

1/25

Deutscher Wein
Intern



Willkommen
in besten Lagen.

deutscheweine.de

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit unserer diesjährigen Rückschau auf die wichtigsten DWI-Aktivitäten des vergangenen Jahres und unserem Ausblick auf die geplanten Maßnahmen für 2025 möchten wir Ihnen alles Gute und vor allem viel Erfolg in diesen herausfordernden Zeiten wünschen.

Von Seiten des Gemeinschaftsmarketings haben wir im vergangenen Jahr im In- und Ausland zahlreichen wichtigen Multiplikatoren wie Medienvertretern, Sommeliers und Gastronomen sowie Playern aus dem Lebensmitteleinzelhandel und dem Weinfachhandel die Alleinstellungsmerkmale unserer Weine vermittelt. Dabei beruhten alle Aktivitäten und Maßnahmen erstmals auf der neuen „Strategie für das Gemeinschaftsmarketing für deutschen Wein 2024 bis 2028“, die in enger Abstimmung mit den Gremien des DWF und DWI erarbeitet wurde.

Sie verlangt angesichts eines deutlich verringerten Budgets unter anderem eine Konzentration der Auslandsmärkte von 15 auf maximal zwölf, sowie vor dem Hintergrund der veränderten marktwirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen eine Intensivierung des Handelsmarketings im Inland. Auf die Endverbraucheransprache musste aus Budgetgründen weitestgehend verzichtet werden. Des Weiteren wurde das Onlinemarketing vor allem in Richtung der jüngeren Zielgruppen verstärkt.

Einen aufschlussreichen Einblick in die Budgetentwicklung der Gemeinschaftswerbung gab der Rückblick auf 75 Jahre deutsche Weinwerbung am 27. August 2024. Danach ist die Weinwerbeabgabe seit 1962 von 0,50 DM auf 0,67 Euro pro Ar und Jahr gestiegen, wobei die letzte Erhöhung vor 31 Jahren stattgefunden hat.

Seit 1949 hat die Weinbranche einige Höhen aber auch Krisen durchlebt und mit Skandalen zu kämpfen gehabt. Sie wurden letztlich auch gemeinsam mit einer starken deutschen Gemeinschaftswerbung gemeistert. Dabei stellten fundierte Marktanalysen schon immer wichtige Entscheidungshilfen für die Branche dar.

Die vom DWI beim renommierten Marktforschungsinstitut NielsenIQ beauftragte Marktbeobachtung weist seit vielen Jahren rückläufige Weinkäuferzahlen sowie, vor allem seit der Pandemie und vor allem auch der Ukraine Krise, eine gestiegene Preissensibilität der deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher auf, was letztendlich zu sinkenden Absätzen und Umsätzen von deutschen Weinen führte. Einen Lichtblick für die Zukunft geben entalkoholisierte oder auch teilweise entalkoholisierte Weine und Sekte, die seit letztem Jahr auch fester Bestandteil der DWI-Kommunikation geworden sind.

Das DWI hat seine Marktforschungsanstrengungen letztes Jahr durch die Unterstützung der Hochschule Geisenheim im Rahmen der Geisenheimer Absatzanalyse noch weiter ausgebaut. Durch exklusive Sonderanalysen können wir damit der Branche detaillierte Einblicke in aktuelle Weinmarktentwicklungen geben. Wichtige Schwerpunkte der DWI-Arbeit bilden zudem weiterhin die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, ein erweitertes Schulungsprogramm sowie die Nachwuchsförderung im Rahmen der Generation Riesling-Initiative.

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 für Weinerzeuger und die Weinwirtschaft“ abonnieren, der Sie alle 14 Tage mit Neuigkeiten aus dem DWI versorgt und über Marktforschungsergebnisse, Ausschreibungen oder Beteiligungsmöglichkeiten informiert. Wir freuen uns, gemeinsam mit Ihnen den deutschen Wein auch unter den aktuell schwierigen Rahmenbedingungen und mit begrenzten Mitteln weltweit weiter voranzubringen.

Ihre

Monika Reule

Geschäftsführerin des Deutschen Weininstituts



Rückblick 2024

Das DWI hat im vergangenen Jahr den Multiplikatoren der Medien, der Gastronomie, des Fachhandels und des Lebensmitteleinzelhandels sowie den Importeuren im Ausland die deutschen Weine mit zahlreichen Aktivitäten nähergebracht. Dabei wurde insbesondere das Bewusstsein für die Herkunft und die besonderen Qualitäten deutscher Weine geschärft. Die Maßnahmen im Ausland konzentrierten sich auf insgesamt elf Auslandsmärkte, die besonders hohe Wertschöpfungs- und Wachstumspotenziale für deutsche Weine und Sekte versprechen.

75 Jahre Gemeinschaftsmarketing für deutschen Wein

Am 27. August 1949 gründeten Dr. Albert Bürklin und Gustav Adolf Schmitt die „Deutsche Weinwerbung“ als privatwirtschaftliches Projekt, aus dem 1967 das Deutsche Weininstitut hervorging. Damals wie heute zählt zu den Kernaufgaben des DWI, die Qualität und den Absatz von Weinen aus den 13 deutschen Anbaugebieten durch wettbewerbsneutrale Kommunikations- und Marketingmaßnahmen im In- und Ausland zu fördern. Der 75. Jahrestag im August 2024 war für die Weinbranche ein Anlass, die Bedeutung der gemeinschaftlichen Weinwerbung und produktneutralen Kommunikation für den deutschen Wein hervorzuheben.

Stimmen aus der Weinbranche:

Klaus Schneider, Präsident des Deutschen Weinbauverbandes und Aufsichtsratsvorsitzender im Deutschen Weinfonds (DWF): „Das DWI fördert seit 75 Jahren das Image und Ansehen unserer Weine im In- und Ausland. Hierzu immer wieder neue Ideen und Strategien zu entwickeln, ist eine bemerkenswerte Leistung. Dies gilt umso mehr vor dem Hintergrund geringer werdender Mittel für die Weinwerbung.“

Für **Peter Rotthaus**, Geschäftsführer des Bundesverbands der Deutschen Weinkellereien und DWF-Aufsichtsratsmitglied, sind neben den klassischen Marketingmaßnahmen der Gemeinschaftswerbung insbesondere die DWI-Schulungen, die Pressearbeit und Marktforschung sowie die Messeauftritte und die zunehmende Social-Media-Arbeit wertvolle Aufgaben, die das DWI für die Branche leistet.

Der Geschäftsführer der Lauffener Weingärtner und DWF-Aufsichtsratsmitglied **Marian Kopp** sieht aktuell den Weinmarkt vor enormen Herausforderungen stehen: „Angesichts eines rückläufigen Weinkonsums und eines wachsenden Wettbewerbs auf dem deutschen wie auch den internationalen Weinmärkten ist die brancheninterne

Arbeit des DWI über alle Betriebsformen und Regionen hinweg umso wichtiger.“

75 Jahre DWI im Podcast

Einen Blick zurück in die Anfangsjahre bietet der DWI-Podcast mit dem ehemaligen Geschäftsführer des DWI, Dr. Franz Werner Michel und der heutigen Geschäftsführerin Monika Reule. Er gibt zudem eine Rückschau auf die bewegte Geschichte, die der deutsche Wein in den vergangenen 75 Jahren durchlebt hat.

Nostalgisch: Weinwerbung aus den 1950er Jahren



Kommunikation

Onlinekommunikation

DWI-INFORMATIONSPORTALE LEGEN WEITER ZU

Das digitale Grundrauschen rund um deutsche Weine konnte nach einem umfangreichen Systemupdate im vergangenen Jahr weiter gesteigert werden. Die Online-Präsenz der heimischen Weinwirtschaft legte insbesondere auf den internationalen 'Wines of Germany'-Portalen erheblich zu: so zum Beispiel in Schweden (+117 Prozent), in der Schweiz (+145 Prozent) und in Tschechien (+66,5 Prozent). Auch die Nutzung der DWI-Datenbank wurde im Jahresvergleich um 20 Prozent stärker nachgefragt. Darin können alle registrierten Betriebe unter anderem eigene Erzeugnisse, besondere Dienstleistungen oder Veranstaltungen eintragen und diese so über die DWI-Webseite sowie die App einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen.

Die Online-Präsenz der deutschen Weinmajestäten legte 2024 um 30 Prozent zu. Treiber waren hier neben der engagierten Arbeit der Amtsträgerinnen auch die Debatte um die Amtsbezeichnung.



AUSZEICHNUNG FÜR DWI-WEBSEITE

Nach der technischen und inhaltlichen Neustrukturierung der DWI-Homepage und Datenbank erhielt das DWI am 28. November den „Typo3-Award 2024“ in der Kategorie „Sports&Culture“ für eine besonders gelungene Umsetzung des weit verbreiteten Content Management Systems.

Zudem sind im September 2024 die Webseiten der 'Wines of Germany' Vertretungen von Japan, Niederlande, Polen, Schweden, Schweiz und Tschechien in das neue System überführt worden. Sie präsentieren sich seitdem im vergleichbaren Layout wie der Internetauftritt des deutschen Gemeinschaftsmarketings.

ERFOLGREICHE WEIN-PODCAST-REIHEN

Seit 2019 machen die DWI-Podcasts Lust auf Erlebnisse und Themen rund um die deutschen Weine. Jeden Monat sprechen Mitarbeitende des DWI dafür mit namhaften Experten und Expertinnen aus der Wein-, Tourismus- oder Ernährungsbranche. Die Themen des letzten Jahres reichten von der „Ausbildung zum Winzer“ über „Sommeliers im Supermarkt“ bis zu einem Blick hinter die Kulissen bei der Wahl der Deutschen Weinkönigin. Abrufbar sind die gut nachgefragten Podcasts über alle gängigen Streaming-Plattformen sowie die DWI-Webseite unter „News& Medien“.

Die beliebte Podcast-Reihe „Auf ein Glas Wein mit...“, in der Theresa Olkus sechs Jahre lang prominente Persönlichkeiten bei einem Glas Wein getroffen hat, endete im letzten Jahr mit der 30. Folge. Von der Süddeutschen Zeitung mit Unterstützung des DWI produziert, erfreuten sich die Podcasts großer Nachfrage auf sueddeutsche.de und faz.net – zuletzt mit Lena Gerke, Alvaro Soler und Wotan Wilke Möhring. Alle 30 Folgen sind weiterhin auf der DWI-Website zum Nachhören verfügbar.

INTERNATIONALE MARKTINFO-WEBINARE

Die mittlerweile etablierte „Marktinfo online“ Webinar-Reihe informierte 2024 über den „Einstieg in den Export“ sowie die die Auslandsmärkte Schweden und Finnland. In diesem Rahmen referierten die Leiter der internationalen Wines of Germany-Agenturen sowie erfahrene Weinexporteure und -importeure, Sommeliers und Medienvertreter in einstündigen Onlineveranstaltungen über die aktuellen Marktsituationen und gaben wertvolle Tipps für einen erfolgreichen Markteintritt. Auf jedes Webinar folgte zudem ein Online-Sprechtag mit der Möglichkeit, sich in 15-minütigen Videocalls direkt mit Vertretern der jeweiligen Wines of Germany Agenturen auszutauschen und individuelle Fragen zu klären.

ONLINE-SEMINARE: WEINENTDECKERWISSEN

Seit März 2021 finden regelmäßig am ersten Donnerstag im Monat die WeinEntdeckerWissen Online-Seminare statt. Die Reihe begeistert seit ihrem Start im Schnitt monatlich 483 Weinfreunde, die live dabei sind – das entspricht rund 17.000 Personen insgesamt. Hinzu kommen knapp 48.000 YouTube-Abrufe der Aufzeichnungen. Die Themenbreite der 90-minütigen Webinare reichte im vergangenen Jahr von "Internationalen Rebsorten“ über „Wein& Grillen“ bis hin zu „Alkohol(frei)“ oder „Barrique, Tonneau & Co.“. Das Besondere an dieser Seminarreihe ist die Möglichkeit, sich im Vorfeld bei kooperierenden Fachhändlern online individuell zusammengestellte Weinpakete mit charakteristischen Weinen bestellen zu können, die während der Webinare von ausgewiesenen Fachleuten besprochen werden. Bislang haben die Teilnehmenden zusammengekommen rund 20.000 Flaschen heimischer Weine bei den kooperierenden Weinhändlern gekauft. Am 6. Februar 2025 geht die kostenlose Seminarreihe ins fünfte Jahr. Infos zur Anmeldung und weitere Details gibt es unter deutscheweine.de/wew.

