

# DEUTSCHER WEIN

# 1 2 0 1 0 INTERN

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

## EINLEITUNG

Das vergangene Jahr war ein schwieriges Jahr für den Deutschen Weinfonds (DWF), das Deutsche Weininstitut (DWI) und die Deutsche Weinakademie (DWA). Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zum Absatzfondsgesetz im Februar 2009 hat einige Betriebe der Weinwirtschaft dazu veranlasst, auch die Abgaben an den Weinfonds und die Gebietsweinwerbungen in Frage zu stellen. Derzeit sind vor verschiedenen Verwaltungsgerichten Klagen anhängig. Letztlich wird nur das Bundesverfassungsgericht über die Verfassungsmäßigkeit der Abgabe entscheiden können. Unabhängig vom Ausgang dieser Verfahren, muss es im Interesse der gesamten deutschen Weinwirtschaft liegen, ein schlagkräftiges, sichtbares und handlungsfähiges Gemeinschaftsmarketing - sowohl auf nationaler als auch auf regionaler Ebene - zu haben. Jeder neue Widerspruch und jede neue Klage wird diese Handlungsfähigkeit ein wenig weiter einschränken.

Trotz dieser widrigen Umstände werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von DWF, DWI und DWA auch weiterhin mit Kompetenz, Professionalität sowie mit Engagement und Leidenschaft für Sie aktiv sein. Unser Ziel ist es, in dem enormen Wettbewerb, in dem wir uns hierzulande wie auch auf den internationalen Märkten befinden, die Qualität und Einzigartigkeit unserer Weine weiter herauszustellen und deren Position weiter zu stärken. Dafür führen wir in

enger Abstimmung mit den Vertretern aller Kreise der Weinwirtschaft u.a. Imagekampagnen durch, beraten und fördern interessierte Exportbetriebe, informieren die Verbraucher durch intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, betreiben Marktforschung und Marktberichterstattung für die gesamte Weinwirtschaft, führen Journalisten, Händler und Sommeliers auf



*Monika Reule,  
Geschäftsführerin DWI*

Informationsreisen durch die Anbauggebiete und schulen die Personen in der Gastronomie und dem Handel, die unsere Weine den Verbrauchern anbieten. Außerdem leisten wir wissenschaftliche Informationsarbeit zu gesundheits- und gesellschaftspolitischen Themen, die gerade in dieser Zeit dringend erforderlich ist. Was wir in 2009 geleistet haben und was wir in 2010 vorhaben, stellen wir Ihnen auf den nachfolgenden Seiten exemplarisch vor. Wir blicken mit Zuversicht auf die Herausforderungen, die vor uns liegen und denen wir uns stellen werden und vertrauen hierbei auch weiterhin auf Ihre Unterstützung!

## RÜCKBLICK 2009

Eine vollständige Auflistung unserer Aktivitäten in 2009 ist an dieser Stelle nicht möglich. Wer sich für weitere Aktivitäten, wie beispielsweise einzelne Maßnahmen in bestimmten Auslandsmärkten interessiert, kann sich gerne über unsere Website [www.deutscheweine.de](http://www.deutscheweine.de) informieren oder sich direkt an uns wenden.

### Riesling-Strandbar und -Lounge in Köln

„Riesling on the Beach“ hieß es 2009 am Kölner Rheinstrand. Zum großen Vergnügen der Kölner Weinfreunde eröffnete am 20. Mai auf Initiative des DWI die Riesling-Strandbar im „km 689 Cologne Beach Club“ die Freiluftsaison. Die umfangreiche Strandbar-Weinkarte bot heimische Weine und Sekte



»

# DEUTSCHER WEIN INTERN

für jeden Geschmack. Besonderer Aufmerksamkeit erfreuten sich auch diverse Veranstaltungen beispielsweise mit jungen Winzern oder Sommerweinen, die das DWI während der Saison für Medienvertreter, Sommeliers und Weinfreunde anbot.

Im Herbst wurde die Strandbar durch die Riesling-Lounge abgelöst, die im November im Excelsior Hotel Ernst ihre Pforten öffnete. Zentral neben dem Dom gelegen, bietet die Lounge in entspannter Atmosphäre und modernem Ambiente erstklassige Weine aus allen 13 Anbaugebieten. Die im Jahr 2008 mit Unterstützung des DWI initiierte Riesling-Lounge im Copper House in Hamburg wird mittlerweile in Eigenregie vom Betreiber weitergeführt.

## WeinSensorium Leipzig

Mit 10.000 Besuchern in zehn Tagen übertraf das WeinSensorium in Leipzig alle Erwartungen. Besonders jüngere Besucher brachten der Weinerlebniswelt auf 400 m<sup>2</sup>, die dazu einlädt unsere Weine „mit allen Sinnen“ zu genießen, ein großes Interesse entgegen. Besonders gut kamen auch die täglichen Seminare für Weinfreunde und spezielle Führungen, beispielsweise für Leipziger Hotelfachschüler an, die in Leipzig zum ersten Mal angeboten wurden.



