

13. Juni 2016

## Pressemitteilung

### Das sagen Experten zur Generation Riesling

#### Kurz und knapp: 10 Zitate

1. **Gerhard Retter**, Sommelier

„Generation Riesling hat die Steifheit aus der Weinwelt verdrängt! Die neue Deutsche Welle des Weinbau ist Generation Riesling.“

2. **Hendrik Thoma**, Master-Sommelier

„Es ist wie im Fußball, denn ohne gute Jugendarbeit gibt es keinen Spitzenteam. Mit der Generation Riesling ist etwas ins Leben gerufen worden, was das Interesse an deutschem Wein insgesamt verstärkt.“

3. **Stuart Pigott**, Weinkritiker, Autor und Journalist

„Die Generation Riesling steht für die Haltung der neuen kreativen Generation von deutschen Winzern, die dem deutschen Wein einen erheblichen neuen Schwung gegeben haben.“

4. **Billy Wagner**, Sommelier

„Es ist ein Verdienst der Generation Riesling, dass der deutsche Wein wieder jung ist! Der Staub wurde von der Flasche abgewischt!“

5. **Meiningers weinwelt** 4/2016

„Die junge Generation steht immer mehr für das stetige Streben nach neuem Wissen und ist auch bereit, dieses mit anderen zu teilen. Bestes Beispiel sind die zahlreichen Jungwinzerorganisationen, allen voran die Generation Riesling.“

6. **Romana Echensperger**, Master of Wine,  
Mitteldeutsche Zeitung 14.03.2015  
„Mit der Generation Riesling ist ein lebendiger Zusammenschluss entstanden, in dem man Erfahrungen austauscht, Freundschaften knüpft und gemeinsam auf Tour im In – und Ausland geht.“
7. **Quench magazine – Canada**, Nov. 2013  
“Up-and-coming vintners of Generation Riesling use new ways to reach consumers, create wines in the dry style, focus on quality instead of quantity and have changed labelling and pricing structures.”
8. **Caro Maurer**, Master of Wine,  
General-Anzeiger, 23.06.2012  
„Aus der Generation Riesling hat sich eine engagierte Bewegung entwickelt, die heute für viel frischen Wind in der Weinszene sorgt. Es ist vor allem der zwanglose Umgang mit dem Thema, der ein neues Gefühl und auch eine neue Leidenschaft für deutschen Wein weckt.“
9. **The Drinks Business**, Nov. 2012  
“The success of campaigns such as Generation Riesling has helped open the doors go German reds in export markets, particularly in Scandinavia.”
10. **Nikolas Rechenberg**, Weinjournalist,  
Falstaff 03/2012  
“Die Generation Riesling ist zum dynamischen Motor für den deutschen Wein geworden”

### **Wegbegleiter über die Generation Riesling**

Sommelier **Gerhard Retter** lobte schon im Interview im September 2015 „die Vielfältigkeit, Aufbruchstimmung und Innovationsfreude der jungen Winzerinnen und Winzer“. Um ein aktuelles Statement gebeten, bezeichnet er die Generation Riesling als „die beste, coolste und dem Weinliebhaber am nächsten kommende Initiative des modernen jungen deutschen Weins“. Er schätzt „die Ehrlichkeit, die Offenheit und die unkonventionelle Art, wie der gute Wein dem Kunden nahe gebracht wird“. „Generation Riesling

hat die Steifheit aus der Weinwelt verdrängt! Die neue Deutsche Welle des Weinbau ist Generation Riesling.“ Aus seiner Sicht gelingt der Generation Riesling die Verbindung von Tradition und Moderne: „Ungekünstelt, kreativ und doch besonnen der Herkunft. Qualität und Know-how mit einer Prise Lockerheit ergeben ein neues deutsches Weingefühl, eines mit Pepp und Pfiff!“

Besonders genieße er die Locations der Masterclass Tastings: „Am besten ist die Stimmung, wenn alles fertig ist und man fast alleine im Raum ist. Dann spürt man, wie cool es ist, dass sich in den nächsten Minuten der Raum füllt, und die Weinbegeisterung zu knistern beginnt.“

Als am 6. Juni 2006 die erste Präsentation der Generation Riesling in London stattfand, war Gerhard Retter „100 Meter vom Brandenburger Tor entfernt, mit Smoking und Korkenzieher ausgestattet beim Dienst im Gourmetrestaurant "Lorenz Adlon" vom Hotel Adlon.

