

# Deutscher Wein Intern

---

Ausgabe 01/2015



Willkommen  
in besten Lagen.

[deutscheweine.de](http://deutscheweine.de)

## Mit Schwung und Optimismus ins Jahr 2015



Nachdem das Bundesverfassungsgericht am 24. Juni 2014 die Verfassungsmäßigkeit der Abgaben an den Deutschen Weinfonds in vollem Umfang bestätigt hat, können wir endlich wieder gemeinsam mit allen Kreisen der Weinwirtschaft nach vorne blicken, neue Konzepte und Maßnahmen entwickeln und den deutschen Wein mit vereinten Kräften im In- und Ausland weiter voranbringen. Ziel des nationalen Gemeinschaftsmarketings in 2015 ist es, das Image deutscher Weine als qualitativ hochwertige und in ihrer regionalen Ausprägung und Vielfalt einzigartige Produkte nachweislich zu stärken. Die bisher verfolgte Strategie, die Vielfalt und Einzigartigkeit typisch deutscher Rebsorten herauszustellen, hat sich im Ausland generell bewährt und wird fortgeführt.

Im Inland werden wir künftig die regionale Herkunft und die regionaltypischen Weine noch stärker in den Mittelpunkt der Kommunikation stellen. Unser ProWein-Auftritt 2015 wird sich ganz diesem Thema widmen. Zudem wird das DWI auch weiterhin im In- und Ausland kommunizieren, dass die deutschen Weinanbauregionen attraktive Reisedestinationen sind und deutsche Weine und die Anbauregionen für einen modernen Genuss, Kultur und Lebensstil stehen.

Bei den Zielgruppen stehen weiterhin Multiplikatoren aus Gastronomie und Handel sowie die Medien im Fokus. In 2015 wollen wir insbesondere für den Lebensmitteleinzelhandel gemeinsam mit den dort tätigen Unternehmen der Weinwirtschaft neue Marketingkonzepte entwickeln. Zudem wollen wir die direkte Endverbraucherkommunikation verstärken und mit mehr Emotionen aufladen. Daher wurde ein neues Kommunikationskonzept entwickelt, das in 2015 im gesamten Außenauftritt des DWI umgesetzt werden soll.

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Auswahl unserer zahlreichen Aktivitäten des vergangenen Jahres im In- und Ausland. Über unsere Arbeit informieren wir auch täglich aktuell auf unserer Homepage [www.deutscheweine.de](http://www.deutscheweine.de) sowie über unseren 14-tägig erscheinenden Newsletter, den Sie unter dem Menüpunkt „Weinwirtschaft“ auf unserer Homepage abonnieren können. Mit ihm erhalten Sie stets Informationen über unsere Arbeit, über aktuelle Ausschreibungen und Möglichkeiten, an unseren Aktionen teilzunehmen. Wir freuen uns über Ihre konstruktive Kritik und Anregungen und wünschen Ihnen erfolgreiche Geschäfte in 2015.

*Ihre  
Monika Reule  
Geschäftsführerin DWI*

# Rückblick 2014

## Neues Kommunikations- konzept

Das DWI hat im vergangenen Jahr ein neues Kommunikationskonzept entwickelt, das 2015 im gesamten Außenauftritt des DWI umgesetzt werden soll. Ein zentrales Element ist die neu gestaltete Traube, die mit ihren 13 Beeren die geografische Lage der deutschen Weinbauregionen symbolisiert und in ihrer Buntheit für die Vielfalt der unterschiedlichen Regionen steht. Dadurch wird die regionale Herkunft der Weine noch stärker betont. Der Claim „Willkommen in besten Lagen – deutscheweine.de“ lädt die Menschen zu einem Besuch der Anbauggebiete ein, um die Regionen, die Weinerzeuger und die regionaltypischen Weine persönlich kennen zu lernen. Vorab-Verbrauchertests mit den relevanten Zielgruppen für deutsche Weine haben gezeigt, dass die neue Wort-Bildmarke als qualitativ hochwertig, modern, frisch und einladend wahrgenommen wird. Parallel dazu wird die gesamte Print- und Online-Kommunikation durch neu produziertes Bildmaterial stärker mit Emotionen aufgeladen, indem die Schönheit der Landschaften, das Handwerk im Weinberg und im Keller sowie moderne Genusssituationen dargestellt werden.



# Willkommen in besten Lagen.

deutscheweine.de

# Maßnahmen, die Endverbraucher für unsere Weine und Regionen begeistern

---

## WEIN & TOURISMUS-MARKTFORSCHUNG

---

Der Tourismus ist für die deutschen Weinregionen von zunehmender wirtschaftlicher Bedeutung und bietet ein großes Entwicklungspotenzial. Aus diesem Grund untersucht die FH Westküste im Auftrag des DWI seit 2012 im Rahmen einer bevölkerungsrepräsentativen Studienreihe das Tourismuspotenzial der 13 deutschen Weinregionen.

Eine wichtige Erkenntnis der Tourismusstudie in 2014 war, dass rund 13 Mio. Deutsche beziehungsweise 23 Prozent der Bevölkerung großes Interesse an einer Weinreise haben. Diese Zielgruppe ließe sich sogar noch erweitern, wenn die Weinreisen mit weiteren erlebnis- und genussorientierten Aktivitäten in den Anbaugebieten verknüpft würden. So haben etwa 36 Mio. Deutsche Interesse an kulinarischen Spezialitäten und 25 Mio. wandern gerne. Positive Vorzeichen für den Weintourismus ergeben sich auch vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung in Deutschland. Denn das Interesse für Wein und die Affinität zum Weingenuss, so die Tourismusstudie, steigt mit dem Alter.

---

## ERSTE WEIN-TOURISMUS-MESSE IN HAMBURG GESTARTET

---

Um dem Thema Wein und Tourismus eine breitere Plattform zu geben, erlebte am 5. und 6. April 2014 mit der „WeinTour“ ein neues Messekonzept in Hamburg seine Premiere: Mehr als 150 Tourismus- und Weinaussteller aus allen 13 Weinanbaugebieten präsentierten sich den Besuchern aus Hamburg und Umgebung. Diese konnten nicht nur die Vielfalt heimischer Weine schmecken, sondern sich auch über das breite touristische Angebot der einzelnen Regionen informieren.



*Das Curio-Haus in Hamburg bot die illustre Kulisse für die erste „WeinTour“*

## NEUE PARTNERSCHAFT MIT GENUSSMESSE EAT&STYLE

Das DWI war 2014 erstmals Hauptsponsor und exklusiver Weinpartner der eat&STYLE, einer Genussmesse mit über 100.000 Besuchern, die in Hamburg, Köln, München, Berlin und Stuttgart stattfand. In einem exklusiven wine&STYLE-Bereich wurden mehrmals täglich Weinseminare sowie spannende Verkostungen zu den Themen „Wein & Schokolade“ sowie „Wein & Käse“ angeboten. Zudem hatte das DWI – unterstützt von der bekannten Sommelière Romana Echensperger – die Gelegenheit, auf zahlreichen Kochshows während der Messe wertvolle Tipps zur Harmonie von Wein und Speisen zu geben.

Am DWI-Präsentationsstand konnten die interessierten Besucher darüber hinaus mit fachkundiger Beratung regionaltypische Weine aus allen 13 deutschen Weinbaugebieten probieren. Mit diesem abwechslungsreichen und spannenden Weinprogramm ist es gelungen, insbesondere zahlreiche junge Konsumenten von den Qualitätsweinen aus den heimischen Anbauregionen zu begeistern.



