenschaftlichen Austauschs oblag dem Wine Information Council, in dem die DWA und einige ihrer Beiratsmitglieder führende Rollen besetzen.



SCHWERPUNKT NÜCHTERNHEIT IM STRASSENVERKEHR

Im August 2017 fand die Auftaktveranstaltung der Kampagne „Don't Drink And Drive“ statt. Aktueller Schirmherr ist der Minister für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau des Landes Rheinland-Pfalz, Dr. Volker Wissing. „Don't Drink And Drive“ ist eine gemeinschaftliche Initiative mit dem Deutschen Brauerbund, dem Bundesverband der Spirituosen-Industrie, dem Verband Deutscher Sektkellereien und der Deutschen Weinakademie.



Ausblick 2018

2018 wird das DWI bewährte Konzepte und Maßnahmen für den Lebensmitteleinzelhandel, den Weinfachhandel, die Gastronomie und für die direkte Ansprache von Endverbrauchern fortsetzen. Für all diese Zielgruppen bzw. Absatzkanäle für deutsche Weine werden jedoch auch neue Maßnahmen entwickelt. Für Endverbraucher werden keine neuen eigenen Veranstaltungen konzipiert, sondern verstärkt Gelegenheiten genutzt, dort hinzugehen, wo sich viele potenzielle Weinkonsumenten aufhalten. Zudem sollen künftig breitenwirksame Medien, wie z.B. Hörfunk, genutzt werden, um noch mehr Endverbraucher auf emotionale Weise anzusprechen und für Weine aus deutschen Regionen zu begeistern.

Für den Fachhandel werden neue Konzepte entwickelt, wie diese durch pfiffige Aktionen neue Fachhandelskunden gewinnen können und die Hemmschwelle, ein Fachhandelsgeschäft zu betreten, gesenkt werden kann. Bei der Gastronomie richtet sich der Blick 2018 im Inland vor allem auf die mittlere Gastronomie (Restaurants und Bistros), um diese zu animieren, ihre individuelle Speisekarte mit den passenden Weinen aus deutschen Regionen zu ergänzen. Im Ausland wird auch die gehobene Gastronomie weiterhin eine wichtige Zielgruppe sein, weil hier der stärkste Imagegewinn zu erreichen ist.

Die Kooperationen mit dem Lebensmitteleinzelhandel werden 2018 weiter intensiviert und ausgebaut. Dabei wird eine Kooperation mit möglichst vielen unterschiedlichen Handelspartnern auch auf regionaler Ebene angestrebt, damit möglichst viele Weinerzeuger, die ihre Produkte im LEH vermarkten, von der Arbeit des Gemeinschaftsmarketings profitieren können. Auch im Ausland wird in den Ländern, in denen große Handelspartner den Weinabsatz dominieren, die Zusammenarbeit mit diesen Partnern verstärkt.

Die Kommunikation mit den Medien soll 2018 noch weiter intensiviert werden. Dabei sollen nicht nur weinaffine Medien bedient werden, sondern insbesondere auch neue Multiplikatoren wie z.B. Reise- und Lifestyle-Journalisten oder Blogger und Influencer. Ein Schwerpunkt 2018 wird die noch stärkere Nutzung der sozialen Medien bei der Umsetzung aller bewährten und neuen Maßnahmen sein. Zudem soll versucht werden, neue Kooperationspartner zu gewinnen, die für Qualität deutscher Produkte stehen und damit helfen, die Bekanntheit und Vorzüge deutscher Weine schneller zu verbreiten.

Maßnahmen für Endverbraucher

VIRTUELLE WEINERLEBNISSE FÜR ENDVERBRAUCHER

2018 wird das DWI Endverbrauchern die Welt des deutschen Weines erstmals mit Hilfe von Virtual Reality (VR) näherbringen: Eigens für entsprechende VR-Brillen wurde ein Film produziert, der jederzeit und überall virtuelle Rundgänge in Weinberg und Keller ermöglicht. Dieser soll mit Verkostungen und Informationen über Weinerzeuger und die deutschen Weinregionen verknüpft werden. Die VR-Brillen samt Film werden primär bei Endverbraucherveranstaltungen im In- und Ausland zum Einsatz kommen. Die moderne Technik spricht insbesondere die jüngere Zielgruppe des digitalen Zeitalters an, die zu den Weingenießern von morgen gehören.



WEINPRÄSENTATIONEN AUF ENDVERBRAUCHERMESSEN

In diesem Jahr wird das DWI wieder auf wichtigen Endverbraucher-messen im In- und Ausland die Weine und Besonderheiten der deutschen Weinregionen präsentieren. Dazu zählt auch die Messe WeinTour, die 2018 erstmals vom 14. – 15. April nach München einlädt und am 10. und 11. November erneut in Hamburg Station macht.

