

1/23

Deutscher Wein
Intern



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de

Vorwort



Sehr geehrte Damen und Herren,

zum Jahresbeginn möchten wir Ihnen in gewohnter Manier einen Überblick der wichtigsten DWI-Aktivitäten des letzten Jahres geben und einen Blick auf unsere Planungen für 2023 werfen. Glücklicherweise konnten wir nach den letzten beiden Ausnahmejahren und vielen Online-Events die meisten Veranstaltungen wieder im normalen Präsenzmodus durchführen. Dabei ist es wichtig zu betonen, dass unsere Maßnahmen grundsätzlich in Abstimmung mit allen Kreisen der Weinwirtschaft erfolgen.

Mit unseren Aktivitäten wollen wir zur Absatzförderung der heimischen Weine beitragen, indem wir das Image sowie die Anerkennung unserer Weine bei den Verbrauchern im In- und Ausland weiter steigern, denn eine höhere Wertschätzung ist die Basis für eine höhere Wertschöpfung. Sie ist gerade in den heutigen Zeiten mit gestiegenen Energie- und Beschaffungskosten sowie der hohen Inflation wichtiger denn je.

Im Inland stellen wir in unserer Kommunikation aus diesem Grund weiterhin die Herkunft unserer Weine sowie die Menschen, die unsere Weine mit viel Leidenschaft erzeugen, in den Mittelpunkt. Dies geschieht unter anderem durch unsere bundesweite Kommunikationskampagne mit überregionalen und anbaugbietsspezifischen Motiven. Sichtbar wird diese

durch Anzeigen in strategisch wichtigen Print- und Online-medien, den Social Media-Kanälen oder in Printprodukten des Lebensmitteleinzelhandels und hörbar in Hörfunkspots, die in den Verbrauchergebieten außerhalb der Weinregionen ausgestrahlt werden.

In der internationalen Fachwelt macht das Weinland Deutschland in diesem Jahr mit der Ausrichtung des 10. Internationalen Symposiums der Masters of Wine auf sich aufmerksam. Zu der Tagung, die das Deutsche Weininstitut gemeinsam mit dem Land Hessen und der Stadt Wiesbaden ausrichtet, werden ca. 500 Weinfachleute aus der ganzen Welt erwartet, denen wir das Weinland Deutschland von seiner besten Seite präsentieren wollen. Wir sind sicher, diese enorm einflussreichen Multiplikatoren, von denen viele zum ersten Mal und häufig mit einem tradierten Deutschlandbild zu uns kommen, mit unseren erstklassigen Weinqualitäten und unserer Weinvielfalt nachhaltig beeindruckt zu können.

In der Kommunikation und den Aktivitäten in unseren Auslandsmärkten stehen weiterhin die klassischen Rebsorten und ihre besonderen Qualitätsmerkmale im Vordergrund. Neben den Leitrebsorten Riesling und Spätburgunder sind dies auch zunehmend der Weiß- und Grauburgunder. In einigen erfolgreichen Exportmärkten, wie etwa Norwegen, nehmen wir bereits auch weitere Sorten wie etwa Silvaner oder Lemberger mit in unsere Kommunikation auf. Zudem zeigen wir der internationalen Weinwelt zwischenzeitlich, was für Qualitätssteigerungen unsere deutschen Sekte und Rosés in den letzten Jahren erfahren haben.

Über die konkret durchgeführten und geplanten Maßnahmen informieren wir Sie auf den folgenden Seiten. Täglich aktuell berichten wir auf unserer Homepage deutscheweine.de über unsere Arbeit. Dort können Sie auch unseren Newsletter abonnieren, der Sie alle 14 Tage 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 und wünschen Ihnen ein erfolgreiches Jahr 2023.

Ihre

Monika Reule

Geschäftsführerin des Deutschen Weininstituts

Rückblick 2022

Zahlreiche DWI-Aktivitäten konnten im vergangenen Jahr wieder sehr erfolgreich in Präsenz durchgeführt werden. Sie richteten sich insbesondere an Multiplikatoren der Online- und Printmedien, der Gastronomie, des Fachhandels und des Lebensmitteleinzelhandels sowie im Ausland zusätzlich an die Importeure. Daneben wurden einige, während der Corona-Pandemie gestartete Online-Maßnahmen fortgeführt, die weiterhin auf große Resonanz stießen. Endverbraucher/innen konnten ebenfalls sowohl in Live-Veranstaltungen als auch über Online-Aktivitäten auf den Social-Media-Kanälen angesprochen werden.

Die Maßnahmen im Ausland konzentrierten sich auf insgesamt 15 Auslandsmärkte, die hohe Wertschöpfungs- und Wachstumspotenziale für deutsche Weine und Sekte versprechen.

14 Höhepunkte der Weinkultur ausgezeichnet



Das DWI zeichnete am 27. Juli in Bernkastel-Kues 14 neue Höhepunkte der Weinkultur in nahezu allen Weinbaugebieten aus. Die Prämierung wurde nach 2010 und 2013 zum dritten Mal in Kooperation mit den Gebietsweinwerbungen vorgenommen, um sowohl die weinkulturelle Vielfalt im Weinland Deutschland stärker in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken, als auch um einen Beitrag zur Förderung des heimischen Weintourismus zu leisten.

Die ausgezeichneten Höhepunkte der Weinkultur 2022 wurden durch eine unabhängige Fachjury, der Expert/innen aus den Bereichen Tourismus, Geschichte, Kultur und Wein angehörten, aus über 50 Vorschlägen der regionalen Weinwerbungen ausgewählt. Sie reichten von Weinkulturlandschaften über Denkmäler bis hin zu Weingütern mit einer außergewöhnlichen weinkulturellen Historie.



Preisverleihung „Höhepunkte der Weinkultur“ im Cusanus-Stift, Bernkastel-Kues

Kommunikation

INTERAKTIVE KARTE AUF DWI-HOME PAGE

Das Thema Weinwandern und -tourismus hat das DWI 2022 durch eine Kooperation mit dem Dienstleister Outdooractive stärker in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt. Auf einer erweiterten, interaktiven Karte der DWI-Homepage sind über 50 Wanderungen in allen Anbaugebieten mit Outdooractive verlinkt und können so von der großen Wander-Community mobil genutzt werden. Darüber hinaus sind über die Karte auch die 80 vom DWI ausgezeichneten Vinotheken und die 66 ausgelobten Höhepunkte der Weinkultur in den Weinbaugebieten auffindbar. Weitere Informationen zu den einzelnen weintouristischen Highlights sind hinter jedem Icon auf der Karte hinterlegt. Ebenso lassen sich in der Karte auch Weinerzeuger/innen und Wein-Events finden.

ONLINE-AUFTRITTE UND DWI-DATENBANK WEITERENTWICKELT

 9,2 MIO

8,6 MIO 

 1,2 MIO

 274 TSD

 173 TSD

Reichweite der deutschen DWI-Social Media-Kanäle 2022 nach Seitenaufrufen (Cross Channel Overview 19,5 Mio)

Die vom DWI gepflegten Homepages deutscheweine.de, germanwines.de, generationriesling.de, deutscheweinkoenigin.de sowie weine-mit-herkunft.de wurden 2022 inhaltlich weiterentwickelt. Auf der DWI-Website lassen sich nicht nur Weinerzeugerbetriebe und Wein-Events sowie Importeure der wichtigsten Exportmärkte recherchieren, auch einzelne Erzeugnisse wie Winzersekt, Glühwein oder bestimmte Rebsorten sowie touristische Angebote lassen sich herausfiltern. Als Datenbasis dafür dient die DWI-Datenbank, die 2022 auch für Handel und Gastronomie geöffnet wurde. So konnten hier erstmals alle Aktionen der WeinEntdecker-Wochen 2022 gefunden werden.

Darüber hinaus wurde die Datenbank um den Bereich Export erweitert. Sie ist weiterhin auch Datenbasis für die mobile App „Deutsche Weine“, die seit ihrem Erscheinen Ende 2020 inzwischen 10.000 Nutzende installiert haben. Intuitiv und spielerisch vereint die App Wissenswertes rund um deutsche Weine mit weintouristischen Angeboten und Wein-Veranstaltungen.

Darüber hinaus wurden weitere internationale Webseiten, die von den Wines of Germany Agenturen in den jeweiligen Landessprachen gepflegt werden, in das zentrale Content-Management-System des DWI migriert.

Parallel dazu lief die kontinuierliche Pflege der 15 DWI-Portale, sechs Kampagnenseiten und 20 Social-Media-Kanäle des DWI im In- und Ausland weiter. Gemeinsam sorgten sie für eine hohe digitale Präsenz der heimischen Weinwirtschaft. Sie wird zunehmend wichtiger, wie auch zuletzt gestiegene Google-Anfragen zu unseren Leitrebsorten und aktuellen Weinthemen zeigten.



SOCIAL-MEDIA-THEMENWOCHEN

Gemeinsam mit den Gebietsweinwerbungen stellte das DWI auf den wichtigsten Social-Media-Plattformen Instagram und Facebook im vergangenen Jahr für jeweils zehn Tage pro Quartal abgestimmte Themen in den Fokus. Durch die koordinierte Social-Media-Kommunikation mit den Gebieten haben die Inhalte noch mehr Menschen erreicht.

Die Themenwochen 2022:

Q1	Wandern & Tourismus in den Weinregionen
Q2	Biodiversität in den Weinbergen
Q3	Wein und Streetfood / Wein und Brotzeit
Q4	Vinotheken: Wein & Architektur

VIDEO-ABONNENTENZAHL UM 15 PROZENT GESTEIGERT

Bewegtild ist ein fester Bestandteil der Kommunikationsstrategie des Deutschen Weininstituts. Im Jahresvergleich konnte die Abonnentenzahl des DWI-YouTube-Kanals 2022 um 15 Prozent gesteigert werden. Rund 100.000 Video-Abrufe und 10.000 Stunden Sendezeit p.a. belegen ein hohes Interesse am Weinbau in Deutschland. Die Altersstruktur der Nutzenden liegt im Wesentlichen gleichmäßig verteilt zwischen 25 und 64 Jahren.

STARKE DWI-MEDIENPRÄSENZ

Das DWI hat sich in der deutschen und internationalen Medienlandschaft als erste Anlaufstelle für vielfältige Anfragen rund um die heimischen Weine etabliert. Genussinteressierte und Medienschaffende aus Deutschland und der Welt werden in enger Zusammenarbeit mit den 13 vom DWI beauftragten Wines of Germany Agenturen

betreut. Zahlreiche Interviews, Online-Meldungen, Pressereisen sowie Pressekonferenzen sorgen alljährlich dafür, dass die Botschaften des DWI bei Endverbraucher/innen und Fachleuten rund um den Globus ankommen. Allein im Inland wurde das Deutsche Weininstitut in den ersten drei Quartalen des vergangenen Jahres in rund 3.700 Veröffentlichungen in Tageszeitungen, Magazinen und Online-Medien mit einer Reichweite von über 700 Millionen Leserinnen und Lesern genannt. Darüber hinaus zeigten auch die TV- und Hörfunk-Redaktionen wieder großes Interesse am Deutschen Weininstitut. Von Januar bis November 2022 informierten DWI-Mitarbeitende in 18 Fernseh- und Radiointerviews ein Millionenpublikum über aktuelle Trends aus der deutschen Weinwirtschaft.

Großes Medieninteresse beim Start der Hauptweinlese an der Ahr



ERFOLGREICHE WEIN-PODCAST-REIHEN



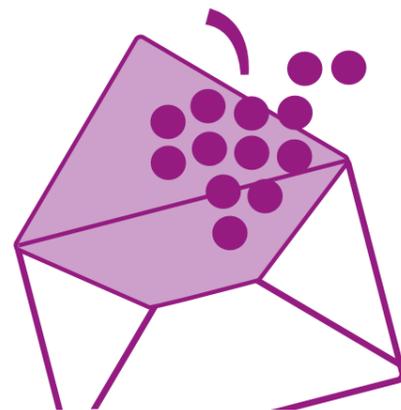
„Auf ein Glas Wein mit...“, die reichweitenstarke Podcast-Reihe des DWI erzielt immer mehr Aufmerksamkeit. Sie ergänzt die Herkunfts-Kampagne „Weine aus deutschen Regionen: Qualität, die man schmeckt“. Die Idee zur Serie entstand bei einem Brainstorming mit der Süddeutschen Zeitung.

Laut Turi2 edition, der Premiumplattform der Kommunikationsbranche, liegen die DWI Podcasts unter 17 „lauten“ Marken auf Platz 7 nach Marken wie die Deutsche Bahn oder Mercedes. Die bisherige Bilanz der Podcasts in Kooperation mit der SZ lautet: über 31.000 Streams und allein über Instagram und Facebook eine Reichweite von rund einer Million Menschen.