*Viele interessierte Besucher erlebten auf der eat&Style erstmals eine fachkundige Beratung in Sachen „regionaltypische Weine“*

## „GESCHMACKSSACHE HEIMAT“ BEGEISTERT JUNGE ZIELGRUPPE

Nach dem großen Erfolg aus dem Vorjahr wurde die Eventreihe „Geschmackssache Heimat“ 2014 fortgeführt. Sie richtet sich an junge Leute die sich einmal ganz unkompliziert aus erster Hand über das Zusammenspiel von heimischen Weinen und regionalen Spezialitäten informieren möchten. In trendigen Restaurants in Berlin, München, Hamburg, Köln, Mannheim und Dresden präsentierten Sommeliers gemeinsam mit zwei jungen Winzern auf unkomplizierte Weise die deutschen Anbauregionen und Weine zu einem zünftigen Abendbrot mit regionalen Produkten. Die Veranstaltungen kamen bei den jeweils rund 50 Teilnehmern sehr gut an und waren überall restlos ausgebucht.

---

**WEINSENSORIUM**


---

Die 400 qm große Weinerlebniswelt des DWI war 2014 in Hannover zu Gast. Rund 3500 Besucher nutzten die Gelegenheit, in dem spannenden Weinerlebnisparkours viel Neues über die heimischen Weine zu erfahren. Dabei zeigten sich viele Besucher überrascht, wie vielfältig man diesem Thema begegnen kann. Das WeinSensorium spricht alle Sinne an und führt spielerisch an die Vielfalt der deutschen Weinregionen und deren Weine heran. Die Begeisterung der Gäste war sowohl während des Erlebnisparkours, als auch in zahlreichen Gesprächen in der Lounge zu spüren. Zudem haben viele Auszubildende aus den Gastronomieberufen durch den Besuch im WeinSensorium ihre Fachkenntnisse über die heimischen Weine erweitert.



*Auch in Hannover begeisterte der DWI-Erlebnisparkours „WeinSensorium“ die Gäste*

## Aktionen, die Gastronomie und Handel in ihrem Engagement für heimische Weine unterstützen

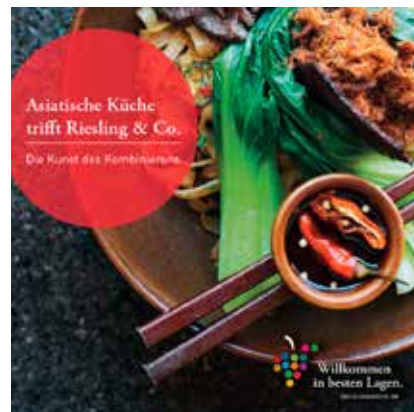
---

**DEUTSCHER WEIN UND ASIATISCHE KÜCHE**


---

Um Asia-Gastronomen zu motivieren, ihren Gästen mehr deutsche Weine anzubieten, hat das DWI gemeinsam mit der Sommelière Christina Fischer und der renommierten Köchin Sarah Henke für diese Zielgruppe eine praxisorientierte Seminarreihe ins Leben gerufen. In Zusammenarbeit mit fünf repräsentativen asiatischen Restaurants und weiteren Weinexperten hat Christina Fischer ein einfaches, leicht umzusetzendes System entwickelt, wie man die unterschiedlichen Weintypen ideal mit den diversen asiatischen Küchenstilen kombiniert. In praktischen Workshops wurde dieses System Gastronomen aus Hamburg, München, Köln und Berlin vorgestellt – inklusive konkreter Empfehlungen von Rebsortenweinen, die nach einer bundesweiten Ausschreibung den Speisen entsprechend ausgewählt wurden.

Die Ergebnisse hat das DWI darüber hinaus in der Broschüre „Asiatische Küche trifft Riesling & Co.“ zusammengefasst. Auf 46 Seiten werden darin 16 Rezepte aus der chinesischen, japanischen, vietnamesischen, thailändischen und indischen Küche mit passenden Weinempfehlungen vorgestellt.



*Die Broschüre zum Fachseminar „Asiatische Küche trifft Riesling & Co.“*

---

## NEUER DWI-WETTBEWERB: AUSGEZEICHNETE WEINGASTRONOMIE

---

In Kooperation mit Original Selters hat das DWI im Rahmen der ProWein in Düsseldorf 2014 erstmals drei Gastronomiebetrieben den Titel „Ausgezeichnete Weingastronomie“ verliehen. Als Auszeichnungskriterium hat die Jury nicht nur das quantitative und qualitative Angebot von Weinen bewertet, sondern auch Faktoren wie Preisgestaltung, Ausbildung der Mitarbeiter, die Möglichkeiten des Offenweinausschanks sowie Veranstaltungen rund um den Wein berücksichtigt. Für ihr besonderes Engagement für Qualitätsweine aus den deutschen Anbaugebieten wurden die folgenden Häuser ausgezeichnet: Restaurant Falco aus Leipzig (Kategorie Gourmetrestaurants), Restaurant Wein am Rhein aus Köln (Kategorie Weinrestaurants), Restaurant Seekrug auf Langenloog (traditionelle Gastronomie), Hotelkette Mercure (Sonderpreis für das „Grands Vins Mercure“-Programm).



*Erstmals zeichnete das DWI in Kooperation mit Original Selters drei Gastronomie-Betriebe mit dem Titel „Ausgezeichnete Weingastronomie“ aus*

---

## FACHHANDELSAKTIONEN IN BERLIN UND HAMBURG

---

Anlässlich der Berlinale in Berlin und der WeinTour in Hamburg hat das DWI 2014 erstmals Fachhändler unterstützt, aktionsgebundene Pakete mit Qualitätsweinen aus den deutschen Anbaugebieten zusammenzustellen und diese in entsprechend auffällig gestalteten und vom DWI zur Verfügung gestellten Flaschenträgern anzubieten. Insbesondere in Berlin fand die Aktion großen Zuspruch seitens der Fachhändler, deren Angebote auch über die Website des DWI bekannt gemacht wurden.

---

**WEINENTDECKERWOCHEN**


---

Bereits zum dritten Mal waren Weinhändler und Gastronomen 2014 aufgerufen, vom 12. bis 28. September Weine aus den Anbauregionen in den Mittelpunkt ihrer Aktionen zu stellen. Die Anzahl der teilnehmenden Partnerfirmen hat im Vergleich zum Vorjahr nochmals leicht zugenommen. Eine Umfrage unter allen Teilnehmern ergab, dass rund ein Drittel Neukunden gewinnen und mehr Umsatz generieren konnten, 88% die Idee der Aktionswochen gut bis sehr gut finden und für 70% eine erneute Teilnahme bereits feststeht.



*88% der teilnehmenden Betriebe bewerteten die Aktion „Weinentdecker werden“ gut bis sehr gut*

---

**NEUE RIESLING LOUNGE IN ROSTOCK**


---



Im Juli 2014 wurde auf DWI-Initiative im Rostocker Restaurant CarLo die erste Riesling Lounge von Mecklenburg-Vorpommern eröffnet. Im Herzen des Rostocker Stadthafens gelegen, bietet das Restaurant in seiner speziellen Lounge-Karte ein breit gefächertes Angebot von über 80 heimischen Weinen und Sekten. Dabei stehen neben dem namensgebenden Riesling viele andere Rebsortenweine aus diversen deutschen Anbaugebieten zu fair kalkulierten Preisen für die Gäste bereit. Der Restaurant-Inhaber will die Riesling Lounge auch für Weinveranstaltungen und Winzerabende nutzen.



