Fotos: DWI

Seit zehn Jahren gibt es die Initiative Generation Riesling des Deutschen Weininstituts.

Generation Riesling feiert Jubiläum

Ten Years Young Ehemalige und aktuelle Mitglieder, Wegbegleiter und Fachleute aus Gastronomie, Handel und Medien haben im Frankfurter Palmengarten am 13. Juni 2016 den 10. Geburtstag der Generation Riesling gefeiert. Pia Johannson vom Deutschen Weininstitut (DWI) berichtet über das runde Jubiläum und über ausgewählte Highlights aus zehn Jahren.

Das Deutsche Weininstitut (DWI) hatte zu dem Event 35 internationale Journalisten aus 15 Ländern und sämtliche Vertreter seiner 13 Auslandsbüros eingeladen, damit sie sich ausgiebig über die jungen Winzer und ihre Weine informieren konnten. Im Vorfeld hatten die internationalen Gäste bereits die Gelegenheit, auf einer Reise durch mehrere Anbaugebiete einige Winzer der Generation Riesling vor Ort persönlich kennen zu lernen. Unter dem Motto „Ten Years Young“ stellten am 13. Juni zunächst die Wegbegleiter der Generation Riesling, Stuart Pigott, Billy Wagner, Gerhard Retter und Hendrik Thoma in ausgebuchten Seminaren ihre Sicht auf die Gruppierung und repräsentative Weine vor. In ihrer Geburtstagsrede blickte DWI-Geschäftsführerin Monika Reule dann mit Stolz auf die Erfolgsgeschichte der Generation Riesling zurück: „Sie hat definitiv dazu beigetragen, das junge und moderne Image des deutschen Weins sichtbar in die Welt zu tragen“, erklärte sie. Anschließend hatte das Fachpublikum die Möglichkeit, die Weine von 30 Vertretern der Generation Riesling, darunter neun Mitglieder der ersten Stunde, zu verkosten. Gegen Abend ging die Veranstaltung in eine lockere Party über, zu der noch weitere Winzerinnen und Winzer der Generation Riesling stießen, um dieses besondere Ereignis zu feiern.

Ungekünstelt und kreativ

Die internationalen Besucher zeigten sich beeindruckt und fasziniert von den Weinen und Winzern und nahmen viele positive Eindrücke mit. Adam Morgenstern, US-Journalist für das Organic Wine Journal von Forbes, lobte die Initiative Generation Riesling nicht nur als hervorragende Marketing-Idee: Hier kämen ein großartiges Konzept und großartige Weine zusammen, betonte er im Interview. Begeistert äußerte sich auch Tamlyn Currin, Autorin für die Webseite www.jancisrobinson.com, über die Energie und die Stimmung bei den Winzern der Generation Riesling: „There´s a revolution going on“, sagte sie. Sie habe Neuentdeckungen gemacht, die sie ausgesprochen überrascht hätten.

Dem Weinkritiker, Autor und Journalist Stuart Pigott gefällt vor allem die Einstellung der jungen Winzer: „Ihr Ziel sind einfach gute Weine, die möglichst ansprechend und eigenständig sein sollen. Sie haben keinerlei Problem damit, dass bei manchen Gewächsen wenig Innovationsbedarf besteht, aber bei anderen alles auf den Kopf gestellt werden muss, um zum Ziel zu kommen.“ Sommelier Gerhard Retter, Betreiber der trendigen „Cordobar“ in Berlin sowie der „Fischerklause am Lütjensee“ bei Hamburg lobt, dass der Generation Riesling die Verbindung von Tradition und Moderne so gut gelingt: „Ungekünstelt, kreativ und doch besonnen auf die Herkunft. Qualität und Know-How mit einer Prise Lockerheit ergeben ein neues deutsches Weingefühl, eines mit Pepp und Pfiff!“, so sein Eindruck. Billy Wagner, Sommelier des Berliner Szenelokals „Nobelhart & Schmutzig“, sieht das genauso: „Die Generation Riesling hat den Staub von den Flaschen gewischt, der deutsche Wein ist jung!“