BETEILIGUNGEN AN ENDVERBRAUCHERMESSEN 2018

Messe	Zeitraum
USA, Cochon555	Januar – August 2018
Utrecht, Vakantieboers	09. – 14.01.2018
Amsterdam, Huishoudsbeurs	17. – 25.02.2018
München, WeinTour	14. – 15.04.2018
Norwegen, Silvaner trifft Spargel	01. – 31.05.2018
Almere, Libelle Zommerweek	21. – 27.05.2018
Haarlem, Haarlem Culinaire	02. – 05.08.2018
Zürich, Gourmesse	13. – 16.09.2018
Düsseldorf, Eat&STYLE	27. – 28.10.2018
Toronto, Gourmet Food & Wine Show	November 2018
München, Eat&STYLE	03. – 04.11.2018
Hamburg, WeinTour	10. – 11.11.2018
Hertogenbosch, Margriet	16. – 22.11.2018
Hamburg, Eat&STYLE	17. – 18.11.2018

GENERATION RIESLING

Die Generation Riesling plant 2018 erneut zeitgemäße Aktionen für ein junges Publikum. Dem Trend entsprechend ist sie bei Picknicks im Park in Berlin, Hamburg und München sowie auf drei Musikfestivals mit ihren Weinen präsent. Auch eine Neuauflage des Standes auf der Frankfurter Buchmesse steht 2018 im Programm.

Veranstaltung	Zeitraum
Picknick mit Vergnügen Hamburg	Juni 2018
Picknick mit Vergnügen Berlin	Juli 2018
Picknick mit Vergnügen München	August 2018
3 Musikfestivals	Sommer 2018

 WAHL DER DEUTSCHEN WEINKÖNIGIN IN NEUSTADT

Am 22. (Vorentscheid) und 28. September (Finale) 2018 findet die Wahl der 70. Deutschen Weinkönigin in Neustadt/Weinstraße statt. In einem dreitägigen Seminar vom 31. Juli bis 2. August 2018 werden die 13 Bewerberinnen aus den Anbaugebieten auf das Ereignis vorbereitet. Wie gewohnt werden die beiden Wahl-Veranstaltungen vom SWR im Fernsehen sowie als Live-Stream übertragen. Die Deutschen Weinhoheiten nehmen pro Jahr mehrere hundert Termine im In- und Ausland wahr, die vom DWI koordiniert und organisiert werden.



Im September endet die Amtszeit der Deutschen Weinkönigin Katharina Staab (M.) und ihren Prinzessinnen Laura Lahm (l.) und Charlotte Freiburger (r.).

 WEINTOURISMUS UND WEINKULTURKALENDER

Weintourismus-Themen zählen im Ranking der DWI-Webseiten regelmäßig zu den Top Fünf der am häufigsten aufgerufenen Inhalte. Aus diesem Grund werden weinaffine Veranstaltungen im Allgemeinen und der Online-Eventkalender im Speziellen 2018 fortgeführt. Besondere kulturelle Veranstaltungen enthält der Weinkulturkalender mit einer dreimonatigen Vorschau. Zusätzlich wird die Datenbank mit allen weiteren aus den Gebieten gemeldeten Terminen bestückt und in einer kostenlosen Print- und Web-Ausgabe veröffentlicht (www.veranstaltungen.deutscheweine.de – s.a. „Weininstitut“ Smartphone App „Weinziele“).

 10. WEINWANDERWOCHENENDE

2018 geht das WeinWanderWochenende bereits ins zehnte Jahr und wird deshalb erweitert: Anbieter haben sich mit Aktionen, die bestimmte Kriterien erfüllen, um die erste „Royale Weinwanderung“ beworben, an der die Deutsche Weinkönigin Katharina Staab und der Wanderexperte Manual Andrack teilnehmen. Die „Royale Weinwanderung“ wurde unter allen Betrieben verlost, die ihre Vorschläge bis Ende November 2017 eingereicht haben. Termin für das WeinWanderWochenende 2018 ist der 28. und 29. April.



 WEIN-CHAMPION 2018 GESUCHT

Nach der gelungenen Premiere 2017 sucht das DWI auch dieses Jahr gemeinsam mit dem Magazin „Feinschmecker“ wieder den „Wein-Champion 2018“. Was der Sommelier-Cup für die Profis ist, ist der Wein-Champion für alle Weinliebhaber, die nicht beruflich mit Wein zu tun haben: Ein Wettbewerb, bei dem Spaß und Begeisterung für die Weine aus den 13

deutschen Anbaugebieten im Vordergrund stehen. Die Teilnehmer qualifizieren sich in mehreren Vorrunden für das Finale, das in einer Metropolregion stattfindet. Im Feinschmecker und in Online-Medien erfolgt eine ausführliche Berichterstattung. Die junge Zielgruppe wird über das Magazin „Foodie“ erreicht.



Engagement für Gastronomie und Handel

 HANDELSPROMOTIONEN IM LEH

Die Aktionen, die bereits 2016 mit dem Lebensmitteleinzelhandel (LEH) gestartet und 2017 ausgebaut wurden, sollen 2018 fortgeführt und weiter intensiviert werden. Dazu finden Gespräche mit einzelnen LEH Key Accounts von bestehenden und neuen Handelspartnern statt. Dies sind u.a. der national agierende Vermarkter Globus sowie als regionale Partner die Edeka Minden-Hannover und die Rewe Südwest. Erstmals wurde 2017 mit tegut, Galeria Kaufhof und Selgros C&C eine Zusammenarbeit vereinbart. Weitere erfolgversprechende Gespräche mit dem Ziel einer Kooperation ab 2018 werden mit Dohle/Hit, Wasgau, Edeka Südbayern und Südwest sowie der Rewe Süd geführt.