Die Online-Seminare WeinEntdeckerWissen begeistern ein großes Publikum



Social Media

SOCIAL-MEDIA-AKTIVITÄTEN: ARBEITSKREIS MIT GEBIETEN

Im vergangenen Jahr hat das DWI gemeinsam mit den Gebietsweinwerbungen (GWWs) auf den Social-Media-Plattformen Instagram, TikTok und Facebook mehrere Wochen lang verbrauchernahe Themen aus dem Weinland Deutschland in den Mittelpunkt gerückt. Dank der abgestimmten und crossmedialen Kommunikation mit den Regionen konnten die Inhalte mehr Menschen erreichen als je zuvor.

DWI-Themenwochen 2024 in Zusammenarbeit mit teilnehmenden GWWs

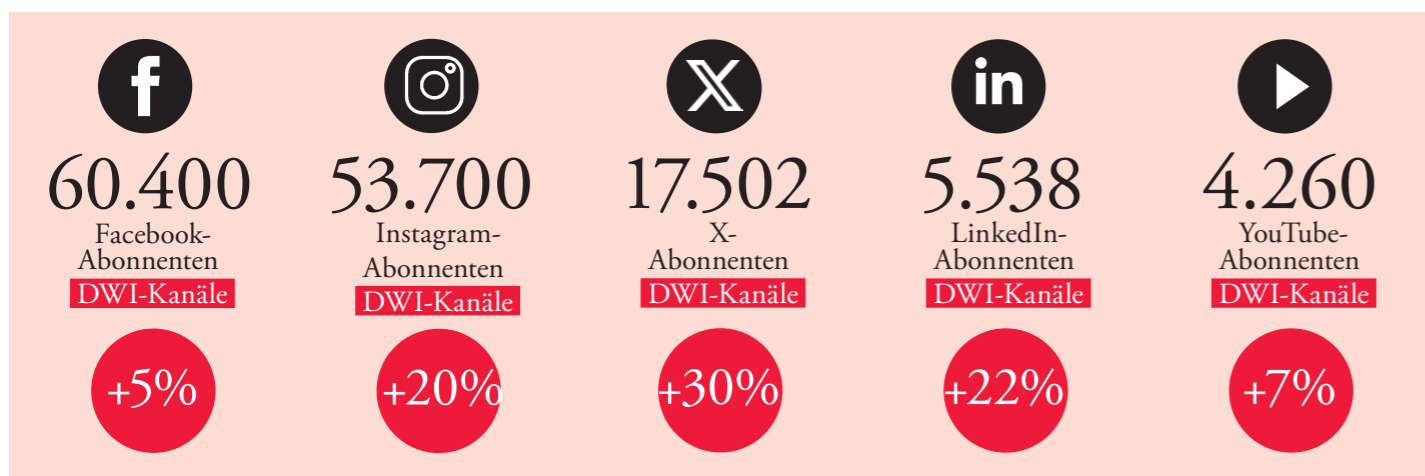
Quartal 1:	ProWein/PIWIs
Quartal 2:	Aktivitäten in den Weinbergen
Quartal 3:	Nachhaltigkeit, Weinlese
Quartal 4:	Wein und Speisen



LINKEDIN AVANCIERT ZU EFFEKTIVER PLATTFORM FÜR BRANCHENTHEMEN

Die organische Reichweite des DWI in den sozialen Medien, also die Verbreitung von Informationen rund um deutsche Weine mittels unbezahlter Beiträge, ist insbesondere im Business-Netzwerk LinkedIn weitergewachsen. Es umfasste 2024 über 5.500 B2B-Kontakte, Tendenz weiter steigend.

INTERESSE AN DEUTSCHEN WEINEN STEIGT WEITER



Pressearbeit



Großes Presseinteresse: Pressereise Terroir, Unterwegs im Weinberg mit Axel Neiss, Weingut Neiss

STARKES MEDIENINTERESSE

Das DWI ist in der deutschen und internationalen Medienlandschaft erste Anlaufstelle für vielfältige Presseanfragen rund um die heimischen Weine. Dabei werden Medienschaffende aus Deutschland und der Welt von Bodenheim aus in enger Zusammenarbeit mit den elf vom DWI beauftragten Wines of Germany Agenturen betreut.

Die Pressestelle begleitet zudem alljährlich alle wichtigen DWI-Marketingmaßnahmen und Events kommunikativ mit entsprechenden Pressemeldungen, anlassbezogenen Pressegesprächen und Veranstaltungen für Medienvertreter. Außerdem nehmen Pressereisen und -seminare für deutsche und internationale Journalisten aus allen Medienbereichen einen wichtigen Platz in der Pressearbeit ein. So können sie sich vor Ort ein persönliches Bild von den aktuellen Entwicklungen in den deutschen Weinregionen machen, was jedes Mal einen bleibenden Eindruck hinterlässt. 2024 thematisierten die Reisen für jeweils rund 15 Journalisten mit dem „Terroir des Weines“ die neue Herkunftspyramide für deutsche Weine und mit „Alkoholfrei und PIWIs“ zwei zukunftsweisende Trends. Ein Presseseminar informierte zudem über neueste Entwicklungen. Zwei internationale Pressereisen hatten die „Next Generation of German Wines“ und die „Herausforderungen des Klimawandels“ zum Thema.



Starkes Medieninteresse: Herstellungsverfahren zur Entalkoholisierung von Wein im Weingut Trautwein, Juni 2024

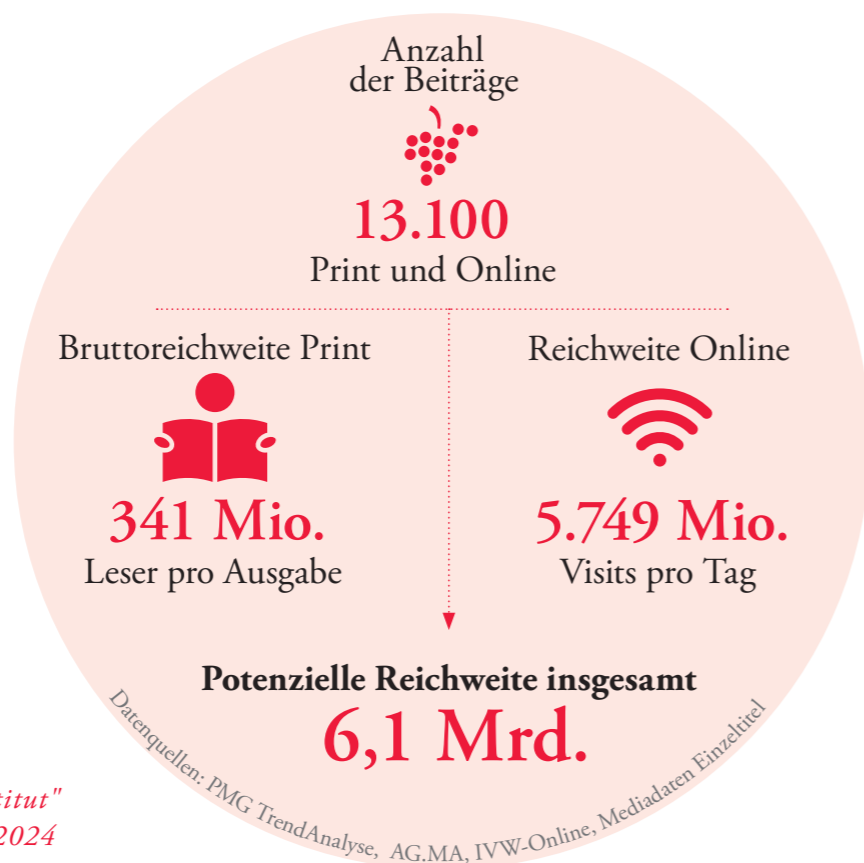


Annette Frier zu Gast in der ZDF-Show "Volle Kanne"

HOHE MEDIENPRÄSENZ DES DWI

Zahlreiche Interviews, Online-Meldungen, Pressereisen sowie Pressekonferenzen sorgen alljährlich dafür, dass die Botschaften des DWI bei Endverbrauchern und Fachleuten rund um den Globus ankommen. Allein im Inland wurde das Deutsche Weininstitut in den ersten drei Quartalen des Jahres 2024 in rund 10.000 Veröffentlichungen in Tageszeitungen, Magazinen und Online-Medien genannt. Die potenzielle Leserreichweite belief sich auf 4,7 Milliarden, was etwa 500.000 Lesenden pro Artikel entspricht. Darüber hinaus zeigten auch die TV- und Hörfunk-Redaktionen wieder großes Interesse an der Expertise des Deutschen Weininstituts. Von Januar bis November 2024 informierten DWI-Mitarbeitende in 24 Fernseh- und Radiointerviews ein Millionenpublikum über aktuelle Trends aus der deutschen Weinwirtschaft.

DEUTSCHES WEININSTITUT IN DEN MEDIEN



"Deutsches Weininstitut" Nennung in den Medien 2024

Werbekampagnen

HÖRFUNK- UND ONLINEKAMPAGNE ZU GESCHÜTZTEN HERKÜNFTEN

Die Herkünfte der deutschen Qualitätsweine aus den Regionen mit geschützten Ursprungsbezeichnungen standen 2024 erneut im Fokus einer Werbekampagne in den Ballungszentren außerhalb der 13 deutschen Weinanbaugebiete. Sie wurde durch EU-Mittel unterstützt und umfasste neben Hörfunkspots auch Onlineartikel auf namhaften Webseiten wie spiegel.de, zeit.de, süddeutsche.de, faz.net oder stern.de. Insgesamt erreichten die Werbemaßnahmen rund 195 Millionen Kontakte.

INFLUENCER-KAMPAGNEN

Nach einem erfolgreichen Test im Jahr 2023 wurde letztes Jahr eine weitere Werbekampagne mit sogenannten Microinfluencern durchgeführt. Sie haben jede bzw. jeder für sich zwar nicht allzu viele Follower, dafür jedoch in der Regel eine starke Glaubwürdigkeit sowie hohe Response-Raten. Im Rahmen der Kampagne hat das DWI viele von ihnen davon begeistern können, die Kombination von heimischen Weinen und regionalen Speisen zu bewerben, sodass am Ende in der Summe große Reichweiten erzielt werden konnten.

Marktforschung



NEUE KOOPERATION MIT DER HOCHSCHULE GEISENHEIM

Seit Mitte 2024 erstellt die Hochschule Geisenheim für das DWI exklusive Sonderanalysen aus der Geisenheimer Absatzanalyse. Die ersten vier Berichte zum Absatz von Weingütern an die Gastronomie, den Fachhandel, im Rahmen der Direktvermarktung an Endverbraucher und im Export wurden den Abgabepflichtigen des Deutschen Weinfonds kostenlos zur Verfügung gestellt.

REGELMÄSSIGE WEINMARKTBERICHTE

Eine laufende Beobachtung der Entwicklung der Weineinkäufe und des Einkaufsverhaltens in Deutschland erfolgt durch das Marktforschungsinstitut NielsenIQ. Die erhobenen Daten werden vom DWI ausgewertet und quartalsweise im Mafo-Newsletter als Sonderausgabe des Erzeuger-Newsletters publiziert. Die Zusammenarbeit mit dem internationalen Marktforschungsunternehmen Wine Intelligence/IWSR wurde 2023 ebenfalls fortgeführt. Ausführliche Zusammenfassungen der erhobenen Marktanalysen aus den wichtigsten Exportmärkten für deutsche Weine stehen der Weinwirtschaft auf Anfrage kostenlos zur Verfügung.

