

Generation Riesling 15 år - en framgångssaga

Vid starten för 15 år sedan var det ingen som trodde att det skulle bli en sån succé. Då, 2006 samlades 25 unga tyska vinmakare i London tillsammans med German Wine Institute (DWI) för en presentation med titeln "Generation Riesling". Idag är det världens största organisation för unga vinmakare med 530 medlemmar.



Generation Riesling 10 Years Young, 13.06.2014, Palmengarten Frankfurt

Genreation Riesling har under åren bidragit till att göra tyska viner till en livsstilsdryck bland unga tyskar men det har också bidragit till att Tyskland växer som vinland. Monika Reule, vd för Wines of Germany (DWI) är stolt över framgångarna med Generation Riesling.

"Vårt ursprungliga mål var att modernisera och uppdatera bilden av tyska viner, men det har växt till en hel rörelse. Det har definitivt bidragit mycket till att tyska viner återigen upplevs mer modernt och positivt både i Tyskland och runt om i världen", säger Monika Reule. Hon betonar, att en viktig del av framgången är att de unga vinproducenterna vänder sig till en en yngre generation, vilket har bidragit till att göra vin till en livsstilsdryck, särskilt i Tyskland.

Inte bara Riesling

Redan från början satte namnet på initiativet fokus på Riesling, den ledande tyska druvan. Sedan dess representerar organisationen alla olika druvsorter, trots att man behållit namnet. Under GR:s 15 år har över 300 medlemmar tvingats lämna organisationen på grund av att de passerat åldersgränsen på 35 år.

För många har medlemskapet i Generation Riesling varit ett viktigt steg i deras karriär. Tack vare den rikstäckande och internationella plattformen som DWI erbjuder unga producenter, kan de unga vinproducenterna skapa värdefulla kontakter och marknadsföra sig själva och sina viner. Som en vinmakare från Württemberg påpekade när han lämnade organisationen, "genom mitt deltagande i Generation Riesling-evenemang har starka affärsrelationer utvecklats som jag inte skulle vilja vara utan idag".

DWI sätter Generation Riesling-producenterna och deras viner i rampljuset på mycket olika sätt, från presentationer med upp till 30 medlemmar på några av sina egna mässor och evenemang i tyska och internationella städer, till framträdanden på gatumatfestivaler. Under mottot "Music for the Tongue" har DWI under ett antal år skapat kontakter med musikscenen med växande framgång.

Dessutom har DWI lanserat sina egna sociala mediekanaler samt webbplatsen generationriesling.de, som ständigt växer.

Milstolpar

2006 Första presentationen i London

2008 Första presentation utomlands på "Wine Tokyo" -mässan i Japan

2009 www.generationriesling.de lanseras

2011 Första presentation i Tyskland på Grand Hyatt i Berlin

2014 Första gemensamma monter på den internationella ProWein-mässan i Düsseldorf

2015 Generation Riesling-presentation på Fashion Week i Berlin

2016 Generation Riesling välkomnar sin 500:e medlem

2016 Musikfestivalpremiär av Generation Riesling-viner på Juicy Beats Festival i Dortmund

2017 Första gemensamma monter på Frankfurts bokmessa

2018 First Generation Riesling Wine & Bike tours genom picknickplatser

2019 Första samarbetet med Rolling Stone-tidningen och musiker som Fanta 4