Die DWI intern produzierte eigene Podcast-Reihe mit namhaften Fachleuten wurde 2022 mit neuen Themen fortgesetzt. Sie reichten von „Wein & Wandern“ über „Wein & Käse“ bis hin zum Podcast über die Entstehung und das Potenzial von Piwis oder auch „Wine in Moderation“, in dem es um die gesundheitlichen Aspekte des Weingenusses ging. Abwechselnd waren fachkundige DWI-Experten oder auch die Weinmajestäten im Austausch mit Persönlichkeiten aus der Wein-, Tourismus oder Ernährungsbranche. Die Podcasts sind abrufbar auf deutscheweine.de unter Audio/Video sowie bei Spotify und Apple Podcasts.

WEINTOURISMUS UND WEINWISSEN

Weintouristische Themen und Veranstaltungen zählen gemeinsam mit dem Bereich Wissen zu den Top 10 im Ranking der DWI-Webseitenaufrufe. Tourismus- und Wissens-Inhalte bedingen sich gegenseitig. Denn 50 Mio. Gäste pro Jahr in Deutschlands Weinregionen mit einem Umsatz in Höhe von 29,9 Mrd. Euro sind während ihrer Reisen ständig auf der Suche nach Informationen.



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 deutscheweine.de/service/newsletter abonniert werden.

MARKTFORSCHUNG



Die laufende Beobachtung der Entwicklung der Weineinkäufe und des Einkaufsverhaltens in Deutschland erfolgt seit 2020 durch das Marktforschungsinstitut Nielsen. Die erhobenen Daten werden vom DWI ausgewertet und quartalsweise im Mafo-Newsletter publiziert. Er kann von den Beitragszahlern als Sonderausgabe des Erzeuger-Newsletters kostenlos abonniert werden.

Mafo-Newsletter

INTERNATIONALE MARKTINFO-WEBINARE

Die während des Lockdowns erfolgreich gestartete und für Beitragszahler kostenlose „Marktinfo online“ Webinar-Reihe wurde 2022 mit den Auslandsmärkten Großbritannien, USA, Niederlande und Norwegen fortgesetzt. In diesem Rahmen informierten die internationalen Wines of Germany-Agenturen sowie erfahrene Weinexporteure und -importeure in einstündigen Onlineveranstaltungen über die aktuelle Marktsituation und gaben wertvolle Tipps für einen gelungenen Markteintritt. Auf jedes Webinar folgte zudem ein Online-Sprechtag mit der Möglichkeit, sich in 15-minütigen Videocalls direkt mit Vertreter/innen der jeweiligen Wines of Germany Büros auszutauschen.

NEUE IMAGE- UND ZIELGRUPPENANALYSE

Das DWI hat im vergangenen Jahr die Ergebnisse einer Imagestudie und Zielgruppenanalyse veröffentlicht, die 2021 von RSG Marketing Research durchgeführt wurde. Sie ermöglichte es, ein Bild von der Wertschätzung, dem Kaufverhalten und spezifische Einstellungen verschiedener Verbrauchergruppen zu deutschen Weinen zu gewinnen. Zudem berücksichtigten die Untersuchungen auch erstmals Aspekte zum Trinkverhalten und zur Nutzung neuer Informationskanäle. So schätzen beispielsweise die häufigen Käufer deutscher Weine insbesondere die Weine aus heimischen Regionen für ihre Vielfalt, Wertigkeit oder auch ihre Individualität. Außerdem sind in dieser Käufergruppe Aspekte wie eine nachhaltige oder natürliche Produktionsweise deutscher Weine imageprägend.

NEUE WERBEMITTEL

Im DWI-Werbemittelkatalog 2022 konnten Erzeuger/innen und Endverbraucher/innen aus rund 250 Artikeln rund um das Thema Weingenuss auswählen und im Online-Shop unter www.shop.deutsche-weine.de bestellen. Neben neuen Wein-Accessoires wie dem Wein-Thermometer, der Rebsorten-Kühlmanschette im neuen Design, der Gürteltasche „Riesling rocks“ sowie einem Stoffbeutel zum Umhängen, finden sich darin viele bewährte und beliebte Artikel. Dank der Produktion in großen Stückzahlen und der Abgabe an Beitragszahlende zum Selbstkostenpreis gibt es sie zu vergleichsweise günstigen Konditionen.

DEUTSCHE WEINMAJESTÄTEN IN AKTION

Neben zahlreichen Vor-Ort-Terminen im In- und Ausland waren die drei Deutschen Weinmajestäten Sina Erdrich, Saskia Teucke und Linda Trarbach 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.



Neue Werbemittel: Beutel, Tasche und Wein-Thermometer

ROADSURFER-TOUR

Einer von vielen Höhepunkten der Amtszeit der drei deutschen Weinmajestäten war eine 13-tägige Wohnmobil-Tour durch alle 13 deutschen Weinbaugebiete. Organisiert und initiiert wurde der Roadtrip vom DWI gemeinsam mit dem Outdoor-Travel-Experten roadsurfer. Dabei campete das Trio an „roadsurfer spots“, zu denen auch zahlreiche Weingüter zählten. Vor Ort besichtigten sie in jeder Region jeweils eine der Schönsten Wein-sichten, eine ausgezeichnete Vinothek sowie einen Höhepunkt der Weinkultur. Die Tour endete mit dem Besuch bei Bundeslandwirtschaftsminister Cem Özdemir in Berlin am 21. August.



Weinmajestäten auf Roadsurfer-Tour



BOTSCHAFT FÜR „ZUSAMMENHALT“

Mit der „Deutschlandcuvée Zusammenhalt“ hat die Deutsche Weinkönigin Sina Erdrich im vergangenen Jahr ein ganz besonderes Weinprojekt ins Leben gerufen und gemeinsam mit ihren Mitbewerberinnen zur letztjährigen Wahl der Deutschen Weinkönigin realisiert. Die Cuvée umfasste ein Volumen von 1.300 Litern Riesling, die zu je einem Dreizehtel von den elterlichen Betrieben der ehemaligen Weinhoheiten oder einem unterstützenden Erzeuger aus den Gebieten gespendet wurden. Aus dem Verkaufserlös konnte das scheidende Weinmajestäten-Trio am Abend ihrer Verabschiedung eine Spende in Höhe von 28.687,50 Euro an die Jungwinzervereinigung der Ahr „Schlahrvinos“ sowie von 5.062,50 Euro an den Verein „Frauen gegen Gewalt e.V.“ überreichen.



Deutschlandcuvée Zusammenhalt: „Wir müssen alle miteinander gemeinsam an einem Strang ziehen“, so die Botschaft der Weinmajestäten 2021.



Ausgewählte Maßnahmen im In- und Ausland

Maßnahmen für Endverbraucherinnen und -verbraucher

WEINTOUR - LIVE & VIRTUELL



WeinTour Hamburg

Mit 9.400 Besuchern und rund 2.400 verkauften Probiertpaketen bot das DWI als Veranstalter der vierten Virtuellen WeinTour den Teilnehmenden vom 11. bis 20. März 2022 die Möglichkeit, zehn Tage lang in 22 thematisch unterschiedlichen, interaktiven Online-Verkostungen die Weine von 88 Weingütern kennenzulernen. Die Themenauswahl reichte von „I love Riesling“ über Cuvées in allen Farben, bis hin zu Rotweinpaketen. Auf große Resonanz stieß auch das neue Format „Meet the Winzer“, in dem sich das Publikum nach den Online-Verkostungen mit den Winzerinnen und Winzern austauschen konnte. Alle 22 virtuellen Weinverkostungen stehen noch zum Nachschauen auf WeinTour TV sowie im Youtube-Kanal „Deutsches Weininstitut“ zur Verfügung.

Am 19. und 20. November öffnete die beliebte Wein- und Tourismusmesse endlich wieder ihre Tore im Hamburger Cruise Center Altona. Mit 2.900 Besucher/innen ist die WeinTour damit nach zweijähriger pandemiebedingter Pause erfolgreich zurückgekehrt und wurde von den Hamburgern begeistert aufgenommen. Vor Ort präsentierten rund 70 Winzerinnen und Winzer live und persönlich ihre Weine und regionale Tourismusorganisationen gaben wertvolle Insidertipps zu spannenden Urlaubsaktivitäten in den Anbaugebieten. Die Deutschen Weinhoheiten führten die Gäste auf WineWalks zu 18 verschiedenen Genussthemen durch die Ausstellung, die alle ausgebaut waren.

ONLINE-SEMINARE: WEINENTDECKERWISSEN

6.873 Weininteressierte verfolgten von März 2021 bis März 2022 an jedem ersten Donnerstag im Monat die erste Staffel der Online-Seminarreihe WeinEntdeckerWissen des DWI und kauften dafür 9.168 Flaschen regionaltypischer Weine bei den kooperierenden Weinhändlern. Die Moderationen übernahmen neben der DWI-Schulungsleitung ausgewiesene Expert/innen für die jeweiligen Regionen. Zählt man die zeitversetzten Abrufe der 13 Seminare auf YouTube und Facebook noch hinzu, kommt man auf insgesamt 38.616 Personen, die sich für die bereitgestellten Informationen aus den heimischen Weinregionen interessiert haben.

Nach diesem großen Erfolg setzte das DWI die Reihe ab Mai 2022 mit monatlich rund 200 Weininteressierten fort. Die Themenbreite reichte von „Sekt – Prickelnde Stars“ im Mai, „Drink Pink“ im Juni, „PIWIs“ im September über „Natural, Orange & Co“ im Oktober, Rotweincuvées im November bis hin zu „Burgunderwunder“ im Dezember.



Online-Seminarreihe zu Deutschlands Weinregionen

WEINENTDECKER-WOCHEN

WeinEntdecker-Wochen – Tage des Offenen Weins in Berlin



Im Rahmen der WeinEntdecker-Wochen mit insgesamt knapp 140 Partnern wurden in diesem Jahr erneut die „Tage des offenen Weins“ in verschiedenen Großstädten veranstaltet. An drei Samstagen im September öffneten Vinotheken sowie Wein-fachhandlungen ihre Türen. Etwa 6.500 Weinfreund/innen nutzten in Berlin, Bochum, Dortmund, Frankfurt, Hamburg, München, Münster, Nürnberg, Köln und Leipzig die Gelegenheit, deutsche Weine in einem 3er-Flight für 5 Euro zu entdecken und miteinander ins Gespräch zu kommen. Damit fand die zehnte Auflage der Aktionswochen in diesem Jahr trotz weiterlaufender Beschränkungen wieder sehr erfolgreich in der ersten Septemberhälfte statt. Das DWI sorgte durch regionale Werbung in Hörfunk, Tageszeitungen, Stadtmagazinen und auf Plakaten im öffentlichen Raum sowie über Hinweise in den sozialen Medien dafür, dass die Endverbraucher/innen über die teilnehmenden Partnerbetriebe und deren Aktionen in ihrer Nähe informiert werden.

ROYALE WEINWANDERUNG AN DER AHR

Am 23. April 2022 lud das DWI gemeinsam mit dem Ahrwein e.V. Wein- und Wanderfans zur ersten Royalen Weinwanderung ins Ahrtal ein. Die Weinwanderung mit royaler Begleitung ist Höhepunkt des bundesweiten WeinWanderWochenendes, das unter dem Motto „Wandern, wo der Wein wächst“ seit vielen Jahren gemeinsam von den Gebietsweinwerbungen und dem DWI veranstaltet wird. An der Ahr begleiteten die Deutsche Weinkönigin Sina Erdrich und die Deutschen Weinprinzessinnen Linda Trarbach und Saskia Teucke rund 50 Wein- und Wanderbegeisterte auf dem Weg von Mayschoß nach Dernau.



Royales Weinwandern mit den 73. Weinmajestäten Sina Erdrich, Saskia Teucke und Linda Trarbach

DFB-WEINBARS MIT NEUEM GESICHT

Seit der 2006 eingegangenen Kooperation zwischen dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) und dem DWI werden auf allen Spielen der Frauen- und Männer-Nationalmannschaften sowie der U21 innerhalb Deutschlands in den Hospitality-Bereichen exklusiv deutsche Weine ausgeschenkt. Beim Spiel gegen Ungarn am 23. September in Leipzig präsentierte erstmals der mehrfach ausgezeichnete Sommelier Jens Pietzonka den Gästen an der Weinbar kompetent beste Tropfen. In Rahmen der DFB-Kooperation führt das DWI regelmäßig eine bundesweite Ausschreibung der Weine durch und organisiert anschließend eine verdeckte Verkostung für die Weinauswahl durch eine unabhängige Jury.

FOCUS-WEINTEST

Am 30. Mai 2022 wurden die Preise an die Gewinner des elften FOCUS-Weintests verliehen. Fast 700 Weinerzeuger/innen aus allen deutschen Anbauregionen hatten sich 2021 mit ihren Weinen an dem renommierten Wettbewerb beteiligt, den das Magazin in enger Zusammenarbeit mit dem Deutschen Weininstitut seit 2011 ausgerichtet.