Großes Interesse besteht seitens der Partner aus dem LEH an Mitarbeiterschulungen und Verkostungen vor Ort, die das DWI mit Hilfe seiner Dozenten und den Weinmajestäten durchführt.



 AUSGEZEICHNETE WEINGASTRONOMIE

2014 hat das DWI erstmals Restaurants ausgezeichnet, die sich durch ein besonders umfangreiches Sortiment von Qualitätsweinen aus unterschiedlichen Anbaugebieten hervortun (Weinkarte, Beratung, Aktionen). Der Wettbewerb wird auch 2018 stattfinden. Ziel ist es, insbesondere außerhalb der Anbaugebiete noch mehr Restaurants zu animieren, Qualitätsweine aus deutschen Anbaugebieten ins Sortiment zu nehmen und Endverbrauchern zu zeigen, welche Restaurants ein tolles Deutschweingebot bieten. Der Wettbewerb findet in Kooperation mit Selters Mineralwasser statt.

FACHHANDELSPREIS DES DEUTSCHEN WEININSTITUTS

Auch 2018 soll der DWI-Fachhandelspreis in Kooperation mit der Fachzeitschrift Wein+Markt verliehen werden. In diesem Rahmen werden bundesweit drei Fachhandelsgeschäfte ausgezeichnet, die sich in besonderer Art und Weise mit deutschen Weinen beschäftigen und durch ihr Agieren im Markt den Absatz von Qualitätsweinen aus unterschiedlichen deutschen Anbaugebieten besonders fördern. Die Bekanntgabe der Gewinner mit Urkundenverleihung erfolgt im 2. Halbjahr 2018. Darüber hinaus erhalten die Sieger ihre Trophäen vor Ort in den ausgezeichneten Fachhandelsgeschäften im Beisein der regionalen Presse.



Auch 2018 verleiht das DWI in Kooperation mit Wein+Markt den Fachhandelspreis.

RIESLING LOUNGE

Das Konzept der Riesling Lounges in Zusammenarbeit mit führenden weinaffinen Gastronomen wird auch 2018 fortgesetzt. Weitere Eröffnungen und Gespräche mit in Frage kommenden Objekten sind geplant. Zuletzt wurde im September 2017 die Weinbar „Vintage Selection“ im hippen Münchener Glockenbachviertel offiziell als Riesling Lounge gekennzeichnet. Inhaber Marian Kreuzer setzt hier zu einhundert Prozent auf Weine aus den heimischen Anbaugebieten.

2018 werden weitere Riesling Lounges eröffnet.



INTERNATIONALE AKTIONSWOCHEN IN GASTRONOMIE UND HANDEL

Die internationalen Aktionswochen rund um Riesling & Co. werden in diesem Jahr in allen Exportmärkten durchgeführt, in denen das DWI mit Auslandsbüros vertreten ist. Sie sind für den Weinhandel und die Gastronomie zu einer beliebten Maßnahme geworden, ihre Kunden von den hervorragenden Qualitäten deutscher Weine zu überzeugen, die im Ausland oftmals noch stark unterschätzt werden. In vielen Märkten finden sie in enger Kooperation mit den Importeuren vor Ort statt. In Kanada und Großbritannien läuft diese Aktion zum wiederholten Male einen ganzen Monat lang als „31 Days of German Riesling“ und in den USA künftig für drei Monate als „Wine Craft“. Neben dem internationalen Zugpferd Riesling stehen während der gesamten Aktion auch die Burgunder und weitere Rebsorten im Rampenlicht. In der Schweiz wird es 2018 im Rahmen der Riesling Week erstmals ein Pop-Up-Restaurant „Deutscher Wein“ in Zürich geben.



INTERNATIONALE RIESLING-WOCHEN 2018

Land	Zeitraum	Titel
Dänemark	Mai	Riesling Week
Finnland	Mai	Riesling & Pinot Noir Weeks
Polen	Mai	Riesling Week
Niederlande	01. – 17. Juni	Riesling Weeks
Hongkong	01. – 30. Juni	Riesling Weeks
Schweiz	Juni	Riesling & Pinot Noir Weeks
Norwegen	Juni	Riesling Week
Schweden	Juni	Riesling Week
USA	Juni – August	Wine Craft
Japan	Juli	German Wine Weeks
Großbritannien	Juli	31 Days of German Riesling
Kanada	Juli	31 Days of German Riesling
China	Juli + August	Riesling Weeks

SILVANER MEETS ASPARAGUS IN NORWEGEN UND DÄNEMARK



In Norwegen und Dänemark werden in diesem Frühjahr Aktionen in der Gastronomie zum Thema „Silvaner trifft Spargel“ durchgeführt. In beiden Exportmärkten wuchs in den letzten Jahren das Interesse, neben dem Riesling auch weitere Rebsorten aus den deutschen Weinregionen zu verkosten. In diesem Rahmen arbeitet das DWI mit Spargelimporteuren und wichtigen Weinimporteuren der Länder zusammen, um den Restaurants die beiden deutschen Premiumprodukte bereit zu stellen.