Deutsche Weinmajestäten



WELTWEIT MEDIENWIRKSAM UNTERWEGS

Neben zahlreichen Terminen im In- und Ausland waren die drei Deutschen Weinmajestäten Eva Brockmann, Lea Baßler und Jessica Himmelsbach in ihrem Amtsjahr auch auf der Webseite deutscheweinkoenigin.de sowie ihren Social-Media-Kanälen sehr erfolgreich aktiv. Allein auf ihren Facebook- und Instagram-Kanälen haben die Deutschen Weinhoheiten zwischenzeitlich rund 36.000 Follower, denen sie regelmäßig mit Fotos und Videoclips von ihren Einsätzen berichteten. Darüber hinaus gab insbesondere die Deutsche Weinkönigin Eva Brockmann im Laufe ihrer Amtszeit sehr viele Interviews. An der Diskussion um die Pfälzische Weinkönigin haben sich die Deutschen Weinhoheiten nicht beteiligt, wengleich die öffentliche Wahrnehmung durch die mediale Reichweite der Deutschen Weinkönigin enorm gestiegen ist, wie ihre Nennung in 4.500 Artikeln mit 1,7 Milliarden potenziellen Lesenden zeigt. Das monatliche Tagebuch der drei Weinhoheiten im Deutschen Weinmagazin rundeten ihre Medienpräsenz ab.

Weinmajestäten auf Deutschlandtour unterwegs in Franken

DWK/DWPs bei Verkündung der Spendensumme auf der Bühne

GENUSSPAKETE FÜR GUTEN ZWECK

Am 15. August startete das Deutsche Weinmajestäten-Trio eine Versteigerung von Genusspaketen, die ihnen von allen 13 deutschen Weinbaugebieten zur Verfügung gestellt wurden. Der Erlös von 2.750 Euro ging zusammen mit anderen Spenden an die Kinderhilfsorganisation „Wine Saves Life e.V.“, für die sie die Schirmherrschaft innehaben. Der Verein gibt die eingenommenen Spenden zu 100 Prozent an Kinderhilfsprojekte in Deutschland und in der Welt weiter.



76. Deutsche Weinkönigin Charlotte Wehl



CHARLOTTE WEHL ZUR 76. DEUTSCHEN WEINKÖNIGIN GEWÄHLT

Nach einem spannenden, live im SWR-Fernsehen und online übertragenen Finale der Wahl zur 76. Deutschen Weinkönigin wurde Charlotte Wehl aus der Pfalz am 27. September in Neustadt an der Weinstraße von Eva Brockmann zu ihrer Nachfolgerin gekrönt. Als Deutsche Weinprinzessinnen komplettieren Julia Lambrich vom Mittelrhein und Katharina Gräff von der Nahe das neue Majestäten-Trio. Gemeinsam vertreten sie die deutsche Weinbranche auf über 200 Veranstaltungen im In- und Ausland.

Ausgewählte Maßnahmen im In- und Ausland

Maßnahmen für Fachleute aus Gastronomie und Handel



WELTWEIT MEDIENWIRKSAM UNTERWEGS

2024 hat das DWI seine Seminare noch stärker an die Bedürfnisse der Weinbranche angepasst und flexibler gestaltet. Die Praxisorientierung der bundesweit durchgeführten Basis-Seminare zu Deutschem Wein in den Fachrichtungen „Handel“ und „Gastronomie“ wurde begeistert angenommen und erhielt vor allem von den gastronomischen Berufsschulen starkes positives Feedback. Auch die neu eingeführte Weindiskurs-Reihe stieß wieder auf sehr positive Resonanz. Hier konnten sich die Teilnehmenden in einem offenen Diskussionsformat mit dem Terroir-Begriff auseinandersetzen und im Austausch mit deutschen Winzern die Besonderheiten der heimischen Weine erfassen. Im zweiten Teil der Reihe konnten die Seminarteilnehmer mit jungen Weintalenten der Generation Riesling über die Herausforderungen der Zukunft, wie etwa den Klimawandel oder die EU-Alkoholpolitik, diskutieren. Sehr großer Beliebtheit erfreute sich das Online-Seminar zum Thema Arbeiten mit KI in der Weinwerbung, das auch nach mehrfachen Wiederholungen ständig ausgebucht war und 2025 weitergeführt wird. Der Online-Selbstlernkurs für Eventmanagement half durch seine zeitlich flexible Gestaltung und nahtlose Einbindung in die Nutzung mobiler Endgeräte bei der Organisation mehrerer Weinevents. Auch die Verkaufstrainings, sowie die Angebote rund um Social-Media-Werbung wurden sehr gut genutzt.

Darüber hinaus wurde auch die Zusammenarbeit des DWI mit anderen Branchen- und Ausbildungspartnern weitergeführt. Neben der Hochschule Geisenheim University und dem Bundesverband der DEHOGA arbeiteten auch die wichtigsten Weinschulen in Deutschland wie die Deutsche Wein- und Sommelierschule sehr erfolgreich mit den Dozierenden und Mitarbeitenden des DWI zusammen. Insgesamt hat das DWI 2024 über 3.000 ausgebildete und angehende Fachkräfte der Weinbranche über die heimischen Weine geschult. Der Online-Bereich und die Marketing-Seminare erweiterten die Reichweite auf über 4.000 Personen. Außerdem betreuten DWI-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Ko-Referenten mehrere Master-, Bachelor- und Diplomarbeiten zu Marketing- oder Weinthemen und fungierten als Vermittler und Ansprechpartner für alle Themen rund um den deutschen Wein.

Sensorik-Seminare im DWI

DIGITAL-KAMPAGNEN & PARTNERSCHAFTEN IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL

Das DWI hat seine Aktivitäten im inländischen Handel 2024 mit einer Vielzahl an Aktionen rund um die Weine aus deutschen Anbaugebieten weiter verstärkt. Neben der Zusammenarbeit mit den bisherigen Partnern wie z.B. Wasgau, tegut, Selgros C&C, WEZ, Dohle HIT oder Globus, konnten im vergangenen Jahr Kooperationen mit dem selbstständigen Einzelhandel ausgebaut werden. Erstmals hat das DWI mit der Drogeriemarktkette Rossmann eine 8-seitige Imagebroschüre kreiert, die der Oktober-Ausgabe des Kundenmagazins „centaur“ in einer Auflage von 600.000 Stück in allen 2.303 Filialen zur kostenfreien Mitnahme beilag. Viele Promotionen wurden mit thematisch passenden Belegern und Beiträgen in den jeweiligen Kundenmagazinen sowie durch Broschüren-Auslagen, Instore-Radio und Social-Media-Aktivitäten flankiert. Zudem wurden verschiedene digitale Projekte mit Partnern wie z.B. REWE digital und flaschenpost.de realisiert und Push-Kampagnen weiter ausgebaut. Zusätzlich gab es Verkostungen sowie Zweit-, Verbund- und Regalplatzierungen am Point of Sale.

Fachhandelspreisträger 2024:

*Matthias Hilgering, Weinhaus H. Hilgering Dortmund;
Mareike Jensen & Marianne Jensen, Weinstall Jensen, Flensburg;
Sebastian Schütz, Weinhandlung Rot Weiß Rosé, Würzburg (v.l.n.r.)*



Bei der Bewertung der teilnehmenden Fachhändler legte die Jury besonderes Augenmerk auf eine übersichtliche Präsentation von Weinen aus möglichst vielen deutschen Anbaugebieten sowie auf eine entsprechende Sortimentstiefe und -breite. Punkten konnten die Wettbewerbsteilnehmer zudem mit einem einladenden Ambiente, kompetenter Beratung, Probiermöglichkeiten, kundengerechten Services sowie mit Veranstaltungen und Aktionen, bei denen die Weine aus deutschen Regionen im Vordergrund standen.

SEMINARWOCHE FÜR MASTERS OF WINE

Anfang Februar 2024 fand in Neustadt an der Weinstraße eine Neuauflage der internationalen Schulungswoche für angehende Masters of Wine statt. Die Veranstaltung wurde in Zusammenarbeit mit dem Institute of Masters of Wine sowie in Kooperation mit dem VDP, der Stadt Neustadt und dem DWI organisiert. Im Rahmen von Seminaren und Besuchen bei Betrieben der Generation Riesling erhielten die rund 60 angehenden und bereits amtierenden Masters of Wine tiefgehende Einblicke in die Welt des deutschen Weins. 2025 soll die internationale Schulungswoche erstmals im pfälzischen Landau stattfinden.

FACHHANDELSPREIS 2023

Die Preisträger des diesjährigen Fachhandelspreises wurden am 15. Oktober erstmals im Bremer Ratskeller geehrt. Das DWI vergibt den Fachhandelspreis alljährlich in Kooperation mit der Fach-

BESTE WEINGASTRONOMIEN AUSGEZEICHNET

Das DWI hat in Kooperation mit Original SELTERS und DER FEINSCHMECKER „Ausgezeichnete Weingastronomien“ in fünf Kategorien gekürt, die sich in besonderer Weise für die Weine aus deutschen Regionen engagieren. Einen Sonderpreis von SELTERS gab es zudem für ein besonders nachhaltiges Konzept. Der Jury gehörten mit SELTERS-Geschäftsführer Otto J. Völker, der Chefredakteurin des Magazins DER FEINSCHMECKER Gabriele Heins sowie Paula Bosch, Christina Fischer und Gunnar Tietz ausgewiesene Gastronomiefachleute an. Die Qualitätsmaßstäbe für die Beurteilung der Restaurants wurden sehr hoch angesetzt. Neben dem Umfang und der Qualität des Weinangebots waren zudem Faktoren wie Preisgestaltung, Ausbildung der Mitarbeiter, die Möglichkeiten des Offenweinausschanks oder Weinveranstaltungen ausschlaggebend für das Juryurteil. Die Preisverleihungen finden im Januar 2025 vor Ort statt. Videoportraits aller Preisträger sind im DWI-YouTube-Kanal abrufbar.

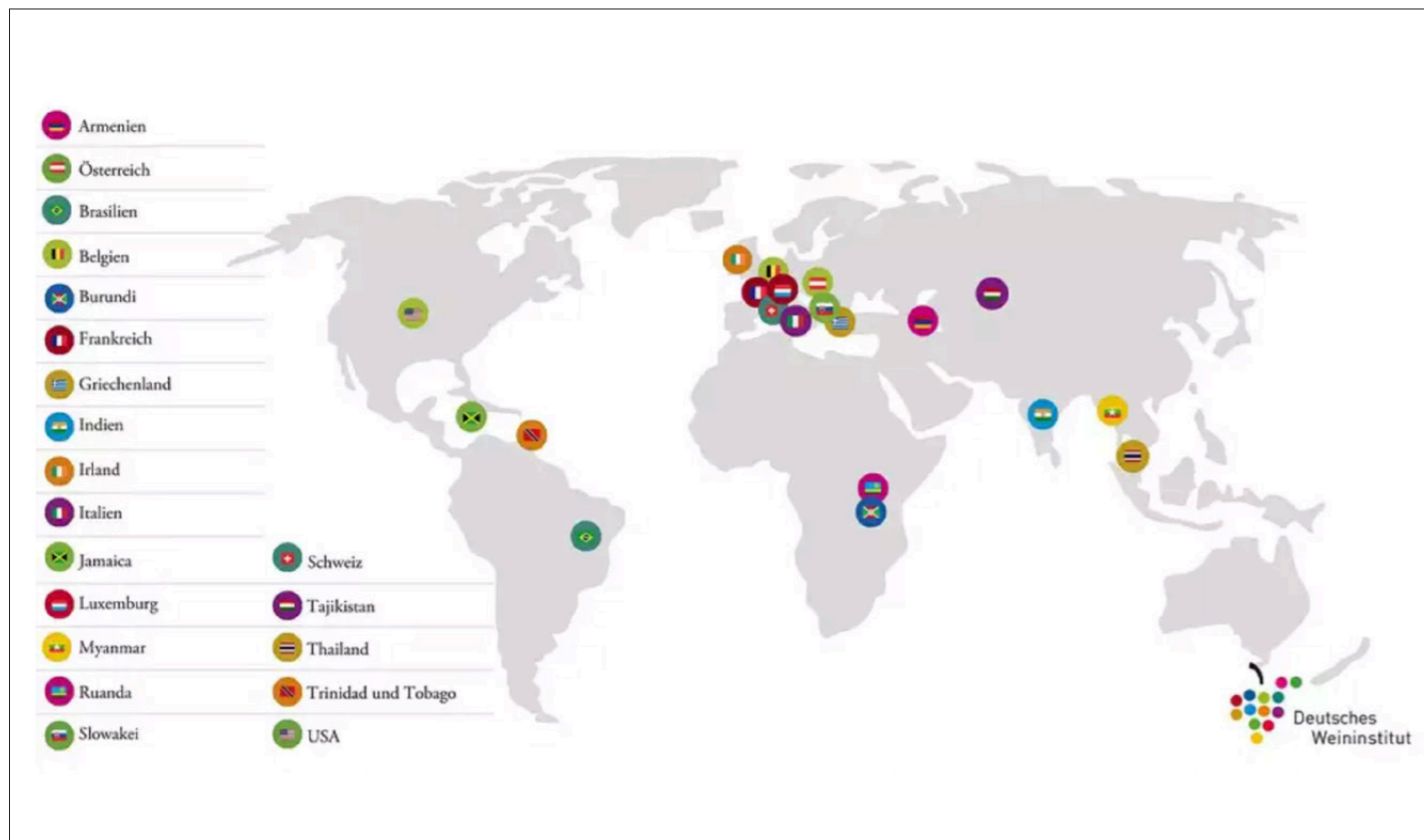


SOMMELIER-CUP 2024

Der einst als „Weinkellner-Wettbewerb“ gestartete Traditionswettbewerb fand als Sommelier-Cup 2024 erneut großen Anklang. Mehr als 30 ambitionierte Fachkräfte aus Gastronomie und Handel kamen zum freundschaftlichen Wettstreit rund um die deutsche Weinwelt aus dem ganzen Bundesgebiet nach Mainz. Durchsetzen konnte sich am Ende Katharina Iglesias von der Winebank Hamburg, die bei der nächsten Auflage des Wettbewerbs 2026 auch die finale Jury unterstützen wird.