*Die erste „Riesling Lounge“ Mecklenburg-Vorpommerns wurde in Rostock eröffnet*



---

## NEUER WETTBEWERB FÜR WEINPROFIS DER ALPENLÄNDER

---

Mit dem „Alpen Cup“ hat das DWI einen neuen Wettbewerb ins Leben gerufen, der die besten Weinprofis für deutsche Weine aus Österreich und der Schweiz auszeichnet. Er soll das vielfältige Engagement von Sommeliers und Weinhändlern in diesen Ländern honorieren und weiter fördern. Im Rahmen des Wettbewerbs haben 41 Teilnehmer zunächst in einer Vorrunde anhand eines Online-Fragenkatalogs ihr Fachwissen über deutsche Weine unter Beweis gestellt. Die acht besten Vorrunden-Teilnehmer erhielten eine Einladung zu einem kostenlosen Workshop und anschließendem Finale in Ihringen, in dem Christoph Kokemoor aus dem renommierten Schweizer Grand Hotel Les Trois Rois in Basel als bester Deutschwein-Sommelier der beiden Alpenländer überzeugte. Die Wettbewerbsieger hat eine sechsköpfige Fachjury ermittelt, der unter anderem die Präsidenten der Sommelierverbände aus Österreich und der Schweiz, Vertreter der Sommelier-Union Deutschland, der Hotelfachschule Luzern sowie Fachjournalisten angehörten.

*Björn Zimmer (mitte) aus dem  
Schlosshotel Hugenpoet in Essen, gewann  
den 5. DWI-Sommelier-Cup*

---

## DWI-SOMMELIER-CUP 2014

---

Eine hochkarätige Jury kürte Björn Zimmer aus dem Schlosshotel Hugenpoet in Essen zum Sieger des DWI-Sommelier-Cups 2014, der in diesem Jahr zum fünften Mal stattfand. Er setzte sich gegen rund 30 Mitbewerber durch, die sich am 9. und 10. November im Atrium Hotel in Mainz dem anspruchsvollen Wettbewerb mit Fachfragen rund um den deutschen Wein und Blindverkostungen gestellt hatten.



## Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

---

### DWI-INFORMATIONEN STARK GEFRAGT

---

Das Presseressort des DWI war im letzten Jahr wieder eine zentrale Anlaufstation für deutsche und internationale Journalisten für Fragen rund um den Wein aus den deutschen Weinregionen. Zahlreiche Pressekonferenzen, Pressemeldungen, Pressereisen sowie individuelle Interviews sorgten dafür, dass die Botschaften des DWI an Endverbraucher und Fachleute rund um den Globus verbreitet wurden. Allein im Inland haben sie im vergangenen Jahr in mehr als 3.000 Artikeln in Tageszeitungen, Magazinen und Online-Publikationen über 300 Millionen Leser erreicht. Darüber hinaus zeigten auch die TV- und Hörfunk-Redaktionen wieder großes Interesse an DWI-Themen und -Gesprächspartnern.

---

## ZUWACHSRATEN FÜR DWI-WEBSEITEN

---

Die DWI-Homepage [deutscheweine.de](http://deutscheweine.de) verzeichnet von Jahr zu Jahr steigende Zugriffszahlen. So ist im vergangenen Jahr die Besucherzahl erneut um 16 Prozent auf mittlerweile über zwei Millionen Besucher jährlich angewachsen. Einen 15-prozentigen Zuwachs hat auch die englischsprachige Seite [germanwines.de](http://germanwines.de) erfahren. Daneben betreibt das DWI noch die Webseiten [deutscheweinkoenigin.de](http://deutscheweinkoenigin.de) sowie [generation-riesling.de](http://generation-riesling.de) und unterstützt die zehn DWI-Auslandsbüros bei der Pflege ihrer Internetportale in der jeweiligen Landessprache. Befördert werden die Zugriffszahlen durch die Kommunikation in 30 SocialMedia-Kanälen und Drittportalen. Sehr dynamisch entwickelt sich hier das Videoportal [oechsle.tv](http://oechsle.tv). Das kontinuierlich erweiterte Videoangebot wurde bereits über 270.000 Mal angeschaut. Ausgebaut wurden zudem die emotionalen Bildwelten auf dem Bilderportal Pinterest. Durch seine Onlineaktivitäten hat sich das DWI in den letzten Jahren als wichtige Informationsquelle und Impulsgeber im Internet für Themen rund um den deutschen Wein positioniert.




---

## JANINA HUHN ZUR 66. DEUTSCHEN WEINKÖNIGIN GEWÄHLT

---

Die Wahl zur Deutschen Weinkönigin fand im vergangenen Jahr wieder in der traditionellen Krönungsstadt Neustadt an der Weinstraße statt. Vor rund 1.000 begeisterten Zuschauern wählte am 13. September eine 70-köpfige Jury aus Politik, Medien und Weinwirtschaft Janina Huhn aus der Pfalz zur 66. Deutschen Weinkönigin. Unterstützt wird sie durch die beiden Deutsche Weinprinzessinnen Judith Dorst aus Rheinhessen und Kathrin Schnitzius von der



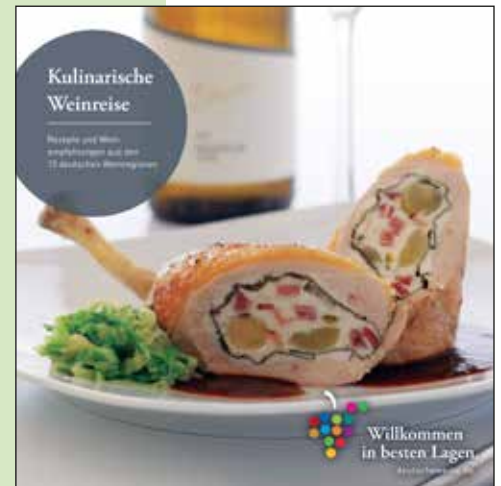
Mosel. Die drei Weinhoheiten werden in ihrem Amtsjahr an insgesamt über 300 vom DWI koordinierten Terminen als Botschafterinnen für die Weine aus den deutschen Weinregionen weltweit unterwegs sein. Die Weinhoheiten finden in den Medien zunehmend Beachtung. Im vergangenen Jahr wurde in rund 3.000 Artikeln mit einer Reichweite von über 300 Millionen Lesern über sie berichtet. Auch in den sozialen Netzwerken findet die Deutsche Weinkönigin eine immer größere Beachtung, wie mittlerweile rund 7.000 Fans allein auf Facebook beweisen.

*Janina Huhn aus der Pfalz wurde in Neustadt zur 66. Deutschen Weinkönigin gewählt*

## NEUE PUBLIKATIONEN UND WERBEMITTEL (AUSWAHL)

- MERIAN-Band „Genusstouren durch die deutschen Weinregionen“ (Neuaufgabe 2014, erweitert um die zwölf modernen Höhepunkte der Weinkultur und die Schönsten Weinsichten)
- Kulinarische Weinreise durch die deutschen Weinregionen (Kochbuch mit 52 typischen Gerichten aus allen 13 deutschen Weinbaugebieten)
- „Fisch & Wein – Eine feine Verbindung“ (36-seitige Rezeptsammlung, entstanden in Kooperation mit dem Fisch-Informationszentrum)
- Deutsche Weine aus Sicht der Konsumenten (Ergebnisse einer Image- und Zielgruppenanalyse für deutsche Weine, die das DWI 2013 Jahr in Auftrag gegeben hat)
- Geschenkkartons in drei Größen (für eine/zwei/drei Flaschen)

Das DWI bietet darüber hinaus noch viele andere deutsch- und fremdsprachige Informationsmaterialien und Werbemittel an, die bequem und kostengünstig im Online-Shop unter [www.deutscheweine.de](http://www.deutscheweine.de) bestellt werden können.