„Silvaner trifft Spargel“ heißt es im Frühjahr in Norwegen und Dänemark.

„THE OTHER GRAPES FROM GERMANY“

In einigen bedeutenden Auslandsmärkten für deutsche Weine ist es dem DWI und den Betrieben der deutschen Weinwirtschaft mittlerweile gelungen, Riesling als eine der weltweit



führenden Rebsorten zu etablieren, insbesondere bei Handel, Gastronomie und Medien. Daher gab es 2012 in Oslo erstmals eine deutsche Weinpräsentation, die ganz bewusst auf den Riesling verzichtete. Nach weiteren erfolgreichen Präsentationen wird es 2018 in Oslo erneut Verkostungen und Seminare geben, die sich z.B. um Burgundersorten, Roséweine, Sekt, Silvaner oder andere spannende Themen aus Deutschland drehen.

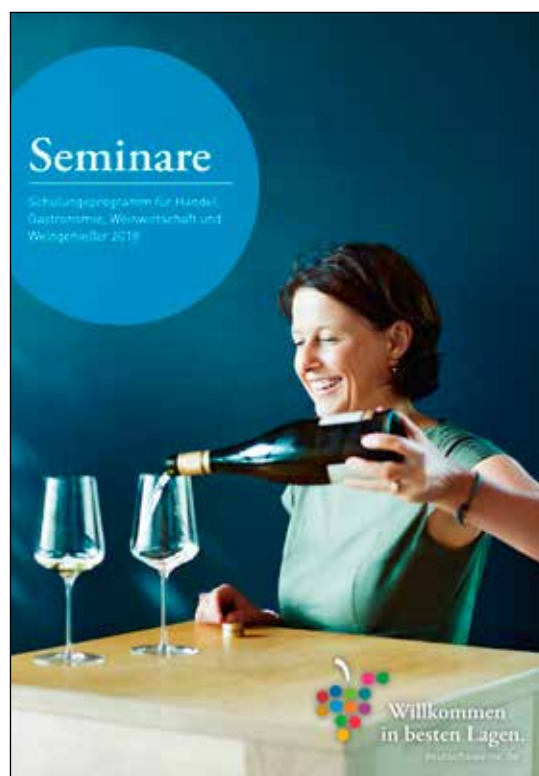
*„The Other Grapes From Germany“
heißt es 2018 wieder in Oslo.*

Nationale und internationale Fortbildungsveranstaltungen

SCHULUNGEN UND WEINSEMINARE

Das Deutsche Weininstitut bietet 2018 wieder rund 200 Seminare und Schulungen für circa 3.000 Fach- und Führungskräfte aus Gastronomie, Handel und Weinwirtschaft an. Das Programm reicht vom Basisseminar für Einsteiger über mehrtägige Weinsensorik-Seminare bis hin zu einem neuen Ausbildungsgang über das Weinland Deutschland, der nach rund 18 Monaten mit dem Titel „German Wine Professional“ abgeschlossen wird. Die 13 Module umfassende Ausbildung zum „German Wine Professional“ findet in Kooperation mit den regionalen Gebietsweinwerbungen sowie zahlreichen Forschungs- und Ausbildungsstätten in allen deutschen Weinanbaugebieten statt. Ebenfalls neu ist der Workshop „Speise & Wein“, in dem Teilnehmer vorhandene Weinkenntnisse vertiefen und mit dem Zubereiten von Gerichten verbinden. Der Frage „Wie Sie ab sofort mehr Wein verkaufen“ widmet sich 2018 erstmals ein Verkaufstraining, in dem Kundenansprache, Gesprächsführung und Verkaufsabschluss geübt werden. „Mehr Umsatz mit Wein im LEH“ gibt Fachkräften aus dem Lebensmitteleinzelhandel Tipps zur Umsatzsteigerung, Profilierung und Neukundengewinnung. Für selbstvermarktende Weinerzeuger und Mitarbeiter aus Marketing und Unternehmensführung in Betrieben der Weinwirtschaft bietet das DWI 2018 zum ersten Mal Best-Practice-Beispiele, die erfolgreiche Markenkonzepte für Produkt und Betrieb vorstellen und Antwort auf die Frage geben „Wie kann ein Produkt oder ein Betrieb zur Marke werden?“ Ergänzt wird das umfangreiche Schulungsangebot durch Weininformationsreisen, Seminare wie „Facebook, Instagram & Co. erfolgreich anwenden“ oder auch „Wine in Moderation – Wein & gesundheitliche Aspekte“.

Das DWI bietet eine Vielzahl bedarfsgerechter Seminare.



GERMAN WINE ACADEMY

Unter dem Motto „Train the Trainer“ bringt das DWI im Rahmen der German Wine Academy seit 2011 alljährlich rund 60 internationale Weindozenten und -ausbilder auf den neuesten Stand über Neuigkeiten und Trends im Weinland Deutschland. Die mehrtägigen englischsprachigen Informationsveranstaltungen mit Workshops, Vorträgen und Inforeisen finden in diesem Jahr zum 13. bzw. 14. Mal im April und September statt.