*Sieger des Sommelier-Cups:
Lukas Sermann, Sommelier und Winzer in Altennahr (2.),
Katharina Iglesias, Sommelière in der wineBank Hamburg (1.),
Maike Witfang, Sommelière im Atrium Hotel Mainz (3.)
mit Florian Koch (DWI) und der 75. Deutschen Weinkönigin
Eva Brockmann*

Weitere Maßnahmen im Inland



*Weinimporte der Deutschen
Auslandsvertretungen aus dem DWI-
Empfehlungssortiment 2023*

NEUES WEINSORTIMENT FÜR DIE DEUTSCHEN AUSLANDSVERTRETUNGEN

Das Auswärtige Amt (AA) und das Deutsche Weininstitut (DWI) haben in einer verdeckten Verkostung in Berlin 27 Weine und Sekte als neues Empfehlungssortiment für die 154 deutschen Botschaften, 50 Generalkonsulate und 7 Konsulate in aller Welt ausgewählt. Der Staatsminister im Auswärtigen Amt, Dr. Tobias Lindner, nahm persönlich neben elf weiteren hochrangigen Mitarbeitenden aus verschiedenen Abteilungen des AA an der Auswahlprobe teil. Sie umfasste 59 Weinen, die aus 420 eingesendeten Proben nach einer DWI-Ausschreibung zur Vorauswahl angestellt wurden. Das 2024er Weinsortiment beinhaltet vier Sekte, 15 Weißweine, vier Rotweine und zwei Rosés sowie erstmals auch zwei alkoholfreie Varianten. Sie stammen aus zehn verschiedenen deutschen Weinbaugebieten.



Die GR-Mitglieder Gina Gehring vom Weingut Gehring und Jan Hallerbach von der Winzergenossenschaft Mayschoß beraten das junge Publikum.



Kompetente Weinberatung an der DFB Weinbar

DFB SETZT AUF HEIMISCHE WEINE

Beim DFB-Pokalfinale am 25. Mai 2024 im ausverkauften Berliner Olympiastadion sorgte das DWI im "Football-Village" und in den VIP-Bereichen an drei Weinbars für eine kompetente Weinberatung der Fans durch den Sommelier Jens Pietzonka und sein Team. Für das überwiegend junge Publikum in der VIP-Lounge an der Nordtribüne übernahmen dies zwei Mitglieder der Generation Riesling (GR). Die weininteressierten Fußballfans konnten aus über 20 verschiedenen Weine ihre Favoriten entdecken. Der DFB erwirbt seit der FIFA WM 2006 für die Heimspiele der Männer-, Frauen- und U21-Nationalmannschaften sowie das DFB-Pokalfinale ausschließlich Weine von deutschen Erzeugern. Für die Auswahl des Sortiments organisiert das DWI im Auftrag des DFB regelmäßig eine verdeckte Verkostung, der eine bundesweite Ausschreibung vorausgeht.

DWI-SONDERPREIS CHARDONNAY

Das DWI verlieh seinen Sonderpreis im Rahmen der DLG-Bundesweinprämierung 2024 für die besten Weine der Rebsorte Chardonnay. Damit sollte die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf den dynamisch wachsenden Anbau sowie die gestiegenen Weinqualitäten dieser beliebten Rebsorte gelenkt werden. Am 14. November zeichnete die Deutsche Weinprinzessin Katharina Gräff in Mainz drei Preisträger für herausragende Weine dieser Sorte aus. Insgesamt wurden an dem DLG-Wettbewerb rund 100 Chardonnay-Weine aus fast allen Anbaugebieten verkostet. Die Gewinner des DWI-Sonderpreises wurden in einer separaten verdeckten Verkostung der bestbewerteten Weine durch eine eigene Fachjury ermittelt.

*(v.l.n.r.) Weingut Siegbert Bimmerle (2. Platz),
Katharina Gräff – Deutsche Weinprinzessin,
Weingut Ökonomierat Johann Geil I. Erben (1. Platz),
Monika Reule, DWI-Geschäftsführerin,
Weingut Karl Pfaffmann (3. Platz)*



BURDA-WEINTEST

Aufgrund des großen Erfolgs des Weintests, den das FOCUS-Magazin seit 2011 mit Unterstützung des DWI durchführt, hat der Burda-Verlag im vergangenen Jahr entschieden, die Ergebnisse der 14. Auflage des Weintests nicht nur im FOCUS, sondern auch in anderen verlagseigenen Publikationen zu kommunizieren. Im Vorfeld ermittelte dafür eine Jury nach zwei Auswahlrunden in Wasems Kloster Engelthal in Ingelheim und einem Finale in Offenburg aus 650 Anstellungen die Sieger in den Kategorien, Spätburgunder, Riesling, Weißburgunder, Sauvignier gris, sowie Burgunder-Sekte und Alkoholfreie Sekte. Die Auszeichnung der Gewinner wird im Jahr 2025 erfolgen.



*BURDA-Weintest 2024:
Auswahlprobe in Ingelheim*



*Royale Weinwanderung mit der
Deutschen Weinkönigin
Eva Brockmann und Lisa Lehritter,
amtierende Fränkische Weinkönigin.*

WEINWANDERWOCHELENDE UND ROYALE WEINWANDERUNG

Am letztjährigen bundesweiten WeinWanderWochenende vom 27. – 28. April, das seit 2011 vom DWI in Kooperation mit den regionalen Weinwerbungen ausgerichtet wird, standen knapp 100 Wanderungen mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten zur Auswahl. Sie wurden in der Regel unter der fachkundigen Leitung von geschulten Weingästepföhrerinnen und -föhrern durchgeföhrt und waren oftmals reinste Genusswanderungen. Im Rahmen der Royalen Weinwanderung, die in diesem Jahr in Franken stattfand, nahm die Deutsche Weinkönigin Eva Brockmann gemeinsam mit der fränkischen Gebietsvertreterin Lisa Lehritter an einer geföhrten Wein- und Kräuterwanderung in Ramstal teil.

Generation Riesling

GENERATION RIESLING AUF DER PROWEIN IN DÜSSELDORF

Die Generation Riesling präsentierte sich im März 2024 bereits zum neunten Mal mit einem eigenen Stand auf der ProWein. Zehn Mitglieder aus acht deutschen Anbaugebieten stellten ihre Weine dem internationalen Weinfachpublikum vor. „Love the wine you're with“ hieß es einmal täglich, wenn die jungen Winzerinnen und Winzer im Dialog mit einer deutschen Weinhoheit zur Verkostung an den DWI-Stand einluden. Das beliebte „Abendbrot der Generation Riesling“ am Montagabend fand zum entspannten Tagesausklang auch diesmal wieder großen Zuspruch. Das Abendbrot ging nahtlos über in ein Konzert mit dem bekannten Sommelier und Rockmusiker Justin Leone & Band. Unter dem Motto „Rock ‚n‘ Riesling – Tasting 2.0.“ rockte er gemeinsam mit seiner Band die gegenüberliegende Selters-Bühne und spielte vor einem begeisterten Publikum die passenden Soundtracks zu einer Auswahl von Weinen der Generation Riesling.



*Generation Riesling-Stand
auf der ProWein 2024*





Generation Riesling in Berlin

GENERATION RIESLING IN BERLIN

Im vergangenen Jahr freuten sich 25 Mitglieder der Generation Riesling aus neun deutschen Anbaugebieten über das große Interesse der Berliner Weinfachwelt. Sie konnte in der „Wartehalle“ in Berlin-Mitte über 150 Weine verschiedener Rebsorten und Geschmacksrichtungen verkosten. Im lockeren Talk & Taste „PIWIs und Pinot Noir!“ interviewte Sommelière Nancy Großmann ausgewählte Generation Riesling-Mitglieder zu diesen spannenden Zukunftsthemen.

GENERATION RIESLING WEINBUDE ON STAGE MÜNCHEN

Am 6. Mai hieß es in München wieder „Bühne frei für die Generation Riesling“. Unter dem Motto „Generation Riesling Weinbude on stage“ präsentierten 19 Mitglieder der weltweit größten Organisation junger Winzerinnen und Winzer dem Münchner Fachpublikum in den Goldbachstudios im Glockenbachviertel persönlich über 100 Weine verschiedener Rebsorten und Geschmacksrichtungen. On stage gaben die GR-Mitglieder im Talk mit der Sommelière Conny Ganß interessante Einblicke, was die „Next Generation“ in der deutschen Weinszene aktuell bewegt. Diskutiert wurden spannende Trend-Themen, wie die neue Sektstilistik, der Einfluss des Nachhaltigkeitsgedankens auf die Weinbereitung oder welche Vorbilder die jungen Winzerinnen und Winzer motivieren.



"Generation Riesling Weinbude on stage" in München



GENERATION RIESLING BEI DER ROLLING PIN.CONVENTION

Mehr als 7.000 Spitzenköche, Barkeeper, Sommeliers, Experten und 60 inspirierende Referenten, die auf zahlreichen Bühnen die weltweit neuesten Gastronomie-Trends präsentierten – das bot die Rolling Pin.Convention Germany 2024, die vom 30. September bis 1. Oktober im Areal Böhler in Düsseldorf stattfand. In diesem interessanten Umfeld waren sechs Generation Riesling-Mitglieder aus sechs verschiedenen deutschen Weinanbaugebieten mit einem eigenen Stand vertreten. Auf der Wine Stage stellte Sommelier Gerhard Retter die Signature Wines der sechs anwesenden Winzerinnen und Winzer vor.

Generation Riesling auf der Rolling Pin Convention 2024

DESIGNPROJEKT MIT DER HOCHSCHULE RHEINMAIN

2024 kooperierte die Generation Riesling bereits zum zweiten Mal mit dem Studiengang Kommunikationsdesign der Hochschule RheinMain im Rahmen des Projekts „Corporate Design: Wein & Design“. In diesem Rahmen sollten kleine Gruppen von Design-Studierenden für Weinbaubetriebe der Generation Riesling Design-Aufgaben übernehmen, wie etwa den Entwurf von Logos, Etiketten, Broschüren oder Flyern. Die Abschlusspräsentationen fanden in der Hochschule in Wiesbaden statt, bei dem die Studierenden gemeinsam mit „ihren“ Winzerinnen und Winzern die finalen Entwürfe vorstellten. Das DWI zeichnete das jeweils beste Team mit einem Preis aus.



Designprojekt mit der Hochschule RheinMain

WEINDISKURS MIT JUNGER WINZERGEBUNG

Im Rahmen der DWI-Seminarreihe „Weindiskurs“ für Fachleute aus der Weinbranche, dem Handel und der Gastronomie wurden im vergangenen Jahr an drei Seminarterminen jeweils zwei Generation Riesling-Mitglieder eingeladen, als es um das Thema „Herausforderungen der Zukunft“ ging. Dabei schilderten sie aus der Praxis ihre Strategien für die Weinerzeugung und die Herausforderungen ihres Arbeitsalltags.

