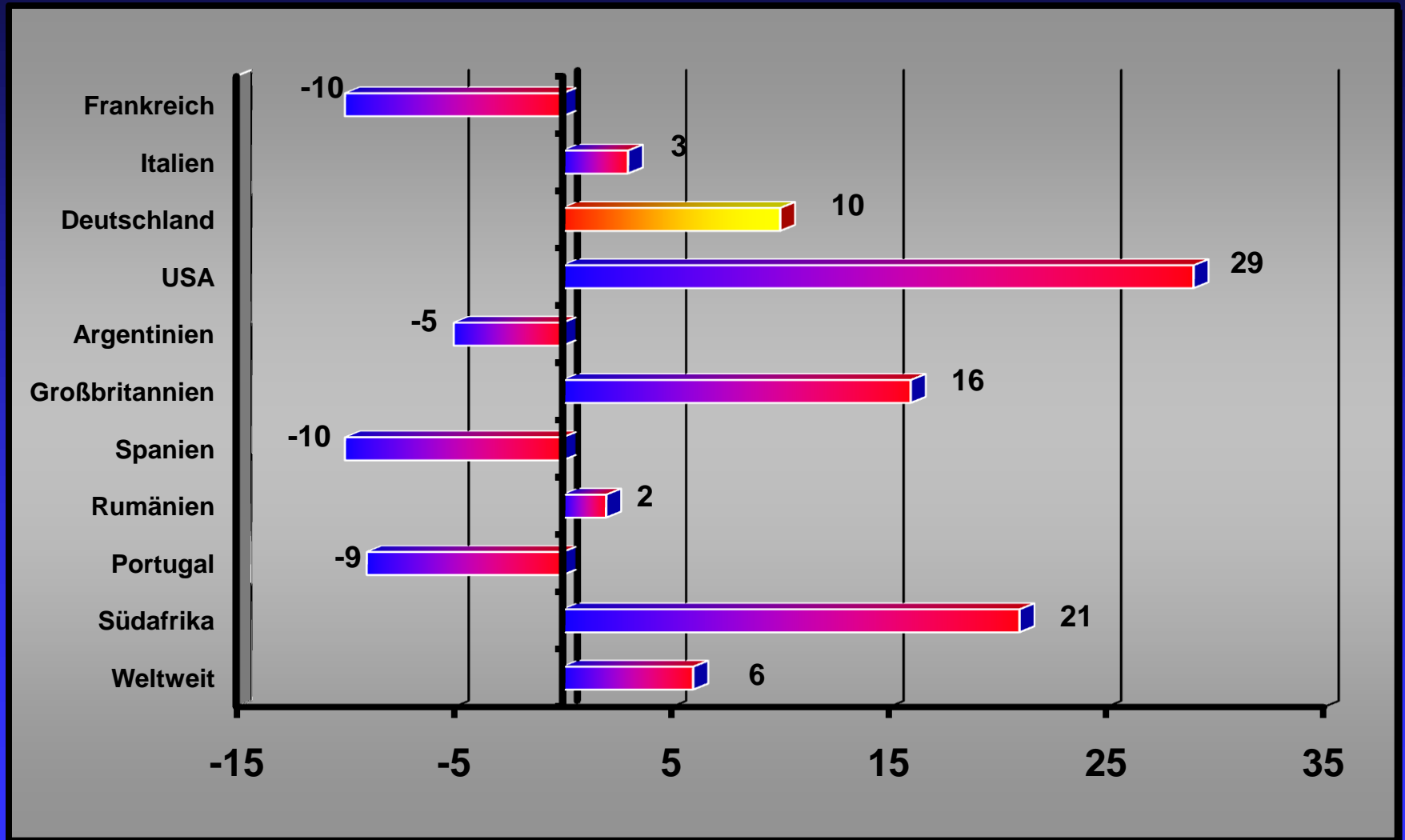


Noch nie war Wein so attraktiv !



Weinkonsum verlagert sich!

Prognose des weltweiten Verbrauchs in %



Quelle: Studie VINEXPO / IWSR 2008

DER FEINSCHMECKER
DAS INTERNATIONALE WEIN MAGAZIN

WEIN

Gourmet

April 2001, 12,95 Mark

Im Test
Die besten
Klimaschränke
für Ihren Wein

SPECIAL SÜDITALIEN
NEUE WINZER,
NEUE WEINE –
DER MEZZOGIORNO
BOOMT!