Master-Sommelier **Hendrik Thoma** lobt die Generation Riesling als erfolgreiche „Jugendarbeit“: „Es ist wie im Fußball, denn ohne gute Jugendarbeit gibt es kein Spitzenteam. Mit der Generation Riesling ist etwas ins Leben gerufen worden, was das Interesse an deutschem Wein insgesamt verstärkt. Ein wichtiger Baustein in der Wahrnehmung für die Kunden. Denn ohne gute Jungwinzer, die sich vernetzen und gemeinsam auftreten, gibt es keine Zukunft für die deutschen Weine.“

Der Sommelier und Berliner Szene-Wirt **Billy Wagner** schätzt an der Generation Riesling „erstmal gar nichts“. Es komme „auf jeden einzelnen Winzer an, dass er das, was er hat, auch nutzt und verbessert“. Die Generation Riesling gebe aber „Winzern ein Gesicht, die es sonst schwer hätten, auf sich aufmerksam zu machen.“ Es sei ein Verdienst der Generation Riesling, „dass der deutsche Wein jung ist! Der Staub wurde von der Flasche abgewischt!“ Die Generation Riesling zeige, „dass es neben Mosel und Rheingau noch andere Regionen und neben Riesling süß auch noch andere Weinwelten“ gebe. Wagner erinnert sich gerne an eine Dänemark-Reise mit der Generation Riesling und an die

„pure Entzückung über die Art der Weine, die dort ausgeschenkt wurden“.

Für **Stuart Pigott**, Weinkritiker, Autor und Journalist, ist die „Generation Riesling nicht nur die größte Jungwinzergemeinschaft Deutschlands, es ist auch die beständigste solche Gruppe, wahrscheinlich wegen der ständigen Erneuerung (Einstieg und auch Ausstieg von Mitgliedern).“ Auf diese Weise mache die Generation Riesling nicht nur gute Werbung für den deutschen Riesling, „sondern für die Haltung der neuen kreativen Generation von deutschen Winzern, die dem deutschen Wein einen erheblichen neuen Schwung gegeben haben.“ Pigott findet es wichtig, dass die Generation Riesling mit dem Wein unverkrampft umgeht. „Ihr Ziel sind einfach gute (vorwiegend trockene) Weine, die möglichst ansprechend und eigenständig sein sollen. Sie haben keinerlei Problem, dass bei manchen Gewächsen wenig Innovationsbedarf vorhanden ist, aber bei anderen alles auf den Kopf gestellt werden muss, um zum Ziel zu kommen.“

Weintrends, z.B. deutschen Sauvignon Blanc oder fast schwarzfarbige tanninbetonte Rotweine, sieht Pigott als „große Phänomene“. „Das, was die Mitglieder der Generation Riesling machen, machen auch andere deutsche Winzer, die keine Mitglieder der Generation Riesling sind. Seit ihrer Gründung war die Generation Riesling in irgendeiner Form an allen neuen Weintrends mit beteiligt.“

Als am 6. Juni 2006 die erste Präsentation der Generation Riesling in London stattfand, war Stuart Pigott „am Schreibtisch in Berlin, um eine Kolumne für die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung zu schreiben. Ich bin noch am Suchen im Archiv, was genau das Thema der Kolumne war. An dem Tag traf ich außerdem Vorbereitungen für eine Reise nach Moskau im Juli 2006.“

**English quote from Stuart Pigott, British wine critic and author:** Generation Riesling is not only the largest group of Jungwinzer or young winegrowers, it is the one which has the most continuous influence upon the German wine scene. This is probably because of the continuous process of renewal, resulting

from the arrival of new members and the departures of retiring members. GR isn't only good publicity for German Riesling, but also for the creative approach of the new Generation of German winegrowers who have given the nation's wine industry a new dynamic.

The most important things about the members of Generation Riesling is how relaxed their approach to winemaking is. For them it is all about making (mostly dry) wines that are attractive and distinctive as possible. They don't have any problem with the fact that the wines of some grapes and vineyard sites need only a little fine tuning to reach their optimum whereas others need turning upside down before they realize the GR members' goal.

Wine trends, for example German Sauvignon Blanc or almost black colored tannic German reds, are huge developments and they are not limited to the innovative members of Generation Riesling, but are shared with many dynamic German winegrowers who are not members. Since GR was established the group's members have been involved in all the new wine trends.

On the 6th June 2006 I was at home in Berlin and was working on one of my columns for the Sunday edition of the Frankfurter Allgemeine Zeitung. At this point the column was not quite 5 years old. Since it started in September 2001 half the columns have been about German wines, and one of the most important subjects was the new generation of winemakers. On that day I also did some preparation for a research trip to Moscow in July 2006.