Forum Generation Riesling



FORUM GENERATION RIESLING IM ANBAUGEBIET MOSEL

Das Forum Generation Riesling findet als Mitglieder-Jahresversammlung der Jungwinzerorganisation jedes Jahr in einem anderen Anbaugebiet statt. Zur 14. Ausgabe kamen rund 70 Mitglieder am 7. November 2024 an die Saar. Neben einem Rückblick auf die Aktivitäten des vergangenen Jahres und einem Ausblick auf 2025 standen praxisorientierte Vorträge auf der Agenda. Die Themen reichten vom „Einstieg in den Weinexport nach Schweden“ über „Vertriebskompetenzen für die Weinbranche“ bis zur „Betriebsnachfolge“. Zum Ausklang des Tages hatten die jungen Weinerzeugenden die Möglichkeit, sich bei einer Weinprobe mit Weinen der anwesenden GR-Mitglieder und ein gemeinsames Abendessen auszutauschen. Den Abschluss des Forums bildete eine Exkursion zu Betrieben an der Saar am darauffolgenden Tag.

Maßnahmen in den Auslandsmärkten

CLINK DIFFERENT – EU-MARKETINGKAMPAGNE MIT POSITIVER BILANZ

2024 hat das DWI in seiner gemeinschaftlichen US-Werbekampagne „Clink Different“ mit dem Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB) umfangreiche Maßnahmen für Handel sowie Endverbraucher in den US-Zielflächen Florida, Texas und Kalifornien umgesetzt. So fanden etwa von Mai bis November knapp 1.200 Verkostungen im nationalen, regionalen sowie unabhängigen Handel am Point of Sale statt. Im Oktober luden 75 Restaurants und Weinbars zu „Clink Different Restaurant Weeks“ ein. Ein abwechslungsreiches Portfolio deutscher und Bordeaux Weine begeisterte zahlreiche Besucher auf sechs Wine and Food Festivals. Unterstützt wurden diese Aktivitäten durch Social Media und Display-Anzeigen sowie digitale Außenwerbe-Kampagnen. Die Resonanz von Handel und Endverbraucher fiel durchweg positiv aus. Die 2019 gestartete Kampagne wurde 2023 für weitere drei Jahre verlängert mit insgesamt rund 14 Millionen Euro von der EU unterstützt.

clinkdifferent.com



CHINA

Wines of Germany auf der ProWine Shanghai 2024



Deutsche Weine erlebten in China in den ersten drei Quartalen des Jahres 2024 einen deutlichen Aufschwung, der nicht zuletzt auf die wachsende Akzeptanz von Weißweinen zurückzuführen ist. Dank der Unterstützung des BMEL wurden vom DWI deutsche Gemeinschaftsstände auf der ProWine Shanghai mit 28 Ausstellern und der ProWine Hongkong International Wine & Spirits Fair mit zwölf Wein-Ausstellern organisiert. Die Chengdu Wine Fair, bei der es eine pop-up Installation „I love Riesling“ im Eingangsbereich der Messe gab, fand mit 21 Teilnehmern statt. Im Vorfeld wurden zudem im Rahmen der Holavino neun Importeure zu einem deutschen Auftritt gruppiert und betreut. Auf den diesjährigen Riesling & Co Roadshows in Xi'an, Shenzhen, Shanghai und Beijing mit bis zu 42 Ausstellern deutscher Weine konnten insgesamt über 1.900 Fachgäste begrüßt werden. Im Rahmen dieser Veranstaltungen und Messen fanden zahlreiche Seminare statt, in denen mehrere tausend chinesische Weinexperten über das Weinland Deutschland geschult wurden.

Am 12. November 2024 zeichnete das DWI Yang Lu (Master Sommelier) und Shenghan Wang (Influencerin Lady Penguin) als Riesling Fellows für ihre Verdienste um die Bekanntmachung der deutschen Leitrebsorte in China aus und würdigte darüber hinaus zehn Importeure und zehn Weinerzeuger für ihr langjähriges Engagement im chinesischen Markt. Der „Summer of Riesling“ im Juli und August 2024 bot diverse Restaurantaktionen sowie Online & Offline Retailer Promotions und Summer of Riesling Consumer Partys. Sie fanden bei 27 Online- und 55 stationären Händlern in 100 Verkaufsstätten sowie in 151 Restaurants in 45 Städten statt. Wines of Germany China unterstützte die Aktionspartner durch eine massive Kommunikationsarbeit und mit attraktiven Promotionsmaterialien. Außerdem unterstützte die Stadt Shanghai eine Auftaktveranstaltung mit 1.000 Weinliebhabern und bewarb diese massiv in den Metrostationen und der Metro-App. Dort gab es an 35 Importeursständen über 200 deutsche Weine sowie ein umfangreiches Entertainment-Programm inklusive der Übertragung von zwei Europacup-Spielen. Während der Aktionswochen organisierten zudem die Handelspartner deutscher Weine 15 Partys für Konsumenten in verschiedenen Städten.

Mit 18 Events in neun Städten und 615 teilnehmenden Verbrauchern wurde 2024 der 589. Riesling Birthday am 13. März gefeiert. Eine große Resonanz löste der Versand von 100 Weinpräsenten an Key Opinion Leader aus. Die zahlreichen Beiträge in den sozialen Netzwerken hatten einen Gegenwert Wert von über einer Million RMB.

Die perfekte Harmonie von deutschen Weißweinen und chinesischen Fischgerichten präsentierte das DWI 13 Influencern und Pressevertretern im Osteria Garden Shanghai.

China Roadshow 2024 in Beijing



Importeure und Weinerzeuger erhalten Auszeichnung für ihr Engagement im chinesischen Markt



Yang Lu (Master Sommelier) und Shenghan Wang als Riesling Fellows ausgezeichnet

FINN LAND

Im Frühjahr 2024 richtete das DWI in Finnland die Riesling- und im Herbst die Pinot Noir-Wochen aus. Die über 80 teilnehmenden Restaurants servierten lokale Speisen und kombinierten sie mit Riesling, Spätburgunder und weiteren Rebsorten. Die positive Resonanz seitens des Handels und der Endverbraucher spiegelte sich auch in den sozialen Medien wider und hatte einen positiven Effekt auf die Präsenz deutscher Weine in Finnland.

Pinot Noir-Wochen in Finnland



GROSS BRITAN NIEN

Am 30. April präsentierten 25 Weinerzeuger und Importeure im Rahmen des „Big G Trade Tasting“ dem interessierten Fachpublikum im Institute of Contemporary Arts in London ihre Weine. Im Rahmenprogramm der Veranstaltung fanden zwei Masterclasses zum Thema „Lighter Wines for Modern Lifestyle“ und „Built to Last: Ageing German Pinot and Riesling“ statt.

Im gesamten Monat Juli wurde die etablierte Handels- und Gastronomiepromotion „31 Days of German Riesling“ durchgeführt. Im vergangenen Jahr bewarben 135 Weinhändler, Restaurants und Bars 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 ermunterten, deutschen Riesling zu probieren und Händler empfohlen, bei denen die Weine erhältlich sind.

Nicky Forest (WoG UK) und Michael Schemmel (DWI)

JAPAN

Mit dem fortgeführten Slogan „Meet Germany“ und 18 Promotionstagen anlässlich des Riesling Geburtstages in 12 Restaurants begannen die DWI-Aktionen in Japan. In Shibuya Crossing wurde ein Banner und ein 15-Sekunden-Video zum Riesling Birthday zwei Mal pro Stunde auf einem riesigen Plasma-Bildschirm gezeigt, um den 2,4 Mio. Menschen, die sich täglich an dieser Straßenkreuzung befinden, den deutschen Riesling näher zu bringen. Zusätzlich wurde im Shibuya-Bahnhof vom 7. – 24. März an zwei Bildschirmen alle sechs Minuten das Riesling-Birthday-Video gezeigt, an dem sich im Kampagnenzeitraum 6,6 Mio. Menschen bewegten. Auf einer Presseveranstaltung mit 21 Medienvertretern zum Thema deutsche Weine und indische Küche im Juni 2024 in Tokyo, stellte der Sommelier Masataka Takita vom Palace Hotel und der Chefkoch Tejas Sovani vom Spicelab spannende Kombinationsmöglichkeiten von deutschen Weinen zu indischen Gerichten vor. Die Medien berichteten in zwölf Artikeln über die Veranstaltung.

81 Restaurants, Supermärkte und Fachgeschäfte beteiligten sich 2024 in Japan unter dem Motto „sommerlicher Weingenuss“ an den „German Wine Weeks“. Dies war eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr. Eine intensive Online- und Pressearbeit sorgte für 37 Medienberichterstattungen mit einem Anzeigenwert von 17,5 Millionen Yen.



Degustationsstand auf der ProWine Tokyo 2024

NIEDERLANDE

Die größte aller Riesling, Pinot & Co.-Präsentationen findet alljährlich in den Niederlanden statt. 33 Winzerinnen und Winzer sowie sieben niederländische Importeure präsentierten am 24. Juni über 300 Fachleuten im Spoorwegmuseum in Utrecht ihre Weine. Zwei parallel angebotene Masterclasses fanden mit 150 Fachbesuchern ebenfalls großen Zuspruch.

Elf deutsche Weinerzeuger stellten zudem auf der niederländischen Fachmesse Wine Professional 2024 dem interessierten Fachpublikum eine breite Auswahl an Weinen aus den deutschen Anbaugebieten vor.

Bei einer viertägigen Reise besuchten 28 niederländische Händler und Sommeliers das Anbauggebiet Mosel. Die Gäste waren begeistert von der Qualität der Weine sowie von der vielfältigen Einsatzmöglichkeit zu den verschiedensten Speisen.



Riesling, Pinot & Co in Utrecht



Händler und Sommelier-Reise an die Mosel

NORWEGEN

Tysk Vininformasjon Norwegen besuchte im Juni mit fünf Sommeliers aus Norwegen die Weinregionen Baden und Württemberg. Durch den Besuch von zwölf Produzenten konnten die Gäste ihr bereits vorhandenes Wissen über deutsche Rebsorten und insbesondere die Burgunderfamilie erweitern.

Auf einer Präsentation mit Weinerzeugern sowie einem Seminar zum Thema „Deutscher Sekt – Sekt'n Shell“ in einem angesagten Seafood Restaurant haben sich norwegische Importeure und Fachleute aus erster Hand über deutsche Weine und Sekte b.A. informiert. Einige Sekte waren noch nicht auf dem Markt erhältlich. Die Resonanz von den insgesamt 97 Teilnehmenden auf das Seminar und eine darauffolgende Verkostung war ausgesprochen positiv.

POLEN

2024 fanden zahlreiche Präsentationen für Fachbesucher in Polen statt, wie etwa auf den Gastronomiefachmessen Euro-Gastro und Smakki in Warschau, der HORECA in Krakau und der Warsaw Wine Experience in Warschau. Informationen und Schulungen über deutsche Weine für Weinfachleute gab es auf vier Forumsveranstaltungen sowie im Rahmen der German Wine Academy in Pozen, Warschau, Krakau, Breslau, Stettin und Lodz. Sehr erfolgreich verlief die Riesling, Pinot & Co-Präsentation mit 32 Ausstellern und Weinen von 45 Produzenten in Warschau, zu der die AHK am Abend noch Geschäftskunden einlud. An den diesjährigen Riesling Weeks im Juni nahmen 178 Fachgeschäfte und 142 Restaurants und Weinbars in ganz Polen teil. Gemeinsam mit der DZT und der AHK wurden zudem deutsche Weine auf zahlreichen Wirtschafts- und PR-Veranstaltungen präsentiert. Wines of Germany Polen kooperiert seit vielen Jahren mit dem polnischen Sommelier-Verband beim Finale der nationalen Sommelier-Meisterschaften. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit besuchten letztes Jahr 23 Sommeliers die Anbaugebiete Franken und Baden.

Polnische Sommeliers besuchen die Anbaugebiete Franken und Baden



Riesling, Pinot & Co-Präsentation in Warschau



Anna Gmurczyck, Wines of Germany Polen mit Sommelier Marcin Krzystolik

**SCHWEDEN**

Das DWI veranstaltete 2024 in Schweden zwei Masterclasses für Journalisten bzw. Influencer sowie Importeure zum Thema „Die Vielfalt des Terroirs in Deutschland“. Die Referentin Romana Echensperger MW ging dabei auf die wichtigsten Bodentypen ein und erläuterte, wie sich diese konkret auf die Qualitäten des Weins auswirken. Erzeuger stellten den Importeuren persönlich Weine vor, die noch nicht auf dem schwedischen Markt vertreten waren. Die Events hatten einen positiven Effekt auf die Markenbekanntheit und Markenaufmerksamkeit für deutsche Weine in Schweden.