Einen speziellen German Wine Academy-Abschluss bietet das DWI über sein Wines of Germany Büro in Shanghai für chinesische Weinfachleute an. Die Absolventen unterstützt das DWI vor Ort aktiv mit Schulungsunterlagen für ihre Kurse über deutsche Weine. Außerdem erhalten die Weintutoren aktuelle Bezugsquellen für deutsche Weine in China. Ende

August 2018 werden weitere chinesische Weinfachleute im Rahmen einer Informationsreise in die deutschen Anbauggebiete das Zertifikat der German Wine Academy erhalten.



Jährlich schult das DWI rund 60 internationale Weindozenten weltweit.

DWI SOMMELIER-CUP

Vom 28. bis 29. Januar 2018 messen Weinfachleute und Nachwuchskräfte aus Gastronomie und Handel beim Sommelier-Cup in Mainz wieder ihr Fachwissen über Qualitäts- und Prädikatsweine aus den deutschen Anbaugebieten. Eine Fachjury, der u.a. Vertreter der Sommelier-Union Deutschland, der Hotelfachschule Heidelberg sowie der Deutschen Wein- und Sommelierschule angehören, ermittelt den Gewinner oder die Gewinnerin. Die Finalisten erhalten attraktive Geldpreise.

DWI FOREN

Die Foren des DWI haben sich zu festen Terminen in der Weinbranche entwickelt. 2018 wird das DWI Forum Kultur & Wein für Weingästeführer aus allen Anbaugebieten bereits zum neunten Mal eine Plattform zum gegenseitigen Informationsaustausch und zur Weiterbildung bieten. Das Forum wird am 2. März 2018 in Bad Kreuznach/Nahe stattfinden. Das DWI

Forum Export findet am 7. Juni 2018 in Oppenheim statt, das Forum der Generation Riesling wird im November in Sachsen veranstaltet.



Das Forum Kultur und Wein hat sich gut etabliert und wird 2018 in Bad Kreuznach an der Nahe stattfinden.

INTERNATIONALER IMPORTEURSSPRECHTAG 2018

Der internationale Importeurssprechtage findet am 11. April 2018 in Ingelheim (Wasems Kloster Engelthal) statt. Er hilft interessierten Betrieben bei der Kontaktaufnahme zu Importeuren und Weinhändlern aus UK, USA, Kanada, Norwegen, Dänemark, Finnland, Schweden, Polen, Japan und China, die ihr Portfolio an deutschen Weinen erweitern möchten. Während des Sprechtags haben Weinerzeuger die Möglichkeit, den Importeuren ihre Weine und ihren Betrieb in einem persönlichen Gespräch vorzustellen.

FACHINFORMATIONSPREISEN FÜR HANDEL UND GASTRONOMIE

Das bewährte Konzept der Fachinformationsreisen für internationale Multiplikatoren aus dem Handel und der Gastronomie in die deutschen Anbaugebiete wird auch 2018 fortgeführt. Besonders bewährt hat sich die Kombination der Reisen mit Weinveranstaltungen von überregionaler Bedeutung wie etwa der ProWein oder der Mainzer Weinbörse.

SOMMELIER SUMMER CLASS VI

Aufgrund des großen Erfolgs gibt es auch 2018 wieder mehr-tägige Seminarveranstaltungen für rund 60 Sommeliers aus aller Welt. Die Seminare, an die sich informative Reisen in die deutschen Anbaugelände anschließen, finden an der Fachhochschule in Geisenheim statt.



Die Sommelier Summer Class ist jährlich beliebter Treffpunkt für Sommeliers aus aller Welt.

Präsentationen, Messen und andere Veranstaltungen



**Internationale Fachmesse
für Weine und Spirituosen**

**Düsseldorf, Germany
18.-20.03.2018**

PROWEIN IN DÜSSELDORF

Auch 2018 wird das DWI vom 18. – 20. März auf der ProWein in Düsseldorf mit einem eigenen Stand vertreten sein. Hier gibt es themenspezifische Seminare für Fachbesucher in deutscher und englischer Sprache. Darüber hinaus wird der DWI-Stand wieder Kommunikationsplattform für Medienvertreter und Fachleute aus aller Welt sein. Das Thema in diesem Jahr lautet „Germany’s Coolest Wines“. Der Kommunikationstisch im Zentrum des Standes steht, sofern er vom DWI nicht selbst genutzt wird, Partnern wie zum Beispiel den Gebietsweinwerbungen oder anderen Vereinigungen und Verbänden für Vorträge und Präsentationen zur Verfügung. In der Nähe seines Standes organisiert das DWI außerdem wieder einen Gemeinschaftsstand der Generation Riesling.

INTERVITIS INTERFRUCTA HORTITECHNICA IN STUTT GART

Vom 4. bis 6. November 2018 geben der Internationale DWV-Kongress und die Technikmesse für Wein, Fruchtsaft und Sonderkulturen auf der Intervitis Interfructa Hortitechnica der Weinbranche die Möglichkeit, sich komprimiert über zukünftige Entwicklungen und technische Trends zu informieren. Das DWI sorgt hier erneut für die Gestaltung der Weinlounge „Willkommen in besten Lagen“ im Eingangsbereich (Ost) der Messe und unterstützt den Deutschen Weinbauverband bei der Auswahl der Ausschankweine aus allen 13 Anbaugebieten.