In der 11. Auflage des Weintests 2022 hatte die Jury nach den ersten beiden Auswahlrunden in Wasems Kloster Engelthal in Ingelheim und einem Finale in Berlin aus über 500 Anstellungen die Sieger in den Kategorien Spätburgunder, internationale Rotweinsorten, Chardonnay, Weißburgunder sowie Riesling- und Burgunder-Sekte ermittelt. Die Top 10 Weine jeder Kategorie wurden in einem mehrseitigen Bericht im FOCUS-Magazin veröffentlicht.

KATRIN LANG ZUR 74. DEUTSCHEN WEINKÖNIGIN GEWÄHLT

Am 30. September wurde Katrin Lang aus Baden in der vom SWR-Fernsehen live und im Online-Streaming übertragenen Wahlgala in Neustadt an der Weinstraße zur 74. Deutschen Weinkönigin gewählt. Ihr zur Seite stehen die beiden Deutschen

Weinprinzessinnen Luise Böhme aus dem Anbaugebiet Saale-Unstrut und Juliane Schäfer aus Rheinhessen. Erstmals konnten die Zuschauerinnen und Zuschauer die Wahl in einer Online-Abstimmung mitentscheiden. Sie hatten die Wahl aus den drei Kandidatinnen, die von der Jury in einer ersten Abstimmung vorausgewählt worden waren.



*Weinmajestäten-Trio:
Katrin Lang (Mitte) und die Deutschen
Weinprinzessinnen Luise Böhme (li.) und
Juliane Schäfer*

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 unter anderem die Deutsche Weinprinzessin Saskia Teucke 60 angehenden Diplomaten/innen im Seepavillon am Tegler See in Berlin im Rahmen einer Verkostung die 13 Anbauregionen mit ihren typischen Rebsorten vor.

*Die Deutsche Weinprinzessin Saskia Teucke
stellt die 13 Anbauregionen vor*



Maßnahmen für Fachleute aus Gastronomie und Handel

PARTNERSCHAFTEN IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL UND GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL WEITER AUSGEBAUT – ERSTMALIG PUSH-KAMPAGNE REALISIERT

Das DWI hat seine Aktivitäten im inländischen Handel 2022 weiter gestärkt und realisierte eine Vielzahl an Aktionen rund um Weine aus deutschen Anbauregionen. Neben der Zusammenarbeit mit den bisherigen Partnern wie z.B. Wasgau, tegut, Selgros C&C, WEZ, Dohle HIT oder Globus, konnten im vergangenen Jahr vor allem die Kooperationen mit dem selbstständigen Einzelhandel ausgebaut werden. Viele Promotionen wurden mit thematisch passenden Beilegern und Beiträgen in den jeweiligen Kundenmagazinen sowie durch Plakatwerbung, Instore-Radio und Social Media-Aktivitäten flankiert. Neben den gedruckten Medien wurden verschiedene digitale Projekte sowie – erstmalig – eine sogenannte Push-Kampagne umgesetzt. Hierfür wurden über 5.000 Nachrichten zur Themenwerbung auf die Mobiltelefone von Kunden versandt, die einen Verbraucher-Markt betreten, älter als 18 Jahre alt und an Weineinkäufen interessiert waren. Diese Verbraucher/innen wurden durch die sogenannte Geofencing-Technik mittels GPS-Daten ermittelt. Zusätzlich wurden über 280.000 Einblendungen auf die Bildschirme jener Verbraucher/innen versandt, die Apps aus dem Dienstleister-Netzwerk auf ihrem Mobiltelefon installiert oder bestimmte Webseiten (z.B. google.com oder wetter.com) besucht haben. Zusätzlich fanden Verkostungen am Point of Sale sowie Zweit-, Verbund- und Regalplatzierungen statt.



SOMMELIER-CUP GEHT IN NEUE RUNDE

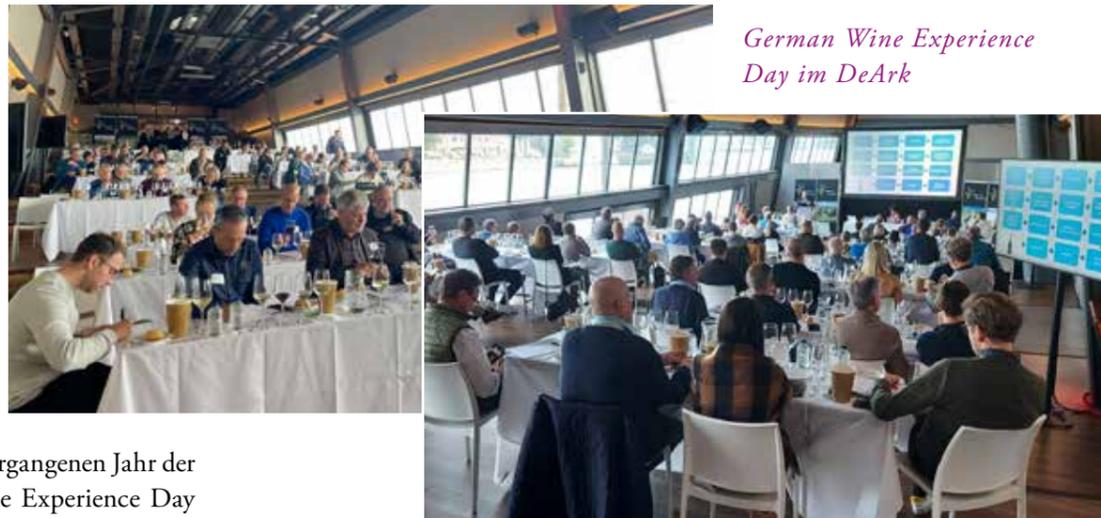
Rund 25 Weinfachleute und Nachwuchskräfte aus Gastronomie und Handel sind Ende November der Einladung zum DWI-Sommelier-Cup 2022 nach Mainz gefolgt, um ihr Fachwissen über Qualitäts- und Prädikatsweine aus deutschen Anbauregionen mit Berufskolleg/innen zu messen. Im Mittelpunkt des zweitägigen Wettbewerbs standen Fragen zu Weinanbau und -erzeugung in Deutschland ergänzt durch verdeckte Blindverkostungen, die Weinberatung von Kunden und Gästen, Weinservice, Lagerhaltung sowie Kalkulationsfragen. Eine Fachjury, bestehend aus Vertreter/innen der Sommelier-Union Deutschland, der Hotelfachschule Heidelberg, der Deutschen Wein- und Sommelierschule, der IHK Akademie München sowie der Weinfachpresse und Erzeuger/innen kürte mit Julien Alsoufi, Sommelier in der BASF Gastronomie GmbH in Ludwigshafen, den diesjährigen Sommelier-Cup-Gewinner, der sich über ein Preisgeld von 1.500 Euro und eine Teilnahme an der internationalen „Sommelier Summer Class“ des DWI freuen durfte. Den zweiten Rang erzielte Katharina Iglesias, Sommelière in der wineBANK Hamburg, gefolgt von Connor Münster, Sommelier und Verkaufsleiter im Weingut Wechsler in Westhofen.

*Sommelier-Cup-Sieger 2022:
Katharina Iglesias, Julien Alsoufi,
Connor Münster (v.l.n.r.)*



SEMINARE FÜR DIE GASTRONOMIE, HOTELLERIE, WEINWIRTSCHAFT UND DEN HANDEL

Trotz der Corona-Beschränkungen und Herausforderungen des Jahres nutzten bis Mitte November über 2.000 Teilnehmer/innen die Möglichkeit, sich in den DWI-Seminaren fortzubilden. Mit über 120 Seminaren war der „Anerkannte Berater für Deutschen Wein“ am stärksten gefragt. Dieser Kurs wurde auch sehr erfolgreich in vielen Berufsschulen durchgeführt. Ergänzt wurden die Fortbildungen noch von den Sensorik-Seminaren I-III, die viele Partner auch in Kombination gebucht haben. Aufgrund der starken Nachfrage wurden in diesem Jahr zudem wieder Seminare zur Verkaufsförderung und zur Unterstützung im Social Media-Bereich sowie zum Video-Marketing angeboten.



*German Wine Experience
Day im DeArk*

BELGIEN

In Belgien fand im vergangenen Jahr der zweite German Wine Experience Day für rund 80 Händler, Sommeliers und Medienschaffende im Restaurant „De Ark“ im belgischen Nieuwpoort statt. Ihnen zeigte das DWI in Vorträgen und Verkostungen den Facettenreichtum deutscher Weine auf und machte sie interaktiv erlebbar.

CHINA

HONG KONG

TAI WAN

Obwohl das Jahr 2022 in China immer noch von der Pandemie gezeichnet war, konnte das DWI dort einige Aktionen und Veranstaltungen erfolgreich realisieren. So wurden im Februar in Zusammenarbeit mit der China Sommelier Association neue Schulungsvideos erstellt und der Riesling Birthday am 13. März an 27 Events in 12 Städten mit über 700 Verbraucher/innen gefeiert. 140 Weinpräsentationen wurden an Key Opinion Leader geschickt, die zahlreiche Beiträge in sozialen Netzwerken im Wert von über 1,7 Mio. RMB erzeugten. Im April und Mai wurden während eines erneuten Lockdowns in Shanghai und Shenzhen an fünf Tagen Online-Verkostungen durchgeführt, an denen mehr als 31.000 Weingenießer teilnahmen. Vom 23. - 26. Juni fand in Zusammenarbeit mit der AHK in Chengdu ein deutsches Weinfestival statt, bei dem sieben Importeure 60 deutsche Weine an rund 50.000 Festivalbesucher/innen ausschenkten. Außerdem konnte der Top50 Weinwettbewerb in Zusammenarbeit mit der Interwine durchgeführt werden, bei dem sich 47 Importeure mit 203 Weinen beteiligten. 33 Mal wurden deutsche Weine mit Gold prämiert.

Nach zahlreichen Verschiebungen konnte letztlich Mitte August doch noch die Riesling & Co. Roadshow in Guangzhou, Changsha und Shanghai durchgeführt werden, wo 31 Importeure den insgesamt mehr als 1.200 Fachgästen ihr Sortiment an deutschen Weinen präsentierten. Der „Summer of Riesling“ im Juli und August bot im vergangenen Jahr diverse Restaurantaktionen, Online & Offline Retailer Promotions sowie Summer of Riesling Consumer Parties. Mit 45 Online- und 49 Offlinehändlern sowie 165 Restaurants in 32 Städten war die Beteiligung trotz der teilweisen Schließung von Restaurants sehr gut. Zudem besuchten 1.250 Konsument/innen die 22 angebotenen Verkostungen in 12 Städten. Wines of Germany China unterstützte die Aktionspartner durch eine massive Kommunikationsarbeit und mit attraktiven Promotionsmaterialien.

Für die wichtige Zielgruppe der Sommeliers organisierte das DWI im Oktober 2022 in China ein Verkostungstraining, an dem über 140 Multiplikatoren teilnahmen. Zudem bot das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft den Importeuren deutscher Weine wieder die Möglichkeit, sich an der ProWine Shanghai und der Interwine Shenzhen Ende des Jahres zu beteiligen, was von über 16 Importeuren genutzt wurde.

In Hongkong wurde anlässlich der Riesling Weeks vom 3. - 26. Juni ein Pop-up-Store unter dem Namen „Vinothek Berlin“ eröffnet. Dort konnte man 102 verschiedene deutsche Weine von zwölf Importeuren kaufen. Darüber hinaus nahmen trotz der Corona Einschränkungen 18 Restaurants und elf Händler an den DWI-Promotions-Wochen teil.

In Taiwan organisierte die AHK in Taipeh zwei Seminare im Rahmen der Wine & Gourmet Messe Ende September sowie einen Riesling Day mit vier Importeuren für Fachgäste und Endverbraucher/innen am 21. Oktober.



*Riesling Weeks
Hongkong –
Vinothek Berlin*



Nach zahlreichen Verschiebungen konnte letztlich Mitte August doch noch die Riesling & Co. Roadshow in Guangzhou, Changsha und Shanghai durchgeführt werden, wo 31 Importeure den insgesamt mehr als 1.200 Fachgästen ihr Sortiment an deutschen Weinen präsentierten. Der „Summer of Riesling“ im Juli und August bot im vergangenen Jahr diverse Restaurantaktionen, Online & Offline Retailer Promotions sowie Summer of Riesling Consumer Parties. Mit 45 Online- und 49 Offlinehändlern sowie 165 Restaurants in 32 Städten war die Beteiligung trotz der teilweisen Schließung von Restaurants sehr gut. Zudem besuchten 1.250 Konsument/innen die 22 angebotenen Verkostungen in 12 Städten. Wines of Germany China unterstützte die Aktionspartner durch eine massive Kommunikationsarbeit und mit attraktiven Promotionsmaterialien.

