VDP. DIE PRÄDIKATSWEINGÜTER

NEWS AUS DEM VDP

Mainz, 9. März 2022

HERKUNFTSKAMPAGNE FÜR WEINKULTURLANDSCHAFT
VDP setzt sich für verantwortungsvolle Werbung für Wein ein

Mit seiner neuen Kampagne „Unsere Weine sind wie unsere Lagen“ stellt der Verband Deutscher Prädikatsweingüter (VDP) die Herkunft seiner Weine und damit die Weinberge seiner Winzerinnen und Winzer in den Vordergrund. Normalerweise muss man in eine der deutschen Weinregionen wie z.B. an die Mosel, Nahe oder nach Franken fahren, um sich anzusehen, in welch einmaliger Kulisse die weltweit geschätzten Weine wachsen. In den nächsten Wochen hingegen können Weinberge, die als VDP.GROSSE LAGE® klassifiziert sind, in den Straßen und U-Bahn-Stationen deutscher Großstädte wie Berlin, Hamburg und München bestaunt werden.

Neun Beispiele zeigen in einer Kombination von Bildern und Attributen, welche gleichermaßen den Wein und die dazugehörige VDP.GROSSE LAGE® beschreiben, den emotionalen Wert dieser Weinberge: So steht beispielsweise die Beschreibung *vielschichtig* für die VDP.GROSSE LAGE® BASSGEIGE-KÄHNER in Baden, *episch* für den BERG SCHLOSSBERG im Rheingau oder *berührend* für die ALTE LAY an der Ahr. Fotografiert wurden die Lagen in den vergangenen Monaten vom Fotografen Peter Bender.

Mit der Kampagne einher geht aber vor allem auch eine politische Botschaft:
Vor der aktuellen Debatte der Werbeverbote zeigen die Motive, dass Werbung für Wein – ohne trink-animierende Floskeln und gewollt-verführerische „Prickel“-Momente, stattdessen aber mit Verantwortung und Respekt vor Natur und Kultur – gelingen kann.

„Gerade in einer Zeit, in welcher strengere Regeln für die Bewerbung von Wein diskutiert werden, möchten wir den Fokus unserer Kommunikation auf die Bedeutung der Weinkultur richten. Vor dem Hintergrund des Erhalts der Kulturlandschaften entscheiden wir uns also bewusst dafür, unsere Weinberge und damit das kulturelle Erbe der Weinwelt in den Fokus zu stellen“, so Steffen Christmann, Präsident des VDP und selbst Winzer zur Initiative.

Die neue Herkunfts-Kampagne wird auf den digitalen Flächen von WallDecaux ausgestrahlt und knüpft an die Kampagne im vergangenen Jahr „Was zählt, ist Persönlichkeit im Glas“ an. Die Fortsetzung unterstreicht, dass es zur Erzeugung von Wein beides braucht: Einerseits die Winzerinnen und Winzer, die sich um die Bewirtschaftung kümmern, Landschaftspflege betreiben und ein Jahr lang auf die Ernte hinarbeiten. Andererseits aber auch die Umgebung, in der sie wachsen und damit die Lage, den Boden, die natürlichen Bedingungen wie Wind, Sonne und Regen, die das Kulturprodukt ausmachen. Denn ohne Persönlichkeit, ohne Herkunft wäre Wein ein wohl nichtssagendes, uniform schmeckendes Getränk.

Letztlich ist es die Handarbeit vieler Winzerinnen und Winzer, die zur Landschaftspflege beitragen und den Erhalt der Kulturlandschaft erst möglich machen. Nur dank ihres Einsatzes sehen die Steilhänge am Mittelrhein sowie die Felsengärten in Württemberg so aus, wie man sie kennt. All das macht sichtbar, was den Unterschied zwischen dem respektvollen Genuss eines Kulturprodukts wie Wein und

dem bloßen Konsum von Alkohol ausmacht. Genau deshalb ist es wichtig, Wein als Kulturgut zu schützen. Und dafür braucht es die vielen Unterstützerinnen und Unterstützer – auch in der Werbung.

Ein vollständiges Werbeverbot würde die Weinbranche neben dem Klimawandel und der zunehmend industrialisierten Wertschöpfung von Wein vor weitere Herausforderungen stellen. Deshalb ruft der VDP zusammen mit Wine in Moderation weitere Akteurinnen und Akteure der Weinwelt auf, sich mit ihren entsprechenden Maßnahmen der Initiative anzuschließen, um gemeinsam auch weiterhin eine verantwortungsvolle Kommunikation des Kulturguts Wein zu ermöglichen und den maßvollen Genuss in den Mittelpunkt zu stellen.

Über den VDP
Im Verband Deutscher Prädikatsweingüter sind 200 der besten Winzerinnen und Winzer zusammengeschlossen. Was sie eint, ist ihr Individualismus. Und ihr Bekenntnis zum zeitlosen Ideal handwerklich erzeugter, herkunftsgeprägter Weine. Unverwechselbar wie sie selbst - und wie ihr weltweit geschätztes Markenzeichen: der VDP.Adler.
www.vdp.de

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an

VDP.Die Prädikatsweingüter
Pauline Apell
Im Weinlagergebäude Zollhafen
Taunusstraße 61
D-55118 Mainz
T +49 6131 94565-14
p.apell@vdp.de
www.vdp.de