Lange Schlangen vor dem WeinSensorium

Eine besondere Anerkennung erfuhr die Weinerlebniswelt durch die Auszeichnung mit dem MKN-Award des Medienkompetenznetzes Rhein-Main. Die innovative Wanderausstellung setzte sich in der Kategorie „herausragende Kommunikationsmaßnahmen“ durch.

## Generation Riesling online!

Nachdem im Juli 80 junge Vertreterinnen und Vertreter der deutschen Weinwirtschaft der Einladung des DWI zum ersten Gipfeltreffen und Brainstorming der „Generation Riesling“ nach Mainz gefolgt waren, ging am 2. September das Portal [www.generation-riesling.de](http://www.generation-riesling.de) online. Mittlerweile



Neues Portal für die junge Winzergeneration

präsentieren sich dort etwa 200 junge Winzerinnen und Winzer, die sich nicht nur dem Riesling, sondern auch anderen typisch deutschen Rebsorten verschrieben haben. Die Website schafft für die junge Winzergeneration eine überregionale Plattform im wichtigsten Recherchemedium unserer Zeit. Junge Winzer/innen und Nachwuchskräfte in Unternehmen der Weinwirtschaft, die Interesse haben, an Aktionen der Generation Riesling teilzunehmen, können dies gerne unter der E-Mail-Adresse [ms@deutscheweine.de](mailto:ms@deutscheweine.de) mitteilen. Die Altersgrenze liegt bei 35 Jahren.

## Neue Weinbotschafterin gewählt

Am 9. Oktober wurde Sonja Christ aus Oberfell an der Mosel zur 61. Deutschen Weinkönigin gekrönt. Ihr zur Seite stehen als Prinzessinnen Christl Schäfer (links) aus Württemberg und Isabell Kindle (rechts) aus Baden. Die Vorentscheidung und die große, live vom SWR-Fernsehen übertragene Wahlgala fand vor über 1.200 Zuschauern im Kongresszentrum „Harmonie“ in Heilbronn statt. Die Wahl der Deutschen Weinkönigin und ihre Auftritte



Die neuen Weinmajestäten

# DEUTSCHER WEIN INTERN

stoßen alljährlich in den Medien auf großes Interesse. Im vergangenen Jahr wurde in rund 3.000 Artikeln mit einer Auflage von über 75 Millionen Exemplaren sowie in 280 TV- und Hörfunkbeiträgen über die Weinmajestäten berichtet.

## Internationale Weinpräsentationen



Die Riesling & Co. World Tour hat 2009 in so vielen Metropolen wie nie zuvor Station gemacht. Mehr als 400 Betriebe nahmen die Gelegenheit wahr, ihre Weine in Dänemark, Finnland, Irland, USA, Japan, Korea, Kanada, Schweden, Norwegen, Niederlande oder Belgien einem hochkarätigen Fachpublikum wie auch Endverbrauchern zu präsentieren. Der Aufwand für die ausstellenden Betriebe wird dabei vom DWI bewusst möglichst gering

gehalten, sowohl was die Kosten, als auch was die investierte Zeit anbelangt. Das DWI und seine Auslandsbüros sorgen für die komplette Abwicklung der Events, von der Einladung des Fachpublikums über das Verschicken der Weine, bis hin zum Aufbau und der Logistik vor Ort.

## Gastronomie-Aktionen weltweit

Mehr als 100 Top-Restaurants beteiligten sich im Mai in New York, San Francisco, Las Vegas, Miami und Chicago unter der Federführung des amerikanischen DWI-Büros an der 5. "Riesling Week". Während dieser Woche präsentieren Restaurants und Weinhändler die Vorzüge vor allem deutscher Rieslinge zu jeglicher Art von erfrischenden Speisen, besonders an heißen Tagen.

Im September 2009 fand diese Veranstaltungsreihe auch erstmals in Zürich statt, wo fünf Zürcher Restaurants ihren Gästen speziell kreierte mehrgängige Riesling-Menüs anboten.

Für die heimische Gastronomie wurde im vergangenen Jahr in Hamburg, Berlin, Köln und München der „DWI Gastro Wine Award“ ins Leben gerufen, ein Wettbewerb, der Restaurants und Bars prämierte, die heimische Weine besonders kreativ in Szene setzten. Der Wettbewerb stieß bei über 70 Gastronomen auf großes Interesse und setzte bei ihnen ungemein viel kreative Energie frei. Die Ideen reichten von einer HelloWein-Party über eine WeinLeseZeit prominenter Autoren bis hin zu einer Live-Unplugged-Jam-Session mit zwei Winzern und ihren „Unplugged“-Weinen.

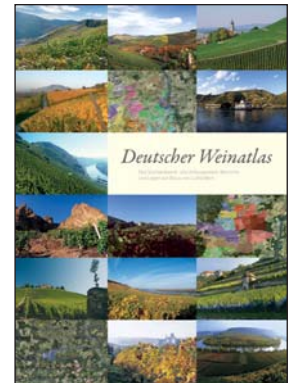
## Die Nacht der guten Weine

Weine einmal ohne Hektik in entspannter Atmosphäre am späten Abend beim Weinfachhändler zu probieren, diese Gelegenheit nutzten viele Weinfreunde in der „Nacht der guten Weine“ am 25. September. Das DWI unterstützte die Fachhändler mit einem Werbekostenzuschuss, wenn sie sich im Rahmen ihrer Aktionen auf deutsche Weine konzentrierten und mehr als drei Weine aus unterschiedlichen Anbaugebieten angeboten wurden.