Seit 2006 national und international aktiv

2006 hat das Deutsche Weininstitut die Generation Riesling ins Leben gerufen, um der jungen Weinszene losgelöst von bestehenden Gruppierungen eine nationale und internationale Plattform zu bieten. Seitdem präsentieren sich die Mitglieder der DWI-Initiative erfolgreich auf vielen Veranstaltungen im In- und Ausland, auf Weinmessen, in Riesling Lounges, bei Tischpräsentationen – oder wie vor wenigen Monaten in Berlin bei der Fashion Week. Ob in der deutschen Hauptstadt, in Kopenhagen, Amsterdam, Vancouver, Tokio, München oder Hamburg – die Generation Riesling-Mitglieder stoßen stets auf großes Interesse und hohe Wertschätzung. Sie alle sind unter 35 Jahre jung, oftmals international erfahren und bereit, als Botschafter der modernen, hochwertigen und dynamischen Weinerzeugung in Deutschland aufzutreten, sei es als Winzer, als Geschäftsführer oder Kellermeister in einer Genossenschaft oder Kellerei.

Der Begriff der Initiative stellt den Riesling als deutsche Leitrebsorte in den Vordergrund, um damit national und international möglichst große Aufmerksamkeit zu erreichen, er steht jedoch als Eye-Catcher nur stellvertretend für alle deutschen Rebsorten. „Wir wollten erreichen, dass mit der Generation Riesling eine Bewegung entsteht, in der möglichst

viele mitmachen. Und das ist gelungen", erläutert Monika Reule. Die Initiative des Deutschen Weininstituts zählt inzwischen mehr als 530 Mitglieder und ist damit die größte Jungwinzer-Organsisation der Welt.

Gut vernetzt und kreativ

In einem seit 2009 jährlich stattfindenden Forum erarbeitet das DWI mit den jungen Winzern neue Ideen und Vermarktungskonzepte für die Zukunft. Daraus ist unter anderem die Internet-Plattform www.generation-riesling.de entstanden, in der die Mitglieder mit ihren Profilen, Weinen und News online sind. Auch in den sozialen Netzwerken ist die Gruppe aktiv, in Facebook hat sie mittlerweile über 4 000 Fans.

Der konstruktive Austausch untereinander beflügelt und motiviert sie. So hat die offene und stetig wachsende Gruppierung in den letzten Jahren zunehmend an Dynamik gewonnen und inspiriert die gesamte Weinbranche. Zum zehnjährigen Bestehen gab es ein modernes, neues Logo, denn „es war Zeit, der Bewegung, die für Dynamik, Weltoffenheit und Innovation in der deutschen Weinerzeugung steht, auch optisch einen entsprechenden Auftritt zu verschaffen", so Reule. Schöne Impressionen in Form von Videos und Fotos der Veranstaltung sind im Internet auf www.deutscheweine.de, bei www.oechsle.tv und auf www.facebook.com/GenerationRiesling zu finden.

MITGLIEDER ÜBER GENERATION RIESLING

Gegründet, um das Image des deutschen Weins im Ausland zu verjüngen, hat sich die Initiative dynamisch entwickelt und ist für viele junge Winzerinnen und Winzer eine wichtige Plattform. Was ihnen die Generation Riesling bringt, erzählen sie hier.

Anette Closheim, Weingut Closheim, Nahe: „Die Generation Riesling hat viele neue Kontakte mit Handel, Gastronomie und der Presse gebracht, aber auch neue freundschaftliche Kontakte und Austausch unter den Winzern. Beindruckt hat mich mein erstes Event 2009 mit Generation Riesling in Hamburg - Präsentation von Deutschen Weinen auf der Reeperbahn – cool!"

Stefan Braunewell, Weingut Braunewell, Rheinhessen: „Die Generation Riesling bietet mir ein großes Netzwerk von Winzern und eine Plattform, um meine Weine gemeinsam mit anderen, sehr engagierten Jungwinzern zu zeigen. Erst vor wenigen Wochen war ich mit der Generation Riesling am Königstag in Amsterdam. Der Tag war wie der deutsche Wein: spritzig und aufregend. Mit einem Boot voller cooler Leute ging es durch die Grachten von Amsterdam. Mit unseren Weinen konnten wir animieren und überzeugen, boten eine Party mit Riesling, Pinot & Co. Wir haben nachhaltig gezeigt, wie jung und dynamisch unsere Weine sind."

Tobias Lorenz, Weingut Lorenz, Mosel: „Neben fruchtbaren Geschäftskontakten hat die Generation Riesling auch tolle Freundschaften mit Winzerkollegen aus anderen Anbaugebieten gebracht. Eine rundum gelungene Veranstaltung ist das jährlich stattfindende Forum der Generation Riesling, auf das ich mich immer besonders freue, weil es Top-Referenten aus der Weinwirtschaft mit uns jungen Winzern zusammenbringt."