PRÄSENTATIONEN AUF FACH- UND ENDVERBRAUCHERMESSEN IM AUSLAND

Das DWI beteiligt sich in diesem Jahr wieder an einer Vielzahl von Messen rund um den Globus. Dazu zählt auch der deutsche Gemeinschaftsstand auf der „Wine & Spirits Fair“ in Hongkong und „Foodex“ in Tokyo, die 2017 gemeinsam mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) organisiert werden. Neben einer permanenten Verkostungszone sind zahlreiche Verkostungen und kleine Seminare am Stand geplant.



DWI-BETEILIGUNGEN AN FACHMESSEN

Messe	Zeitraum
Amsterdam, Wine Professional	08. – 10.01.2018
Tokio, Foodex Japan	06. – 09.03.2018
Düsseldorf, ProWein	18. – 20.03.2018
Tokio, Wine & Gourmet Japan	11. – 13.04.2018
Singapur, Food & Hotel / ProWine Asia	24. – 27.04.2018
Peking, Top Wine China	21. – 23.05.2018
London, Wine & Spirits Fair	21. – 23.05.2018
Hong Kong, Vinexpo	29. – 31.05.2018
London, Imbibe	02. – 03.07.2018
Brüssel, Mega Vino	19. – 22.10.2018
Utrecht, Gastronomiemesse	05. – 06.11.2018
Krakau, Enoexpo	07. – 09.11.2018
Hongkong, International Wine & Spirits Fair	08. – 10.11.2018
Shanghai, ProWine China	13. – 15.11.2018

RIESLING & CO.-PRÄSENTATIONEN

Die bewährte Riesling & Co. World Tour, an der sich alljährlich viele Erzeugerbetriebe und Importeure beteiligen, trägt dazu bei, die Positionierung deutscher Weine in den Auslandsmärkten auszubauen. Die Präsentationen für Multiplikatoren aus Handel, Gastronomie und Medien werden in diesem Jahr in den skandinavischen und asiatischen Märkten sowie in den Niederlanden, Belgien, England, der Schweiz und Kanada durchgeführt. Neben dem Riesling, der mittlerweile in vielen Auslandsmärkten insbesondere in den Fachkreisen als eine der führenden Weißweinsorten etabliert wurde, stehen auf den Präsentationen zunehmend auch weitere regionaltypische Sorten wie die Burgunder, Silvaner oder auch Winzersekte im Fokus.

STATIONEN DER RIESLING & CO.-TOUR 2018

Stadt	Zeitraum
Helsinki	09.04.2018
Kopenhagen	10.04.2018
Stockholm	16.04.2018
Oslo	18.04.2018
London	01.05.2018
Shanghai	25.05.2018
Montréal	19.06.2018
Toronto	20.06.2018
Brüssel	10.09.2018
Amsterdam	24.09.2018
Tokio	Oktober 2018
Osaka	Oktober 2018

GENERATION RIESLING-EVENTS 2018

Ort / Veranstaltung	Zeitraum
ProWein Düsseldorf	18. – 20.03.2018
Königstag, Amsterdam	27.04.2018
Tischpräsentation Berlin	07.05.2018
Tischpräsentation Düsseldorf	11.06.2018
Weinbiking München	08.07.2018
Tischpräsentation Hamburg	27.08.2018
Tischpräsentation Leipzig	22.10.2018
Forum Vini München	09. – 11.11.2018



Berlin ist fast schon so etwas wie die zweite Heimat für die Generation Riesling.

BERLINALE

Passend zum Thema Wein und Kultur wird das DWI bei der Berlinale 2018 wieder dafür sorgen, dass bei allen offiziellen Berlinale-Veranstaltungen ausschließlich deutsche Weine angeboten werden. Im Rahmen der Berlinale-Partnerschaft gibt es auch wieder eine Fachhandelsaktion, bei der Besucher der Berlinale mit ihrer Eintrittskarte einen Rabatt beim Kauf eines Berlinale-Weinpakets erhalten.



Schon zum elften Mal in Folge engagiert sich das DWI 2018 als „Official Supplier“ auf den Internationalen Filmfestspielen in Berlin.

Official Supplier
68 Internationale
 Filmfestspiele
 Berlin

Kommunikation

PRESSEARBEIT

Das DWI ist ganzjährig zentraler Ansprechpartner für verschiedenste Journalistenanfragen rund um den deutschen Wein. Die internationalen Medien werden darüber hinaus in enger Zusammenarbeit mit den DWI-Informationsbüros betreut. Diese versorgen die Journalisten in den Auslandsmärkten durch aktuelle Pressemitteilungen, Pressekonferenzen sowie im persönlichen Gespräch mit Informationen über deutsche Weine. Thematisch orientiert sich die Pressearbeit an den aktuellen DWI-Themenschwerpunkten und begleitet die vielfältigen Maßnahmen und Aktivitäten dieses Jahres kommunikativ durch entsprechende Pressemeldungen, -konferenzen und -events. Außerdem werden wieder Pressereisen und -seminare einen wichtigen Platz in der Medienarbeit einnehmen. 2018 sind für deutsche Journalisten drei Pressereisen und ein Presse-seminar sowie vier Reisen mit Journalisten aus verschiedenen Zielmärkten geplant. Darüber hinaus werden aus einzelnen DWI-Auslandsmärkten weitere Medienvertreter zu Informationsreisen in die deutschen Weinregionen eingeladen. In diesem Rahmen können sich Journalisten aus allen Medienbereichen vor Ort ein persönliches Bild von den Weinregionen und Erzeugern machen oder in Seminaren ihr Weinwissen vertiefen.