## Deutscher Weinatlas

Im März 2009 erschien eine völlig neu überarbeitete Ausgabe des „Deutschen Weinatlas“. Auf 267 Seiten bietet das Nachschlagewerk im Maßstab 1:70.000 einen Überblick über alle 2660 Einzellagen, 160 Großlagen und 41 Bereiche der 13 Weinanbaugebiete. Beitragszahler können den Atlas zu einem reduzierten Preis von 15,- € bestellen, Endverbraucher zahlen 29,80 €.



## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Pressestelle des Deutschen Weininstituts ist die Anlaufstation für Journalisten bei Fragen rund um den deutschen Wein. Zahlreiche Pressekonferenzen, Pressemeldungen sowie individuelle Interviews sorgten dafür, dass im vergangenen Jahr über die Botschaften des DWI in über 5.000 Artikeln in Tageszeitungen und Magazinen mit einer Gesamtauflage von über 100 Millionen Exemplaren berichtet wurde.

Darüber hinaus fanden sich die DWI-Veröffentlichungen noch in etwa 1.400 Internet-Publikationen wieder. Auch die TV- und Hörfunk-Redaktionen zeigten großes Interesse an den DWI-Themen, wie weit über hundert TV- und Hörfunk-Beiträge belegen, in denen das Deutsche Weininstitut einem Millionenpublikum Wissenswertes über die Weine aus den 13 deutschen Anbaugebieten näher brachte.

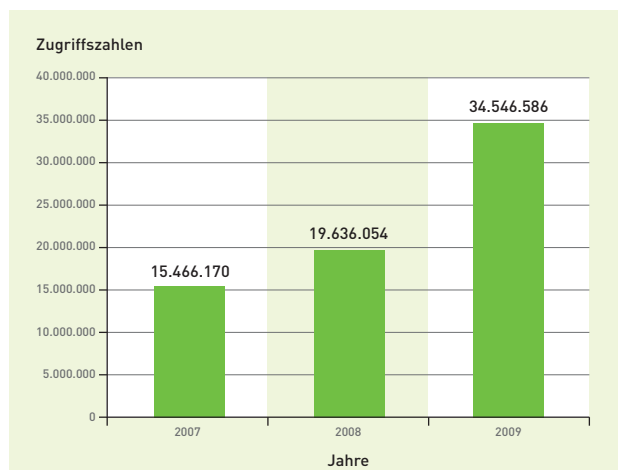


DWI-Pressestelle sorgt für hohe Auflagen

# DEUTSCHER WEIN INTERN

## Internet und Online-Kommunikation

Seit Anfang 2009 stiegen die Zugriffe auf das DWI-Informationsportal [www.deutscheweine.de](http://www.deutscheweine.de) gegenüber dem Vorjahr in einem insgesamt stagnierenden Web-Umfeld um rund 40 Prozent auf monatlich über 3 Millionen Klicks und 50.000 Besucher. Dieses deutlich gewachsene Interesse ist auf eine stufenweise und kostenbewusste Optimierung der Website zurückzuführen. Dazu zählen strukturelle, inhaltliche und grafische Veränderungen an der bundesweit größten Wissensdatenbank rund um die Weine aus den deutschen Anbaugebieten. Das DWI-Portal wurde 2009 benutzerfreundlicher, die Aufrufzeiten konnten verkürzt, eine Mediathek erstmals installiert werden. Zudem wurde eine höhere Taktzahl an Online-Meldungen erreicht und die Kommunikation mit sozialen Netzwerken wie beispielsweise Facebook oder Twitter verbessert.



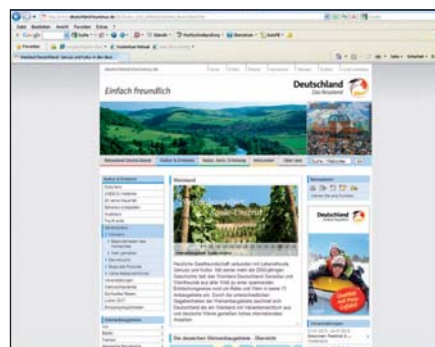
DWI-Portal [www.deutscheweine.de](http://www.deutscheweine.de) boomt

## Ungebremste Nachfrage nach Weinseminaren

Auch in 2009 erfreuten sich die DWI-Seminare für Handel, Gastronomie und Weinfachleute einer großen Nachfrage. So wurden in rund 200 Seminaren knapp 4000 Teilnehmer geschult und damit in die Lage versetzt, Ihre Kunden über die Vorzüge von Weinen aus den 13 deutschen Anbaugebieten zu informieren. Vor allem das erfolgreichste deutsche Weinseminar zum „Anerkannten Berater für Deutschen Wein“ war mit einem Anteil von 71 % der „Top-Seller“. Die Seminare werden von führenden Hotelketten wie beispielsweise Steigenberger, Mercure und Kempinski ebenso gebucht wie von Hotelfachschulen etwa aus Luzern oder Leipzig. Außerdem nehmen größere Unternehmen aus der Weinbranche und auch bedeutende Handelsunternehmen das DWI-Schulungsangebot gerne in Anspruch.