Gudrun Erbeldinger-Höfferle, Weingut Kurt Erbeldinger und Sohn, Rheinhessen: „Die Fachpräsentationen sowie die ProWein haben uns insbesondere viel internationales Interesse eingebracht. Die Fachbesucher waren ganz begeistert davon, dass sie gleich mehrere Anbaugebiete mit der Generation Riesling abgedeckt bekommen und viele tolle Neuentdeckungen machen können. Insgesamt hat die Generation Riesling neuen Schwung in die deutsche Weinwelt und auch bei uns in den Betrieb gebracht. Ein voller Erfolg war für uns die ProWein 2016 – der Stand war klasse, die Lage super und das Interesse der Besucher groß."

Generation Riesling-Aktivitäten seit 2006

Seit 2006 organisiert das DWI für die Generation Riesling alljährlich Präsentationsmöglichkeiten im In- und Ausland, auf Weinmessen, in Szenerestaurants oder bei trendigen Veranstaltungen. Hier eine Auswahl davon.

2006

- Die erste Tischpräsentation von 25 jungen Winzern am 8. Juni 2006 in London ist die Geburtsstunde der Generation Riesling.
- Eine internationale Pressereise sowie eine Pressereise mit britischen Journalisten zu Jungwinzern in die deutschen Anbaugebiete informiert über den Start der Initiative.

2007

- Internationale Journalisten besuchen zur Pressereise „Young Winemakers and Young Cuisine" die Pfalz, Nahe und Rheinhessen.

2008

- Vier Winzer der Generation Riesling präsentieren ihre Weine erstmals in Übersee auf der Messe „Wine Tokyo" in Japan.
- Generation Riesling-Winzer touren mit ihren Weinen durch Englands Elite-Universitäten Cambridge, Oxford, Bristol, Edinburgh und St. Andrews.

2009

- Auf der Zitadelle in Mainz kommen die Winzer der Generation Riesling erstmals zu einem Workshop zusammen, um gemeinsam neue Ideen und Konzepte zu entwickeln.
- Im September geht die Webseite www.generation-riesling.de online.
- Nach 2008 bringt auch 2009 eine Pressereise japanische Lifestyle-Journalisten mit Winzern der Generation Riesling zusammen.
- Im Spätsommer halten Winzer der Generation Riesling eine Weinprobe für Endverbraucher im angesagten Cologne Beach Club in Köln.

2010

- Zum „Riesling Rendezvous" im Chateau St. Michelle, Washington State, USA, treffen sich führende Riesling-Produzenten aus aller Welt, um ihre Weine einem Fachpublikum vorzustellen. Der bekannte Weinkritiker, Autor und Journalist Stuart Pigott rückt im Seminar „Let it rock! The young stars of Germany´s Generation Riesling" die jungen deutschen Winzer in den Mittelpunkt.
- Im Rahmen der Kooperation „Generation Riesling @ Steigenberger" präsentieren sich 41 Vertreter der Generation Riesling in sie-

Sommelier Hendrik Thoma, Weinkritiker Stuart Pigott, Sommelier Gerhard Retter und Sommelier Billy Wagner erweiterten das Programm des Jubiläums mit spannenden Seminaren.

Fotos: DWI

DWI-Geschäftsführerin Monika Reule und die Deutsche Weinkönigin Josefine Schlumberger schneiden die Geburtstagstorte an.

Der Frankfurter Palmengarten bot für das runde Jubiläum der Generation Riesling ein festliches Ambiente.

ben ausgewählten Steigenberger Hotels.

- In Oslo stellen Generation Riesling Mitglieder ihre Weine aus sechs verschiedenen Anbaugebieten einem hochkarätigen Fachpublikum vor.
- Auf dem Forum Vini in München ist die Generation Riesling erstmals mit 20 Teilnehmern am Gemeinschaftsstand vertreten.

