



GROSSBRITANNIEN

Dem Presse-Tasting folgten gute Kommentare in den Weinzeitschriften

"GERMANY ON THE HIGH STREET"

Wines of Germany hatte die britischen Supermärkte, Fachhandelsketten und Weinversender im Spätherbst und mit Blick auf das Weihnachtsgeschäft dazu aufgerufen, Proben für eine Presseverkostung unter dem Motto "Germany on the High Street" einzureichen. Davon machten *Laithewaites, Marks & Spencer, Morrisons, Oddbins, Sainsbury's, Tanners, Tesco, Unwins und Waitrose* regen Gebrauch, so dass insgesamt 45 Weine, die sich preislich zwischen 3,03 und 13,99 Pfund bewegen, von den Vertretern der Presseverkostet werden konnten. Wie Wines of Germany berichtet, wurde diese Gelegenheit von 12 Journalisten (u.a. von *Wine International, The Drinks Business, The Sunday*

Times, Harpers, Delicious) wahrgenommen. Daraufhin sind spontan fünf Artikel mit einer Gesamtauflage von rund 88.000 Exemplaren erschienen.

Wine International schreibt in der Januarausgabe unter dem Titel "*Germany Calling*":

"The statistics for German wine aren't especially encouraging at first sight. Sales continue to fall, and the average price we pay per bottle in the UK is just £ 2,51 - the lowest of any major wine-producing country. Yet Germany has just enjoyed another very good vintage and the wines have never been better. While the selection available in major multiples may be

smaller than in times past, there are still plenty of decent wines to be had. Evidence for this was provided by a "Germany on the High Street" tasting in which all the major supermarkets, high street chains and mail order companies were invited to participate. Not all chose to do so, but here are the stars from some who did."

An dieser Stelle kommentiert die Weinzeitschrift einige Weine, die besonders gut gefallen haben.

Zum Schluss fordert *Wine International* den Leser auf: "*Now go and buy some, and see, if we can get Germany back on track*".



NIEDERLANDE

Anlässlich der "Wine Professional" lenkte das DWI-Informationsbüro die Aufmerksamkeit auf die Verbindung von deutschem Wein zum Hummer aus der Schelde

"MASTERCLASSES" GUT BESUCHT

Mit einem neuen Thema brachte das Informationsbüro vor Duitsen Wijn im Januar anlässlich der Fachmesse "Wine Professional" auf dem Amsterdamer Messengelände RAI den deutschen Wein ins Gespräch: die Harmonie von deutschen Weißweinen zu Hummer aus der Schelde holte eine weitere Facette der Kombinationsvielfalt deutscher Weine hervor. In Zusammenarbeit mit der Vereinigung "Stichting Promotie Oosterscheldekreeft" wurden Messe begleitend zwei "Master Classes" geboten, die nicht nur zum Verkosten, sondern auch zum interaktiven Austausch unter den Seminarteilnehmern einluden.

Man reichte zu den Hummergerichten Weine von Mosbacher, Wegele/Rheingau, J.L. Wolf, Villa Loosen und Langwerth von Simmern, die auf dem niederländi-

schen Markt angeboten werden. Für Alain und Gisela Jacobs, die während der gesamten Messedauer auch einen Informations- und Degustationsstand führten, war dieses Projekt eine gute und wichtige Er-

fahrung, denn das Thema wird im Laufe des Jahres 2005 in vielfältiger Weise das Aktionsprogramm des DWI-Informationsbüros durchziehen.



Die ersten "Master Classes" zur Kombination von deutschen Weinen und Hummer aus der Schelde während der "Wine Professional" wurden sehr gut aufgenommen.