

# BESTELLFORMULAR

FAX AN: 0681 96767-510

## ENDKUNDENFLYER

- Ja, ich interessiere mich für den kostenlosen individuellen Endkundenflyer und möchte ihn für mich nutzen.
  - Ich möchte die Druckdaten als pdf-Datei zur Verfügung gestellt bekommen, um meinen Flyer selbst zu bearbeiten und zu drucken.
  - Ich möchte meinen Flyer über Sie drucken lassen.
    - 250 Stück \_\_\_\_\_ 57,80 Euro (zzgl. 10,98 € MwSt., 0,- € Versand)
    - 500 Stück \_\_\_\_\_ 62,30 Euro (zzgl. 11,84 € MwSt., 0,- € Versand)
    - 1000 Stück \_\_\_\_\_ 68,60 Euro (zzgl. 13,03 € MwSt., 0,- € Versand)

## WERBEBANNER

- Ja, ich interessiere mich für den Werbebanner (Größe: 85x200 cm) und möchte ihn für mich nutzen.
  - 1 Stück \_\_\_\_\_ 99,- Euro (zzgl. 21,64 € MwSt., 14,90 € Versand)

## MYSTERY-SHOPPING

- Ja, ich interessiere mich für das Mystery-Shopping und möchte es für mich nutzen.

## VORSTELLUNG IM WEIN LIVE MAGAZIN – EXKLUSIV FÜR FÖRDERMITGLIEDER

- Ja, ich möchte mein Unternehmen im Wein Live Magazin vorstellen.

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Vorname, Name

\_\_\_\_\_  
E-Mail-Adresse

\_\_\_\_\_  
Straße

\_\_\_\_\_  
PLZ

\_\_\_\_\_  
Ort

\_\_\_\_\_  
Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift



Wein Live e.V.  
Heinrich-Barth-Str. 28 | 66115 Saarbrücken  
Tel.: (06 81) 9 67 67 - 50 | Fax: (06 81) 9 67 67 - 510  
E-Mail: info@weinlive.com | www.weinlive.com



# Wein Live Magazin

Ausgabe Mai 2010



## Auf einen Blick

- Die Powerweine vom Douro: Portwein
- Was ist eigentlich ein Master of Wine?
- Vorteile für Mitglieder – Zahlreiche Maßnahmen für eine erfolgreiches Standortmarketing
- Exklusiv für Fördermitglieder Stellen Sie sich vor – im monatlichen Wein Live Magazin

## Die Powerweine vom Douro: Portwein

Portwein begeistert schon seit Jahrhunderten unzählige Weinfreunde. Die Entstehung und die Entwicklung dieses Weines ist alles andere als gewöhnlich. Die Stadt Porto, die diesem Wein den Namen gibt, liegt ca. 100 Kilometer von dem eigentlichen Anbaugebiet entfernt. Porto ist aber der Ort, in dem der Wein reift und von wo aus er in die ganze Welt exportiert wird. Der Vorgänger des heutigen Portweins hieß Vinho de Lamego. Er war so erfolgreich, dass England und Portugal eine Handelsabkommen unterzeichneten. Als Gegenleistung für den Wein durften die Portugiesen vor der englischen Küste Kabeljau fischen. So kam es, dass die Weinberge um den Fluss Douro zumeist geschützten Herkunftsgebiet der Welt avancierten.



Terrassenweinberge bei Quinta do Noval  
Foto: Frank Roeder

Der heutige Portwein wurde durch Zufall von zwei Engländern entdeckt: In einem Kloster am Douro setzten die Mönche dem gärenden Most Branntwein hinzu. Dadurch wurde der Wein haltbarer schmeckte auch besser. So nahm der Siegeszug des Portweins seinen Lauf, der sich auch durch Nachahmungen nicht aufhalten ließ.

Man unterscheidet folgende Portweintypen:

**White Port:** Dieser Portwein wird aus weißen Trauben hergestellt. Der Wein lagert circa drei Jahre, bevor er kühl getrunken wird. Es existieren auch weiße Portweine mit jahrzehntelanger Lagerung bzw. Reifung. Er eignet sich in erster Linie als Aperitif. Probieren Sie ihn als "Splash", wie die Portugiesen ihn lieben: 1/3 weißer Port auf Eis, 2/3 Tonic Water, ein Spritzer Zitrinensaft, und Sie haben einen köstlichen, wunderbar erfrischenden Sommer-Aperitif!