Für die wichtige Zielgruppe der Sommeliers organisierte das DWI im Oktober 2022 in China ein Verkostungstraining, an dem über 140 Multiplikatoren teilnahmen. Zudem bot das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft den Importeuren deutscher Weine wieder die Möglichkeit, sich an der ProWine Shanghai und der Interwine Shenzhen Ende des Jahres zu beteiligen, was von über 16 Importeuren genutzt wurde.

In Hongkong wurde anlässlich der Riesling Weeks vom 3. - 26. Juni ein Pop-up-Store unter dem Namen „Vinothek Berlin“ eröffnet. Dort konnte man 102 verschiedene deutsche Weine von zwölf Importeuren kaufen. Darüber hinaus nahmen trotz der Corona Einschränkungen 18 Restaurants und elf Händler an den DWI-Promotions-Wochen teil.

In Taiwan organisierte die AHK in Taipeh zwei Seminare im Rahmen der Wine & Gourmet Messe Ende September sowie einen Riesling Day mit vier Importeuren für Fachgäste und Endverbraucher/innen am 21. Oktober.



*Beim Top50 Weinwettbewerb
wurden 33 Mal deutsche Weine
mit Gold prämiert*

DÄNE
MARK

Ende April kamen über 800 Weininteressierte nach Aarhus zu der vom DWI organisierten Veranstaltung „Weinmarket goes German“, wo 350 Weine aus 12 Anbaugebieten zur Verkostung bereitstanden. Die Riesling & Co Veranstaltung mit 15 Betrieben aus sechs Anbaugebieten am 30. Mai in Kopenhagen nutzen 60 dänische Fachleute um über 100 Weine zu probieren und Kontakte zu knüpfen. Die beliebte Riesling Week konnte im vergangenen Jahr wieder mit Präsenzveranstaltungen in über 70 teilnehmenden Restaurants und Weinbars durchgeführt werden.

FINN
LAND

Zusätzlich zu der Tischpräsentation Riesling, Spätburgunder & Co, sowie den Riesling Weeks im Mai und der Pinot Noir Week im Oktober fand im September zum ersten Mal eine Präsentation unter dem Motto „The Other Grapes of Germany“ statt, bei der Rebsorten im Fokus standen, die auf dem finnischen Markt noch nicht so bekannt sind.

Die Turku Wine & Food Messe wurde Anfang Oktober erneut zusammen mit der Buchmesse organisiert. Von den über 13.000 Messebesucher/innen nutzen viele die Gelegenheit, das breite Angebot von deutschen Weinen am Wines of Germany-Stand zu probieren.

Ende letzten Jahres organisierte das DWI noch für Mitglieder der Generation Riesling einen Talk mit anschließender Präsentation für 60 Fachbesucher in Helsinki.

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 dem Premiumweinhändler Berry Bros. & Rudd zusammen. Ein Schwerpunkt lag dabei auf der Onlinewerbung und auf Instore-Verkostungen. Es wurden zudem Anzeigen im Waitrose Magazin geschaltet sowie in Newslettern über die Vorzüge deutscher Weine informiert.

Im gesamten Monat Juli wurde zum wiederholten Male die 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 Follower dazu aufforderten, deutschen Riesling zu probieren und gleichzeitig Händler empfahlen, bei denen die Interessenten die Weine kaufen können.

Am 22. Juni 2022 führte das DWI zwei Masterclasses und eine Panel Diskussionen unter dem Titel Big G Trade Sessions in London durch. Hierbei wurden den britischen Weinfachleuten aktuelle Trends aus dem Weinland Deutschland vorgestellt und über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten deutscher Weine in der Gastronomie informiert.

Big G Trade Sessions, London

JAPAN

Die Aktivitäten in Japan standen 2022 ganz im Zeichen der Kampagne „Meet Germany“. In diesem Rahmen bot das DWI japanischen Sommeliers, Fachleuten und Konsument/innen unter anderem während eines virtuellen Deutschland-Besuchs eine informationsgeladene Live-Verkostung im Web. Über 500 Zoom-Gäste nahmen an dem Event im Juni teil. Die beiden renommierten Sommeliers Marc Almert und Watura Iwata (Hotel „The Thousand“, Kyoto) sowie die japanische Kellermeisterin Chi Sakata des Pfälzer Weingutes Bernhard Koch führten durch das Programm. Zu weiteren Programmbestandteilen zählte eine Medienkooperation mit dem Wine Kingdom Magazin inklusive der Veröffentlichung „Best of German Wine“ sowie spezielle Social-Media-Kampagnen mit Sekt. Zudem gab es ein umfassendes Schulungsprogramm und eine Weinreise nach Deutschland für die Ambassadors of German Wine. An den German Wine Weeks im Juli nahmen 110 Restaurants teil und zum Jahresausklang unterstützte das DWI eine Online-Promotion für deutsche Weine bei Rakuten, einem großen Online-Kaufhaus.

KANADA

Für Weinfachleute in Ontario veranstaltete das DWI am 28. Juni 2022 ein Masterclass-Lunch, bei dem die kanadischen Mastersommeliers Jennifer Huether und John Szabo den ca. 100 geladenen Gästen acht deutsche Weine präsentierten und diese mit verschiedenen veganen und nicht veganen Gerichten kombinierten. Vorab präsentierten kanadische Agenten den Weinfachleuten in einer offenen Verkostung ihr Portfolio an Weinen aus den deutschen Anbaugebieten.

Darüber hinaus führte Wines of Germany Kanada in den Sommermonaten eine Promotion mit dem Alkoholmonopol LCBO in Ontario durch. Verschiedene Onlineaktionen wurden durch die Bewerbung deutscher Weine auf Sonderverkaufsflächen in 25 Liquor Stores begleitet. Zudem konnten Weinfreund/innen auf der Webseite des LCBO ausführliche Informationen über Weine aus den deutschen Anbaugebieten finden.



Trade Day Toronto – Masterclass Lunch



NIEDERLANDE



Das Austauschprogramm „Generation Riesling Buddy“ bietet niederländischen Sommeliers den direkten Kontakt zu Deutschlands aufstrebenden jungen Winzerinnen und Winzern. Die Kontaktbörse beruht auf einer Initiative des DWI und der niederländischen Gilde der Sommeliers (NGS). Dabei helfen die niederländischen Sommeliers den Betrieben, im niederländischen Weinmarkt Fuß zu fassen, indem sie Importeure suchen, Wine Maker Dinner organisieren und vieles mehr, wie etwa eine eigene Präsentation in Amsterdam im vergangenen Jahr. Insgesamt läuft das Programm so erfolgreich, dass es zukünftig auf andere europäische Länder ausgedehnt werden soll.

Im letzten Jahr waren deutsche Weine wieder auf zahlreichen großen niederländischen Endverbraucher messen sowie auf Musikfestivals und dem Food-Festival Haarlem Culinair präsent. Auch die beliebte und größte Tischpräsentation Riesling, Pinot & Co im Eisenbahnmuseum in Utrecht stieß auf große und positive Resonanz. Darüber hinaus wurden Presse- und Sommelier-Reisen in die deutschen Weinregionen angeboten. Eine exklusive Reise gab es außerdem noch für die Weinfachberater der niederländischen Gastronomiegroßhandelskette Hanos.

Tischpräsentation Riesling, Pinot & Co im Eisenbahnmuseum in Utrecht

POLEN



Rekordbesucherzahlen auf den Riesling Weeks in Polen

Das DWI hat im Mai 2022 polnische Weinblogger zu einer Informationsreise durch das fränkische Weinland eingeladen, was zahlreiche Posts über ihre Erfahrungen mit Silvaner & Co generierte.

Die diesjährigen polnischen Riesling Weeks im Juni erreichten mit 270 beteiligten Fachgeschäften und 230 Restaurants einen neuen Rekord. Aufgrund dieser großen Resonanz wurde die Aktion spontan auf sieben Wochen verlängert.

Ein weiteres Highlight auf dem polnischen Markt war die Kooperation mit dem Gastronomiekongress „Made for Restaurants“ in Sopot, auf dem das DWI den über 400 anwesenden und zugeschalteten Branchenvertreter/innen die erstklassigen Kombinationsmöglichkeiten von deutschen Weinen und Speisen in Vorträgen und Verkostungen näherbringen konnte.

NORWEGEN

Im April 2022 sind über 70 Fachbesucher/innen der DWI-Einladung zur Riesling & Co Veranstaltung in Oslo gefolgt, wo 15 Weinerzeuger/innen sich und ihre Weine präsentierten. Beim anschließenden Abendprogramm nutzen fast 100 Endkonsument/innen die Gelegenheit 20 verschiedene Weine zu probieren und sich mit den Produzenten auszutauschen.

Im August konnte ein über 200-köpfiges Fachpublikum die beliebten „Crab a Riesling“-Events in Oslo & Bergen in Präsenz besuchen. Im September folgte in Oslo die Fachveranstaltung „SchWein“, auf der deutsche Rieslinge und Spätburgunder mit den in Norwegen beliebten Schweinefleischgerichten kombiniert wurden. Bei dem Gastro-Event „Perfect Match/Couple“ lag der Fokus ebenfalls auf der Kombination der beiden deutschen Vorzeigerbsorten mit Speisen.

SCHWEDEN

Wines of Germany Sweden war in diesem Jahr mit einer Vielzahl von Aktionen im Markt aktiv. Im ersten Quartal konnten Importeure eine Auswahl von 50 Rotweinen bei einem Pop-up Tasting probieren, was dazu führte, dass zehn Weingüter neue Partner im Markt fanden. Des Weiteren gab es eine Master Class zum Thema „Organic & natural wines“, die von der Sommelière & Wine Educator Susanne Berglund Krantz und Nico Espenschied vom Weingut Espenhof geführt wurde.

Im April fand eine Riesling & Vänner Tischpräsentation statt, die von den teilnehmenden 19 Produzenten sowie von den über 130 Fachbesucher/innen als sehr gut bewertet wurde. Zwei Masterclasses, geleitet von Anne Krebiehl, waren ausgebucht. Zwischen Mai und Juni wurden in 67 Restaurants in Schweden die Riesling Wochen durchgeführt. Alle Restaurants gaben an, dass die Aktionen von den Gästen gut angenommen wurden und dass sie 2023 eine erneute Teilnahme planen.

Im zweiten Halbjahr kooperierte das DWI mit der schwedischen Sommelier Association und präsentierte den Weinfachleuten unter dem Motto „Germany unexpected“ Spätburgunder von der Mosel und Riesling aus Württemberg. Im November hatte Wines of Germany einen Stand auf der Stockholm Food Fair und eine Masterclass zum Thema Rotwein. Alf Tumble konnte hier 115 Interessierten über die Vielfalt deutscher Rotweine berichten.

SCHWEIZ

Am 31. Januar freuten sich knapp 300 Schweizer Weinfachleute, bei der Degustation „Riesling, Pinot Noir & Co.“ im Kongresshaus Zürich wieder live 130 Weine von über 30 deutschen Erzeuger/innen verkosten zu können. Das Seminar „Burgunder & Friends“ vor der Verkostung war restlos ausgebucht. Darin zeigte die Master of Wine Romana Echensperger den 50 Teilnehmenden, dass Deutschland mehr zu bieten hat, als den bekannten und begehrten Riesling. Mit einer Verkostung von zwölf Weinen – von Silvaner über Scheurebe, Weißburgunder und Chardonnay sowie Spätburgunder und Lemberger – gelang dies mehr als überzeugend.

Auf dem Züricher Streetfood-Festival für Endverbraucher/innen wurde der Verkostungsstand mit Weinen der Generation Riesling sehr gut angenommen. Fragen des überwiegend jungen Publikums zu den Weinen aus vier verschiedenen Anbaugebieten beantwortete kompetent die Deutsche Weinprinzessin Linda Trarbach.



Streetfood-Festival in Zürich mit der Deutschen Weinprinzessin Linda Trarbach

TSCHE
CHIEN

Die Riesling, Pinot & Co Präsentation mit 25 Ausstellern in den ehrwürdigen Räumlichkeiten der Deutschen Botschaft in Prag war für das tschechische Weinfachpublikum ein Highlight des vergangenen Jahres. Abgerundet wurde die gut besuchte Veranstaltung mit einer Einführung in den tschechischen Markt durch Wirtschaftsattachée Anne Glumm und mit Markteinsichten des tschechischen Winzers und Rebzüchters Miloš Michlovský.

Für tschechische Importeure richtete das DWI ein Seminar zum Thema Pinot Paradise aus, um auch auf diesem aufstrebenden Markt Alternativen zum 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

Tischpräsentation Riesling, Pinot & Co in der Deutschen Botschaft in Prag

USA

In den Vereinigten Staaten führte das DWI 2022 die im Vorjahr gestartete Marketingkampagne „Prost Every Moment“ fort. Diese digitale Multi-Channel-Kampagne mit Videos, Fotos, Infos und Quizangeboten zielte darauf ab, die kleinen Momente des Lebens mit deutschen Weinen zu zelebrieren.