## Willkommen im „Weinland Deutschland“

„Unsere Weine und Weinregionen eignen sich ganz hervorragend, um Deutschland international als Reiseland für Genießer noch attraktiver zu machen.



Die Deutsche Zentrale für Tourismus wirbt für das „Weinland Deutschland“

Wir sind sehr froh, mit dem DWI einen Partner gefunden zu haben, der uns diesbezüglich kompetent unterstützt.“ Dies waren die Worte von Petra Hedorfer, der Vorsitzenden des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) zur Kooperation mit dem DWI. Unter dem Menüpunkt „Weinland Deutschland“ auf der DZT-Homepage [www.deutschland-tourismus.de](http://www.deutschland-tourismus.de) werden Besucher aus aller Welt zu einer spannenden Entdeckungsreise in die 13 deutschen Weinbaugebiete eingeladen. Der umfangreiche Internetauftritt wurde vom DWI in enger Zusammenarbeit mit den regionalen Weinwerbungen inhaltlich gestaltet und koordiniert.



# Lufthansa

Ein weiterer weltweit aktiver DWI-Partner für das Weinland Deutschland ist seit letztem Jahr Lufthansa. Den vielen Tausend Passagieren der Fluglinie wurden beispielsweise durch DWI-Filme in der neuen Board-Videothek oder Weinproben der Deutschen Weinkönigin für First-Class-Kunden Qualitätsweine aus den heimischen Anbauregionen näher gebracht. Außerdem wurde nach einer bundesweiten DWI-Ausschreibung ein Weißburgunder in das First Class-Angebot auf Langstreckenflügen aufgenommen.

In Zusammenarbeit mit den Gebietsweinwerbungen widmete sich das DWI in 2009 besonders dem Thema „Wandern, wo der Wein wächst“. Auf der Grundlage von gemeinsam definierten Kriterien wurde pro Anbauregion eine Weinwanderroute erarbeitet, die inklusive weinkulinarischer Tipps auf der DWI-Homepage beworben wird. Der Startpunkt für den Themenschwerpunkt fiel Anfang Mai mit einem langen „WeinWanderWochenende“ in allen Anbauregionen. Die Inhalte des Wein-Wander-Portals [www.wandern.deutscheweine.de](http://www.wandern.deutscheweine.de) wurden zudem in einer

Broschüre zusammengefasst, die im DWI-Online-shop erhältlich ist. Diese Angebote sollen Wanderfreunde auf die vielen Möglichkeiten aufmerksam machen, wie sich Wandern in reizvollen Weinlandschaften mit kulinarischen Genüssen verbinden lässt.



Wanderbroschüre im Online-Shop

### Schulungen für verantwortungsvollen Weinkonsum

Das Programm WINEinMODERATION ist ein Beitrag der europäischen Weinwirtschaft zur Strategie der Europäischen Kommission, alkoholbedingte Schäden zu reduzieren. Mit ihrer Initiative will die Weinbranche über den verantwortungsvollen, moderaten Umgang mit Wein aufklären und eine breite Öffentlichkeit für das Thema sensibilisieren. Eine Säule des Programms ist ein umfassendes

Schulungsprogramm, das über die rechtlichen Rahmenbedingungen, die positiven gesundheitlichen Wirkungen eines moderaten Weinkonsums und über die Folgen des Alkoholmissbrauchs informiert. Mit der Umsetzung der Initiative in Deutschland ist die Deutsche Weinakademie (DWA) beauftragt. Der Schwerpunkt der Schulungsaktivitäten der DWA lag in 2009 zunächst auf branchennahen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, um deren Absolventen in die Lage zu versetzen als Multiplikatoren tätig zu werden. Insgesamt hat die DWA in 2009 deutschlandweit rund 30 Seminare mit etwa 1.000 Teilnehmern an Berufs-, Fach- und Sommelierschulen sowie im Fachhandel durchgeführt. Umfangreiches Informationsmaterial zu diesem Thema ist auch unter [www.deutscheweinakademie.de](http://www.deutscheweinakademie.de) oder [www.wineinmoderation.eu](http://www.wineinmoderation.eu) zu finden.



### AUSBLICK 2010

In diesem Jahr wird das DWI neben vielen bewährten Projekten aus 2009 einige neue Maßnahmen durchführen. Dazu zählen insbesondere Aktivitäten rund um das Thema „Wein und Kultur“, das in Absprachen mit den regionalen Weinwerbungen als Themenschwerpunkt 2010 festgelegt wurde. Nachfolgend finden Sie einige ausgewählte Konzepte und Projekte für 2010 im Überblick.