SCHWEIZ

Im April 2024 ermöglichte der Workshop „Find your German Wine“ in Zürich Schweizer Weinhandlern und Gastronomen einen Einblick in die Vielfalt deutscher Weine von Weingütern, die noch keinen Vertriebspartner in der Alpenrepublik haben. Sommelier-Weltmeister Marc Almert präsentierte den Teilnehmenden Weine in vier marktrelevanten Kategorien. Die Fachbesucher lobten sowohl die hohe Qualität der Weine als auch die fundierte Einführung, die eine ideale Grundlage für die anschließende freie Verkostung bot.

SINGAPUR

Das BMEL unterstützte 2024 erstmalig die Beteiligung von deutschen Weinerzeugern auf der ProWine Singapore, die vom 23. – 26. April als Parallelveranstaltung zur Food & Hotel Singapore stattfand. Elf Weinerzeuger trafen auf Fachbesucher aus etlichen Teilen der Region Südostasien. Die Deutsche Weinprinzessin Jessica Himmelsbach führte durch elf Kurzseminare und nahm Jessica Himmelsbach zudem im Rahmen einer kleineren Ausgabe einer Riesling Week zahlreiche Repräsentanzfunktionen bei den teilnehmenden Restaurants und Händlern wahr.



ProWine Singapore mit der Deutschen Weinprinzessin Jessica Himmelsbach

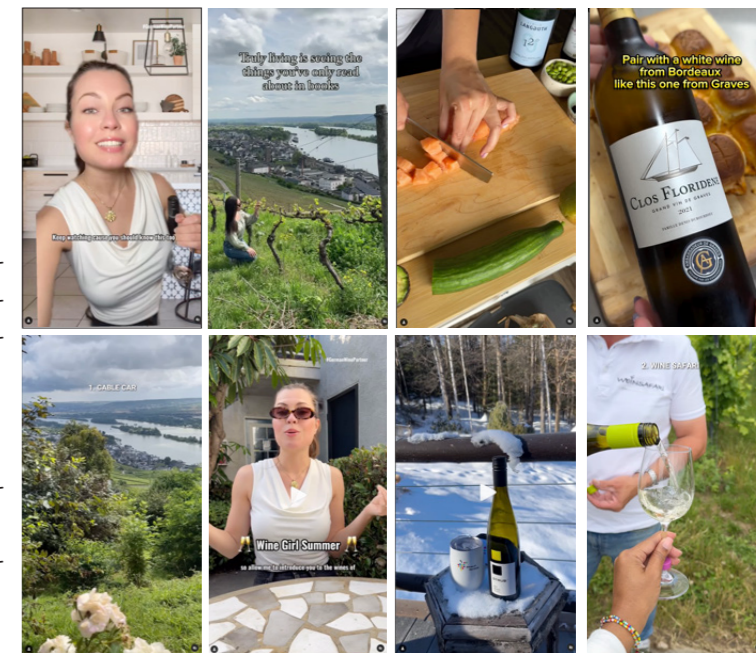
TSCHECHIEN

Das BMEL unterstützte 2024 erstmalig die Beteiligung von deutschen Weinerzeugern auf der ProWine Singapore, die vom 23. – 26. April als Parallelveranstaltung zur Food & Hotel Singapore stattfand. Elf Weinerzeuger trafen auf Fachbesucher aus etlichen Teilen der Region Südostasien. Die Deutsche Weinprinzessin Jessica Himmelsbach führte durch elf Kurzseminare und nahm Jessica Himmelsbach zudem im Rahmen einer kleineren Ausgabe einer Riesling Week zahlreiche Repräsentanzfunktionen bei den teilnehmenden Restaurants und Händlern wahr.

Riesling, Pinot und Co-Veranstaltung in Prag 2024

**USA**

Die 2021 ins Leben gerufene Multi-Channel-Kampagne „Prost Every Moment“ wurde im vergangenen Jahr erfolgreich fortgeführt. Mit ihr sollte insbesondere die Aufmerksamkeit der Kaufentscheider aus Handel und Gastronomie auf die Vielfalt der deutschen Weinstile, -sorten und -regionen gelenkt werden. Dies gelang über die Fortsetzung der erfolgreich implementierten "Prost To Summer With German Wines"-Kampagne auf der bekannten B2B-Einkaufsplattform „Provi“, die in 46 Staaten aktiv ist und zudem die Publikation SevenFifty herausgibt. Dazu erhielt die existierende, maßgeschneiderte „Germany“ Landing Page ein Facelift, indem Inhalte aktualisiert und um Sell Sheets über Silvaner, Sekt, Spätburgunder und Riesling ergänzt wurden. Zudem wurden im Rahmen des bekannten SevenFifty-Videoformats „Supertaster“ neue Videos produziert, in denen vier Wines of Germany-Weinbotschafter die Rebsorte eines blind verkosteten Weines erkennen mussten. Ein weiteres „Beyond Riesling“-Video, stellte acht deutsche Rebsorten außer Riesling vor. Alle Videos wurden auch über eigene Social-Media-Kanäle gestreut. Des Weiteren ergriff Wines of Germany USA die einmalige Gelegenheit, als einziger Weinsponsor den VIP-Bereich des Global Citizen Festivals, ein jährliches Musikfestival im New Yorker Central Park, zu unterstützen. Die Veranstaltung markierte auch das Ende der Klimawoche NYC und der UN-Generalversammlung. Damit konnten deutsche Weine einem sehr interessanten Publikum präsentiert werden, das sich für Qualität und Umwelt interessiert. Eine DWI-Pressereise führte vier US-amerikanische Wein- und Lifestyle-Journalisten an die Mosel und in den Rheingau. Die Teilnehmer waren von der Qualität der Weine und den informativen Gesprächen mit traditionellen und zukunftsorientierten Erzeugerinnen und Erzeugern sehr angetan.



Impressionen: Instagram, @germanwineusa

Bericht aus dem Ressort Geoschutz



Seit Februar 2022 gibt es das neu geschaffene Ressort Geoschutz beim Deutschen Weinfonds (DWF). Seine Hauptaufgabe liegt in der Beratung, Unterstützung und Koordination von Schutzgemeinschaften und Weinerzeugern im Bereich Herkunftsschutz, was im vergangenen Jahr in zahlreichen Beratungsterminen vor Ort und im digitalen Raum stattgefunden hat. Im Rahmen ihrer Arbeit koordiniert die

Geoschutzstelle die inhaltliche und formelle Überarbeitung von Produktspezifikationen, übernimmt die rechtliche Formulierung von Änderungsanträgen und ist behilflich bei der Einreichung aller erforderlichen Unterlagen bei der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE). Darüber hinaus steht sie für die Klärung rechtlicher Fragen im Bereich Geoschutz zur Verfügung und übernimmt auch die Kommunikation mit der BLE, dem Bundeslandwirtschaftsministerium oder anderen Behörden.

Aus der Arbeit der Deutschen Weinakademie (DWA) 2024



WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT

Die Beratung durch unabhängige, ehrenamtlich tätige Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bildet die existenzielle Grundlage der DWA-Arbeit, denn dadurch werden evidenzbasierte Bewertungen objektiv wahrgenommen. Diese Beratung gewährleistet der Wissenschaftliche Beirat der DWA, der sich in diesem Jahr zuletzt Mitte November in Nierstein am Rhein zu seiner jährlichen Sitzung traf. Der Beirat ist gerade in Zeiten der Forderungen nach gesundheitlichen Warnhinweisen und Werbeverboten immens wichtig für die Branche.

Das Deutsche Weinmagazin berichtete 2024 in regelmäßigen Abständen über die Beiratsmitglieder und deren Schwerpunktthemen. Den Start machte Dr. Angelika Paschke-Kratzin, mit dem Thema „Wein ist ein spannendes Lebensmittel“. Im September stellte der Vorsitzende des Wissenschaftlichen Beirates, Herr Dr. Prof. Rett den Unterschied zwischen „Fehlinformation und Desinformation“ vor. Weitere Themen waren „Weinkonsum und Krebs“ mit Prof. Dr. Nicolai Worm sowie die Herausforderungen und Chancen des Klimawandels für den deutschen Weinbau mit Frau Prof. Dr. Monika Christmann.

BEIRATSMITGLIED IST NEUE OIV-KOMMISSIONSPRÄSIDENTIN



Am 18. Oktober 2024 wurde Frau Dr. Angelika Paschke-Kratzin auf der Generalversammlung der OIV zur neuen Präsidentin der Kommission 4 „Sicherheit und Gesundheit“ gewählt. Dr. Paschke-Kratzin ist langjähriges Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats der DWA und hat sich in der Weinwelt u.a. durch ihre Untersuchungen des allergenen Potenziales eiweißhaltiger Schönungsmittel große Wertschätzung erarbeitet.

Dr. Paschke-Kratzin

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. Die Initiative hat mittlerweile rund 1500 Mitglieder, doch die gesamte Branche ist aufgerufen, die Initiative zu unterstützen. Je mehr Mitglieder WiM vorweisen kann, desto größer wird auch die Anerkennung durch die Politik sein. Anmelden kann man sich online unter [deutscheweinakademie.de](https://www.deutscheweinakademie.de).

DWA AUF DEM OIV-KONGRESS IN DIJON

Die wissenschaftliche Leiterin der DWA, Frau Dr. Claudia Hammer, berichtete auf dem OIV-Kongress in Dijon vom Erfolg der Schulungen von Auszubildenden zum Winzer und Weintechnologen zum Thema „Weinkonsum zwischen Genuss und Risiko“, die im Rahmen des europäischen Präventions- und Informationsprogramms Wine in Moderation (WiM) von der Deutschen Weinakademie obligatorisch an Berufsschulen durchgeführt werden. Durch die stete Weiterentwicklung didaktischer Konzepte und die fortlaufende Schulung der Referentinnen und Referenten konnte der Wissenszuwachs der zukünftigen Fachkräfte seit dem Jahr 2012 erheblich gesteigert werden.



Prof. Dr. Nicolai Worm

Mehr als 40 Teilnehmende aus unterschiedlichen Bereichen der Weinwirtschaft nutzten auf dem zweiten WiM-Mitgliedertreffen Mitte März die Gelegenheit zum Informationsgewinn und zum interdisziplinären Austausch. Dr. Claudia Hammer informierte sowohl über die WiM-Arbeit als auch über die zunehmenden Diskussionen über Warnhinweise auf Weinetiketten und Werbebeschränkungen, wobei sie die wichtige Rolle der Initiative als Argumentationshilfe der Weinbranche hervorhob. Prof. Dr. Nicolai Worm präsentierte außerdem evidenzbasierte Erkenntnisse, wonach ein moderater Weinkonsum in Verbindung mit einer mediterranen Ernährung und ausreichend Bewegung nicht, wie in Medienberichten oft dargestellt, zwingend krebsfördernd sei.

WINE IN MODERATION-MITGLIEDERTREFFEN

Mehr als 40 Teilnehmende aus unterschiedlichen Bereichen der Weinwirtschaft nutzten auf dem zweiten WiM-Mitgliedertreffen Mitte März die Gelegenheit zum Informationsgewinn und zum interdisziplinären Austausch. Dr. Claudia Hammer informierte sowohl über die WiM-Arbeit als auch über die zunehmenden Diskussionen über Warnhinweise auf Weinetiketten und Werbebeschränkungen, wobei sie die wichtige Rolle der Initiative als Argumentations-

STELLUNGNAHME ZUM DGE-POSITIONSPAPIER

Im August nahm die DWA Stellung zum Positionspapier der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE), wonach es keine sichere Alkoholmenge gäbe und auch ein moderater Weinkonsum nicht zu empfehlen sei. In einem ausführlichen Statement erklärte die DWA, in welchen Punkten die Aussagen der DGE zu wenig differenziert und zu pauschalisiert ausfielen. Die Stellungnahme ist auf der DWA-Webseite www.deutscheweinakademie.de abrufbar.