*52 regionaltypische  
Rezepte aus  
13 Anbaugebieten*

## Generation Riesling repräsentiert das moderne Weinland Deutschland

Das DWI hat seine Zusammenarbeit mit den inzwischen rund 450 Mitgliedern der Generation Riesling im vergangenen Jahr weiter ausgebaut. Dazu zählte beispielsweise eine erstmalige ProWein-Präsentation mit einem eigenen Stand für sechs Vertreter der jungen Winzergeneration. Die Mitglieder der Generation Riesling sind Botschafter einer modernen, hochwertigen und dynamischen Weinerzeugung in Deutschland. Auch auf zahlreichen weiteren Veranstaltungen begeisterten die jungen Winzerinnen und Winzer sowie Kellermeister aus Genossenschaften und Kellereien die Gäste persönlich oder durch ihre Weine, die sie vor Ort präsentierten.



*Die Winzer der Generation Riesling  
sind dort wo die Action ist*

## GENERATION RIESLING – HIGHLIGHTS 2014

- 6 Generation Riesling Mitglieder zum ersten Mal mit eigenem Stand auf der ProWein
- Premiere für Generation Riesling & friends in Kanada mit Präsentationen ergänzt durch Exporteure in Toronto, Montréal und Vancouver – inkl. Lunch & Learn mit der Deutschen Weinkönigin Nadine Poss
- Erstmaliger Gemeinschaftsstand mit 14 Teilnehmern auf der WeinPlus Convention in der alten Kongresshalle an der Theresienwiese in München – inkl. Seminar mit Nicola Neumann
- Tischpräsentationen in Berlin, Hamburg, Essen, Kopenhagen und Stockholm mit jeweils 28 jungen Winzern in trendigen Locations für Fachbesucher aus Gastronomie, Handel und Medien – inklusive Seminaren
- New York: Abendevent und Seminar für US-Importeure
- Fünfte Auflage der Forum Vini-Präsentation in München mit 14 Teilnehmern an einem Gemeinschaftsstand – inkl. Seminaren mit dem Weinhändler Guido Walter

## Internationale Aktivitäten

### GERMAN WINE SPECIALIST PROGRAMM, CHINA

Um die Kenntnisse über deutsche Weine von Händlern, Importeuren und Sommeliers in China auszubauen und so deren Absatz zu fördern, hat das DWI in Zusammenarbeit mit dem renommierten chinesischen Schulungsinstitut Taste Spirit in Shanghai, Peking und Guangzhou für 100 Teilnehmer zwei bis dreitägige Seminare mit einer Abschlussprüfung durchgeführt. Mit über 1.400 Bewerbungen hat die Nachfrage das Platzangebot um ein Vielfaches überstiegen.

### GROSSE RIESLING-VERKOSTUNG IN LONDON

Top-Riesling-Erzeuger aus Deutschland und der ganzen Welt trafen sich am 12. Mai in London zum „Great Riesling Tasting“. Mit Unterstützung des britischen DWI-Büros, das als Hauptsponsor der Veranstaltung auftrat, wurde die Leistungsschau nach einer achtjährigen Ruhephase wieder zum Leben erweckt. Mehr als 400 Fachbesucher, zu denen Weinautoren, Fachhändler oder auch zahlreiche Sommeliers von Sternerestaurants zählten, waren von der Breite und Qualität des Rieslingangebots sehr angetan. Den Fachbesuchern wurde

zudem in zwei ausgebuchten Seminaren die dynamische Entwicklung der Weine aus den deutschen Anbaugebieten aufgezeigt.

### SUMMER-FESTIVALS IN GANZ ENGLAND

Von April bis Juni letzten Jahres organisierte das DWI Verkostungen für Endverbraucher auf den beliebten Summer Festivals in ganz England. Zu diesen Open-Air-Genussveranstaltungen, die in acht britischen Städten stattgefunden haben, kommen 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 maßgeblich zu verbessern.



*Unsere Weine in England „Open Air“*

## RIESLING & CO. ROAD TRIP ENTLANG DER US-OSTKÜSTE

Nach der erfolgreichen Premiere eines Road-Trips quer durch die Vereinigten Staaten in 2013, führte die neuntägige Tour mit einer speziell entworfenen Weinlounge auf Rädern im vergangenen Jahr die US-Ostküste entlang, von Key West bis nach New York.

Stuart Pigott präsentierte so auf zeitgemäße Weise Sommeliers, Gastronomen und Händlern Weine aus den deutschen Weinregionen und berichtete darüber intensiv im Internet. Zudem gab es in einigen Städten „Wine-Dinner“ für Endverbraucher in guten Restaurants, die alle restlos ausverkauft waren.



*Riesling „on the road“  
an der US-Ostküste*

## Aus der Arbeit der Deutschen Weinakademie (DWA)

### DWA-FORTBILDUNGEN FÜR ERNÄHRUNGSWISSENSCHAFTLER UND KARDIOLOGEN

In Kooperation mit den maßgeblichen ernährungsmedizinischen Fachgesellschaften führte die DWA am 26. Juni 2014 ein Symposium zum Thema „Ernährungsmedizinische Aspekte eines moderaten Weinkonsums“ auf dem Ernährung-2014-Kongress in Ludwigsburg durch. Die Veranstaltung besuchten über 100 Teilnehmer aus der ernährungswissenschaftlichen Fachwelt, die sich in der Beratung mehr und mehr mit der Bewertung von Lebensstilfaktoren – wie dem Weingenuss – auseinandersetzen müssen. Zudem hat die DWA in 2014 auf drei zertifizierten Fortbildungen für Kardiologen in Berlin, Nürnberg und Hamburg mit Unterstützung durch den wissenschaftlichen Beirat der DWA über die gesundheitlichen Aspekte des Weins informiert.



*DWA hält Kardiologen in Sachen  
Wein auf dem Laufenden*

### WINEinMODERATION AUF DEM WEG IN DIE AUSBILDUNG

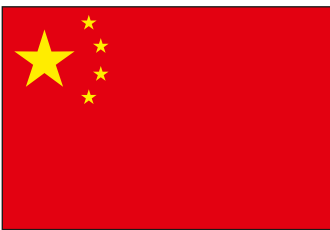
Auch 2014 hat die DWA erneut über das Thema „Verantwortungsvoller Umgang und gesundheitliche Effekte des Weingenusses“ im Rahmen der Ausbildung aller weinnahen Lehrberufe (Winzer, Weintechnologen) referiert. WINEinMODERATION (WiM) ist zudem weiterhin ein Ausbildungsmodul der Wein- und Sommelierschule, der HS Geisenheim University sowie des dualen Studiengangs am Weincampus Neustadt und wird auch in der Ausbildung zum Wein- und Kulturbotschafter/Weingästeführer thematisiert.