WEINREISE USA:
BESUCH BEI OREGONS
PINOT NOIR-PIONIEREN

**TOP 100: BAROLO 1997,
BARBARESCO 1998**

WEIN-ABC: DIE FILTRATION

**RODENSTOCK: WER SCHÜTZT
UNS VOR KORKIGEN WEINEN?**

**WETTBEWERB: DER GROSSE
DEUTSCHE BURGUNDER-PREIS**

Probirt: Châteauneuf

*„Eine Reise nach
Argentinien
und fünf Jahre eine
Kiste Wein“*

SOMMELIER

MAGAZIN



Die First Wein-Lady

Paula Bosch vom »Tantris« war die erste Sommelière

TEAMWORK Das starke Klebband vom Lendhaus St. Urban	REGIONEN Natalie Lampy stellt ihre Favoriten aus Baden vor	PROBE Champagner-Tipps für Ihre Karte: eine Frage des Stils	MEINUNG Hermann Raretz über den Sommelier als Mediator
--	---	--	---

DER FEINSCHMECKER
DAS INTERNATIONALE GOURMET
Heft 6 August 2000 9,90 Mark

Pasta

Eine Reportage mit
exklusiven Rezepten

Bandol:
Grossartige 97er

Südtalien:
Die besten 70 Weine

**Fein
im Hotel Adlon,
Berlin**

**Schön und gut:
Klassiker für die Küche**

Design

Frankreich
Brenn und Meer: Sommerfrische in der Normandie

**Wine-Test
rüner
Italien**

**Wine-Report
NO 2000**

VINUM
DAS INTERNATIONALE
WEINMAGAZIN

MAI 2000

Vinum

mit
Guide Vinum
40 Seiten
zu den besten
Weinen
der Welt

**Rund ums
Mittelmeer**

3/2000 APRIL/MAI DM 7,80

weinwelt
DAS MAGAZIN FÜR GENIESSER

Für Sie getestet!
Trentino
Von Pinot Grigio bis
Teroldego –
50 neue
Spitzenweine

**ALDI
IM TEST**
Wie gut sind die
Weine wirklich?

MALLORCA
Insel für Weinfans

PASTA & WEIN
Prima Combinazione

DÜSSELDORF
Die besten Adressen
für Wein-Gourmets

Wie Sie mit Wein
lustvoll abnehmen

Genuss statt Diät

Deutscher Wein: Zunehmende Medienpräsenz

Deutscher Wein: Zunehmende Medienpräsenz



Wein ist heute mehr !

- Wein und die Beschäftigung mit Wein ist Ausdruck einer gepflegten **Lebenskultur** → Essen, Kultur, Reisen, Genuss, Design, Architektur
- Wein ist **Lifestyle** und Realisierung von Hobby und Freizeit → Kochen, Weinreisen, Weineinkauf, Kultur, Landschaft, Event, etc.
- Qualität ist Grundvoraussetzung
- Vom Konsum zum Genuss → der **emotionale Wert** entscheidet

Rational

- **Grundnutzen:**
 - Die Ware
 - Die techn. Qualität
 - Geruch
 - Geschmack
 - AP - Nummer
 - Auszeichnungen
 - Lage / Terroir



Emotional

- **Zusatznutzen:**
 - **Produkterlebnis**
 - **Winzerpersönlichkeit**
 - Emotionen
 - „Stories“
 - Befindlichkeit, Wellness
 - **Kulturlandschaft**
 - **Kulturgüter, Geschichte**
 - **Essen, Gastronomie**
 - **Weintourismus, Service**
 - Architektur, Ambiente
 - Status, Image
 - Kommunikation

Thesen:

- 1. Weingenuss** wird zur Gegenreaktion auf eine zunehmend schnellere, hektische und virtuelle Welt
- 2. Weinkultur** wird zum Lifestyle- und Freizeitangebot in einer Zeit ohne Zeit
- 3. Weinlandschaften** werden zum Freizeit- Angebot für einen genuss- und informationsorientierten Gast
- 4. Weinbau und Tourismus** müssen in mündigen Verbrauchern und interessierten Gästen zukünftige Partner sehen, welche über die Nachfrage nach Weinerlebnissen und attraktiven Landschaftsbildern zum wirtschaftlichen Erfolg einer Weinregion beitragen