### Weinkulturkalender

Touristen, die sich über weinkulturelle Veranstaltungen in unseren Anbaugebieten informieren möchten, verlieren angesichts der Vielzahl von Anbietern und Events schnell die Orientierung. Ein neuer „WeinkulturKalender“



Ihre Termine im Weinkulturkalender

auf der Website [www.weinkulturkalender.de](http://www.weinkulturkalender.de) soll den Besuchern die Auswahl erleichtern, welche Veranstaltungen einen besonderen Hochgenuss garantieren. Das DWI hat darin in Zusammenarbeit mit allen 13 Gebietsweinwerbungen deren weinkul-

turelle Top-Events zusammengetragen und wird diese auch auf Fremdportalen und in der Presse bewerben. Wer darüber hinaus noch weitere tagesaktuelle Termine sucht, wird unter [www.veranstaltungen.deutscheweine.de](http://www.veranstaltungen.deutscheweine.de) fündig.

### Höhepunkte der Weinkultur

Als weitere Fördermaßnahme für den Weintourismus in den deutschen Anbaugebieten stellt das DWI im Laufe dieses Jahres auf seiner Website 52 „Höhepunkte der Weinkultur“ vor. Eine unabhängige Jury wird aus einer Vielzahl eingereicherter Vorschläge Anfang des Jahres die besten Höhepunkte auswählen. Die ersten 13 Höhepunkte werden Anfang April anlässlich des German Travel Mart in Mainz der Presse präsentiert werden. Im weiteren Jahresverlauf erfolgt dann wöchentlich die medienwirksame Vorstellung eines weiteren weinkulturellen Höhepunkts im Internet sowie in Kooperation mit den Anbaugebieten weitere Pressetermine vor Ort.

### DWI-Forum Kultur & Wein

„Kultur- und Weinbotschafter“ heißen sie in Rheinhessen, „Gästeführer Weinerlebnis“ in Franken oder „Weinerlebnisführer“ in Württemberg. Es sind mittlerweile mehrere Hundert weinbegeisterte Menschen, die in nahezu allen Anbaugebieten mit einer breitgefächerten Ausbildung, zu vielen spannenden Themen rund um den Wein und seine

>>

# DEUTSCHER WEIN INTERN

Kultur Führungen in den Weinregionen anbieten. Mit dem „DWI-Forum Kultur & Wein“ am 5. März 2010 wird das DWI in Mainz diesem Personenkreis erstmals eine Plattform bieten, sich bundesweit zu vernetzen und Erfahrungen auszutauschen. Das DWI möchte in Zukunft außerdem dazu beitragen, die vielfältigen Serviceangebote im In- und Ausland noch bekannter zu machen.

## Advertorials zum Thema Wein & Kultur

Die Weinkultur in den Anbaugebieten wird 2010 auch den Themenschwerpunkt von redaktionell gestalteten Anzeigen, sogenannten Advertorials, bilden. Sie werden in Kooperation mit den Gebietsweinwerbungen in Tageszeitungen und Publikumszeitschriften insbesondere außerhalb der Anbauregionen geschaltet. Im Vergleich zu klassischen Anzeigen bieten Advertorials sehr viel mehr Hintergrundinformationen, während werbliche Aspekte in den Hintergrund treten.

## Langes WeinWanderWochenende 2010

Auch 2010 wird das DWI das Thema „Wandern, wo der Wein wächst“ (Themenschwerpunkt 2009) fortsetzen. Am 24. und 25. April 2010 wird in allen Anbauregionen erneut das lange WeinWanderWochenende – dieses Mal unter dem Motto „Genusswandern“ – stattfinden.

Weingüter, Genossenschaften und Kellereien sind aufgerufen, an diesem Wochenende an ausgewählten Routen in den Anbaugebieten den Wanderern besondere Genusslebnisse zu bieten. Entsprechende Aktionen sollten Sie bitte an ihre jeweilige Gebietsweinwerbung melden. Das DWI wird erneut die Dachkommunikation für die Aktivitäten in allen Anbaugebieten übernehmen.

## Weine für die 60. Berlinale

In diesem Jahr feiert die Berlinale ihr 60. Jubiläum. Auf Initiative des DWI feiern Weine aus den Anbaugebieten



Christl Schäfer und Dieter Kosslick freuen sich über die gelungene Weinauswahl



Rheinessen, Pfalz, Mosel, Baden und Württemberg bereits zum dritten Mal in Folge mit. Eine unabhängige Jury hat insgesamt 16 verschiedene Weiß- und Rotweine ausgewählt, die die internationalen Gäste der Berlinale im Februar 2010 genießen können. Sie werden mit Unterstützung der Landwirtschaftsministerien von Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg sowie den regionalen Weinwerbungen angeboten. Die Erzeuger dürfen die Weine als „Offizieller Berlinale Wein 2010“ auszeichnen und vermarkten.