Im Rahmen des „Leonardo da Vinci Partnership“ Projekts wurde unter maßgeblicher Mitarbeit der DWA darüber hinaus der fachliche Rahmen abgesteckt, inwieweit die Umsetzung des deutschen WiM-Konzepts auch in anderen EU-Ländern möglich ist. Das zweijährige, von der EU finanzierte Partnerschaftsprojekt mit Vertretern aus sieben Ländern endete im Sommer 2014 mit einem länderübergreifenden gemeinsamen Vorschlag eines entsprechenden Moduls für die Ausbildung weinrelevanter Berufe. Die Ergebnisse wurden im Juni auf einer eigens einberufenen Konferenz der Fachpresse und politischen Vertretern vorgestellt.

# Ausblick 2015

Das DWI hat für dieses Jahr einige neue Projekte für das In- und Ausland geplant, die insbesondere die Präsenz der heimischen Weine in der Gastronomie und im Handel stärken und auch die Endverbraucher intensiver ansprechen sollen. Darüber hinaus werden 2015 die bestehenden und erfolgreichen Maßnahmen der letzten Jahre weiter fortgeführt.

## NEUE INFORMATIONSBÜROS IN CHINA UND POLEN



In diesem Jahr wird das DWI seine internationale Präsenz mit zwei neuen Informationsbüros in den wichtigen Wachstumsmärkten China und Polen ausweiten. In Warschau hat seit Januar die deutsch-polnische Industrie- und Handelskammer erneut die Auslandsvertretung für das DWI übernommen. Zusammen mit den USA, Kanada, Großbritannien, den Niederlanden, Belgien, der Schweiz sowie allen skandinavischen Ländern unterhält das DWI nunmehr in zwölf Auslandsmärkten eigene DWI-Vertretungen. Sie übernehmen vor Ort die permanente Marktbeobachtung und -berichterstattung, inklusive der jeweiligen Internet-Auftritte und der Kommunikation in den sozialen Netzwerken. Darüber hinaus unterstützen und beraten sie exportinteressierte Weinerzeuger, führen Veranstaltungen für das DWI durch oder koordinieren Anfragen der Medien, des Handels und der Gastronomie. Außerdem pflegen sie wichtige Kontakte zu den Top-Entscheidern und Multiplikatoren in der internationalen Weinwelt, aber auch zu den Auslandsvertretungen der Deutschen Zentrale für Tourismus, Diplomaten oder wichtigen Repräsentanten der deutschen Wirtschaft im Ausland. Sie sind zudem Ansprechpartner für alle Unternehmen der deutschen Weinwirtschaft, die in den Märkten aktiv sind.

# Verstärktes Engagement in Gastronomie und Handel

---

## WEINKARTEN-ABC FÜR GASTRONOMEN

---

Mit dem Ziel, insbesondere der einfacheren Gastronomie eine Hilfestellung zur Weinangebotsgestaltung an die Hand zu geben, plant das DWI für dieses Jahr eine neue Broschüre mit dem Arbeitstitel „Mehr Umsatz mit Wein“, die unter anderem über große Cash & Carry-Märkte vertrieben werden soll. Als Pilotprojekt ist zudem eine Veranstaltung für Gastronomen in einer deutschen Metropole vorgesehen, auf der die Broschüre in Verbindung mit Kurzseminaren und Weinverkostungen vorgestellt wird.

---

## ABSATZFÖRDERUNG IN ZUSAMMENARBEIT MIT DEN MONOPOLEN IN KANADA

---

Das DWI wird 2015 mit den drei großen kanadischen Alkoholmonopolen stärker zusammenarbeiten und diverse PR-Maßnahmen sowie Aktionen durchführen, die dazu beitragen sollen, ein moderneres, hochwertigeres und umfangreicheres Sortiment an Weinen aus den deutschen Anbaugebieten in dem wachsenden kanadischen Weinmarkt zu etablieren.

---

## JUNIOR SOMMELIER AWARD IN DEN NIEDERLANDEN

---

In Kooperation mit niederländischen Hotelfachschulen wird das DWI in diesem Jahr einen Wettbewerb für Nachwuchskräfte in der Gastronomie wiederbeleben, der bis 2009 sehr erfolgreich durchgeführt wurde. Er soll zur stärkeren Wahrnehmung der deutschen Weine bei dieser sehr interessanten Zielgruppe führen.

---

## CRAYFISH-PARTY IN SCHWEDEN

---

Im August sind in Schweden Krebsfeste (Kräftskivor) eine sehr beliebte Tradition. Der schwedische Flusskrebs (engl.: Crayfish) gilt hier als besondere Delikatesse. Das DWI nimmt diesen Brauch zum Anlass für eine Crayfish-Party für Sommeliers und Medienvertreter, um ihnen die hervorragende Eignung deutscher Weißweine zu diesen heimischen Delikatessen zu demonstrieren.

---

## AKTIONEN IM US-WEINHANDEL

---

In diesem Jahr wird das DWI erstmals in den USA mit drei staatenübergreifend aktiven Weinhandelsketten zusammenarbeiten und im größeren Umfang Präsentationen in deren Outlets durchführen. Dadurch sollen verstärkt die weinaffinen Endverbraucher erreicht und der Bekanntheitsgrad der deutschen Weine in unserem wichtigsten Exportmarkt gefördert werden.

---

## NEUE RIESLING LOUNGES 2015

---

Das Riesling Lounge-Konzept des DWI stößt mittlerweile nicht nur in Deutschland auf großes Interesse. Derzeit werden auch mit Gastronomen aus London und Zürich Gespräche über die Einrichtung von Riesling Lounges geführt. Auch hierzulande soll das Angebot weiter ausgebaut werden. Interessierte Hotel- und Gastronomiebetriebe können sich gern direkt an das DWI wenden.

---

## WEINENTDECKERWOCHEN 2015

---

Die erfolgreichen bundesweiten Aktionswochen des DWI für Gastronomen und Händler werden nach einer Neuausschreibung der Durchführungsagentur in diesem Jahr – und angepasst an das neue Kommunikationskonzept des DWI – weiter fortgeführt. Während der WeinEntdeckerWochen werden Weine aus den deutschen Anbaugebieten ideenreich in der Gastronomie und im Handel in Szene gesetzt. Unter dem Motto „WeinEntdecker werden!“ können die Betriebe ihre Aktionen ganz individuell gestalten und ihren Gästen und Kunden präsentieren. Das DWI unterstützt alle teilnehmenden Gastronomen und Händler mit Promotionsmaterial und einer bundesweiten Öffentlichkeitsarbeit in den Print-, Online- und Hörfunkmedien.

---

## FACHHANDELSPREIS DES DEUTSCHEN WEININSTITUTS

---



*Wein+Markt und DWI kooperieren weiterhin beim Fachhandelspreis*

Der DWI-Fachhandelspreis hat sich nach drei Jahren als wichtige Auszeichnung in der Branche etabliert und wird deshalb 2015 erneut in Kooperation mit der Fachzeitschrift Wein+Markt durchgeführt. Er zeichnet bundesweit drei Fachhandelsgeschäfte aus, die sich in besonderer Weise mit den heimischen Weinen beschäftigen und so den Absatz von Qualitätsweinen aus unterschiedlichen deutschen Anbaugebieten überdurchschnittlich fördern.