**Ruby Port:** Dies ist ein Portwein aus roten Trauben mit einer kräftigen, rubinroten Farbe. Die kräftige Farbe weist auf eine geringe Oxidation hin. Zumeist sind Ruby Portweine ein Verschnitt junger Jahrgänge, die nach zwei bis drei Jahren Lagerung direkt aus dem großen Tank filtriert und in Flaschen abgefüllt wurden. Diese Ports zeichnen sich durch einen fruchtigen Geschmack aus.

**Tawny Port:** Er lagert, wie alle roten Portweine, für zwei bis drei Jahre im großen Fass, wird

aber dann in die kleinere Fässer umgefüllt. Dort haben die Tawnies mehr Kontakt zur Luft, oxidieren also schneller und bekommen so ihre hellere (Ziegelstein-) Farbe und einen Geschmack, der an trockene Früchte, aber auch an Nüsse und Mandeln erinnert.

**Aged Tawny (mit Altersangabe):** Diese Weine lagern länger im kleinen Holzfass. Es gibt sie als 10, 20, 30 oder 40 Jahre alte Varianten. Die Altersangabe ergibt sich aus den verschiedenen Komponenten und wird vom Portweininstitut bestätigt. Aged Tawnies sind wesentlich gehaltvoller als Standard Tawnies.

**Colheita:** Nach mindestens 7 Jahren Lagerung im Fass werden diese Weine, die aus verschiedenen Trauben eines Jahrgangs bestehen, abgefüllt. Man könnte sie als Jahrgangstawnies bezeichnen, weil das Jahr der Traubenernte auf der Flasche angegeben wird.

**Vintage Port:** Seltener und teurer Portwein der absoluten Spitzenklasse, die nur ca. 1 % der gesamten Produktion ausmachen. Nur die besten Jahrgänge werden zu Vintage-Jahrgängen erklärt. Diese Deklaration ist nicht einheitlich; jedes Haus nimmt eine eigene Prüfung und eigene Entscheidung vor, die sie offiziell dem Portweininstitut meldet. Wurde ein Jahrgang zum Vintage erklärt, so wird er in Flaschen gefüllt und reift in der Flasche weiter. Nach frühestens zehn Jahren ist ein Vintage trinkreif. Der Wein sollte dekantiert werden.

**Late Bottled Vintage Port ('LBV'):** Verschnitt aus Trauben eines Jahrgangs, wie der Vintage Port. Er lagert aber vier bis sechs Jahre im Fass, bevor er in Flaschen abgefüllt wird. Hierbei gibt es den gefilterten LBV und den relativ seltenen ungefilterten LBV. Der gefilterte LBV ist sofort trinkbar, der ungefilterte LBV kann wie ein Vintage Port noch lange in der Flasche reifen.

**Vintage Character Port:** Er ist ein Port, der aus guten Jahrgängen verschnitten wird, für die es nicht zu einem Vintage gereicht hat. Der Wein wird jung und ungefiltert in Flaschen gefüllt, in denen er einige Jahre reift. Von der Typizität kommt er dem Vintage Port am nächsten, ist aber wesentlich günstiger zu bekommen.

Faszinierend ist diese Vielfalt. Achten Sie beim Kauf eines Portweins auf den Erzeuger! Nur bei Spitzenbetrieben wie Quinta do Noval, Taylors, Fonseca, Grahams, Dow oder Warre erhalten Sie Weine, die mehr als ihr Geld wert sind.

Text: Ulrich Meyer

## Was ist eigentlich ein Master of Wine?



Michael Broadbent ist einer, Jancis Robinson ebenso: Beide tragen den Titel Master of Wine (MW) hinter ihrem Namen. Weltweit gibt es zurzeit 280 Masters of Wine, die aus 23 verschiedenen Ländern stammen. Die gesamte Weinbranche zeugt den Trägern dieses Titels großen Respekt, doch nur die wenigsten wissen genau, was sich dahinter verbirgt. Das Institute of Masters of Wine hat seinen Sitz in London und wurde 1955 gegründet. Ziel war es von Anfang an, die höchsten Standards in der Weinbranche zu setzen. Nur wer die anspruchsvolle Prüfung, bestehend aus einem theoretischen und einem praktischen Teil sowie einer Dissertation, besteht, darf den begehrten und hoch angesehenen Titel tragen und damit Mitglied des Instituts werden.

War das Institut zu Beginn noch eine rein britische Einrichtung, so ist dies seit den 80er Jahren anders: 1987 bestand der erste Nicht-Brite die Prüfung, und inzwischen werden die Seminare auf 3 Kontinenten angeboten. Neben London sind dies San Francisco und Sydney.