## DWI Corporate-Design-Wettbewerb

Für die meisten Weintrinker ist eine attraktive Flaschengestaltung von nahezu ebenso großer Bedeutung wie die Qualität des Flascheninhalts. Erfolgreiche Weine vereinigen beides: Eine herausragende Qualität und eine entsprechende Gestaltung. Mit dem Corporate Design-Wettbewerb 2010 will das DWI solche Vorzeigeprodukte, die als wegweisend für die gesamte Branche angesehen werden können, identifizieren und auszeichnen. Der Wettbewerb ist für Weingüter genauso offen wie für größere Unternehmen, die beispielsweise mit einer Produktlinie teilnehmen möchten. Die Teilnahmebedingungen und ein Anmeldeformular für den Wettbewerb finden Sie auf den letzten beiden Seiten dieser Publikation.

## DWI Wein-Website-Wettbewerb

Websites unterliegen, wie alle anderen Kommunikationsmittel, einem ständigen Erneuerungsdruck. Daher plant das DWI im Spätsommer die Neuauflage des Wettbewerbs zur Prämierung der besten Websites in der Weinwirtschaft. Nach unterschiedlichen Betriebstypen differenziert wird ein Expertengremium unter anderem die Bedienbarkeit, den Informationsgehalt und die grafische Darstellung der Internetseiten bewerten. Die Sieger werden im Rahmen einer pressewirksamen Veranstaltung ausgezeichnet.

## DWI Sommelierwettbewerb Deutscher Wein

Der Sommelierwettbewerb Deutscher Wein des Deutschen Weininstituts gilt als einer der anspruchvollsten in der Weinbranche und hat bereits schon so manche Wettbewerbsieger hervorgebracht, die heute zu den großen Weinautoritäten zählen. Der Wettbewerb wird in 2010 neu konzipiert und wird am 7./8. November 2010 in Mainz stattfinden.

>>

Den Siegern winken neben attraktiven Stipendien und der kostenlosen Teilnahme an interessanten Seminaren, Weinraritäten und wertvolle Sachpreise.

## Neuer DWI Online-Shop

In 2010 wird der Online-Shop des Deutschen Weininstituts modernisiert. Der Versand von über 100 Artikeln monatlich erfordert eine übersichtlichere Struktur und Navigation einerseits und einfachere Bezahlssysteme andererseits. Das DWI trägt damit sowohl der technischen Entwicklung in diesem Bereich, als auch der steigenden Nachfrage nach Werbemitteln Rechnung. Der zentrale Einkauf wird auch 2010 ermöglichen, dass Beitragszahler weiterhin zu reduzierten Preisen Werbemittel bestellen können.

## Kostenloser DWI-Service im Internet

Das Deutsche Weininstitut hält für alle Beitragszahler auf der Homepage [www.deutscheweine.de](http://www.deutscheweine.de) zahlreiche kostenlose Informationen und Downloads bereit.



Über den Newsmailer und einen neuen Newsletter-Service ab 2010, für den Sie sich unter dem Menüpunkt „Weinwirtschaft“ anmelden können, werden Sie immer zeitnah über Ausschreibungen oder andere interne News und die DWI-Aktivitäten auf dem Laufenden gehalten. Auch finden Sie im internen Bereich der Homepage Weinmarktdaten, Statistiken, das umfangreiche Exportportal oder das Bildarchiv des DWI und eine Auflistung der wichtigsten Weinwettbewerbe.

## Neuer DWI-Service für das mobile Internet

Ob Mobiltelefon, PDA (Personal Digital Assistant), Smart- oder iPhone, die kleinen elektronischen Helfer sind aus dem Alltag von vielen Menschen nicht mehr wegzudenken. Kombiniert mit GPS (Global Positioning System) könnten diese Geräte auch den Weg zum nächsten Winzerfest, dem nächsten Weinbaubetrieb und der nächsten Winzer-

genossenschaft weisen. Das DWI beabsichtigt, den Einsatz dieser Technik in 2010 als Kommunikations- und Marketing-Instrument für die Weinwirtschaft zu ermöglichen.

## Internationale Messen

Der DWI-ProWein-Stand ist alljährlich Anlaufstelle und Treffpunkt für Journalisten, Sommeliers und Weinhändler aus aller Welt. 2010 steht der DWI-Auftritt ganz im Zeichen der jungen Winzergeneration. Als Ergebnis einer verdeckten Auswahlprobe werden an der Verkostungstheke „Spitzenweine der Generation Riesling“ ausgedient und auch das Standdesign wird auf dieses Thema abgestimmt sein. Darüber hinaus wird es am DWI-Stand an allen drei Messetagen zahlreiche Pressekonferenzen zu aktuellen Themen und Präsentationen überbetrieblicher Produkt- und Marketingkonzepte aus den Weinbaugebieten geben. Unter anderem wird auch der Spätburgunder vorgestellt, der nach der bundesweiten DWI-Ausschreibung, die im Januar/Februar erfolgen wird, gewonnen hat und im Herbst 2010 das Weinangebot in der Lufthansa First Class bereichern wird.

Im Rahmen der INTERVITIS INTERFRUCTA Ende März in Stuttgart werden sich das DWI und die Deutsche Weinkademie am Stand des Deutschen Weinbauverbandes präsentieren. Die DWA wird zudem im Rahmen des 60. Internationalen Weinbaukongresses Informationsveranstaltungen zu gesundheits- und gesellschaftspolitischen Themen gestalten.