---

## AUSGEZEICHNETE WEINABTEILUNG IM LEH

---

Das DWI wird 2015 seine Kooperation mit dem Branchenmagazin LZdirekt fortsetzen und Filialen des Lebensmittelhandels in ganz Deutschland prämiieren, die ein besonders umfangreiches Sortiment an Qualitätsweinen aus unterschiedlichen deutschen Anbaugebieten im Angebot haben und ihren Kunden eine qualifizierte Beratung bieten. Ausgezeichnet werden jeweils drei Märkte in den Kategorien Supermarkt (bis 2.500 qm) und Großfläche (über 2.500 qm). Das Projekt soll dem Lebensmittelhandel einerseits einen Anreiz bieten, verstärkt deutsche Weine aus unterschiedlichen Anbauregionen ins Sortiment aufzunehmen, andererseits soll es dem Weinkunden zeigen, dass der LEH als Einkaufsstätte für heimische Weine eine gute Orientierung bietet und ein umfangreiches Angebot zur Verfügung stellt.





*Das DWI testete erfolgreich in Hamburg ein neues Konzept im LEH*

## NEUE KONZEPTE FÜR DEN LEBENSMITTELEINZELHANDEL

Nach einem erfolgreichen Pilotprojekt mit einem Lebensmitteleinzelhändler mit acht Filialen in Hamburg, in denen das DWI Verkostungen deutscher Weine aus dem Sortiment der Märkte durchgeführt hat, soll das Projekt 2015 ausgeweitet werden. Zudem werden derzeit Gespräche mit dem Lebensmitteleinzelhandel und den Unternehmen der Weinwirtschaft, die diesen Vertriebskanal beliefern, geführt, um die Möglichkeiten weiterer gemeinsamer Aktionen zu prüfen. Auch im Ausland sollen entsprechende Konzepte insbesondere in England, USA und Dänemark entwickelt und umgesetzt werden.

## INTERNATIONALE AKTIONSWOCHEN IN GASTRONOMIE UND HANDEL

Die DWI-Aktionswochen rund um Riesling & Co. sind für den Weinhandel und die Gastronomie in den internationalen Märkten zu einer beliebten Maßnahme geworden, um die Weinfreunde verstärkt auf die oftmals noch unterschätzten Qualitäten deutscher Weine aufmerksam zu machen. In

Kanada, den USA und Großbritannien werden sie zum wiederholten Mal als „31 Days of German Riesling“ einen ganzen Monat lang durchgeführt. Neben dem internationalen Zugpferd Riesling stehen während der gesamten Aktion auch die Burgunder und weitere Rebsorten im Rampenlicht.

### INTERNATIONALE RIESLING-WOCHEN 2015

Land	Zeitraum	Titel
Finnland	17. – 31. Mai 2015	Riesling Weeks
Dänemark	11. – 17. Mai 2015	Riesling Weeks
Belgien	29. Mai – 14. Juni 2015	Riesling Weeks
Niederlande	29. Mai – 14. Juni 2015	Riesling Weeks
Schweden	25. – 31. Mai 2015	Riesling Weeks
Norwegen	30. Mai – 06. Juni 2015	Riesling Weeks
Asien	Juni 2015	Riesling Weeks
Schweiz	Juni 2015	Riesling Weeks
Polen	Juni 2015	Riesling Weeks
Großbritannien	01. – 31. Juli 2015	31 Days of German Riesling
USA	01. – 31. Juli 2015	31 Days of German Riesling
Kanada	01. – 31. Juli 2015	31 Days of German Riesling

# Nationale und internationale Fortbildungsveranstaltungen

---

## SCHULUNGEN FÜR FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTE

---

Für 2015 plant das Deutsche Weininstitut im Inland wieder ca. 200 Seminare und Schulungen für etwa 3.000 Fach- und Führungskräfte aus Gastronomie, Handel und der Weinwirtschaft. Dazu zählen auch Seminare an Hotelfachschulen und gastronomischen Berufsschulen sowie vor Ort in den Betrieben. In Hamburg, Berlin und München werden in diesem Jahr erstmals auch Sensorik-Seminare angeboten. Mit der erfolgreichen Teilnahme am Aufbauseminar „Weinland Deutschland“ qualifizieren sich Weinprofis für die WSET Diploma Wine and Spirits-Ausbildung zum Weinakademiker. Weininteressierte Endverbraucher haben ebenfalls die Möglichkeit, sich beim DWI in eintägigen Weingenießer- und Degustationsseminaren rund um die deutschen Weine fortzubilden. Im Juni und Juli 2015 stehen außerdem noch zwei Weininformationsreisen nach Rheinhessen auf dem Programm.



*Für 2015 plant das DWI wieder 200 Seminare und Schulungen für Gastronomie, Handel und Weinwirtschaft*

---

## GERMAN WINE ACADEMY

---

Die mehrtägigen englischsprachigen Seminarprogramme „German Wine Academy“ werden in diesem Jahr erneut zwei Mal durchgeführt. Ähnlich der Sommelier Spring Class werden in Seminaren, Workshops, Vorträgen und Reisen in die deutschen Anbauggebiete 30 ausländische Weindozenten auf den neuesten Stand in Sachen deutscher Wein gebracht.



*Große Nachfrage aus dem Ausland nach mehrtägigen DWI-Seminaren*

---

## SOMMELIER SPRING CLASS & SOMMELIER SUMMER CLASS

---

Aufgrund der großen Nachfrage und guten Resonanz werden in diesem Jahr wieder zwei mehrtägige Seminarveranstaltungen für jeweils etwa 30 Sommeliers aus aller Welt angeboten. Zudem stehen Besuche der Mainzer Weinbörse sowie der Großen Gewächse-Verkostung in Wiesbaden auf dem Programm, dem sich verschiedene Informationsfahrten in die Anbauggebiete anschließen werden.

# Präsentationen, Messen und andere Veranstaltungen

## PROWEIN

Die wichtigste internationale Weinfachmesse in Düsseldorf präsentiert sich in 2015 erstmals mit einem neuen Hallenkonzept. Der neu gestaltete Stand des DWI findet sich in Halle 13 (Standnummer 13C110) und steht unter dem Motto „Regional Heroes – Entdeckungen aus 13 Anbaugebieten“. An der offenen Verkostungstheke werden regionaltypische Rebsortenweine aus allen deutschen Anbaugebieten präsentiert. Zudem finden am Stand zahlreiche Präsentationen und Veranstaltungen des DWI, u.a. mit Winzern der Generation Riesling statt. Auch andere Organisationen, wie z.B. das Silvanerforum, die Badische Wein GmbH oder der Weinbauverband Württemberg präsentieren sich am DWI-Stand. Die Generation Riesling wird zum zweiten Mal mit einem eigenen Stand auf der ProWein vertreten sein. Der Stand (Standnummer 13D120), an dem sich insgesamt zehn Winzerinnen und Winzer der Generation Riesling mit unterschiedlichen Weinen präsentieren, befindet sich in unmittelbarer Nähe zum DWI.



Düsseldorf, Germany  
15. – 17.3.2015

## SCHULUNGSABTEILUNG AUF DER INTERNORGA

Um noch mehr Gastronomen auf das Seminarangebot des DWI aufmerksam zu machen wird sich das Ressort Aus- und Weiterbildung des DWI in 2015 erstmals auf der Internorga am Stand von Zwiesel Kristallglas mit einem eigenen Informationscounter präsentieren. Die Leitmesse für den Außer-Haus-Markt findet vom 13. – 18. März 2015 in Hamburg statt. Geplant sind auch kurze Weinseminare in Zusammenarbeit mit Zwiesel Kristallglas, in denen auf das wichtige Zusammenspiel von Wein und Glas eingegangen wird.