PRÄSENZ AUF B2B-VERANSTALTUNGEN

Sowohl auf den AgrarWinterTagen in Mainz als auch auf der ProWein-Messe in Düsseldorf war die DWA im vergangenen Jahr mit eigenen Informationsständen präsent. Dabei wurde sowohl über den bewussten Weingenuss informiert als auch neue Mitglieder für die Initiative Wine in Moderation (WiM) geworben.

Ausblick 2025

Die Weinwirtschaft steht angesichts rückläufiger Käuferzahlen, anhaltender Kaufzurückhaltung und preisbewussteren Weinkäufen vor großen Herausforderungen. Dem will das DWI auf dem heimischen Markt insbesondere durch die Intensivierung der Gespräche und Kooperationen mit dem Lebensmitteleinzelhandel inklusive dem Discount begegnen, weil dort rund zwei Drittel aller Weineinkäufe getätigt werden. Dabei soll mit unterschiedlichen Handelspartnern auch auf regionaler Ebene kooperiert werden, damit möglichst viele Betriebe von der Arbeit des Gemeinschaftsmarketings profitieren können. Im Ausland wird die Zusammenarbeit mit dem Handel vor allem in den Ländern verstärkt, in denen große Handelspartner den Weinabsatz dominieren. Darüber hinaus sollen im In- und Ausland die Alleinstellungsmerkmale unserer Weine ebenso herausgestellt werden, wie deren Herkunft und Zugehörigkeit zu unserer Kultur und Genusswelt.

Kommunikation

SOCIAL-MEDIA-AKTIVITÄTEN

Gemeinsam mit den Gebietsweinwerbungen setzt das DWI den Austausch in der Social Media-Arbeit fort, um durch die inhaltliche Zusammenarbeit die mediale Schlagkraft zu erhöhen. Die bereits vereinbarten Themen, die quartalsweise gemeinsam kommuniziert werden sollen, reichen von gebündelter Kommunikation anlässlich der ProWein, Konsumententrends wie alkoholfreie Weine und Klassikern wie die Herkunft und das Terroir deutscher Weine.

In seinen Social-Media-Kanälen setzt das DWI in diesem Jahr verstärkt auf zukunftsweisende, hochformatige 9:16-Videos. Dieses Format bietet eine optimale Reichweite und Interaktionsmöglichkeiten mit Plattformen wie Instagram, TikTok und YouTube Shorts. Mit diesem Ansatz soll die Reichweite der Beiträge maximiert und Content effizient crossmedial genutzt werden.



DWI-PODCASTS & ONLINESEMINARE

Die beliebten DWI-Podcasts werden in diesem Jahr zu Fach- und Trendthemen wie alkoholfreie Weine oder Deutschland als Burgunderland weitergeführt. Die Reihe der Weinentdecker-Online-Seminare in Kooperation mit dem Fachhandel wird ebenfalls fortgesetzt.



WEITERENTWICKLUNG DER WEBSITES

Das DWI wird 2025 weitere Webseiten der Auslandsmärkte und die Internetpräsenz der Generation Riesling in das aktuelle Content-Management-System integrieren und an die Datenbank anbinden. Parallel dazu werden die Seiten technisch und inhaltlich weiterentwickelt und um weitere Features, wie z.B. ein Glossar, ergänzt. Auch die Nutzerfreundlichkeit im Backend wird laufend optimiert.



Teilnehmer/innen der internationalen Pressereise 2024 „Next Generation of German Wines“

MULTINATIONALE PRESSEREISEN

Für das Jahr 2025 sind zwei Pressereisen und ein Presseseminar für deutsche Journalisten sowie zwei multinationale Informationsreisen mit Journalisten aus verschiedenen Zielmärkten geplant. Thematisch geht es dabei unter anderem um die Burgunderweine, die in diesem Jahr kommunikativ im Fokus stehen.

Dabei werden die internationalen Medienvertreter in Abstimmung mit den elf Wines of Germany Agenturen eingeladen.



WERBUNG

Das DWI plant für dieses Jahr seine Kampagne zum Thema Herkunft bzw. zu den Anbaugebieten als geschützte Ursprungsbezeichnungen fortzusetzen. Weitere Werbemaßnahmen sind zudem im Bereich Social Media sowie auf reichweitenstarken Online-Portalen in Form von Content-Integrationen vorgesehen.

WERBEMITTEL

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



*Neue Werbemittel:
Rebsorten-Geschenkpapier,
Klebesticker*



MARKTFORSCHUNG

Das DWI wird in diesem Jahr weiterhin Daten zu den Einkäufen privater Haushalte von NielsenIQ beziehen und vierteljährlich über seinen Mafo-Newsletter veröffentlichen. Im Rahmen der mit der Hochschule Geisenheim University 2024 getroffenen Kooperationsvereinbarung sind weitere Sonderauswertungen der Geisenheimer Absatzanalyse vereinbart, die der Branche zur Verfügung gestellt werden.

*Kooperationsvereinbarung Deutschen Weininstitut (DWI) und Hochschule Geisenheim University (HGU)
v.l.n.r.: Christoph Kiefer (HGU), Monika Reule (DWI), Eberhard Abele (DWI), Prof. Dr. Simone Loose (HGU), Antoine Wetzler (HGU)*

Engagement für Gastronomie und Handel

VERMARKTUNGSKONZEPTE FÜR DEN LEH UND GETRÄNKEFACHGROSSHÄNDLER

Die 2015 gestarteten Gespräche mit einzelnen Key Accounts des Lebensmitteleinzelhandels und des Getränkefachgroßhandels werden 2025 mit bestehenden sowie neuen Handelspartnern fortgeführt und weiter ausgebaut. Insbesondere die Zusammenarbeit mit selbstständigen Einzelhandelsunternehmen von REWE und Edeka soll 2025 weiter forciert werden. Die erfolgreichen Aktivitäten, die zu konkreten Mehrumsätzen bei den teilnehmenden Handelsunternehmen und Betrieben führen, sollen zukünftig noch intensiver mit begleitenden Maßnahmen wie In-Store-Radio, Kundenmagazin-Anzeigen und Social-Media-Aktionen verzahnt werden. Darüber hinaus ist geplant, auch die Kooperationsprojekte mit den Online-Kanälen des LEH, Online-Wein-Portalen sowie digitalen Projekten wie z.B. Push-Kampagnen auf den Mobiltelefonen der Verbraucher weiter auszubauen.



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

2025 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.

Fortbildungsmaßnahmen

SEMINARE UND SCHULUNGEN



Seminare im DWI

Neben den etablierten Fortbildungskursen bietet das DWI in diesem Jahr eine Reihe neuer Seminare an. Dazu zählt das anderthalbtägige Seminar für Koch- und Küchenprofis „Wein am Pass – Anerkannter Küchenprofi Wein“. Darin vermitteln ein Sommelier und ein Koch im Team sowohl allgemeine Kenntnisse zu deutschen Weinen als auch zum Zusammenspiel von Wein und Speisen. Eine abendliche kulinarische Weinprobe mit 3-Gang-Menü rundet das Seminar praxisnah ab.

Das Seminar „Kauf oder Betriebserweiterung – was gilt es zu beachten?“ beschäftigt sich mit wichtigen Fragen rund um Kaufentscheidungen oder Betriebserweiterungen und erörtert anhand von Fallbeispielen aus der Praxis, wie klassische Fallstricke vermieden werden können.

Neu hinzugekommen ist auch das Grundlagenseminar „Eventmanagement Basics für Weinfachleute“, das mit praxisnahen Tipps zeigt, wie ein erfolgreiches Event geplant und gezielt kommuniziert werden kann.

Die Sozialen Medien als Kommunikations- und Marketingplattformen nehmen im neuen Seminarprogramm ebenfalls einen wichtigen Platz ein. So informiert das Seminar „Weinwerbung in Social Media“, wie die Präsenz in den sozialen Netzwerken regelkonform und dennoch ansprechend gestaltet werden kann. Mit der Fortbildungsveranstaltung „TikTok für die Weinwirtschaft (für Einsteiger/innen)“ werden Social-Media-Verantwortliche angesprochen, die wissen möchten, wie sie die beliebte Plattform TikTok effektiv nutzen können.

DWI-FOREN

Das DWI Forum Export findet in diesem Jahr am 4. Juni in Nackenheim statt und bietet in marktspezifischen Vorträgen Informationen für bereits aktive und potenzielle Weinexporteure.

Das Forum Generation Riesling richtet sich am 6. November in der Pfalz an junge Winzerinnen und Winzer bis 35 Jahre und dient der Weiterbildung sowie dem Networking der Mitglieder untereinander.

DWI Forum Export 2024



EXPORTBERATUNG

Der Bedarf der Weinwirtschaft an Exportberatungen ist in den letzten Jahren deutlich angewachsen. Diese Entwicklung unterstützt das DWI gemeinsam mit den Wines of Germany-Büros auch 2025 durch das Angebot von Einzelberatungsgesprächen. Darüber hinaus wird das gemeinsam mit der IHK Trier geführte Exportportal im internen Bereich der DWI-Datenbank auf www.deutscheweine.de weiter aktualisiert. Hier finden sich alle exportrelevanten Daten, von Darstellungen der jeweiligen Marktsituation über wichtige Adressen bis hin zu aktuellen Fragen der Exportabwicklung. Zudem eröffnet der Sprechtag im Rahmen des DWI-Forums Export am 4. Juni in

Nackenheim die Möglichkeit, individuelle Exportangelegenheiten direkt mit den internationalen Büroleitern zu besprechen.

Des Weiteren plant das DWI seine einstündige Online-Seminarreihe zu aktuellen Marktsituationen in wichtigen Exportländern für deutsche Weine fortzuführen. Im Jahr 2025 sollen die Märkte China, UK sowie die Niederlande näher beleuchtet werden. Im Anschluss haben die teilnehmenden Betriebe die Möglichkeit, direkte Videocalls mit den Wines of Germany-Agenturen zu führen. Außerdem ist ein Online-Seminar mit der ProWein geplant. Die genauen Seminartermine werden rechtzeitig über die DWI-Newsletter bekannt gegeben.

Weitere Inlandsmaßnahmen



WEINWANDERWOCHELENDE

Das alljährliche WeinWanderWochenende in den Anbaugebieten wird in diesem Jahr wieder am letzten April-Wochenende stattfinden. Die "Royale Weinwanderung" mit der Deutschen Weinkönigin Charlotte Wehl führt 2025 ins Anbauggebiet Hessische Bergstraße. Parallel dazu gibt es weitere „Königliche Weinwanderungen“ mit den Gebietsweinköniginnen in den Anbaugebieten unter Federführung der regionalen Weinwerbungen.

Weinwandern

WAHL DER DEUTSCHEN WEINKÖNIGIN 2025

Die Wahl der 77. Deutschen Weinkönigin beginnt am 20. September 2025 mit der Vorentscheidung in Neustadt an der Weinstraße. Das Finale mit der Krönung der neuen Weinmajestäten folgt am Freitag, den 26. September im Neustadter Saalbau. Das Vorbereitungsseminar für die Bewerberinnen wird im August 2025 ebenfalls in Neustadt angeboten. Die beiden Wahl-Veranstaltungen werden 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.



Das neu gewählte Trio der 76. Deutschen Weinmajestäten



Kandidatinnen bei der Vorentscheidung zur Wahl der Deutschen Weinkönigin 2024



EVENTS MIT DER GENERATION RIESLING

Der Initiative „Generation Riesling“ haben sich mittlerweile über 540 junge Verantwortungsträgerinnen und Verantwortungsträger der deutschen Weinwirtschaft aus allen 13 Anbaugebieten angeschlossen. Für sie wird das DWI in diesem Jahr wieder eine Reihe von Veranstaltungen durchführen, die sich an das Fachpublikum aus dem Handel, der Gastronomie und den Medien richten. Dazu zählen neben dem ProWein-Auftritt mit zehn GR-Mitgliedern Präsentationen mit jeweils 25 Mitgliedern am 31. März in Berlin und am 26. Mai in Hamburg. Auch bei der Rolling Pin Convention Ende September in Düsseldorf wird die Generation Riesling wieder mit eigenem Stand vertreten sein.