Zwei Jahre Studium sind das absolute Minimum, bevor man zum ersten Mal zur Prüfung antreten darf, doch kaum einer schafft es gleich beim ersten Versuch. Der praktische Teil besteht es aus Blindverkostungen an drei aufeinander folgenden Tagen mit jeweils 12 Weinen: Weißweine am ersten, Rotweine am zweiten und sonstige Weine (Schaumweine, aufgespritzte Weine, Süßweine etc.) am

dritten Tag. Die Weine müssen erkannt, beschrieben und qualitativ eingeordnet werden. Größtes Problem ist dabei die Zeit: Pro Wein stehen nur 10 Minuten zur Verfügung, um die gezielten Fragen - pro Wein etwa eine Seite lang - zu beantworten.

Die Theorie-Prüfung besteht aus 4 Themenkomplexen: Weinbau, Weinerzeugung, Wein-Business sowie zeitgenössischen Themen. Zu jedem Block müssen in 3 Stunden drei Essays geschrieben werden. Neben der fachlichen Kompetenz sind hier zusätzlich journalistische Fähigkeiten gefragt. Sowohl Aufbau wie Stil der Essays haben einen großen Einfluss auf das Ergebnis.

Sind beide Prüfungsteile bestanden, muss der Student eine Dissertation über ein Thema seiner Wahl schreiben. Erst wenn auch diese den Anforderungen des Instituts genügt, wird der Titel verliehen.

Von den 280 aktuellen Masters of Wine sind gerade mal drei aus Deutschland. Jürgen von der Mark, Önologe, Weinberater und Produzent aus Baden, war der erste, und viele Jahre (seit 1996) auch der einzige deutsche Master of Wine. 2003 folgte ihm Markus del Monego, der zuvor schon als erster deutscher Weltmeister der Sommeliers auf sich aufmerksam machte. Seit September 2009 ist Frank Roeder, Gründer und Geschäftsführer der VIF Weinhandel in Völklingen der dritte deutsche Master of Wine.

„Es war für mich die anspruchsvollste Prüfung, an der ich je teilgenommen habe“, sagt Frank Roeder. „Aber egal, ob man die Prüfung nun besteht oder nicht: Die Erfahrungen und die Erweiterung meines Wissens sind so gigantisch. Sie sind unbezahlbar.“ Jedem, der die Zulassungsbedingungen erfüllt und sich für diese Weiterbildung interessiert, kann Roeder die Teilnahme nur wärmstens empfehlen.

## Vorteile für Mitglieder – Zahlreiche Maßnahmen für ein erfolgreiches Standortmarketing

Wein Live e. V. ist nicht nur erfolgreich für die Stärkung des deutschen Weinfachhandels in der Gesamtheit aktiv. Als Mitglied können Sie auch auf ein vielfältiges Angebot für Ihr Standortmarketing vor Ort zurückgreifen.

Wein Live stellt Ihnen als Mitglied fundiertes Informationsmaterial in Form eines modernen Imageflyers zur Verfügung. Der Flyer mit allen relevanten Informationen zum Weinfachhandel und zu Ihrem Unternehmen wird von uns geliefert.

Über die Standardinformationen hinaus, bietet der Imageflyer die Möglichkeit, wichtige Angaben, wie Ihre Adresse, Ihr Logo und einen Ansprechpartner auf der Rückseite zu ergänzen.

### IMAGEFLYER



Titelseite

Rückseite



Innenseite

Weiter besteht auch die Möglichkeit einen Wein Live Banner mit eigenem Logo aufdruck zum Selbstkostenpreis von 99,- Euro zu bestellen.



## Exklusiv für Fördermitglieder

Stellen Sie sich vor – im monatlichen Wein Live Magazin

Im Rahmen des monatlichen Wein Live Magazins erhält darüber hinaus pro Ausgabe ein Fördermitglied die Chance, sein Unternehmen und sein Sortiment vorzustellen.



Mit dem Website-Generator zum eigenen Online-Auftritt

Wein Live stellt allen Mitgliedern kostenlos einen so genannten Website-Generator zur Verfügung. Damit können Sie vor Ort schnell und einfach Ihre eigene, hochwertige Website gestalten.



Mystery Shopping – Wir stellen Sie auf die Probe

Beim Mystery Shopping besuchen geschulte Beobachter inkognito Ihren Weinfachhandel und beurteilen die Qualitätsaspekte anschließend objektiv anhand eines festgelegten Kriterienkataloges. Nach Analyse der Ergebnisse werden Handlungsempfehlungen für Ihren Fachhandel ausgesprochen.

Weitere Maßnahmen, die Ihnen als Wein-Live-Mitglied zur Verfügung stehen, wie z. B. der Wein Live-Rechnungsbeileger, finden Sie unter: [www.weinlive.com](http://www.weinlive.com).