## PRÄSENTATIONEN AUF FACHMESSEN IM AUSLAND

In dem vom BMEL organisierten Gemeinschaftsstand für deutsche Erzeuger auf der Vinexpo in Bordeaux sowie der Wine & Spirits Fair in Hongkong, wird das DWI in diesem Jahr wieder zahlreiche Verkostungen und kleine Seminare veranstalten sowie an einer permanenten Verkostungszone eine repräsentative Auswahl deutscher Weine für die internationalen Fachbesucher bereit halten. Darüber hinaus sind Beteiligungen an weiteren Messen rund um den Globus geplant.

## MESSEBETEILIGUNGEN 2015 DES DWI:

Messe	Zeitraum
Amsterdam, Wine Professional	12. – 04.01.2015
Tokyo, Foodex	03. – 06.03.2015
Düsseldorf, ProWein	15. – 07.03.2015
Shanghai, Sial	06. – 08.05.2015
Beijing, Top Wine China	04. – 06.06.2015
Vinexpo, Bordeaux	14. – 08.06.2015
Aspen, Food&Wine Classics	19. – 01.06.2015
Brüssel, Mega Vino	23. – 06.10.2015
Krakau, Enoexpo	04. – 06.11.2015
Hongkong, Int. Wine & Spirits Fair	05. – 07.11.2015
Shanghai, ProWine China	11. – 03.11.2015
Utrecht, Gastronomie Utrecht	10. – 01.11.2015

## RIESLING & CO.-PRÄSENTATIONEN

Die bewährte Riesling & Co. World Tour, an der sich alljährlich viele Erzeugerbetriebe und Importeure beteiligen, wird in diesem Jahr in Dänemark, Schweden, Kanada, der Schweiz und in den Niederlanden durchgeführt.

### RIESLING & CO.-TOUR 2015

Stadt	Zeitraum
Kopenhagen	März 2015
Oslo	05.05.2015
Zürich	18.05.2015
Toronto	21.05.2015
Amsterdam	14.09.2015

## WINE MAKERS DINNER IN POLEN

Gemeinsam mit dem neuen DWI-Büro in Polen sind in diesem Jahr Abendevents mit Beteiligung von Weinerzeugern in Warschau, Breslau und Posen geplant. Mit Unterstützung von fachkundigen Sommeliers werden deutsche Weine zu polnischen Speisen dem geladenen Fachpublikum präsentiert.

## SPÄTBURGUNDER UND PINOT TRIO - PRÄSENTATIONEN

In den USA wird in diesem Jahr wieder die Burgunderpräsentation unter dem Motto „Pinot Trio“ stattfinden. In Kopenhagen ist eine Fachbesucherveranstaltung zum Thema „Deutscher Spätburgunder und Speisen“ geplant.

## THE OTHER GRAPES FROM GERMANY

Insbesondere in den skandinavischen Märkten wächst bei den Weinfreunden und unseren Zielgruppen in Handel, Gastronomie sowie den Medien das Interesse an der Rebsortenvielfalt aus den deutschen Weinregionen. Dies kann durchaus als Erfolg des DWI und den Betrieben der deutschen Weinwirtschaft gewertet werden, denen es mittlerweile gelungen

ist, mit dem Riesling an der Spitze die Neugier auf weitere Rebsorten aus den deutschen Anbaugebieten zu wecken. Aus diesem Grund fanden bereits im vergangenen Jahr Weinpräsentationen in Dänemark und Norwegen statt, die ganz bewusst auf Riesling verzichtet haben. Sie sollen in diesem Jahr fortgeführt werden und im Rahmen von Verkostungen und Seminaren beispielsweise die Burgundersorten, Silvaner, Roséweine oder Winzersekt in den Fokus rücken.

## STARKE PRÄSENZ AUF VERBRAUCHERMESSEN IN DEN NIEDERLANDEN

Das DWI wird in diesem Jahr erstmals dafür sorgen, dass deutsche Weine auf der Haarlem Culinair, einem der größten Feinschmecker-Festivals in den Niederlanden, präsent sind. Zahlreiche Restaurants aus Haarlem und Umgebung präsentieren sich hier mit ihren exquisiten Gerichten zu erschwinglichen Preisen für die Besucher. Das Festival hat eine über 20-jährige Tradition und lockte zuletzt circa 70.000 Besucher an.

Zum ersten Mal wird das DWI zudem auf dem größten und ältesten Shopping Event für trendige Lifestyle-Produkte in den Niederlanden mit einem eigenen Präsentationsstand dabei sein: der Huishoudsbeurs in Amsterdam, mit jährlich rund 220.000 Besuchern.

Fortgeführt werden die Weinpräsentationen für Frauen in den Niederlanden. Die wichtigsten Frauenmagazine „Libelle“ und „Margriet“ organisieren beide einmal jährlich eine Messe mit Trendprodukten für ihre Leserinnen, die jeweils mehr als 70.000 Besucher anziehen. Das DWI wird diese Plattformen 2015 zum zweiten Mal nutzen, um der interessanten Zielgruppe Weine zu präsentieren, die aktuell in den niederländischen Supermärkten erhältlich sind.



*Deutsche Weine bei Messen für Trendprodukte in den Niederlanden*

In Kooperation mit dem niederländischen Büro der Deutschen Zentrale für Tourismus gibt es deutsche Weine zudem auf der Reise- und Tourismusmesse *Vakantiebeurs* in Utrecht.

---

### RIESLING MOVES WITH BITES & GROOVES

---

In Großbritannien plant das DWI eine Late-Night Party, auf der zehn junge Winzer in einer lockeren Atmosphäre ihre Weine präsentieren. Dadurch sollen insbesondere junge Leute für die deutschen Weine begeistert werden.

---

### „WEINTOUR“ IN HAMBURG UND BERLIN

---

Nach der letztjährigen Premiere der „WeinTour“ in Hamburg, soll die gemeinsam mit den regionalen Weinwerbungen und ihren touristischen Partnerorganisationen ausgerichtete Wein- und Reisesmesse im Oktober/November 2015 in der Hansestadt wiederholt und zusätzlich erstmals in Berlin durchgeführt werden. Das Konzept wird angepasst, in dem u.a. die Schönheit und Einzigartigkeit der Regionen über entsprechende Bildmotive noch stärker herausgearbeitet werden soll und neben Weinseminaren auch Seminare über besondere touristische Angebote stattfinden sollen. Unter anderem sollen auch die Weingästeführer der Regionen stärker eingebunden werden, um den touristischen Bereich der Messe noch stärker zur Geltung kommen zu lassen.

---

### WEINSENSORIUM 2015 IN ERFURT

---

Das WeinSensorium wird in diesem Jahr vom 07. bis 16. August 2015 in Erfurt auf dem zentralen Domplatz Station machen. Die 400 m<sup>2</sup> große Weinerlebniswelt hat bereits in



*Das WeinSensorium macht 2015 in Erfurt Station*

Berlin, Leipzig, Düsseldorf, Bremen, Braunschweig und Hannover zusammengenommen über 40.000 Besucher angezogen. Viele von ihnen haben sich zum ersten Mal mit den heimischen Weinen befasst und konnten so auf eine neue, moderne, spielerische Art mit allen Sinnen viel Interessantes über sie erfahren.