Um die Präsenz von deutschen Weinen im US-Markt zu intensivieren, nahm das DWI letztes Jahr erstmals an einer der beliebtesten und am besten besuchten kulinarischen Veranstaltungen des Landes, der „New Orleans Wine and Food Experience“ teil. Der DWI-Stand war während des gesamten Festivals eine äußerst beliebte Anlaufstelle für die Gäste, denn die leichten und frischen Weiß- und Roséweine sowie die fruchtigen Roten passten hervorragend zu der regionalen Küche und den sommerlichen Temperaturen. Viele Interessierte machten hier neue Weinentdeckungen und waren insbesondere von den trockenen Qualitäten sehr positiv überrascht.

Im August und September hat das DWI mit der gemeinnützigen Organisation für Weinfachleute GuildSomm eine Webinar-Reihe mit Master Sommelier Chris Tanghe veranstaltet. Besonders spannend waren für die über 160 Teilnehmenden die Themen „Germany Beyond Riesling“ und das deutsche Weinrecht.

Die Besonderheiten Deutscher Sekte präsentierte das DWI zahlreichen Medienvertreter/innen im Rahmen eines Presselunches sowie auf einer anschließenden Verkostung für Sommeliers in New York City.

INTERNATIONALE KOOPERATION MIT DER
DEUTSCHEN ZENTRALE FÜR TOURISMUS

Die erfolgreiche Kooperation zwischen dem DWI und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) auf den Auslandsmärkten wurde 2022 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 Multiplikatoren 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.

DZT-Medienevent in Tokyo im Rahmen der German.Local.Culture Kampagne



Generation Riesling

Erfolgreiche dritte Runde der Generation Riesling Weinbude online



GENERATION RIESLING WEINBUDE ONLINE

Die Generation Riesling Weinbude online ging am 14. und 15. März mit 300 Teilnehmenden aus der Weinfachwelt erfolgreich in die dritte Runde. Neue Gastgeberin im digitalen Wohnzimmer war die Münchner Sommelière Conny Ganß, die in jeder der sechs professionell produzierten Livestreams im Talk mit drei Generation Riesling-Mitgliedern zwei Weine pro Betrieb präsentierte, davon jeweils einer zu einem spannenden Fokusthema. Die vorgestellten Weine wurden den Fachleuten aus Handel, Gastronomie und den Medien vorab zum Verkosten zugeschickt. Alle Weinbuden-Livestreams stehen als Videos im Youtube-Kanal des Deutschen Weininstituts auf der Playlist der Generation Riesling bereit.

GENERATION RIESLING LAZY WINE SUNDAY IN BERLIN

Endlich wieder live und in Präsenz fand am 3. April der Generation Riesling Lazy Wine Sunday im Von Greifswald im Berliner Bezirk Prenzlauer Berg statt. 18 Generation Riesling-Mitglieder aus sechs deutschen Weinanbaugebieten freuten sich über das große Interesse der Berliner Wein-fachwelt. Im Warm-Up vor Beginn der eigentlichen Veranstaltung stellte die Sommelière Nancy Großmann von der Weinbar Rutz eine Auswahl an Weiß-burgunder-Weinen vor. Im Talk & Taste „Traum in weiß – Pinot ist nice!“ interviewte sie ausgewählte Generation Riesling-Mitglieder zu diesem Trendthema.



Generation Riesling-Mitglieder beim Lazy Wine Sunday in Berlin

GENERATION RIESLING BEI DER PROWEIN IN DÜSSELDORF

Die Generation Riesling präsentierte sich bereits zum siebten Mal mit eigenem Stand auf der ProWein 2022. Sechs Mitglieder aus fünf deutschen Anbaugebieten stellten ihre Weine dem internationalen Wein-fachpublikum vor. „Love the wine you're with“ hieß es einmal täglich, wenn die jungen Winzerinnen und Winzer zur Verkostung an den DWI-Stand ein-luden.



Generation Riesling zum 7. Mal auf der ProWein

JUNGE WINZERGEBUNG BEIM EAT PLAY LOVE FESTIVAL IN KÖLN

Vom 4. - 14. August war die Generation Riesling zum zweiten Mal beim „Eat Play Love Festival“ am Fühlinger See in Köln mit einem eigenen Weinstand vertreten. Das Festival verbindet Wassersport, Streetfood und Musik. Der Auftritt der Jungwinzerorganisation war ein voller Erfolg, wie die begeisterte Resonanz des Publikums auf die tolle Auswahl der modernen Weine zeigte.



Generation Riesling bei Eat Play Love in Köln

GENERATION RIESLING-PRÄSENTATION IN HAMBURG

10-jähriges Jubiläum feierte am 29. August die Präsentation „Generation Riesling in Hamburg“ mit zahlreichen Gästen aus Handel, Gastronomie und von den Medien im Ehemaligen Haupt-zollamt Hafen Hamburg. 20 Generation Riesling-Mitglieder aus acht deutschen Weinanbaugebieten freuten sich über den Ansturm aus der Hamburger Wein-fachwelt. Die Hälfte der ausstellenden GR-Mitglieder war zum ersten Mal in Hamburg dabei. Im lockeren Talk & Taste zum Thema „Everything happens for a Riesling“ interviewte Sommelière Stephanie Döring ausgewählte Generation Riesling-Mitglieder zu diesem spannenden Thema.



Generation Riesling-Mitglieder im regen Austausch mit der Wein-fachwelt in Hamburg

FORUM GENERATION RIESLING IN WÜRTTEMBERG

Zum 12. Forum Generation Riesling, der Jahresversammlung für die Mitglieder, lud das DWI am 10. November ins Weingut Albrecht-Kiessling in Heilbronn ein. Neben einem Rückblick auf die GR-Aktivitäten des vergangenen Jahres und einem Ausblick auf das kommende Jahr gab es Vorträge und Diskussionen zu aktuellen Themen sowie eine Gesprächsrunde zu „Weinfachhandel & Co.“ Nach zwei Jahren coronabedingter Pause bot das Forum Generation Riesling nun wieder die Möglichkeit zum regen Austausch und Brainstorming zwischen den GR-Mitgliedern und dem DWI.

GENERATION RIESLING & SOCIAL MEDIA

Die Social-Media-Aktivitäten der Generation Riesling wurden 2022 weiter ausgeweitet. Der Fokus lag hier insbesondere auf der Plattform Instagram, wo beispielsweise regelmäßig sogenannte Takeover stattfanden, bei denen ein GR-Mitglied für einen Tag den Instagram-Account der Generation Riesling übernimmt und den mittlerweile rund 12.000 Followern Einblicke in den Arbeitsalltag eines Winzers oder einer Winzerin gibt. Um die Reichweite des GR-Kanals weiter zu erhöhen und neue Zielgruppen aus weinfremden Kreisen zu erschließen, wurde 2022 verstärkt mit Influencer/innen kooperiert.

Aus der Arbeit der Deutschen Weinakademie (DWA)



NEUER JAHRESBERICHT DES DWA-BEIRATS

Die Beratung durch unabhängige ehrenamtlich tätige Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ist die existenzielle Grundlage für die DWA-Arbeit. Nur so werden evidenzbasierte Bewertungen objektiv wahrgenommen. Diese Beratung gewährleistet der Wissenschaftliche Beirat der DWA, der sich im Juli zu seiner jährlichen Sitzung in München traf. Als Zeichen für das transparente, objektive und hochwissenschaftliche Arbeiten gibt der Beirat ab sofort einen Jahresbericht über seine Tätigkeiten heraus. Der erste Bericht ist im August erschienen und auf der DWA-Website abrufbar

INTERNISTENKONGRESS

Dr. Claudia Hammer (DWA) mit Referenten, v.l.n.r.: Prof. Dr. K. Rett, Prof. Dr. G. Klose, Prof. Dr. M. Flesch



Für alle, die sich mit dem Thema Wein und Gesundheit befassen, ist es essentiell, biologische Wirkungen zu verstehen und richtig einzuordnen. Diese Zusammenhänge müssen auch jenseits der Weinwelt immer wieder ohne Berührungsängste mit Gesundheitsspezialisten diskutiert werden. Im vergangenen Jahr geschah dies im Rahmen eines Hybrid-Seminars der DWA auf dem Kongress der Deutschen Gesellschaft für Innere Medizin mit rund 100 interessierten Ärztinnen und Ärzten. Unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Markus Flesch wurden die Effekte des Alkoholenusses auf den Fettstoffwechsel und auf Diabetes beleuchtet.

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 rund um die Welt gesammelt und ausgewertet werden. Vom WIC werden regelmäßig Informationsveranstaltungen durchgeführt, die 2022 noch online stattfanden. Zu den behandelten Themenkomplexen zählten Wein und Diabetes sowie Wein und Krebs.



DWA AUF DEM OIV-KONGRESS IN MEXIKO

Auf dem 43. Weltkongress der OIV in Ensenada, Mexiko, stellte DWA-Mitarbeiterin Ursula Fradera eine detaillierte Analyse der wissenschaftlichen Evidenz zum Thema „Moderate Wine Consumption and Cancer Risk in Context“ vor. Sie bestätigte die Erkenntnisse, dass das Krebsrisiko durch Wein und andere alkoholische Getränke immer differenziert betrachtet werden muss, weil die Art des alkoholischen Getränks sowie die Trinkmuster eine entscheidende Rolle spielen, was es sachlich zu kommunizieren gilt.

Ursula Fradera, DWA, auf dem OIV Kongress in Ensenada, Mexiko

EUROPÄISCHER KREBSPLAN

Die wissenschaftliche Expertise im DWA-Beirat und im Wine Information Council brauchte die Weinwirtschaft bei der Einschätzung des 2022 verabschiedeten „Europäischen Plans zur Krebsbekämpfung“ des EU-Parlaments. Zu den EU-Vorschlägen, wie man dem Alkoholmissbrauch entgegenzutreten kann, zählen neben der Kennzeichnung von Inhaltsstoffen und Nährstoffgehalt auch Gesundheitswarnungen, wie „Alkohol verursacht Krebs“ auf Etiketten aller alkoholischen Getränke. In diesem Kontext ist es besonders wichtig, die Präventionskampagne Wine in Moderation (WiM) stetig auszubauen, in dem sich die Weinwirtschaft proaktiv gegen Alkoholmissbrauch und für den verantwortungsvollen Weinkonsum stark macht.

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 über 900 Mitglieder verstanden, dass WiM keine Maßregelung zum Verzicht ist, sondern eine Investition in die Zukunft. Die gesamte Branche, jede/r einzelne Erzeuger/in 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. Antragsformulare gibt es online unter deutscheweinakademie.de.

BEST PRACTICE BEISPIELE DER WiM-UMSETZUNG

Die DWA hat 2022 regelmäßig Best Practice-Beispiele von WiM-Mitgliedern kommuniziert, die erfolgreich die WiM-Kampagne in ihren Weingütern, Kellereien oder Genossenschaften umgesetzt haben. Zur Unterstützung gab es für die Betriebe hilfreiche Materialien und Anleitungen, wie WiM im weinwirtschaftlichen Alltag leicht umzusetzen ist. Rollups und WiM-Fahnen gehören ebenso dazu wie Tipps zum verantwortungsvollen Weinkonsum und Einmal-Alkoholtester. Auch das bereit gestellte WiM-Logo auf allen werblichen Materialien und Websites der WiM-Mitglieder einzubinden, ist eine gute Möglichkeit, das Programm zu unterstützen. Denn Ziel der Initiative ist auch, nach außen deutlich zu machen, dass möglichst viele Unternehmen aus der Weinwirtschaft hinter dem Präventionsprogramm stehen.



*Best Practise-Beispiele
WiM-Umsetzung*

DWA AUF DEN AGRARTAGEN UND AUF DER PROWEIN



*DWA auf den Agrartagen in Mainz (o.)
und auf der Prowein*

Sowohl auf den Agrartagen in Mainz Ende April als auch auf der ProWein in Düsseldorf war die DWA mit einem Wine in Moderation-Stand vertreten, um weitere Produzenten zu dem Thema zu sensibilisieren. Auf der ProWein stellte sie zudem teilweise alkoholreduzierte Weine vor, die immer mehr Zuspruch bei den Verbraucher/innen finden.



PODCAST ZU REGELN FÜR DIE WEINWERBUNG

Katja Heintschel von Heinegg



Die Verhaltensregeln des Deutschen Werberates wurden im Zuge der WiM-Initiative als Europäische Regeln für die Weinwerbung adaptiert. Diese binden die gesetzlichen und selbstregulativen Bestimmungen ein, die es bei der Werbung mit und für Wein zu beachten gilt. Die DWA interviewte in einem Podcast die Geschäftsführerin des Zentralverbands der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) und des deutschen Werberates, Katja Heintschel von Heinegg, zu rechtlichen Fragen rund um das Thema Weinwerbung. Er ist in der Podcastsammlung des Deutschen Weininstituts auf deutscheweine.de abrufbar. In einem weiteren Podcast erläutert dort Frau Dr. Hammer außerdem die Hintergründe zur WiM-Initiative.