2011

- Der Kooperationspartner Selters startet eine bundesweite Anzeigenkampagne mit den Winzern.
- Die Generation Riesling nimmt mit vier Winzern aus vier Anbaugebieten am 25-jährigen Jubiläum der niederländischen Gilde der Sommeliers in Amsterdam teil.
- Im Audi Forum in Stockholm hat die Generation Riesling eine Tischpräsentation mit anschließendem „Winemakers Dinner".
- Gleich viermal reist die Generation Riesling nach Berlin: Zur Spätsommernacht in der Riesling Lounge des Grand Hyatt, zur Tischpräsentation in der Kalkscheune, zur Internationalen Tourismusbörse (ITB) und zur Weinprobe im Private Member Club des Hotels SoHo House.

2012

- Generation Riesling live – in Hamburg, München und Berlin hält die Generation Riesling drei große Tischpräsentationen vor Fachbesuchern, im Hotel Regent in Berlin präsentieren sie ihre Weine 250 geladenen VIP-Gästen bei der Küchenparty im Gourmet-Restaurant „Fischers Fritz".
- Das Redaktionsteam des Audi-Magazins Schweden macht eine Pressereise zu sechs Winzern der Generation Riesling für einen Artikel über „Modern & Young Winemakers".

2013

- Weinkritiker, Autor und Jounrnalist Stuart Pigott widmet der Generation Riesling einen Artikel in der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung mit dem Titel: „Bunny und junge Dinger – plötzlich verstanden sich die Winzer mit ihren Weinen ganz selbstverständlich als Teil der Popkultur".
- Bei der Gala des Deutschen Fernsehpreises in Köln mit 1 500 Gästen schenken die Jungwinzer gemeinsam mit der deutschen Weinkönigin 23 Weine der Generation Riesling aus.

2014

- Die Generation Riesling feiert mit sechs Winzern am Gemeinschaftsstand Premiere auf der ProWein in Düsseldorf.

2015

- Auf der ProWein in Düsseldorf präsentieren zehn Winzer der Generation Riesling sich und ihre Weine am vergrößerten Gemeinschaftsstand.
- 24 Winzer vertreten die Generation Riesling auf der Wein Plus Convention in München.
- Bei Modelabel Kilian Kerner auf der Fashion Week in Berlin sind vier Winzer der Generation Riesling mit ihren Weine vertreten.
- Unter dem Titel „Geschmackssache Heimat" gibt es für die junge Zielgruppe ein zünftiges Abendbrot mit jeweils zwei jungen Winzern und einem bekannten Sommelier in trendigen Restaurants in Berlin, Köln, München und Frankfurt.

2016

- Februar: Zur Eröffnung des neuen Kilian Kerner Flagship Stores in Berlin präsentieren Winzer der Generation Riesling eine exklusive Auswahl Ihrer Weine.
- Zum zehnten Geburtstag präsentiert sich die Generation Riesling auf der ProWein in Düsseldorf am Gemeinschaftsstand mit elf Winzern erstmals der Öffentlickeit im neuen Design.
- Im April begrüßt DWI-Geschäftsführerin Monika Reule Benjamin Schütz aus Württemberg vom Wein Gut Schütz als 500. Mitglied.
- Ehemalige und auch aktuelle Mitglieder sowie Prominenz und Fachleute aus renommierter Gastronomie und Handel feiern am 13. Juni 2016 den zehnten Geburtstag der Generation Riesling im Frankfurter Palmengarten.

GENERATION RIESLING: ZAHLEN UND FAKTEN

Aktuell hat die Generation Riesling 530 Mitglieder. Aus allen 13 deutschen Qualitätsweinregionen sind junge Winzer in der Initiative vertreten. Die Pfalz und Rheinhessen stellen mit je 26 Prozent rund die Hälfte aller Mitglieder, gefolgt von der Mosel (12 Prozent) und Württemberg (10 Prozent). 30 Prozent der Mitglieder sind weiblich. Mehr als 60 Prozent der Generation-Riesling-Winzer haben bereits ein Praktikum im Ausland gemacht. Lieblingsländer sind hier Österreich, Neuseeland, Frankreich, die USA, Australien und Südafrika. Die Lieblingsrebsorte in der Generation Riesling ist zu 55 Prozent Riesling, gefolgt von den Burgundersorten: Spätburgunder (26 Prozent), Weiß- und Grauburgunder (15 bzw. 13 Prozent), letzterer ist in der Beliebtheit gleichauf mit dem Silvaner. Mit knapp neun Prozent folgt Lemberger, und unter den weiteren beliebtesten Rebsorten wird Sauvignon blanc am häufigsten genannt.