Natürlich dürfen deutsche Weine auch nicht fehlen, wenn sich Fachbesucher außerhalb Deutschlands treffen. Unterstützt wird das DWI dabei u. a. vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), das in 2010 nicht nur den deutschen Gemeinschaftsstand auf der Vinexpo Asia-Pacific in Hongkong Ende Mai 2010 organisieren wird, sondern erstmals auch den Riesling & Co. Room auf der London International Wine Fair vom 18. bis 20. Mai 2010. Außerdem bietet das DWI Unternehmen der deutschen Weinwirtschaft im Oktober 2010 einen Gemeinschaftsstand auf der belgischen Endverbraucher-messe Megavino an. Interessant für Weinexporteure sind sicherlich auch die Gemeinschaftsstände des BMELV auf anderen, nicht nur auf Weine fokussierten Messen, wie der Foodex in Tokio im März 2010, der Food and Hotel Asia im April in Singapur, der Food and Hotel im Mai in Seoul sowie der Food and Hotel China im September. Die genauen Daten, Teilnahmebedingungen und Ausschreibungen für alle DWI-Präsentationen und alle BMELV-Messen finden Sie unter [www.deutscheweine.de](http://www.deutscheweine.de) in der Rubrik Weinwirtschaft.

## TEILNAHMEBEDINGUNGEN DESIGN-WETTBEWERB

Am Wettbewerb können sich alle Erzeuger und Vermarkter deutscher Weine beteiligen, die Anmeldung ist kostenlos. Bitte verwenden Sie das beigefügte Anmeldeformular, wobei wir für ergänzende Angaben wie Betriebsstruktur, Betriebsphilosophie, Vertrieb, Marketing etc. dankbar sind. Je mehr Informationen geliefert werden, desto besser und fundierter kann die Bewertung der Jury ausfallen.

### 1. TEILNAHMEBERECHTIGUNG

Teilnahmeberechtigt sind alle Produzenten und Vermarkter deutscher Weine und Sekte. Die Produkte müssen in der angemeldeten Form im Verkehr sein und dem geltenden EU- und nationalen Recht entsprechen.

### 2. BEWERTUNGSMASSTÄBE

Maßgeblich sind der Gesamteindruck des Corporate Designs, sowie Produktinformation, Produktdifferenzierung, technische Ausführung und grafische Wertigkeit.

### 3. JURY

Die Jury besteht aus unabhängigen Design- und Kommunikationsfachleuten, Wissenschaftlern und Medienvertretern und ist in ihrem Schiedsspruch frei. Der Schiedsspruch der Jury ist nicht anfechtbar. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

### 4. ANMELDUNG

Die Anmeldung ist kostenlos. Es müssen mindestens drei verschiedene Flaschen einer Produktlinie, sowie aussagefähige Unterlagen wie Geschäftspapiere, Prospekte, etc. angemeldet und eingereicht werden. Anmeldeschluss ist

der 31. Januar 2010. Die Weine (und sonstigen Unterlagen) werden dem Veranstalter kostenlos zur Verfügung gestellt. Ein Anspruch auf Rückgabe besteht nicht.

### 5. ANLIEFERUNG

Die für den Designwettbewerb angemeldeten Produkte und Unterlagen müssen bis **10. Februar 2010** an die folgende Adresse geliefert werden:

Deutsches Weininstitut  
„Designwettbewerb 2010“  
Gutenbergplatz 3-5  
55116 Mainz

Die Einsendungen sind deutlich mit dem Vermerk „Designwettbewerb 2010“ zu versehen.

### 6. AUSWAHLVERFAHREN

Alle Einheiten, die innerhalb der genannten Fristen angemeldet wurden und unbeschädigt eingegangen sind, nehmen am Wettbewerb gleichberechtigt teil.

### 7. PRÄMIERUNG

Die Jury verleiht einen 1., 2. und 3. Preis, unter dem Vorbehalt entsprechender Beteiligung. Der Jury bleibt vorbehalten, zusätzliche Kategorien zu bilden, bzw. Sonderpreise zu vergeben.

**An Preisen erwarten die Sieger Gutscheine für DWI-Marketing- und Kommunikationsaktivitäten im Wert von 2.000,-€ (1. Preis), 1.000,- € (2. Preis) sowie 500,- € (3. Preis).**



*Gewinner des letzten  
Corporate Design Wettbewerbs*



# DEUTSCHER WEIN INTERN



## ANMELDUNG DESIGN-WETTBEWERB

Ihre Anmeldung muss bis spätestens 31. Januar 2010 schriftlich bei uns vorliegen.