DWA AUF DEM FORUM KULTUR & WEIN

Das Thema Alkoholpolitik stand auch auf der Tagesordnung des DWI-Forums Kultur und Wein, dem bundesweiten Treffen der Weingästeführer/innen, das in diesem Jahr in Iphofen stattfand. Dr. Claudia Hammer betonte in ihrem Beitrag, dass die drohenden Restriktionen wie Werbeverbote und gesundheitliche Warnhinweise das Kulturgut Wein konterkarieren.

DON'T-DRINK-AND-DRIVE-AUFTAKTVERANSTALTUNG IN SCHWERIN

Reinhard Meyer, Minister für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit des Landes Mecklenburg-Vorpommern übernahm die 2022 Schirmherrschaft der landesweiten Don't-Drink-and-Drive-Veranstaltungen (DDAD). Der Auftakt fand am Regionalen Beruflichen Bildungszentrum der Landeshauptstadt Schwerin im September statt, wo DWA-Leiterin



Dr. Claudia Hammer stellvertretend für die Weinwirtschaft das Statement im Namen der Interessensvertretungen der gesamten Alkoholbranche übernahm. Don't-Drink-and-Drive ist eine Jahrzehnte alte gemeinsame Kampagne der gesamten Alkoholwirtschaft, die sich für den Alkoholverzicht junger Autofahrer einsetzt. Sie wird getragen vom Deutschen Brauer-Bund, den Privaten Brauereien, dem Bundesverband der Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V., dem Verband der Deutschen Sektkellereien und von der Deutschen Weinakademie.

*Dr. Claudia Hammer zwischen
Staatssekretärin Ines Jesse (re) und
Leiterin Petra Voss (li)*

Ausblick 2023

Das Gemeinschaftsmarketing steht 2023 genauso wie die gesamte deutsche Weinwirtschaft vor enormen Herausforderungen. Auf der Erzeugerseite sind dies noch immer gestörte Lieferketten verbunden mit Kostenexplosionen im Bereich der Betriebsmittel. Eigentlich notwendige

Preiserhöhungen lassen sich nur zum Teil umsetzen. Auf der Verbraucherseite führten ebenfalls hohe Preissteigerungen in den Bereichen Lebensmittel und Energie sowie die hohe Inflationsrate bereits 2022 zu einer deutlichen Kaufzurückhaltung bei Wein. Dies wird auch Auswirkungen auf die Strategie für das Gemeinschaftsmarketing für deutschen Wein 2019 bis 2023 haben. Eine Schwerpunktaufgabe der Gremien des DWF und DWI wird es daher sein, sich 2023 mit dem kommenden Strategiezeitraum auseinanderzusetzen und ggf. bereits jetzt Anpassungen vorzunehmen.

Bis dahin wird das DWI in diesem Jahr die erfolgreichen Konzepte und Maßnahmen fortführen und an aktuelle Entwicklungen in den einzelnen Märkten beziehungsweise bei den jeweiligen Zielgruppen anpassen. Aus budgetären Gründen konzentrieren sich die geplanten Maßnahmen und Veranstaltungen insbesondere in den Auslandsmärkten wieder stärker auf die Zielgruppe der Multiplikatoren aus Handel, Gastronomie und den Medien und weniger auf Endverbraucher/innen.

Im Inland sollen angesichts der oben genannten Kaufzurückhaltung der Verbraucher/innen bei Wein vor allem die Kooperationen mit dem Lebensmitteleinzelhandel inklusive dem Discount weiter intensiviert werden. Geplant ist, mit möglichst vielen unterschiedlichen Handelspartnern auch auf regionaler Ebene zu kooperieren, damit auch möglichst viele im LEH vertretene Weinerzeuger/innen von der Arbeit des Gemeinschaftsmarketings profitieren können. Im Ausland wird die Zusammenarbeit mit dem Handel insbesondere in den Ländern verstärkt, in denen große Handelspartner den Weinabsatz dominieren.

10. INTERNATIONALES SYMPOSIUM DES INSTITUTE OF MASTERS OF WINE (IMW)



Das 10. Internationale Symposium des Institute of Masters of Wine (IMW) wird vom 29. Juni bis 2. Juli 2023 stattfinden. Gastgeber der Veranstaltung sind das Deutsche Weininstitut (DWI), die Stadt Wiesbaden und das Land Hessen. Es werden rund 500 hochkarätige Weinfachleute aus der ganzen Welt erwartet. Das DWI wird die Organisation des Symposiums in enger Zusammenarbeit mit den 13 Weinbauregionen und dem Verband Deutscher Prädikatsweingüter (VDP) unterstützen.

Monika Reule, Geschäftsführerin des DWI: „Wir freuen uns sehr, die internationalen Gäste des IMW in Deutschland begrüßen zu dürfen. Die Veranstaltung gibt uns die einmalige Chance, viele wichtige internationale Multiplikatoren bei uns vor Ort von der Qualität und Vielfalt der deutschen Weine zu überzeugen. Die Gäste werden Deutschlands spektakuläre Terroirs und touristische Hotspots erleben und zudem die dynamische Entwicklung der deutschen Weinwirtschaft, die unser Land zu einem der fortschrittlichsten macht, aus erster Hand erfahren.“

Die 10 in Deutschland lebenden Masters of Wine (MW) haben die Bewerbung für die Veranstaltung 2023 unterstützt. Ein Kernteam von MWs unter der Leitung von Caro Maurer ist für die Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung zuständig.

DWI – IN EIGENER SACHE

Seit dem 1. Januar 2023 haben sich in der Abteilung Marketing des DWI die Zuständigkeiten für die Auslandsmärkte geändert:

Ulrike Bahm: Polen, Tschechien (sowie Vinexpo Paris), Durchwahl -259

Carola Keller: Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden, USA, Durchwahl -260

Manuela Liebchen: China, Japan, Durchwahl -261

Michael Schemmel: Großbritannien, Niederlande, Durchwahl -262

Moritz Volke: Schweiz, Schulung international, Durchwahl -258

E-Mail-Adressen:
Vorname.Nachname@deutscheweine.de.

Eine vollständige Übersicht aller DWI Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie deren Aufgaben finden Sie unter: www.deutscheweine.de/ueber-uns/team/

Kommunikation



ONLINE- UND SOCIAL-MEDIA-AKTIVITÄTEN

2023 wird die Webseite deutscheweine.de des DWI technisch und strukturell erneuert. In diesem Zusammenhang rückt die DWI-Datenbank noch stärker in das Zentrum der Online-Aktivitäten: Die hier eingepflegten Inhalte werden auf unterschiedlichen Portalen sowie in der App „Deutsche Weine“ ausgegeben. Die seit über einer Dekade kontinuierlich wachsende Gesamtreichweite wird hierdurch gestärkt.

Gemeinsam mit den Gebietsweinwerbungen setzt das DWI den Austausch zu Social-Media im Arbeitskreis fort. Hier sollen thematische Überschneidungen für die Zusammenarbeit genutzt werden, um die zahlreichen Kanäle enger miteinander zu verzahnen.

PRESSEARBEIT

Das DWI begleitet 2023 alle wichtigen Marketingmaßnahmen und Events kommunikativ mit entsprechenden Pressemeldungen, anlassbezogenen Pressegesprächen und Veranstaltungen für Medienvertreter/innen. Außerdem nehmen im kommenden Jahr Pressereisen und -seminare wieder einen wichtigen Platz in der Pressearbeit ein. In diesem Rahmen können sich Journalist/innen aus allen Medienbereichen vor Ort ein persönliches Bild von den aktuellen Entwicklungen in den Weinregionen und bei den Erzeuger/innen machen oder in Seminaren ihr Weinwissen vertiefen.

Für das kommende Jahr 2023 sind zwei Pressereisen und ein Presseseminar für deutsche Journalist/innen sowie zwei multinationale Informationsreisen mit Pressevertreter/innen aus verschiedenen Zielmärkten geplant. Diese werden in Abstimmung mit den zwölf Wines of Germany Agenturen zu den Themenreisen durch die deutschen Weinregionen eingeladen.

Das DWI ist zudem ganzjährig zentraler Ansprechpartner für verschiedenste Presseanfragen rund um den deutschen Wein. Registrierte Pressevertreter/innen erhalten Meldungen in deutscher und englischer Sprache. Internationale Medien werden darüber hinaus in enger Zusammenarbeit mit den Wines of Germany-Repräsentanzen betreut. Diese versorgen die Presse in den Auslandsmärkten durch Pressemitteilungen sowie im persönlichen Gespräch mit aktuellen Informationen über deutsche Weine und leiten spezielle Anfragen zur individuellen Beantwortung an das DWI weiter. Für den Aufsichtsrat des DWF erstellt die Pressestelle monatliche print- und online-basierte Pressespiegel aus dem In- und Ausland.

Plakatkampagne Weine mit Herkunft



WERBUNG, WERBEMITTEL UND INFORMATIONSMATERIAL

Im Inland soll in diesem Jahr die 2019 gestartete Werbekampagne fortgeführt werden, bei der die Herkunft der deutschen Weine als geschützte Ursprungsbezeichnungen in den Mittelpunkt gestellt wird. Für die Anbauggebiete besteht dabei weiterhin die Möglichkeit, sich mit eigenen gebietsspezifischen Motiven an der DWI-Kampagne zu beteiligen. Neben den klassischen Anzeigen sind auch Advertorials geplant, die sich an aktuellen DWI-Kommunikationsschwerpunkten orientieren werden. Vorgesehen sind außerdem eine Plakatkampagne zum Thema „Weine mit Herkunft“ sowie der Ausbau von Werbemaßnahmen im Online-Bereich.

Darüber hinaus sollen in diesem Jahr wieder verschiedene Maßnahmen wie die WeinTour-Messe oder die WeinEntdecker-Wochen gezielt beworben werden. Das kontinuierlich aktualisierte Werbe- und Informationsmaterial des DWI wird weiter ergänzt und im Werbemittelkatalog sowohl in gedruckter Fassung als auch online zusammengefasst.



Pressereise 2022 zu aktuellen Weintrends: PIWI-Rebsorte Sauvignac im Weinberg von Edgar Klohr in Mußbach



MARKTFORSCHUNG

Das DWI wird 2023 weiterhin Daten zu den Einkäufen privater Haushalte von Nielsen beziehen und vierteljährlich veröffentlichen. Die Zusammenarbeit mit dem internationalen Marktforschungsunternehmen Wine Intelligence/IWSR wird ebenfalls fortgeführt. Ausführliche Zusammenfassungen der erhobenen Marktanalysen aus den wichtigsten Exportmärkten für deutsche Weine stehen der Weinwirtschaft auf Anfrage kostenlos zur Verfügung.

Maßnahmen für Endverbraucherinnen und -verbraucher

WEINTOUR 2023 – DIE WEIN- UND TOURISMUS-MESSE

Um die Endverbraucheransprache zu verstärken, hat das DWI bereits im Jahr 2014 gemeinsam mit den Gebietsweinwerbungen mit der „WeinTour“ in Hamburg erstmals eine Wein- und Reisemesse ins Leben gerufen. Sie wird in diesem Jahr am 25./26. März in München stattfinden. Ziel der Veranstaltung war und ist es, insbesondere außerhalb der Anbauggebiete sowohl das Image und die Bekanntheit heimischer Weine zu fördern als auch die touristischen Vorzüge der Weinregionen vorzustellen. Zum anderen soll die Veranstaltung den teilnehmenden Ausstellern die Möglichkeit bieten, sich und ihre Produkte zu präsentieren, um neue Kunden zu finden und touristische Angebote zu vermarkten.

WEINWANDERWOCHELENDE INKLUSIVE 1. MAI

Der Termin für das alljährliche WeinWanderWochenende in den Anbaugebieten ist traditionell das letzte April-Wochenende. Weil in diesem Jahr der Maifeiertag auf den darauffolgenden Montag fällt, wird der 1. Mai noch in den Aktionszeitraum

mit einbezogen. Die „Royale Weinwanderung“ mit der Deutschen Weinkönigin Katrin Lang findet 2023 im Anbaugbiet Baden statt. Parallel dazu gibt es weitere „Königliche Weinwanderungen“ mit den Gebietsweinköniginnen in den Anbaugebieten unter Federführung der regionalen Weinwerbungen. Dabei sollen an ausgesuchten Wanderstrecken in den Anbaugebieten möglichst viele Aktionen zum Thema „Genusswandern“ angeboten werden.