In Presse-seminaren bringt das DWI Medienleuten die deutschen Weine näher.

ONLINE-KOMMUNIKATION

Vor dem Hintergrund der enormen Bedeutung von Bewegtbildern im Internet setzt das DWI weiterhin auf Filme, die ein modernes Image der deutschen Weinwirtschaft vermitteln. Die neuen Beiträge präsentieren die Vielfalt der Weine, der Regionen und der Menschen. Die Videos sind über den YouTube-Kanal, auf ÖchsleTV, auf den Homepages und in den Social-Media-Kanälen des DWI zu sehen. Außerdem kann der digitale Lagenatlas, der seit Mitte 2016 über die Homepage des DWI abrufbar ist, 2018 vollständig mit Kartenmaterial aller 13 Anbaugebiete aufwarten und wird um Klimadaten ergänzt. Die Veranstaltungsdatenbank des DWI wurde technisch so erneuert, dass die Anbieter von Events ihre Daten bequem selbst eingeben können. Genauso funktioniert seit Ende 2017 die Eingabe der Veranstaltungen zum WeinWanderWochenende.



**WERBUNG, WERBEMITTEL UND
INFORMATIONSMATERIAL**

Die Aktionen im LEH sollen 2018 durch spezielle Broschüren zu den Themen „Wein & Flammkuchen“, „Wein & Geflügel“, „Wein & Käse“ sowie „Dornfelder“ unterstützt werden. Für die Social Media Kommunikation werden persönliche Weinerzeugergeschichten für das „Storytelling“ über Weine aus deutschen Regionen gesammelt. Im Frühjahr wird ein umfangreiches Special zum Thema Weinwandern im Magazin „Wanderbares Deutschland“ erscheinen. Außerdem soll in Zusammenarbeit mit den Gebieten eine Publikation zum Weinland Deutschland produziert werden, die Zeitungen und Zeitschriften beigelegt werden kann. Für die Gebiete besteht weiterhin die Möglichkeit, gemeinsam mit dem DWI Advertorials in Zeitschriften und Zeitungen zu schalten, oder Online-Specials auf interessanten Portalen wie FAZ oder ZEIT zu platzieren. Darüber hinaus werden verschiedene Maßnahmen wie die WeinTour oder die WeinEntdeckerWoche gezielt beworben.

Der neue Imagefilm – samt der Kurzfassungen der einzelnen Anbaugebiete – wird in weiteren Sprachfassungen produziert. Das Werbe- und Informationsmaterial des DWI wird insgesamt weiter ergänzt und aktualisiert. Auch 2018 wird wieder ein gedruckter Werbemittelkatalog aufgelegt.



MARKTFORSCHUNG

2018 werden der Bezug des GfK-Haushaltspanels, das die Entwicklung der Wein-Einkäufe abbildet, sowie die Marktforschungsstudie im Bereich Wein und Tourismus weitergeführt. An diesen Studien können sich alle Gebiete beteiligen und spezifische Daten zu Sonderkonditionen beziehen. Die 2016 begonnene Zusammenarbeit mit Wine Intelligence geht 2018 ebenfalls weiter. Hier liegt der Schwerpunkt auf Marktberichten aus den wichtigsten Exportmärkten. Ausführliche Zusammenfassungen stehen der deutschen Weinwirtschaft kostenlos zur Verfügung, darüber hinaus können die kompletten Berichte von Beitragszahlern des DWI zu Sonderkonditionen erworben werden. Mit dem zweiten Teil des Tourismusprojektes der Hochschule Geisenheim wird diese Studie Ende 2018 abgeschlossen sein. Über die wichtigsten Ergebnisse der Marktbeobachtungen informiert auch 2018 regelmäßig der Branchen-Newsletter des DWI.

WEINWIRTSCHAFTS-NEWSLETTER

Der Weinwirtschafts-Newsletter informiert Abonnenten 14-tägig über Ausschreibungen und Aktuelles aus der Branche. Im gleichen Zeitintervall wird freitags das Ergebnis der täglichen internationalen Medienbeobachtung an Gremienmitglieder verschickt. Registrierte Pressevertreter erhalten anlassbezogen einen Pressemailer in deutscher und/oder englischer Sprache. Endverbraucher bleiben mit dem ebenfalls 14-tägig erscheinenden Öchsle-Newsletter auf dem Laufenden.

NEWSLETTER FÜR HANDEL & GASTRONOMIE

Um die wichtige Zielgruppe der Weinhändler und Gastronomen besser über die DWI-Aktivitäten zu informieren, startete das DWI 2017 einen speziellen E-Mail-Newsletter, der 2018 fortgeführt und ausgebaut werden soll. Die Erscheinungsweise ist derzeit monatlich.