Rückantwort per Fax (06131/28 29 20) oder E-Mail (jsa@deutscheweine.de)

Deutsches Weininstitut GmbH  
Frau Jutta Stollwerk  
Gutenbergplatz 3-5  
55116 Mainz

Erzeuger/Abfüller: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Anzahl angestellter Produkte: \_\_\_\_\_

Aktuelles Corporate Design seit: \_\_\_\_\_

Verantwortlich für Marketing im Betrieb: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Verantwortlich für Konzept/Gestaltung: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Ort/Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

## DWI-Forum Export

Alle am Weinexport interessierten Betriebe lädt das DWI am 2. September 2010 zum Exportforum nach Oppenheim ein. Neben zahlreichen

Vorträgen zu aktuellen Themen, vor allem von ausländischen Fachleuten, wird es darüber hinaus auch wieder den traditionellen „Sprechtag“ mit den Leitern der DWI-Auslandsbüros geben. Die exportorientierten Unternehmen haben dort die Gelegenheit, sich im direkten Gespräch mit den Experten über die Besonderheiten in den einzelnen Auslandsmärkten auszutauschen. Auch die Medien werden im Rahmen einer begleitenden Pressekonferenz über die aktuellsten Entwicklungen des deutschen Weinexports informiert, was in der Regel zu einer ausführlichen bundesweiten Berichterstattung über die Erfolge deutscher Weine in aller Welt führt.



## Riesling & Co. World Tour 2010

Eine der zentralen Aufgaben des Gemeinschaftsmarketings ist es, den deutschen Weinbaubetrieben und ihren Weinen eine Plattform zur Präsentation zu bieten. Insbesondere die DWI-Präsentationen im Rahmen der Riesling & Co. World Tour haben sich in den letzten Jahren sowohl bei Ausstellern als auch bei Fachbesuchern einen sehr guten Ruf erworben. Allein für Riesling & Co. im Ajax Amsterdam Stadion werden am 13. September wieder mehr als 800 niederländische Fachbesucher erwartet. Darüber hinaus wird die Tournee auch in Brüssel (14.09.) sowie in San Francisco (11.05.) und New York (13.05.) Station machen.

Die deutsche Leitrebsorte Riesling wird in der internationalen Kommunikation für diese Veranstaltungsreihe in den Fokus gestellt, um möglichst viel Aufmerksamkeit zu generieren. In der Regel stammen jedoch etwa 50 % der ausgestellten Weine auch von anderen Rebsorten wie Spät-, Grau- und Weißburgunder, Lemberger oder Silvaner.

## Sommelier Spring Class

Im April 2010 wird das DWI erneut Sommeliers aus der ganzen Welt zu einem eintägigen Weiterbildungsseminar einladen, um sie über die neuesten Entwicklungen im Weissektor in Deutschland zu informieren. Anschließend wird das DWI mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Informationsreisen in die Anbauggebiete durchführen. Geplant ist auch ein Besuch der Mainzer Weinbörse.

## Informationsfahrten in die Anbauggebiete

Im kommenden Jahr werden Pressereisen und -seminare wieder einen wichtigen Platz in der DWI-Kommunikation einnehmen. Sie bieten den Medienvertretern die einzigartige Möglichkeit, sich vor Ort ein persönliches Bild von den Weinregionen und Erzeugern zu machen oder in Seminaren ihr Weinwissen zu vertiefen. Die Themen der diesjährigen Pressereisen werden sich an den Themenschwerpunkten Wein & Tourismus, Rebsorten und Wein & Kultur bzw. Lifestyle orientieren. Insgesamt sind für 2010 zwei Pressereisen und ein Presseseminar für deutsche Journalisten sowie zwei multinationale Reisen mit Journalisten aus verschiedenen Zielmärkten geplant. Außerdem wird das DWI in Kooperation mit der Messe Düsseldorf eine Informationsfahrt für internationale Journalisten und Weinfachleute im Anschluss an die Messe ProWein durchführen und in Zusammenarbeit mit dem Land Rheinland-Pfalz für 40 internationale Juroren des Wettbewerbs Best of Riesling ein zweitägiges Rahmenprogramm organisieren. Darüber hinaus stehen noch zahlreiche Reisen für Weinfachleute aus einzelnen Auslandsmärkten auf dem Programm.

## Marktforschung

Das DWI beauftragt die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) seit vielen Jahren, Daten über die Einkäufe der privaten Haushalte auszuwerten. Vom DWI fachgerecht aufbereitet und zusammengefasst, ist dies eine wertvolle Datenbasis, die für viele Weinbaubetriebe eine wichtige Entscheidungsgrundlage für die strategische Unternehmensausrichtung darstellt. Der Informationsdienst „Deutscher Wein MARKT“ steht ab 2010 nur noch in elektronischer Form zur Verfügung. Er kann kostenlos via E-Mail oder über die DWI-Homepage unter der Rubrik „Weinwirtschaft“ bezogen werden. Anmeldung unter [jsa@deutscheweine.de](mailto:jsa@deutscheweine.de).

## Wahl der 62. Deutschen Weinkönigin



Die Wahl der Deutschen Weinkönigin 2010/2011 findet in diesem Jahr wieder in Neustadt statt. Am 2. Oktober werden im Rahmen der Vorentscheidung die sechs Kandidatinnen gewählt, die dann am 8. Oktober im Finale um die Krone antreten. Beide Sendungen werden erneut im SWR Fernsehen ausgestrahlt und seitens des DWI von einer intensiven Pressearbeit begleitet.