Weinwandern in Franken

WAHL DER DEUTSCHEN WEINKÖNIGIN 2023

Die Wahl der 75. Deutschen Weinkönigin beginnt in diesem Jahr am 23. September mit der Vorentscheidung in Neustadt an der Weinstraße. Das Finale mit der Krönung der neuen Weinmajestäten folgt am Freitag, den 29. September im Neustadter Saalbau. Das Vorbereitungsseminar für die Bewerberinnen wird vom 8. - 10. August 2023 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 fünf Finalistinnen Juliane Schäfer (Rheinhessen), Katrin Lange (Baden), Sophia Hanke (Pfalz), Mariella Cramer (Ahr) und Luise Böhme (Saale-Unstrut) fiebern der Jury-Entscheidung entgegen. (v.r.n.l.)

WEINENTDECKER-WOCHEN

Seit 2012 führt das DWI im September die WeinEntdecker-Wochen (www.weinentdecker-werden.de) in der Gastronomie und im Handel durch. Dies ist auch für 2023 geplant. Bundesweit beteiligen sich jedes Jahr mehrere hundert Gastronomen und Händler, die ihrer Kundschaft kreative und attraktive Aktionen rund um deutsche Weine anbieten. In ca. zehn Großstädten findet darüber hinaus im Aktionszeitraum der „Tag des offenen Weines“ statt. Dabei haben Weininteressierte die Gelegenheit, bei mehreren Weinhändlern offene Weine zu verkosten.



Nationale & internationale Fach- und Endverbraucher messen

PROWEIN DÜSSELDORF

Das DWI wird vom 19. bis 21. März 2023 auf der weltgrößten Weinfachmesse ProWein in Düsseldorf seinen Stand in Halle 1 (C120) unter das Motto „German Classics – Die Klassiker der deutschen Weinanbaugebiete“ stellen. Dabei werden die Gebiete Vorschläge für die regionaltypischen Weine machen. Mit diesem Thema soll sowohl das Profil der 13 Anbaugebiete geschärft als auch die Weinvielfalt des Weinlands Deutschland präsentiert werden. Am zentralen Kommunikationstisch gibt es für das Fachpublikum wieder geführte Verkostungen zum Standmotto sowie zu diversen Trendthemen. Darüber hinaus wird der DWI-Stand wieder eine gefragte Anlaufstelle für Medienvertreter/innen und Fachleute aus aller Welt sein.



CHEF-SACHE DÜSSELDORF

Das DWI wird im Oktober 2023 erneut an der Gastronomie-Fachmesse Chef-Sache vor Ort sein, die sich in erster Linie an Köche und Köchinnen aus der gehobenen Gastronomie richtet. Durch die Ausweitung des Weinthemas auf der Veranstaltung ist der Anteil an F&B-Verantwortlichen und Sommeliers auf der Messe in den letzten Jahren stark gestiegen.

VORAUSSICHTLICHE DWI-BETEILIGUNGEN AN FACHMESSEN 2023

Messe	Zeitraum
Wine Professional Amsterdam	09. – 11.01.2023
Vinexpo Paris	13. – 15.02.2023
ProWein Düsseldorf	19. – 21.03.2023
China Food & Drinks, Chengdu	Ende März 2023
ProWein Hongkong	10. – 12.05.2023
Chef-Sache, Düsseldorf	Oktober 2023
ProWine China, Shanghai	November 2023
HKIWSF Hong Kong	November 2023

GEPLANTE BETEILIGUNGEN AN ENDVERBRAUCHERMESSEN 2023

Messe	Zeitraum
München, WeinTour	25. – 26.03.2023
Warschau, Eurogastro	18. – 30.03.2023
Zürich, Das ZELT Wyfäsch Zürich	22.04.2023
Haarlem Culinaire	03. – 06.08.2023

PRÄSENTATIONEN MIT WEINERZEUGERN UND WEINERZEUGERINNEN

Die Beliebtheit der internationalen Tischpräsentationen mit Erzeugerbetrieben und Importeuren ist beim Weinfachpublikum ungebrochen. Die zahlreichen Multiplikatoren aus Handel, Gastronomie und Medien schätzen an den DWI-Veranstaltungen vor allem die Möglichkeit, die Erzeugerinnen und Erzeuger und ihre Geschichten zu den regionaltypischen Weinen persönlich kennenzulernen. Neben den deutschen Klassikern Riesling, Silvaner oder den Burgundersorten umfasst das Angebot seit einigen Jahren auch Winzersekte und Roséweine. In Norwegen kennt man den deutschen Riesling bereits so gut, dass man sich seit einigen Jahren mit der Präsentation „The Other Grapes from Germany“ auf alle anderen Rebsorten außer Riesling konzentrieren kann. 2023 werden die Präsentationen in elf Metropolen rund um den Globus stattfinden.

INTERNATIONALE TISCHPRÄSENTATIONEN 2023

Stadt	Zeitraum
The Others, Oslo	Februar 2023
Riesling & Co Beijing	25.04.2023
Riesling & Co Nanjing	27.04.2023
Riesling, Pinot & Co, Tokyo	15.05.2023
Riesling, Pinot & Co, Prag	Mai 2023
Riesling & Co Wuhan	17.05.2023
Riesling & Co Shenzhen	19.05.2023
Riesling, Pinot & Co., Utrecht	26.06.2023
Kopenhagen	Termin offen
Stockholm	Termin offen
Prag	Termin offen



NATIONALE UND INTERNATIONALE AKTIONSWOCHEN IN GASTRONOMIE UND HANDEL

In Finnland startet dieses 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 Weinfreund/innen 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.

NATIONALE UND INTERNATIONALE AKTIONSWOCHEN IN GASTRONOMIE UND HANDEL

Land	Zeitraum	Titel
Norwegen	Ganzjährig	13, the lucky number
Finnland	Mai 2023	Riesling & Pinot Noir Weeks
Dänemark	Mai 2023	Riesling Weeks
Schweden	29.05. - 11.06.2023	Riesling Weeks
Polen	Juni/ Juli 2023	Riesling Weeks
Hongkong	Juni 2023	Riesling Weeks
Niederlande	Juni 2023	Riesling Weeks
Schweden	Juni 2023	Riesling Weeks
Schweiz	13. - 24.06.2023	Taste.Love.Riesling
Japan	April - Juli 2023	German Wine Weeks
China	Juni/ Juli 2023	Summer of Riesling
Großbritannien	Juli 2023	31 Days of German Riesling

Aktivitäten der Generation Riesling



Der Initiative „Generation Riesling“ haben sich mittlerweile über 530 junge Verantwortungsträger/innen der deutschen Weinwirtschaft aus allen 13 Anbaugebieten angeschlossen. Für sie soll es 2023 erneut eine ganze Reihe von Möglichkeiten geben, sich und ihre Weine vorzustellen.

So wird die Generation Riesling im März auf der ProWein mit einem eigenen Stand in Halle 1 (E121) vertreten sein, an dem sich zehn GR-Mitglieder aus acht deutschen Anbaugebieten präsentieren können. Und im September wird es wieder eine Tischpräsentation mit 20 GR-Mitgliedern für das Hamburger Fachpublikum aus Handel, Gastronomie und von den Medien geben.

Mit der „Weinbude on stage“ ist ein neues Veranstaltungskonzept in Planung, das drei 20-minütige Talks mit jeweils vier GR-Mitgliedern und Verkostungen zu verschiedenen Themen beinhaltet. Premiere mit 12 GR-Mitgliedern wird im Mai in einer Münchner Location sein.

Um junge, urbane Menschen an den Wein heranzuführen und neue Zielgruppen anzusprechen, wird die GR in diesem Jahr wieder auf Musikfestivals sowie anderen Events in deutschen Großstädten vertreten sein. Zudem soll zur Steigerung der Social-Media-Reichweite und Erschließung neuer Konsumentengruppen weiterhin mit Influencer/innen kooperiert werden.

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

2023 soll der DWI-Fachhandelspreis in Kooperation mit der Fachzeitschrift Wein+Markt erneut an Weinfachhandelsgeschäfte verliehen werden, die sich intensiv mit deutschen Weinen beschäftigen und durch ihr Agieren im Markt den Absatz von Qualitätsweinen aus unterschiedlichen deutschen Anbaugebieten besonders fördern. Die Siegerehrung erfolgt wieder im Rahmen des Weinfachhändlerlertages in Heilbronn.



*Verleihung des
Fachhandelspreises 2022
in Mainz*

VERMARKTUNGSKONZEPTE FÜR DEN LEBENSMITTELEINZEL- UND GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL

Die 2015 gestarteten Gespräche mit einzelnen Key Accounts werden 2023 mit bestehenden und neuen Handelspartnern fortgeführt bzw. weiter ausgebaut. Die erfolgreichen Aktivitäten, die zu konkreten Mehrumsätzen bei den teilnehmenden Handelunternehmen und Betrieben führen, sollen zukünftig noch intensiver mit begleitenden Maßnahmen, wie Plakat- und In-Store-Radio, Kundenmagazin-Anzeigen und Social-Media-Aktionen verzahnt werden. Die Zusammenarbeit mit selbstständigen Einzelhandelsunternehmen von Rewe und Edeka soll in 2023 weiter forciert werden. Darüber hinaus ist geplant, auch die Kooperationsprojekte mit den Online-Kanälen des LEH sowie digitale Projekte wie z.B. Push-Kampagnen auf den Mobiltelefonen der Verbraucher weiter auszubauen.

Nationale und internationale Fortbildungsveranstaltungen

DWI FOREN

Die Foren des DWI haben sich in den letzten Jahren zu festen Terminen für die Weinbranche entwickelt. Am 3. März 2023 wird das **DWI Forum Kultur & Wein** für Weingästeführer/innen aus allen Anbaugebieten bereits zum 14. Mal eine Plattform zum gegenseitigen Informationsaustausch und zur Weiterbildung bieten.



Das 2019 ins Leben gerufene **DWI Forum Markt & Wein** mit Vorträgen und Workshops zum Weinmarkt Deutschland wird am 27. April 2023 wieder in Kooperation mit dem Weincampus Neustadt durchgeführt.

Das **DWI Forum Export** findet in diesem Jahr am 14. Juni in Nackenheim und das **DWI Forum der Generation Riesling** am 9. November in Rheinhessen statt.

*DWI Forum Markt und
Wein 2022*

EXPORTBERATUNG

Der Bedarf an Beratung für die verschiedensten Exportthemen steigt ständig. Das DWI steht – ebenso wie die DWI-Vertretungen im Ausland – den exportinteressierten Betrieben auch 2023 für Einzelberatungsgespräche zur Verfügung. Darüber hinaus wird das gemeinsam mit der IHK Trier geführte Exportportal auf www.deutscheweine.de weiter aktualisiert, das alle exportrelevanten Daten, von Darstellungen der jeweiligen Marktsituation über wichtige Adressen bis hin zu aktuellen Fragen der Exportabwicklung enthält. Zudem eröffnet der Sprechtag im Rahmen des DWI-Forums Export am 14. Juni 2023 in Nackenheim die Möglichkeit, in direkten Gesprächen mit den Leitern der DWI-Auslandsbüros individuelle Exportangelegenheiten zu besprechen.

Außerdem plant das DWI seine einstündige Webinar-Reihe zur aktuellen Exportsituation in voraussichtlich vier bis sechs verschiedenen Auslandsmärkten fortzuführen. In den Tagen danach haben die teilnehmenden Betriebe ebenfalls die Möglichkeit, direkte Videocalls mit den DWI Auslandsbüros zu führen. Die Termine der Webinare werden im 14-tägigen DWI-Newsletter bekannt gegeben.

SEMINARE UND SCHULUNGEN NEU KONZIPIERT

Zum Jahreswechsel 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 wird das „Basisseminar Deutscher Wein“ aufgeteilt in ein „Basisseminar Gastronomie“ und ein „Basisseminar Handel“, in denen detaillierter auf die unterschiedlichen Zielsetzungen der beiden Zweige eingegangen werden kann. Der „Anerkannte Berater für Deutschen Wein“ wird als etabliertes Flaggschiff des Bildungsangebotes des DWI beibehalten, aber inhaltlich aktualisiert sowie um einige Themenblöcke erweitert. Die Sensorik-Seminare I, II und III sind zu einem umfangreichen Sensorik-Seminar zusammengefasst worden, das den Fokus komplett auf die sensorische Erfassung von Weinen und die Beurteilung von Weinqualität legt. Als neue Seminartypen ergänzen ab diesem Jahr „Weindiskurs Deutschland I – Terroir und Tradition“, sowie „Weindiskurs Deutschland II – Herausforderungen der Zukunft“ das Angebot des DWI. Einen wichtigen Schwerpunkt dieser Kurse bilden die Besonderheiten der deutschen Weinkultur.

2023 fortgeführt werden die erfolgreich eingeführten Seminare, in denen die Teilnehmenden erfahren, wie man durch Verkaufstrainings, optimale Produktplatzierungen oder die Nutzung von Social Media-Kanälen und durch Video-Marketing den Weinabsatz steigern kann.

Die erfolgreiche Online-Seminarreihe WeinEntdeckerWissen des DWI wird ebenfalls weiterlaufen und monatlich mit wechselnden Experten und Expertinnen über aktuelle Weinthemen informieren.