Kooperationen

KOOPERATION MIT DEM DEUTSCHEN BROTIINSTITUT

2017 hat das DWI eine Kooperation mit dem Deutschen Brotinstitut vereinbart. Diese hat zum Ziel, die deutsche Brotvielfalt mit der deutschen Weinvielfalt zu kombinieren und entsprechende Empfehlungen zu geben. 2018 sollen entsprechende Leitlinien entwickelt werden, um die Bäckereien (ebenso wie Weingüter und Weinhändler) zu unterstützen, Veranstaltungen zum Thema „Brot & Wein“ erfolgreich zu planen und durchzuführen. Ziel ist es auch, den handwerklich arbeitenden Bäckern ein Modul an die Hand zu geben, um sich von den Großbäckereien abzuheben. Zudem werden im Rahmen von Messen Seminare zum Thema Brot und Wein durchgeführt





KOOPERATION MIT DER DEUTSCHEN ZENTRALE FÜR TOURISMUS (DZT)

Das DWI kooperiert 2018 in 14 wichtigen Auslandsmärkten mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) im Rahmen der DZT-Themenkampagne „Culinary Germany“. Auf gemeinsamen B2B-Veranstaltungen für Presse und Reiseveranstalter werden aus einem Food Truck regionale Spezialitäten zu passenden deutschen Weinen angeboten. Zudem wird das Thema Wein in zwei DZT-Pressereisen, in Imagefilme

über die deutschen Bundesländer sowie in die Social Media Aktivitäten der Tourismuszentrale eingebunden. Die Kooperation soll dazu einladen, das Reise- und Weinland Deutschland mit Genuss zu entdecken.

KOOPERATION MIT DER FRANKFURTER BUCHMESSE

Die 2017 begonnene Kooperation mit der Frankfurter Buchmesse soll 2018 ausgebaut werden. Neben einem Stand der Generation Riesling in der Gourmet Gallery sollen deutsche Weine künftig auch in die Kochshows auf der Showbühne eingebunden werden. Zudem wird derzeit gemeinsam an einem Konzept gearbeitet, wie deutsche Weine ggf. in Autorenlesungen eingebunden werden können. Vereinbart wurden 2018 auch Weinpräsentationen im Rahmen der internationalen Buchmessen in Warschau und Peking.



AUSSCHREIBUNGEN UND AUSWAHLPROBEN FÜR PARTNER

Das DWI ist alljährlich Partner vieler renommierter Unternehmen, Organisationen und Medien für die Unterstützung bei Weinausschreibungen und Auswahlproben. Dazu zählen und zählen beispielsweise die Berlinale, der DFB, das Auswärtige Amt sowie das Nachrichtenmagazin Focus. 2018 wird die Deutsche Bahn AG nach mehrjähriger Pause erneut die Möglichkeit der Ausschreibung von Weinen über das DWI nutzen, um Erzeuger aus der gesamten deutschen Weinbranche zu erreichen. Durch die grundsätzlich verdeckt durchgeführten Auswahlproben können sich immer wieder neue Betriebe profilieren. Das DWI gibt alle bundesweiten Ausschreibungen über seinen Newsletter für die Weinwirtschaft bekannt.



MASTERS OF WINE SEMINARWOCHE

Das renommierte Institute of Master of Wine führt 2018 erstmals gemeinsam mit dem DWI und unterstützt durch die Pfalzwein e.V., die Stadt Neustadt/Weinstraße sowie den Verband Deutscher Prädikatsweingüter (VDP) eine Seminarwoche für angehende Masters of Wine in Deutschland durch. Die Ausbildung wird bisher in Europa lediglich in Rust/Österreich und in Bordeaux angeboten.

Deutsche Weinakademie 2018

WINE IN MODERATION – NATIONAL UND INTERNATIONAL

Die Schulungen im Rahmen der Initiative Wine in Moderation werden 2018 weitergeführt und systematisch erweitert.

International steht die Information und Kommunikation wissenschaftlicher Erkenntnisse für Presse und Medienvertreter im Vordergrund.

Schwerpunkt wird 2018 die Umsetzung von Wine in Moderation im weinwirtschaftlichen Alltag sein. Dabei werden verstärkt die Möglichkeiten kommuniziert, das Wine in Moderation-Engagement der weinbaulichen Betriebe innerhalb der Unternehmen und im Umgang mit den Kunden sichtbar zu machen. Ziel ist die Sensibilisierung für einen verantwortungsvollen Weinkonsum in Form eines bewussten Lebensstils mit Wein. Dies schließt Angebote der DWA in Form von Informationsschriften oder Materialien für Weinproben (z.B. Einmal-Alkohol-Tester) ein.



DWA-BEITRÄGE AUF WISSENSCHAFTLICHEN KONGRESSEN

Die DWA plant in Zusammenarbeit mit dem Privatärztlichen Bundesverband im November 2018 eine wissenschaftliche Informationsveranstaltung auf dem Tag der Privatmedizin. Thema wird die Bewertung von Wein und anderen Lebensstilfaktoren in der ärztlichen Praxis sein.



WINEinMODERATION.eu

Art de Vivre

HERAUSGEBER:

Deutsches Weininstitut GmbH

Platz des Weines 2

55294 Bodenheim

www.deutscheweine.de

www.germanwines.de