Generation Riesling auf der ProWein 2024

VORAUSSICHTLICHE DWI-BETEILIGUNGEN AN FACHMESSEN 2025

Messe	Zeitraum
Wine Professional Amsterdam	13. – 15. Januar 2025
Wine Paris	10. – 12. Februar 2025
Eurogastro Warschau	11. – 13. März 2025
ProWein Düsseldorf	16. – 18. März 2025
Chengdu Wine Fair	25. – 27. März 2025
ProWine Tokyo	15. – 17. April 2025
ProWine Hongkong	14. – 16. Mai 2025
Warsaw Wine Experience	September 2025
ProWine China, Shanghai	11. – 13. November 2025
HKIWSF Hong Kong	November 2025

Internationale Aktivitäten 2025



ProWine Shanghai



Vinexpo 2024

PRÄSENZ AUF WELTWEITEN FACHMESSEN

Das DWI organisiert 2025 für deutsche Weinerzeuger wieder die Teilnahme an zahlreichen Messen sowie Präsentationsmöglichkeiten im In- und Ausland. Einige internationale Messeauftritte werden durch flankierende Maßnahmen des BMEL unterstützt, wie etwa die Weinmessen Wine Paris, ProWine Shanghai und Tokyo oder die Chengdu Wine Fair.

PROWEIN DÜSSELDORF

Auf der weltgrößten Weinfachmesse ProWein in Düsseldorf wird das DWI vom 16.-18.03.2025 mit seinem Stand in Halle 1 Stand C 110 vertreten sein. Der DWI-Messeauftritt steht dabei unter dem Motto "White Pinot Paradise – Burgunderwunder Deutschland".

Im zentralen Kommunikationsbereich bietet das DWI dem internationalen Fachpublikum passend zum Motto ein abwechslungsreiches Verkostungsprogramm. So gibt es moderierte Proben zu den Themen „Perlen im Glas – Das Potenzial deutscher Burgundersekte“, „Red Pinot Paradise – Burgunderwunder Deutschland“ und „Talk & Tastes“ mit der Generation Riesling. Direkt neben dem DWI-Stand werden zehn Generation Riesling-Mitglieder aus sieben deutschen Anbaugebieten mit einem eigenem Gemeinschaftsstand (Halle 1, Stand E111) vertreten sein. Ein Highlight wird hier wieder das „Generation Riesling Abendbrot“ zum entspannten Messeausklang am Montagabend sein. Erstmals heißt es am Dienstagmorgen bei der Generation Riesling „Der frühe Vogel schlürft den Sekt – Frühstückchen bei der Generation Riesling“.



Generation Riesling auf der ProWein 2023



FACHPRÄSENTATIONEN MIT WEINERZEUGERN UND WEINERZEUGERINNEN

Das Konzept der vom DWI organisierten Präsentationen mit Erzeugerbetrieben und Importeuren wird auch nach vielen Jahren von der internationalen Weinfachwelt hochgeschätzt und sehr gut angenommen. Sie sind ein wichtiges Instrument, um die Marktstellung deutscher Weine in den Auslandsmärkten auszubauen. Dabei loben die Multiplikatoren aus Handel, Gastronomie und Medien immer wieder die Möglichkeit, die Erzeuger und Erzeugerinnen persönlich kennenzulernen. Neben den deutschen Rebsortenklassikern wie Riesling, Silvaner oder den Burgundersorten, umfasst das Angebot seit einigen Jahren auch Winzersekte und Roséweine. 2025 werden die Präsentationen in acht Metropolen rund um den Globus stattfinden.

INTERNATIONALE TISCHPRÄSENTATIONEN 2025

Stadt	Zeitraum
Oslo	26. Februar 2025
Warschau	03. April 2025
Hangzhou	18. Mai 2025
Guangzhou	18. Juni 2025
Prag	22. Mai 2025
Xiamen	20. Juni 2025
Utrecht	23. Juni 2025



INTERNATIONALE AKTIONSWOCHEN

In Finnland startet in diesem Jahr Mitte Mai die weltweite Reihe der alljährlich vom DWI organisierten Aktionswochen in Gastronomie und Handel, bei denen sich alles um die Weine aus deutschen Regionen dreht. Für den Weinhandel und die Gastronomie in den Exportmärkten sind diese Events eine beliebte Maßnahme, um Weinfreunde auf unsere Weine und deren regionale Herkunft aufmerksam zu machen. Der Riesling ist bei allen Aktionen nur der Eye-Catcher. Vorgestellt wird die gesamtdeutsche Rebsortenvielfalt und Weinstilistik. Damit trägt diese Maßnahme stark zur Image- und Absatzförderung deutscher Rebsortenweine bei. Die diesjährigen Promotionswochen werden in acht verschiedenen Ländern durchgeführt. Dabei sind die Veranstaltungen jeweils auf die unterschiedlichen Anforderungen der Märkte zugeschnitten. Die Aktionszeiträume reichen von einer Woche bis zu zwei Monaten, wie etwa in China.

ÜBERSICHT DER WELTWEITEN AKTIONSWOCHEN 2025

Land	Zeitraum	Titel
Finnland	12. – 24. Mai 2025	Riesling Weeks
Schweden	Mai 2025	Riesling Weeks
Polen	01. – 30. Juni 2025	Riesling Weeks
Schweiz	12. – 21. Juni 2025	Taste.Love.Riesling
Japan	01. – 31. Juli 2025	German Wine Weeks
China	Juli /August 2025	Summer of Riesling
Großbritannien	01. – 31. Juli 2025	31 Days of German Wine
Japan	01. – 30. August 2025	German Wine Weeks
Finnland	20. – 25. Oktober 2025	Pinot Noir Week



Riesling, Pinot & Co in Prag

WEITERE GEPLANTE MASSNAHMEN IN DEN AUSLANDSMÄRKTEN

In **China** werden in diesem Jahr erstmals deutsche Erzeuger die Möglichkeit haben, sich auf der Chengdu-Messe zu präsentieren, nachdem die Organisation und Durchführung vom BMEL übernommen wird. Darüber hinaus werden in Asien die bewährten Maßnahmen fortgeführt.

In **Japan** stehen neben der ProWine Tokyo eine Medienkooperation auf dem Plan sowie ein Seminar mit Masters of Wine. Für die tschechischen Weinfachleute sollen 2025 neue Seminare der German Wine Academy implementiert werden. Zudem bilden die Tischpräsentation, Seminare und Reisen die Hauptstützen der Aktivitäten in **Tschechien**.

In **Polen** wird in diesem Jahr verstärkt auf eine Präsenz deutscher Weine auf wichtigen Fachveranstaltungen, wie der Euro-Gastro, HORECA, Warsaw Wine Experience sowie Branchenkonferenzen gesetzt. Ebenso stehen die Riesling, Pinot & Co-Präsentation sowie die Fortführung der Riesling Weeks auf dem Programm.

Wines of Germany USA wird im Januar 2025 dafür sorgen, dass deutsche Weine auf der angesehenen Rieslingfeier präsent sind. Diese Fachveranstaltung rund um die Rebsorte Riesling und zieht ein engagiertes Weinfach- und Medienpublikum u.a. aus New York City, New Jersey, Connecticut, Pennsylvania sowie zahlreiche deutsche Erzeuger an. Es werden bis zu 500 Teilnehmer erwartet.

Angesichts des Erfolgs der stets ausverkauften Trade-Webinare von Wines of Germany x GuildSomm sind für dieses Jahr drei Präsenzseminare für 120 bis 150 hochqualifizierte Fachbesucher mit den Master Sommeliers Chris Tanghe und Jonathan Eichholz geplant.

Mit einer Teilnahme an der TEXSOM, eine der wichtigsten Weinfachveranstaltungen in den USA im August 2025, sollen an drei Tagen Sommeliers, Einkäufern, Fachjournalisten und Weinpädagogen die Vorzüge deutscher Weine aufgezeigt werden.

Kooperationen

NEUE PARTNERSCHAFT MIT DEM INSTITUTE OF MASTERS OF WINE



Seit August 2024 ist das DWI offizieller Unterstützer des renommierten Institute of Masters of Wine (IMW). Die Vereinbarung sichert einen zentralen Baustein der Seminar-Infrastruktur als Teil des MW-Programms für die Zukunft ab und bildet die Grundlage für die weitere Zusammenarbeit beider Institutionen. Bereits in der Vergangenheit hatte das DWI mit der Ausrichtung des IMW-Symposiums sowie der Durchführung und Begleitung des ‚Stage 2-Kurses‘ vom IMW-Seminar in Deutschland einen wertvollen Beitrag zur Kooperation beider Institutionen geleistet.

DEUTSCHE ZENTRALE FÜR TOURISMUS



Die Kooperation des DWI mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) ermöglicht es, heimische Weinkulturerlebnisse in bis zu 40 Zielmärkten der global aktiven Organisation zu kommunizieren. Dafür stellt das DWI der

DZT unter anderem bildstarke Motive der heimischen Weinregionen für ihre Kommunikation mit den Multiplikatoren der internationalen Tourismusindustrie und -fachpresse zur Verfügung. Zudem ergeben sich unter anderem auf der Internationalen Tourismusbörse (ITB Berlin 4. - 6. März 2025), der German Travel Mart GTM Bonn (25. - 27. März 2025), dem Parlamentarischen Abend sowie den DZT-Knowledge Days Präsentationsmöglichkeiten für Sekt- und Weinkreationen aus den 13 deutschen Weinbaugebieten – teilweise mit Unterstützung der Deutschen Weinkönigin Charlotte Wehl.

SELTERS MINERALWASSER

Im Rahmen der Kooperation des DWI mit dem Mineralwasserhersteller Selters wird seit 2014 der Wettbewerb „Ausgezeichnete Weingastronomie“ gemeinsam erfolgreich ausgerichtet. Das DWI bindet zudem das kostenlos bereitgestellte Premiumwasser in seine Veranstaltungen wie beispielsweise Schulungen, Messeauftritte, Weinpräsentationen oder Gastronomie-Events ein.

HILLEBRAND



2024 wird die 2019 vereinbarte strategische Partnerschaft zwischen dem DWI und der Hillebrand Deutschland GmbH fortgeführt. In diesem Rahmen unterstützt der internationale Dienstleister für 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 Weinmajestäten Schirmherrinnen des gemeinnützigen Vereins Wine Saves Life e.V., der Kinder- und Jugendhilfeprojekte im In- und Ausland unterstützt. Wine Saves Life ist weltweit die einzige Organisation, deren Mitglieder bzw. Spenden überwiegend aus der Weinwirtschaft und von Wein-Interessierten stammen. Des Weiteren fördert das DWI den Verein bereits seit vielen Jahren durch unterschiedliche Spendenaktionen.

Deutsche Weinakademie 2025

WINE IN MODERATION

Die DWA wird sich in diesem Jahr weiterhin intensiv für die Umsetzung der Initiative Wine in Moderation (WiM) im weinwirtschaftlichen Alltag einsetzen, um die gesamte Weinbranche noch stärker für die komplexe Gesamtsituation und die Bedeutung eines moderaten Weinkonsums zu sensibilisieren. Eine WiM-Mitgliederversammlung ist für 2025 ebenfalls wieder geplant. Zudem soll die Mitgliederakquise für die Initiative vorangetrieben werden, um die Sichtbarkeit weiter zu steigern.



GESUNDES TRINKVERHALTEN IM FOKUS

2025 wird ein kommunikativer Schwerpunkt der DWA darauf liegen, das Bewusstsein für ein gesundes Trinkverhalten zu schärfen, zu dem etwa der moderate Genuss von Wein zum Essen zählt.

MESSEPRÄSENZEN

Die enge Zusammenarbeit der Deutschen Weinakademie mit der Wine in Moderation-Association in Brüssel, wird sich 2025 auch auf der ProWein-Messe widerspiegeln. Die DWA wird mit mehreren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen WiM-Stand betreiben, um auf die Dringlichkeit der Thematik und die Bedeutung eines moderaten Weinkonsums für die gesamte Branche zu aufmerksam zu machen.

Des Weiteren wird die DWA sowohl auf den AgrarWinterTagen Ende Januar in Mainz als auch Anfang Februar auf der Winzer-Service Messe in Karlsruhe mit einem eigenen Stand vertreten sein, um zu den Themen rund um einen verantwortungsbewussten Weinkonsum im Rahmen eines gesunden Lebensstils zu informieren und weitere Mitglieder für die WiM-Initiative zu werben.



 **WINEinMODERATION**

WEIN | BEWUSST | GENIESSEN

HERAUSGEBER:

Deutsches Weininstitut GmbH

Platz des Weines 2

55294 Bodenheim

info@deutscheweine.de

www.deutscheweine.de