Darüber hinaus sind die DWI Fachleute gerne gesehene Vortragende an Weinschulen und Universitäten. Beginnend mit der Strاسبourg Business School am 6. März, werden DWI Seminare an den Universitäten Neustadt/Weinstraße, Geisenheim etc. zu verschiedensten Themen des Weinmarketings durchgeführt. Schließlich betreuen DWI Mitarbeiter als Ko-Referenten mehrere Master-, Bachelor- und Diplomarbeiten zu Marketing- und/oder Weinthemen.



*Seminare am DWI-Standort
Bodenheim*

SOMMELIER SUMMER CLASS

In diesem Jahr sollen noch einmal 30 internationale Sommeliers zur Sommelier Summer Class eingeladen werden. Neben Informationsveranstaltungen unter anderem an der Hochschule Geisenheim können sich die wichtigen Multiplikatoren in mehrtägige Informationsreisen in verschiedene Anbaugebiete ein persönliches Bild von einem modernen Weinland Deutschland machen.

Kooperationen

CLINK DIFFERENT – EU-KAMPAGNE IN KOOPERATION MIT BORDEAUX

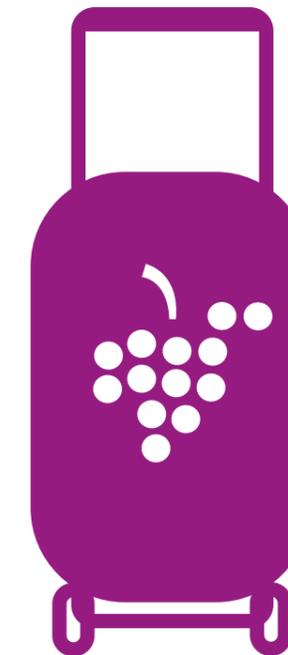
Nach drei Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit mit dem Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB) im Rahmen der EU-Kampagne „Clink Different – Enjoy its from Europe“, ist für 2023 bis 2025 eine Fortsetzung vorgesehen. Die zuständigen

EU-Behörden haben einem gemeinsamen Antrag zugestimmt, die Promotion europäischer Weine aus Deutschland und Bordeaux in den USA mit einem Zuschuss in Höhe von 80 Prozent aller anfallenden Kosten zu unterstützen. Das umfangreiche Maßnahmenpaket umfasst Informationsveranstaltungen, Pressearbeit, eine gemeinsame Internetseite, die Teilnahme an Verbrauchermessen und weitere Maßnahmen.



MUNDUS VINI NORDIC

Die gelungene Premiere des Weinwettbewerbs Mundus Vini Nordic, die noch vor der Pandemie erfolgt war, hat das DWI und das Neustadter Verlagshaus Meininger dazu ermuntert, den Wettbewerb am 20. und 21. Juni 2023 erneut durchzuführen. Er soll diesmal mit über 300 deutschen Weinen, die von skandinavischen und erstmals auch baltischen Juroren verkostet werden, in Oslo stattfinden. Die siegreichen Weine werden in die Marketingaktivitäten des DWI in Nordeuropa eingebunden.



MASTERS OF WINE SEMINARWOCHE

Das renommierte Institute of Master of Wine (IMW) hat 2018 erstmals gemeinsam mit dem DWI und unterstützt durch Pfalzwein e.V., die Stadt Neustadt/Weinstraße sowie den VDP eine Seminarwoche für angehende Masters of Wine durchgeführt. Aufgrund der durchweg positiven Resonanz der Teilnehmer/innen und der Verantwortlichen wird die Seminarwoche Ende Januar 2023 erneut in der Pfalz durchgeführt.



DEUTSCHLANDS WEINCHAMPION

Seit dem fünfjährigen Bestehen der Kooperation des DWI mit dem Magazin „Der Feinschmecker“ für den Laien-Wettbewerb „Wein-Champion“ ist die Teilnehmerzahl zuletzt auf 800 Einsendungen gestiegen. Die Teilnehmenden qualifizieren sich in zwei Vorrunden und einem Halbfinale für das Finale um den Titel. In diesem Jahr wird die regionale Weinkultur verstärkt in den Fokus genommen und das Finale eventuell erstmals in einem Weinbaubetrieb stattfinden. Des Weiteren wird nicht nur über die aktuellen Finalisten und Finalistinnen, sondern auch über die der letzten drei Jahre im Feinschmecker-Magazin sowie in weiteren Print- und Online-Medien ausführlich berichtet. Die jüngere Zielgruppe wird über das Magazin „Foodie“ erreicht.



DEUTSCHE ZENTRALE FÜR TOURISMUS

Die 2021 aufgelegte Kampagne „German.Local.Culture“, an der sich das DWI sehr erfolgreich beteiligt hat, wird 2023 fortgesetzt. 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 berücksichtigt wird.

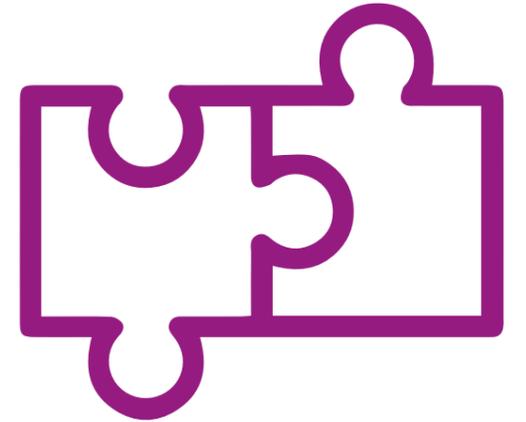
SELTERS MINERALWASSER

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.



ZWIESEL KRISTALLGLAS

Das DWI und Zwiesel-Kristallglas verbindet seit vielen Jahren eine enge Kooperation. So unterstützt das Unternehmen das DWI als Sponsor durch die Bereitstellung verschiedener Markengläser für Informationskampagnen oder nationale und internationale Messen sowie bei der Organisation von Weinpräsentationen und Veranstaltungen mit deutschen Weinerzeugern/innen in aller Welt. Des Weiteren stellt Zwiesel Kristallglas für verschiedene DWI-Wettbewerbe Sachpreise und Trophäen zur Verfügung.



HILLEBRAND

2023 wird die 2019 vereinbarte strategische Partnerschaft zwischen dem DWI und der Hillebrand Deutschland GmbH fortgeführt. In diesem Rahmen unterstützt der internationale Dienstleister für Getränke Logistik das DWI als offizieller Kooperationspartner und profitiert im Gegenzug davon, seine Kompetenzen in der internationalen Weinlogistik noch stärker in der Weinbranche bekannt zu machen.

WINE SAVES LIFE E.V.

Seit 2016 sind die jeweils amtierenden Deutschen Weinmestäten 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.

Deutsche Weinakademie 2023

WINE IN MODERATION

Um die gesamte Weinbranche noch mehr für den Themenkomplex rund um den moderaten Weinkonsum zu sensibilisieren, wird die Umsetzung der Initiative Wine in Moderation (WiM) im weinwirtschaftlichen Alltag national weiter verstärkt. Zudem wird die DWA weiter intensiv um neue Mitglieder für die Initiative werben. In diesem Rahmen werden auch die etablierten WiM-Vorträge an den Berufsschulen fortgeführt.

Mit den WiM-Mitgliedern ist zu Beginn des Jahres eine erste Mitgliederversammlung geplant. Dort soll die Vernetzung der Mitglieder vorangetrieben und mit Hilfe von Best-Practise-Beispielen vorgestellt werden, wie man WiM im weinbaulichen Betrieb noch besser umsetzen kann.



PROWEIN UND AGRARTAGE IN MAINZ

2023 wird die DWA wieder mit einem Informationsstand auf der ProWein in Düsseldorf und den Agrartagen in Mainz präsent sein. Ein kommunikativer Schwerpunkt soll in diesem Jahr gesundes Trinkverhalten, wie etwa der Genuss von Wein zum Essen sein.



WISSENSCHAFTLICHE VERANSTALTUNGEN

Die DWA ist erneut auf dem Kongress der Inneren Medizin 2023 in Wiesbaden mit einem eigenen Symposium vertreten. Dort werden führende Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen die Teilnehmenden auf hohem wissenschaftlichen Niveau informieren.

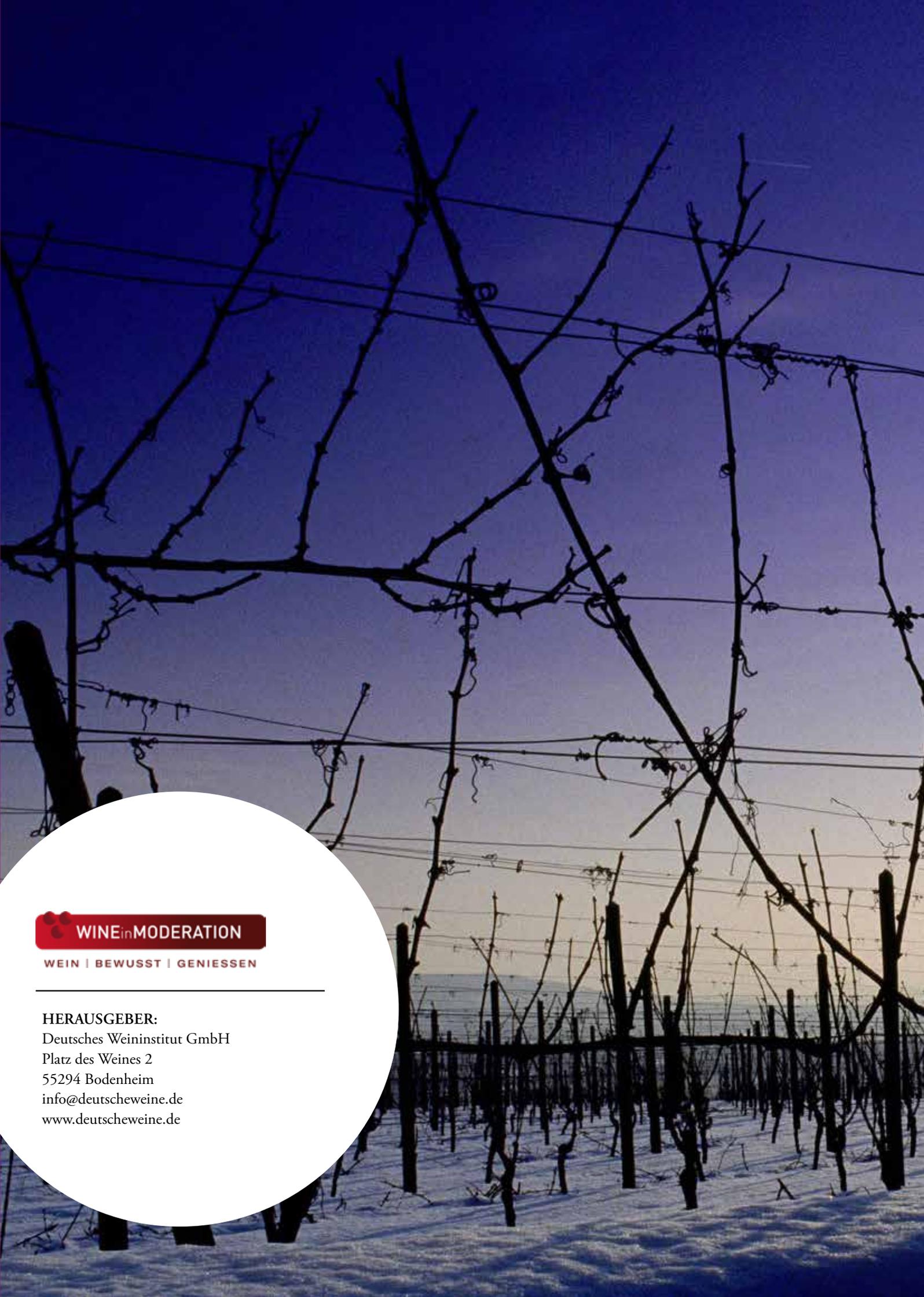
Da insbesondere der internationale Austausch ein wesentlicher Aspekt zur sachlichen Bewertung von gesundheitsbezogenen Fragen ist, kommt dem Wine Information Council eine stetig wachsende Bedeutung zu. Wegen der außerordentlich positiven Resonanz auf die letztjährigen wissenschaftlichen Online-Seminare soll diese Informationsreihe in diesem Jahr weitergeführt und etabliert werden.



Mehr Sichtbarkeit für Weinerzeuger/innen, Handel, Gastronomie und Events rund um deutsche Weine: **DWI-Datenbank nutzen!**



<https://dwi-db.deutscheweine.de/admin/login>



 **WINEinMODERATION**
WEIN | BEWUSST | GENIESSEN

HERAUSGEBER:
Deutsches Weininstitut GmbH
Platz des Weines 2
55294 Bodenheim
info@deutscheweine.de
www.deutscheweine.de