---

### BERLINALE

---

Im Rahmen der Berlinale 2015 wird das DWI gemeinsam mit der Werbegemeinschaft Württembergischer Weingärtnergenossenschaften und dem rheinland-pfälzischen Weinbauministerium wieder dafür sorgen, dass den internationalen Gästen bei allen offiziellen Berlinale-Veranstaltungen ausschließlich deutsche Weine angeboten werden. Die Auswahl umfasst über 20 verschiedene Weiß- und Rotweine sowie drei Winzersekte. Außerdem sollen in diesem Jahr wieder gemeinsame Aktionen mit dem Berliner Weinfachhandel stattfinden.



*Die Deutsche Weinkönigin Janina Huhn und Berlinale-Chef Dieter Kosslick nach der Auswahlprobe für 2015*

---

### WAHL DER DEUTSCHEN WEINKÖNIGIN IN NEUSTADT

---

Die Wahl der 67. Deutschen Weinkönigin wird 2015 wieder in Neustadt an der Weinstraße ausgerichtet. Zur Vorentscheidung treten die Kandidatinnen aus allen 13 Anbaugebieten am 19. September an. Die sechs Finalistinnen wetteifern am darauffolgenden Freitag, den 25. September 2015, um die deutsche Weinkrone. Das Vorbereitungsseminar für die Bewerberinnen findet vom 4. bis 6. August ebenfalls in Neustadt statt.

*Die Wahl zur Deutschen Weinkönigin findet am 25. September 2015 in Neustadt statt*



---

## 7. WEINWANDERWOCHELENDE

---

Für das gemeinsam mit den Gebietsweinwerbungen ins Leben gerufene WeinWanderWochenende ist am 25./26. April die siebte Auflage geplant. Das DWI wird rechtzeitig gemeldete Events in einer kostenlosen Broschüre veröffentlichen und alle Informationen zu den Touren auf seiner Internetseite zusammenstellen. Hierfür können auch noch kurzfristig Wanderungen gemeldet werden. Allen Aktionspartnern stellt das DWI erneut kostenlos DIN A2 und A3 Plakate zur Verfügung, mit denen die Veranstaltungen beworben werden können.



*Das WeinWanderWochenende macht  
am 25./26. April mobil*

# Kommunikation

---

## KOMPLETTER RELAUNCH DER WEBSITE

---

Dem neuen Kommunikationskonzept und Corporate Design entsprechend wird sich die DWI-Homepage in Kürze graphisch und inhaltlich völlig neu gestaltet präsentieren. So werden die umfangreichen Wissensangebote zukünftig barrierefrei und in einer emotionalen Bildsprache wiedergegeben werden. Die Website bekommt zudem eine klarere Struktur und wird schneller aufzurufen sein. Als zentrales Element wird die neue Website eine Landkarte mit integriertem Terminkalender beinhalten, wodurch man sich sehr komfortabel über die zahlreichen Weinveranstaltungen innerhalb und außerhalb der Weinregionen informieren kann.

---

## PRESSEARBEIT

---

Das Ressort Presse orientiert sich in der Kommunikation an den aktuellen DWI-Themenschwerpunkten und wird die vielfältigen Maßnahmen und Aktivitäten dieses Jahres durch entsprechende Pressemeldungen, -konferenzen und -events kommunikativ begleiten. Außerdem werden wieder Pressereisen und -seminare einen wichtigen Platz in der Medienarbeit einnehmen. In diesem Jahr sind für deutsche Journalisten drei Pressereisen und zwei Presseseminare 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.

---

## MARKTFORSCHUNGSERGEBNISSE FÜR DIE WEINBRANCHE

---

Der Bezug des GfK-Haushaltspanels, das die Entwicklung der Wein-Einkäufe von 30.000 Haushalten in Deutschland abbildet, wird 2015 fortgeführt. Die wichtigsten Ergebnisse der Marktbeobachtungen bereitet das DWI in gewohnter Weise auf und kommuniziert sie regelmäßig über einen Newsmailer, der von der deutschen Weinwirtschaft kostenlos abonniert werden kann.

---

## EXPORTBERATUNG

---

Der Bedarf an Beratung für die verschiedensten Exportthemen steigt ständig. Das DWI steht gemeinsam mit seinen Auslandsbüros allen exportinteressierten Betrieben für Einzelberatungsgespräche zur Verfügung. Darüber hinaus wird in Kooperation mit der IHK-Trier das Exportportal weiter geführt und aktualisiert, auf dem sich Beitragszahler jederzeit über exportrelevante Daten aller bedeutenden Auslandsmärkte für Wein informieren können. Zudem eröffnet das DWI-Forum Export am 10. Juni 2015 den Beitragszahlern die Möglichkeit, in direkten Gesprächen mit den Leitern der DWI-Auslandsbüros individuelle Exportangelegenheiten zu besprechen. In einer Reihe von Vorträgen werden auf dem Forum interessante Themen zum Weinexport präsentiert.

---

## NEUE INFORMATIONS- UND WERBEMITTEL

---

Begleitend zum Wiedereintritt in den polnischen Markt werden in diesem Jahr wichtige Publikationen wie das Lesebuch Öchsle, das Seminarhandbuch und weitere Broschüren in polnischer Sprache aufgelegt. Auch für den heimischen Markt werden neue Werbemittel und Informationsmaterialien geplant. Der neue Werbemittelkatalog erscheint in gedruckter Form zur ProWein 2015.

# Aus der Arbeit der Deutschen Weinakademie

---

## ÄRZTEFORTBILDUNG ZU WEIN UND DEMENZ

---

Die Deutsche Weinakademie (DWA) startet am 28. Januar mit einer Ärztefortbildung zum Thema „Demenz und Wein“ in das neue Jahr, die in Zusammenarbeit mit der Klinik für Gefäßchirurgie am Malteserkrankenhaus in Duisburg-Hornberg durchgeführt wird. Der Malteserkonzern hat die Therapie der Demenz als wesentlichen Baustein in der Geriatrie erkannt und legt in diesem Zusammenhang auch Wert auf eine umfassende Kommunikation verschiedener Lebensstilfaktoren. Die Klinik gibt der DWA bei dieser Fortbildung die Möglichkeit, ihre Arbeit und das Präventionsprogramm WINEinMODERATION vorzustellen.

---

## OIV-KONGRESS 2015 IN DEUTSCHLAND

---

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) ist in 2015 der Gastgeber für den jährlich stattfindenden Kongress der Internationalen Organisation für Rebe und Wein (OIV). Die OIV ist eine zwischenstaatliche Organisation mit derzeit 46 Mitgliedstaaten, die sich mit wissenschaftlichen und technischen Fragen in den Bereichen Rebe, Wein, weinhaltige Getränke, Tafeltrauben, Rosinen und andere Reberzeugnisse beschäftigt und für diese Bereiche international zuständig und anerkannt ist. Der Kongress, zu dem mehrere hundert Teilnehmerinnen und Teilnehmer erwartet werden, findet vom 6. bis 10. Juli 2015 in Mainz statt, mit der Möglichkeit anschließend noch an Exkursionen in die Weinregionen teilzunehmen. Der Eröffnungstag steht in diesem Jahr unter dem Motto „WINEinMODERATION – verantwortungsvoller Konsum als globale Bewegung“. Die DWA wird gemeinsam mit ihrem wissenschaftlichen Beirat das BMEL in der Vorbereitung und Durchführung dieses Programmteiles unterstützen.





---

**HERAUSGEBER:**

Deutsches Weininstitut GmbH  
Gutenbergplatz 3-5  
55116 Mainz  
info@deutscheweine.de  
www.deutscheweine.de